

Celulose & Papel

REVISTA OFICIAL DA BRACELPA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CELULOSE E PAPEL



ENCONTRO COM LULA:

mais papel (moeda) no mercado

Em 10 anos:

US\$ 14,4 bilhões de investimentos;

61.000 novos empregos;

US\$ 30,4 bilhões de saldo comercial.



CONSCIÊNCIA, RESPEITO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL.

A VCP PRESERVA ESTAS ATITUDES.

Nós sabemos que uma empresa com vocação para o futuro não é só aquela que desenvolve pesquisas e tecnologia de produção. É aquela que investe no meio ambiente, garantindo um futuro mais saudável para as próximas gerações. Para a VCP, tecnologia e responsabilidade sempre caminharam juntas.



Votorantim

Celulose e Papel

Saldo Comercial de US\$ 30 Bilhões

Investimento do Setor até 2012

Duplicar as exportações de celulose — ultrapassando a marca de sete milhões de toneladas anuais —, manter a participação no mercado internacional de papel e suprir plenamente a expansão da demanda do mercado interno, reduzindo as importações e gerando empregos: essas são as principais metas do plano de investimento do setor para 2003/2012.

Elas serão alcançadas mediante investimentos no valor de US\$14,4 bilhões. Além disso, três condições são essenciais: a expansão da base de florestas plantadas, a ampliação da capacidade industrial e a promoção da competitividade da indústria brasileira.

A base florestal de pinus e eucalipto, indispensável para suprir a principal matéria-prima do setor, só poderá ser implantada mediante um programa governamental de fomento, que apóie pequenos e médios produtores no cultivo de florestas. Outras providências necessárias são a simplificação e a adequação da legislação brasileira sobre florestas plantadas; a criação de linhas de financiamento para os empreendimentos florestais sustentados; e a criação de fundos de investimento em florestas plantadas - com o aval governamental.

Uma pré-condição imprescindível é a ampliação da capacidade produtiva. Para torná-la realidade, será necessário, com o suporte do BNDESPAR, apoiar a capitalização das empresas do setor; alongar os prazos e o período de carência, bem como reduzir o spread básico e elevar a cobertura das linhas de financiamento do BNDES; eliminar a incidência de IPI, PIS e COFINS sobre a aquisição de máquinas e equipamentos; e criar linhas de financiamento para a implantação de fábricas recicladoras de papel.

Finalmente, são pré-requisitos indispensáveis a compatibilização das condições de financiamento das exportações de celulose com as condições vigentes no mercado internacional; a criação de um mecanismo de utilização dos créditos de ICMS gerados na atividade exportadora; o estabelecimento do direito de crédito presumido do IPI na aquisição de aparas destinadas à fabricação de papel; e a aprovação, pelo Congresso Nacional, da proposição 69/2003, que propõe manutenção e garantia de transferência dos créditos de ICMS incidentes sobre as matérias-primas para fabricação de papéis imunes. Sem o que não seremos competitivos.

Para que o programa de investimentos alcance sucesso, impõem-se o início imediato dos investimentos na base de florestas plantadas, pois o atual 1,4 milhão de hectares já se mostra insuficiente para suprir a demanda. Demonstra essa carência o fato de já estarem ocorrendo importações de madeira, o que é claramente absurdo para um país com o clima e a extensão territorial do Brasil.

As ousadas metas pressupõem, também, uma decisiva parceria com o governo brasileiro, a fim de viabilizar os volumosos investimentos anunciados. Caso tais investimentos não sejam realizados, o Brasil poderá tornar-se importador líquido de papel, ainda nesta década - já importamos papel de imprensa, devido à inviabilidade tributária da implantação de fábricas desse tipo de papel no Brasil.

Esse plano de investimento foi elaborado com base nos mais profundos estudos e nas projeções mais acuradas disponíveis no Brasil e no mundo. Não admira que tenha merecido a melhor acolhida e a manifestação do mais decisivo apoio, de parte do Presidente da República, em reunião realizada no Palácio do Planalto, da qual participaram também o Vice-presidente José Alencar e os ministros Luiz Fernando Furlan, Marina Silva e Roberto Rodrigues, bem como o presidente do BNDES, Carlos Lessa.

A Bracelpa e suas associadas comemoram a postura positiva do mais alto mandatário brasileiro e se comprometem a continuar despendendo todos os esforços para promover o desenvolvimento sustentável do setor a fim de gerar maior número de empregos e ampliar ainda mais o saldo comercial que tradicionalmente proporcionamos ao País, com a última palavra em tecnologia ambiental, florestal e industrial.



Osmar Elias Zogbi é presidente da Bracelpa

Foto: Ana Nascimento/ABr

Ano 19 - Dezembro de 2003 - número 74

A revista **Celulose & Papel** é órgão oficial da **Bracelpa** - Associação Brasileira de Celulose e Papel. Rua Afonso de Freitas, 499 CEP 04006-000 - São Paulo - SP Tel.: (11) 3885-1845 www.bracelpa.org.br

Conselho Editorial: Alberto Fabiano Pires, Alfred Freund, Leomir Trombini, Mário Hígino Leonel e Ruy Haïdar

Celulose & Papel é produzida e editada pela

UNIPRESS
EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

ISSN 0102-5279

Diretoria: Alaôr José Gomes e Reginaldo Finotti

Diretor de Redação e Editor: Reginaldo Finotti

Redação: Alfredo D'Almeida e Vanessa Cecilia da Silva

Reportagem e pesquisa: Tânia Teófilo

Fotos: Divulgação

Publicidade: Rosa Murillo

Relações Públicas: Lina Carla Finotti e Ana Claudia Gomes Quadros

Produção Gráfica e Capa:

interjob

Fotolitos e impressão: StudioA

Redação, administração e publicidade: Av. Paulista, 2006, 11º andar, cj. 1108/1109, São Paulo, SP - CEP 01310-926

Fone/fax: (11)3254-4303/4302

celuloseepapel@unipresscomunicacao.com.br



Sumário

Setor de papel e celulose: preparado para os novos tempos

6

O setor de papel e celulose já adota uma posição definida e corajosa e anuncia o Programa de Investimentos do Setor para os próximos 10 anos, totalizando US\$ 14,4 bilhões, a maior parte direcionada para ampliar a produção de celulose e papel e as reservas florestais do País. O programa tem metas ambiciosas: criar 61 mil novos empregos, duplicar as exportações de celulose e elevar o saldo positivo da balança comercial do segmento para US\$ 30,4 bilhões até 2012. Paralelamente, empresas como Cenibra, Klabin, Lwarcel, MD Papéis, Ripasa, Suzano, Veracel e VCP mostram como enfrentar a estagnação do mercado e anunciam seus investimentos.

Nova lei muda embalagem para a cadeia de horticultura

14

Os grandes vilões do desperdício são o manuseio, o transporte e a embalagem. A Instrução Normativa n.º 09/02 tem como objetivo eliminar esse problema, regulamentando o acondicionamento, o manuseio e a comercialização dos produtos hortícolas *in natura*, em embalagens apropriadas. Atualmente, 96% dos produtos comercializados nos Ceasas já estão acondicionados em embalagens que atendem às exigências da lei.

ABTCP-TAPPI bate recorde de visitação

24

Com o tema "Inovação: Soluções para o Setor - Avançando em direção ao futuro", o 36.º Congresso e Exposição Internacional de Celulose e Papel foi palco para apresentação das novas tendências mundiais do setor e sucesso de público. Mais de 12 mil visitantes passaram pelos 211 estandes instalados.

E mais:

Empresa: **Papirus** - 18

Conjuntura: **Mais um ano de aumento de produção** - 20

Gente: **Beatriz Duckur Bignardi** - 22

Saúde: **Câncer de Próstata** - 25

Notas - 26

Opinião - 30

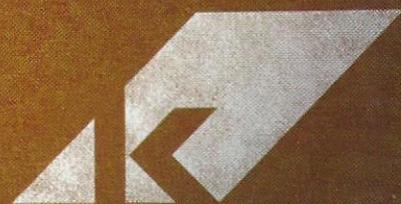
120 ANOS

PUBLICIS SALES NORTON



KLABIN. 104 ANOS DE CRESCIMENTO ECONÔMICO E RESPEITO AOS MAIS VELHOS.

A Klabin é a maior fabricante brasileira integrada de papel e celulose. Esse crescimento econômico foi conquistado com muito trabalho e principalmente com muito respeito pelo meio ambiente. Pioneira no desenvolvimento sustentável, ela desenvolve suas atividades industriais e florestais preservando grandes áreas de florestas nativas e atuando em parceria com as comunidades locais.



Klabin

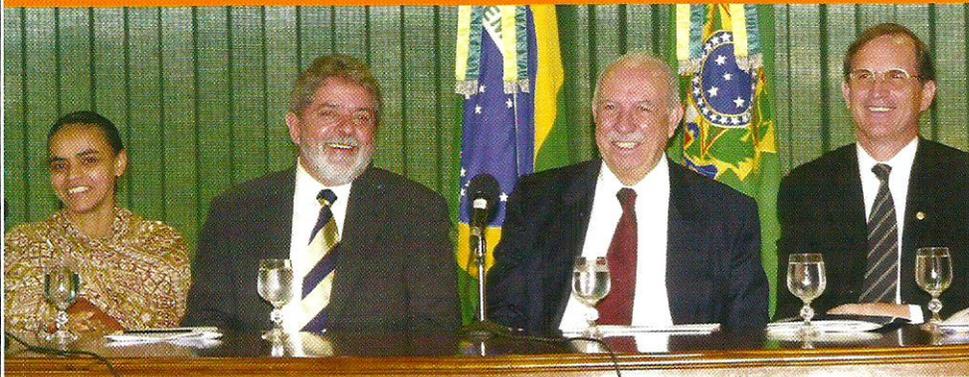


Foto: Ana Nascimento/ABR

O Presidente Lula, ladeado pela Ministra Marina Silva, o Vice-Presidente José Alencar e o Ministro Furlan.

O setor de papel e celulose do Brasil assumiu, nos últimos anos, uma posição de destaque no mercado internacional: ocupa a sétima posição mundial na produção de celulose e está em 12º no ranking dos fabricantes de papel. No mercado interno, tem contribuído de forma relevante para o desenvolvimento econômico e social. Além de gerar renda, tributos e empregos, contribui com uma parcela importante do aumento de divisas para o País. Antes mesmo que os indicadores da economia apontassem para novos e bons tempos na economia, o setor, como um todo, manteve sua aposta no futuro. Nesta reportagem, C&P mostra como foi essa alavancagem e o que está sendo preparado hoje e discute os próximos passos rumo à consolidação desse crescimento sustentável.

A economia brasileira, depois de um ano de incertezas e de estagnação, começa a mostrar os primeiros sinais de recuperação. Na opinião de diversos analistas, a posição macroeconômica é sólida: a inflação está de acordo com as metas do Governo, o perfil da dívida pública está melhorando, o superávit primário está consolidado e o saldo comercial começa a mostrar sinais de recuperação que incluíram o País entre os 10 de maior superávit comercial neste ano - são 193 países computados pela OMC.

As autoridades financeiras asseveraram que já fizeram o seu papel. Mas e o empresariado? No final de outubro, quando os primeiros sinais positivos ainda eram tenuamente identificados, o Ministro da Fazenda, Antônio Palocci, convidou importantes empresários - entre eles o presidente da Aracruz, Carlos Augusto Lira Aguiar, e o presidente da Suzano Holding, David Feffer - para um encontro fechado no Palácio do Planalto, no qual afirmou que o grande desafio era a retomada dos investimentos. E fez uma convocação: "Agora é preciso que os empresários respondam com um investimento de recursos que leve ao aumento das exportações, das ofertas de emprego, da produção e do consumo."

Alguns meses antes desse encontro, o setor de papel e celulose já adotara uma posição definida e corajosa: tinha anunciado o Programa de Investimentos do Setor para os próximos 10 anos, totalizando US\$ 14,4 bilhões, a maior parte direcionada para ampliar a produção de celulose e papel e as reservas florestais do País. O programa, que representantes da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) entregaram ao Presidente da República, em encontro realizado no Palácio do Planalto, do qual participaram diversas autoridades do Go-

verno - entre elas, o Vice-presidente José Alencar, os ministros Marina Silva, do Meio Ambiente, Luiz Fernando Furlan, do Desenvolvimento, e Roberto Rodrigues, da Agricultura, e o presidente do BNDES, Carlos Lessa -, tem metas ambiciosas: criar 61 mil novos empregos, duplicar as exportações e elevar o saldo positivo da balança comercial do segmento para US\$ 30,4 bilhões até 2012.

Competitividade com crescimento sustentável

O presidente da Bracelpa, Osmar Elias Zogbi, explica que o Brasil se tornou uma referência mundial em base florestal e é competitivo no setor industrial graças à qualidade *world class*, mas tais posições estão ameaçadas pelos custos elevados das terras para plantio e pela ausência de uma maior escala de produção em relação a seus concorrentes mundiais. O Brasil, ainda, enfrenta limitações que precisa superar em sua infra-estrutura logística; o elevado custo do capital e a forte incidência tributária no investimento também são fatores que inibem novas inversões produtivas e avanços em tecnologia. Além disso, não há um apoio para plantio e cultura de florestas, como o que existe nos países concorrentes: Canadá, Estados Unidos, Chile, Uruguai e Indonésia, por exemplo. Os 11% que, aqui, incidem sobre os investimentos que precedem a produção, não são tributados em países concorrentes.

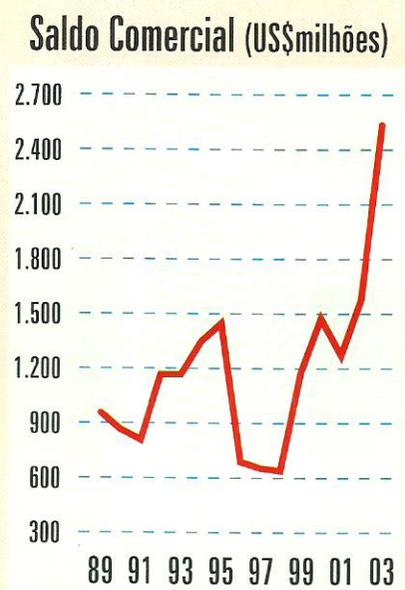
Segundo Zogbi, o novo programa setorial de investimentos tem uma condição indispensável: uma quantidade de florestas plantadas

suficiente para suprir a expansão da produção da indústria, respeitados os valores ambientais e sociais. Ele defendeu, na reunião com o Presidente Lula, o apoio ao cultivo de florestas através de pequenos e médios produtores, com a simplificação da legislação sobre florestas plantadas, "um programa que deve ter início imediato, uma vez que já há importações de madeira e de papel de imprensa".

No encontro, a Ministra Marina Silva, do Meio Ambiente, realçou as vantagens de integrar os pequenos produtores rurais à atividade do plantio florestal, aumentando a oferta de matéria-prima. "Dessa forma, num processo virtuoso, o setor manterá a vanguarda no desenvolvimento sustentado, um bom exemplo de crescimento: sustentabilidade econômica e tecnológica em sua competitividade; sustentabilidade ambiental no plantio de florestas de alto rendimento; e incorporação, agora, da sustentabilidade social, através da integração de pequenos proprietários rurais à atividade."

O sucesso desse programa de investimentos depende também da adoção de medidas que garantam ao setor condições de competitividade com os concorrentes internacionais e ampliação da capacidade produtiva, tais como a redução da carga tributária e financiamen-

tos em condições adequadas às necessidades do setor.



Como primeiro passo, a Ministra anunciou a criação da Comissão de Coordenação do Projeto Nacional de Florestas, cujo principal objetivo é o estudar e implementar propostas para reduzir as exigências burocráticas que entravam a atividade econômica florestal. A comissão terá a participação de 11 ministérios, mais representantes da iniciativa privada e de ONGs. De acordo com o Presidente Lula, esse é um exemplo de trabalho no seu governo: todos os ministérios trabalham no mesmo sentido, "em absoluta harmonia, como um time de futebol coeso e bem treinado".

Investimento permanente

O aumento previsto pelo setor considera uma demanda interna crescente na proporção de 1,5 vez o tamanho do PIB. "Os US\$ 14,4 bilhões permitirão dobrar o volume vendido no exterior, atender a um crescimento do PIB de até 5% ao ano, e abastecer, na plenitude, o mercado doméstico, gerando divisas, impostos e novos empregos na indústria", explica o Presidente da Bracelpa.

O setor de papel e celulose, caracterizado como um setor de capital intensivo e longa maturação, nunca parou de investir, mesmo quando o cenário adverso recomendava extrema cautela; é por isso que, há três anos, trabalha a plena capacidade.

Nos 10 anos que precederam o novo plano, já haviam sido investidos em sua expansão US\$ 12 bilhões, o que proporcionou um saldo acumulado na balança comercial da ordem de US\$ 17,6 bilhões. Esse investimento possibilitou que, entre 2002 e 2003, a capacidade de produção aumentasse em um milhão de toneladas, toda direcionada ao exterior. O aumento de produção explica os resultados positivos alcançados e os aguardados para este ano: a Bracelpa projeta um saldo comercial superior a US\$ 2,4 bilhões, ante US\$ 1,5 bilhão em 2002. Até 2005,



com a conclusão de parte do programa de investimentos, o setor quer chegar aos US\$ 2,8 bilhões.

Dados da Bracelpa revelam que, no ano passado, de uma produção total de 8 milhões de toneladas de celulose, 3,4 milhões de toneladas foram embarcadas para o exterior, ou seja, 42,5% do total. Em papel, porém, a participação das exportações ficou em 16,7%. Da produção de 7,7 milhões de toneladas, 1,3 milhão de toneladas foi para o exterior.

Nos últimos doze meses, os valores exportados de papel e celulose cresceram 60,8%, passando de US\$ 159,4 milhões em setembro de 2002 para US\$ 256,4 milhões. Os valores exportados de celulose aumentaram 90,5%, principalmente por causa da alta produtividade, já que os preços, neste momento em recuperação, então haviam caído 4,2%. Os principais mercados para a celulose brasileira são a União Européia e a Ásia, que representam cerca de 70% do total das vendas externas.

Os resultados apurados até outubro pela Bracelpa mostram que as vendas internas de celulose aumentaram apenas 3,7%; mas as externas, com um aumento de 26,1%, garantiram bons resultados. No segmento de papel, as vendas domésticas caíram 7,5%, enquanto as externas cresceram 17,9%.

Entre janeiro e outubro, as exportações de celulose cresceram 26,1%, comparadas com as realizadas no mesmo período de 2002, totalizando 3,4 milhões de tonela-

das. Trata-se do produto de fibra curta de mercado, produzido com eucalipto plantado em culturas de florestas sustentadas e renováveis.

As vendas externas de papéis de todos os tipos chegaram a 625 mil toneladas, o que representa um aumento de 17,9%. A única exceção nesse segmento foi a de papel de imprensa, que ainda depende do fornecimento externo, ressalta Osmar Zogbi, para quem o aumento da produção no país depende do ressarcimento do ICMS, matéria em exame no Poder Legislativo.

A previsão é a de que, neste ano, a produção de celulose atinja 9 milhões de toneladas - 12,3% mais que em 2002 - e as exportações alcancem 4,5 milhões de toneladas. A produção de papel (todos os tipos) evoluirá para 7,9 milhões de toneladas - 1,6% mais que no ano passado. As exportações totais do setor atingirão US\$ 3,1 bilhões - foi de US\$2,056 bilhões em 2002. O saldo comercial positivo do segmento deverá situar-se em US\$2,5 bilhões.

Com os investimentos em expansão, nos próximos dez anos, o setor de celulose e papel está atuando praticamente com toda a sua capacidade instalada - menos o de papelão ondulado - e projeta crescer, em média, 10% ao ano já a partir de 2004, com os investimentos já feitos e em andamento.

Perspectivas a médio e longo prazos

Estudos do BNDES mostram que o mercado mundial de celulose e papel tem todas as condições para apresentar um bom desempenho em 2004. Parte das razões está na recuperação da economia norte-americana - expansão anualizada do PIB de 8,2% no terceiro trimestre - e, outra parte, na da européia. Mas a grande novidade, que pode ajudar ainda mais na construção de números positivos, é a abertura do mercado asiático, mais especificamente o da China, grande consumidor de celulose e papel.

Quanto à celulose, estima-se que, nos próximos quatro anos, a oferta de fibra curta no mercado mundial aumente em 3,5 milhões de toneladas/ano - desse total, 1,8 milhão deverá ser de fibra de eucalipto brasileira. O crescimento da demanda por fibra curta, porém, deve absorver todo esse aumento de oferta e ainda permitir a recuperação dos preços.

O Brasil, hoje, também pode contar com vantagens competitivas sobre a concorrência para avolumar suas exportações, como ocorre no caso dos setores florestal e de papel e celulose. O País tem o mais baixo custo de produção de eucalipto, graças à combinação de clima ideal com a tecnologia resultante de mais de 30 anos de pesquisas.

Entretanto, a curto prazo, as exportações brasileiras não crescerão, pois dependem da maturação dos investimentos. Para 2004, segundo as projeções da Bracelpa, elas devem permanecer no mesmo patamar de 2003: em torno de US\$ 3,1 bilhões. O aumento de 200 mil toneladas na

produção será absorvido totalmente pelo mercado interno.

Daí a importância do programa que a indústria nacional de papel e celulose vem desenvolvendo desde o ano passado, com o objetivo de expandir a área florestal e de ampliar e modernizar sua capacidade produtiva: só assim será atingido o aumento da competitividade almejado no mercado doméstico e no internacional. Esse programa, que prevê investimentos da ordem de US\$ 6,6 bilhões até 2005, deve elevar gradualmente a receita de exportações do setor até o patamar de US\$ 3,8 bilhões, o que representa um acréscimo de 35% sobre os US\$ 2,8 bilhões realizados em 2000.

As metas são: ampliar a produção de celulose em 45%, passando dos atuais 7,7 milhões para 11,2 milhões de toneladas/ano; e aumentar a de papel em 17%, de 7,8 milhões para 9,1 milhões de toneladas. Esse incremento vai assegurar ao setor o pleno atendimento da demanda interna, sem prejuízo do projeto de aumento das vendas externas.

Zogbi acredita, porém, que o desempenho do setor nestes últimos anos mostra que é possível vencer as dificuldades que o país enfrenta, tanto interna quanto externamente. "O importante é estimular novas iniciativas e, ao mesmo tempo, preservar os trunfos que temos até o momento. E, para que possamos garantir, no cenário mundial, a posição que merecemos e que tanto lutamos para conseguir, é importante que o País avance nas reformas e reduza o custo do capital.

(Investimentos das empresas: reportagem e pesquisa de Tânia Teófilo)

The paper and cellulose sector: preparing for new times

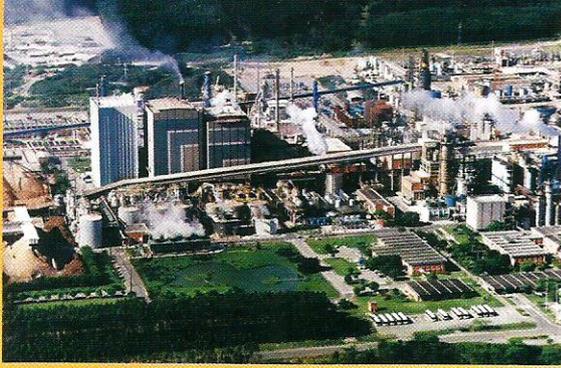
The paper and cellulose Brazilian sector has established, in recent years, a notable position in the international market: now occupying the seventh world place in the production of cellulose and ranking as the 12th country in paper production. In the internal market, the sector has contributed in a very relevant way for the country's economic and social development. Besides generating income, taxes and jobs, the sector also contributes with increasing devises for the country.

Even before the economic indicators pointed us to newer and more prosper times, the sector, as a whole, kept its bet in the future and adopted a more defined and courageous position: it announced its Investment Program for the next ten years, totalizing US\$14,4 billion, its biggest amount directed to increasing paper and cellulose production and the forest reserves of Brazil. The program was delivered to the President by representatives of Bracelpa (The Brazilian Cellulose and Paper Association) during a meeting in the Palacio do Planalto æ the presidential residence. Many government authorities participated in such meeting which had avid goals : to create 61 thousand new jobs, to double the export rate and to raise the positive balance of commerce in the sector to US\$30,4 billion until 2012.

According to Zogbi, the new program for investment in the sector needs to meet an important pre-requisite: to have enough forests planted to allow the expansion of production in the industry, respecting the environmental and social values. Zogbi , during his meeting with President Lula, supported the plantation of forests through small and medium farmers, with a simplified forest legislation: "a program that must be initiated right away, once there is already the importation of wood and press paper."

The success of the program of investment also depends on the adoption of measures that can guarantee the sector competitiveness with its international adversaries , such as the reduction of taxation and financing conditions more adequate to the sector's needs.

Zogbi believes that the performance of the sector in the past years shows that it is possible to overcome the difficulties the country now faces, both internal and external. "It is important to stimulate new initiatives, and at the same time, to preserve the upper hand that we have conquered so far. And, in order to be able to guarantee the position we deserve in the world, for which we have so earnestly fought, it is crucial that the country makes advances in reforming and reducing the cost of capital."



Aracruz consolida liderança em celulose.

do pelo setor industrial do País nos últimos anos - atingiu a plena capacidade de produção; adquiriu a fábrica de celulose Riocell, no Rio Grande do Sul - agora chamada Unidade Guaíba -; e iniciou, em parceria com a sueco-finlandesa Stora Enso, a construção da fábrica de celulose da Veracel, na Bahia, que será uma das maiores do mundo no gênero.

Com uma produção anual de 2,4 milhões de toneladas de celulose, a Aracruz é uma grande exportadora, com pequena importação, gerando grandes valores em divisas líquidas. Aguiar estima que, dependendo do preço da celulose, a empresa deve fechar 2003 com divisas da ordem de US\$ 1 bilhão. "Somos a quinta maior geradora de divisas líquidas entre as empresas industriais brasileiras e pretendemos ampliar ainda mais nossa contribuição para a balança comercial", acrescenta.

O mercado de celulose continua desafiador, mas o presidente da Aracruz considera que "a condição de produtor de baixo custo garante à Aracruz a manutenção de sua competitividade e liderança no setor".

A empresa também se sobressai em outras áreas. No final de novembro, durante o 23.º ENAEX - Encontro Nacional de Comércio Exterior -, recebeu o prêmio "Destaque no Comércio Exterior", na categoria "Responsabilidade Social".

A Aracruz Celulose, a maior produtora mundial de celulose branqueada de eucalipto e segunda colocada em celulose de mercado de todos os tipos, está investindo pesado em sua expansão. De 1999 até este ano, US\$ 1,7 bilhão foi aplicado em novas fábricas e no aumento da produção.

Para Carlos Aguiar, presidente da empresa, "a Aracruz está totalmente alinhada com as metas de governo e é um exemplo do imenso potencial do Brasil para gerar empregos, renda e divisas com os setores florestal e de papel e celulose." Essa afirmação pode ser traduzida em números: a empresa tem crescido em média 7,8% ao ano de 1979 a 2002, atingindo no ano passado um faturamento de US\$ 700 milhões. Nesse mesmo período, o Produto Interno Bruto brasileiro cresceu 2,3% ao ano.

Como lembra Aguiar, este está sendo um ano de grandes conquistas para a Aracruz. Sua terceira unidade fabril - inaugurada em agosto de 2002, em Barra do Riacho (Espírito Santo), demandou US\$ 800 milhões em investimentos, o maior realiza-

Cenibra apresenta planos para duplicar a produção.

A revista Exame identificou a Cenibra, que completou 30 anos com uma produção de 800 mil toneladas de celulose branqueada de eucalipto - 90% direcionado ao mercado externo -, como a melhor empresa de celulose e papel de 2003.

A empresa está investindo R\$ 250 milhões para elevar sua capacidade de produção ao patamar de 940 mil toneladas por ano. Essa expansão estará concluída em meados de 2004. Ainda este ano, deverá ser aprovado pelos acionistas um plano para duplicar a capacidade produtiva, com investimentos da ordem de US\$ 1 bilhão.

A Cenibra tem, atualmente, 1.800 empregados próprios e, aproximadamente, 4.700 terceirizados. Segundo a estimativa da empresa, são gerados e mantidos por ela cerca de 27.000 empregos indiretos, o que envolve mais de 160.000 pessoas vivendo da renda gerada pelo empreendimento.



Foto: arquivo Cenibra

Klabin reestrutura-se para crescer.

A Klabin é a maior produtora e exportadora de papéis de embalagem (principalmente kraftliner), e é também a única produtora de cartões para embalagens de líquidos na América Latina.

Segundo Miguel Sampol Pou, diretor geral da Klabin, este foi um ano de grandes desafios. A empresa concluiu, em agosto, um programa de reestrutura-

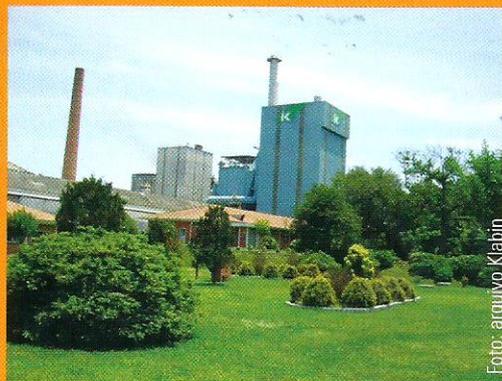


Foto: arquivo Klabin

ção financeira, que servirá de base para a definição de um plano, já em elaboração, de crescimento dos seus negócios.

"Foi um período de grandes ajustes e de enorme significância, transcorrido com serenidade, sem sobressaltos para a vida da companhia. O processo resultou num alargamento de foco em nossos negócios de madeira, papéis, cartões e produtos de embalagem de papel, e no reforço da solidez financeira da companhia. Os efeitos foram visualizados nos resultados, recente-

mente divulgados, do terceiro trimestre deste ano", completa Sampol Pou. O lucro apurado até setembro foi de R\$ 940 milhões.

Em 2003, o mercado interno para caixas de papelão ondulado apresentou uma retração de 14% até outubro. A Klabin, uma tradicional exportadora, compensou essa queda com as vendas externas. As exportações de kraftliner (usado para as caixas de papelão ondulado) cresceram 15% no período, em relação a 2002, e a meta é alcançar 6% de todo o volume produzido no mercado internacional. As exportações de papel cartão cresceram 45%, com a entrada em mercados importantes como o chinês e o europeu.

Sampol Pou adianta que, ao longo dos próximos cinco anos, a Klabin vai desenvolver projetos para aumentar sua

capacidade de fabricação de papéis para embalagens: dos atuais 1,5 milhão de toneladas por ano, saltará para 2 milhões de toneladas. Grande parte dessa produção se destinará à exportação. "Ainda não concluímos os estudos que definirá qual o investimento necessário. Inicialmente, os projetos para a otimização de nossos ativos, no curto prazo, irão resultar num aumento de capacidade de 100 mil toneladas de celulose e de 50 mil toneladas de papéis para embalagem, por ano, em nossa principal fábrica de papel, em Telêmaco Borba, no Paraná."

Para 2004, as expectativas são otimistas, pois, na opinião do diretor geral da Klabin, a economia do Brasil estará melhor. Caso se verifique o crescimento previsto para a economia, em torno de 3,5%, a Klabin tem capacidade industrial para atendê-lo.

Lwarcel se transforma para triplicar a produção.

Já está na fase final o projeto de expansão da Lwarcel Celulose e Papel, no município de Lençóis Paulista. Com previsão de término em 2005, o projeto, denominado P-500, com um investimento total de US\$ 95 milhões, assegurará uma produção superior a 200 mil toneladas/ano de celulose branqueada de eucalipto. Além de dobrar a produção, a transformação tecnológica amplia de 35% para 90% a auto-suficiência na geração de energia, e de 92% para 97% a eficiência na recuperação química, reduzindo a emissão de material participado em 90% e a de odores, em 95%.

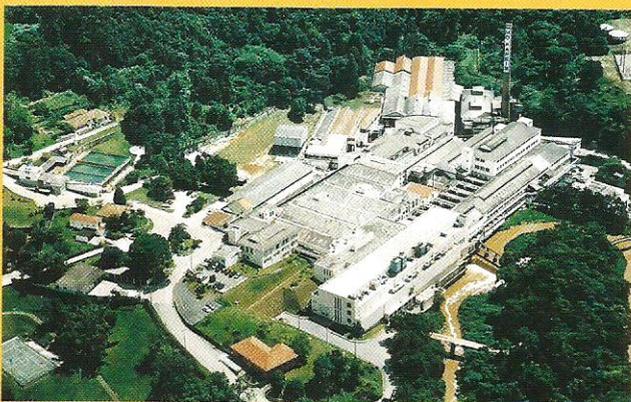
Iniciado em 2000, o projeto já teve sua primeira fase concluída no ano passado, quando entraram em operação diversos equipamentos. Uma nova linha de secagem, da qual a celulose sai mais limpa, graças à depuração da massa branca, e já sai embalada no padrão internacional, foi montada. "A fábrica torna-se mais competitiva e, embora nosso foco principal continue a ser o mercado interno, conseguimos aumentar nossas exportações", afirma o Diretor, Carlos Renato Trecenti (diretor responsável por celulose e papel do Grupo



Foto: Rene Antonio Jayme

Lwarcel). As vendas externas passaram de 2,2 mil toneladas no primeiro semestre do ano passado para 9 mil toneladas, no primeiro semestre deste ano.

A tecnologia incorporada na primeira fase do projeto vem permitindo sucessivas ampliações na produção total, tendo atingido uma média de 401,8 toneladas/dia em julho. Nesse ritmo, o objetivo de 500 toneladas — que nomeou o projeto — pode vir a ser superado ao final da reformulação da fábrica, que atualmente contrata as obras da segunda fase.



Uma das primeiras fábricas de papel no Brasil, fundada em 1890, a MD Papéis, vem investindo continuamente tanto em melhorias no seu parque industrial como também no desenvolvimento de seu pessoal.

MD moderniza fábrica para aumentar as exportações.

Este ano, por exemplo, com um investimento de US\$ 25 milhões, foi concluído o plano de modernização da sua máquina MP 8, que triplicou sua capacidade de produção de papéis decorativos. "Com esse passo, elevamos a capacidade de oferta deste produto, saltando de 9 mil toneladas/ano para 30 mil toneladas/ano. Essa nova capacidade representa 5% da capacidade instalada mundial", informa o diretor de negócios da empresa, Rubens Bambini Júnior. Segundo ele, até 2006, outros US\$ 25 milhões serão investidos na modernização e expansão da linha de produção de papéis tipo "glassine".

Além de garantir o abastecimento do mercado interno, a empresa visa expandir ainda mais suas exportações. Hoje, a empresa tem seus produtos exportados para mais de 40 países, com destaque para a Argentina, a Itália e o Chile, mantendo também negócios com os Estados Unidos, Ásia, Oriente Médio e Oceania. Em cinco anos, as exportações da empresa deverão significar 40% do faturamento anual (hoje, 25%), atingindo US\$ 50 milhões”, ressalta Bambini Júnior. O faturamento atual da empresa é de, aproximadamente, US\$ 100 milhões/ano.

Foto: arquivo Ripasa



A Ripasa S.A Celulose e Papel enfrentou o período de estagnação na economia apostando no futuro. Entre 2001 a 2003, investiu US\$ 250 milhões na ampliação da unidade Ripasa I, em Limeira, no interior de São Paulo, aumentando a produção de celulose em 46,8% e a de papel, em 33,6%.

O presidente da empresa, Osmar Elias Zogbi, atribui o cres-

No 23.º ENAEX - Encontro Nacional de Comércio Exterior -, realizado no final de novembro no Rio de Janeiro, a MD Papéis, representada pelo empresário Alípio José Gusmão dos Santos, presidente do Grupo Formitex, ao qual pertence a empresa, recebeu o prêmio “Destaque no Comércio Exterior”, na categoria “Pequeno e Médio Exportador”. Os premiados foram escolhidos por uma comissão julgadora formada por representantes de da AEB, APEX, CAMEX, CNI e CNC.

Ripasa expande a produção para acompanhar o crescimento do mercado.

cimento a um arrojado plano estratégico que contempla ações como o acompanhamento do crescimento do mercado, o aumento da capacidade de exportação e a inovação, com a oferta de novos produtos, com maior valor agregado, em consonância com um eficiente sistema de gestão empresarial.

“A primeira fase de expansão da Ripasa I pode ser comemorada com uma produção que já atingiu um volume acima do planejado e irá nos permitir conquistar novos mercados no exterior”, frisa Zogbi.

Os investimentos não param por aí. O segundo estágio do empreendimento Ripasa I terá início em 2004 e prevê um expressivo aumento de produção de celulose da empresa nos próximos anos.

A meta da Suzano é dobrar a produção em cinco anos.

Para a Companhia Suzano, a retração no mercado interno não implicou diminuição na produção. “O ano de 2003 foi um ano difícil, pois o mercado interno retraiu-se muito, especialmente neste segundo semestre; por outro lado, a qualidade dos nossos produtos nos permitiu direcionar boa parte de nossa produção para a exportação, em mercados tão exigentes como o norte-americano e o europeu”, afirma David Feffer, presidente da Suzano Holding.

Essa qualidade é fruto de uma política de investimentos que leva em consideração as peculiaridades do setor. Feffer explica que “a atividade industrial de papel e celulose exige uma visão de longo prazo, porque se trata de setor de capital intensivo que exige planejamento com antecedência de alguns anos”. E está otimista com relação ao futuro, pois acredita que “há bons e consistentes indicadores econômicos, apontando para o início do que pode ser um círculo virtuoso para nossa economia”.

Na sua opinião, “é fundamental que as taxas de juros cedam ainda mais e que as condições de financiamento para as empresas brasileiras sejam melhoradas, pois temos um dos custos de capital mais elevados do mundo, o que reduz o potencial das vantagens competitivas naturais do nosso País”.

A empresa pretende dobrar sua produção nos próximos cinco anos. Atualmente, a Suzano e a sua controlada, a Bahia Sul, têm, em conjunto, uma capacidade de produção de 1,185 milhão de toneladas de papel e celulose. A meta é elevar a capacidade para 2,3 milhões de toneladas ao ano, por meio de investimentos tanto na fábrica B da Suzano, localizada na cidade de Suzano, em São Paulo, quanto na controlada Bahia Sul.

A produção da unidade B deve ser aumentada em 100 mil toneladas anuais já a partir de dezembro, como resultado de investimentos em modernização que totalizarão US\$ 242 milhões até 2006. A unidade C, na mesma cidade, verá um crescimento de 43 mil toneladas, a partir de fevereiro de 2004. Ambos os projetos terão uma segunda fase de expansão.

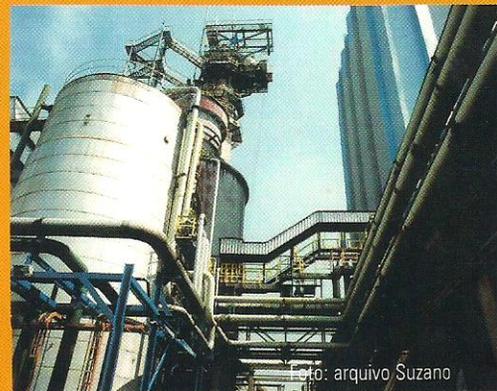


Foto: arquivo Suzano



Na Bahia, os investimentos somarão mais US\$ 1,2 bilhão. Dentro desse montante, estão incluídos a instalação de uma nova linha de produção e a compra e o plantio de florestas. Além disso, a Suzano está otimizando a produção nas instalações já existentes da fábrica de celulose, cuja

produção deve aumentar de 585 mil para 645 mil toneladas em 2006. Com a construção da nova fábrica, prevista para entrar em operação em 2007, a produção total atingirá 900 mil toneladas anuais de celulose.

Foto: arquivo Veracel



Foi lançada, em outubro, a pedra fundamental da fábrica de celulose da Veracel, na divisa dos municípios de Eunápolis e Belmonte, no extremo sul da Bahia. Os investimentos, em torno de US\$ 1,25 bilhão, permitirão atingir uma produção de 900 mil toneladas por ano de celulose branqueada de eucalipto, e gerar cerca de 22.000 empregos, entre diretos e indiretos, temporários e permanentes.

Veracel inicia construção de nova fábrica.

A futura fábrica de celulose branqueada de eucalipto terá a maior produção mundial numa única linha de produção em sua categoria. Será também uma das mais avançadas, tanto quanto à modernidade dos processos como quanto à adequação dos procedimentos ambientais aos mais altos padrões internacionais de exigência.

A Veracel Celulose S.A. é resultado de uma associação entre a Aracruz Celulose (a maior produtora mundial de celulose branqueada de eucalipto) e a Stora Enso (empresa sueco-finlandesa, maior produtora de papel do mundo). Localizada no sul do Estado da Bahia, a empresa conquistou, em junho, a certificação ISO 14001 para os processos de produção de mudas de eucalipto e espécies nativas da Mata Atlântica, bem como para a colheita e comercialização de toras de eucalipto cultivado.

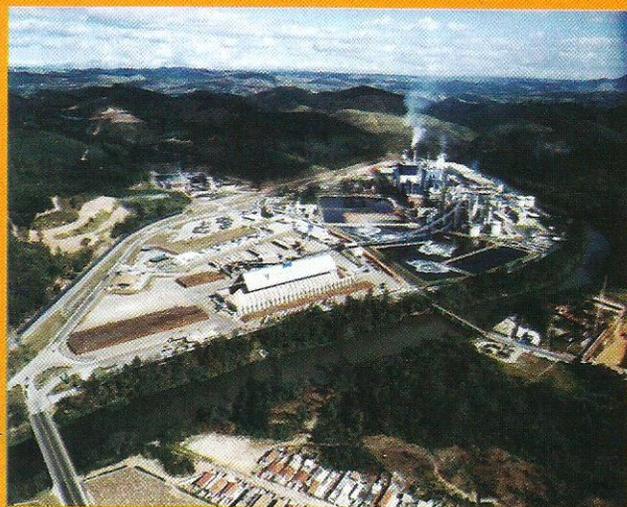
VCP aposta no mercado externo.

Já a partir de 2004, os recentes investimentos realizados pela VCP - Votorantim Celulose e Papel S.A. - devem apresentar resultados para a empresa. A demanda por celulose no mercado internacional está garantida pelas estimativas de crescimento da economia mundial - de 3% ao ano, em média -, mesmo com o crescimento da oferta de até três milhões de toneladas por ano, devido aos atuais projetos de ampliação em desenvolvimento em diversos países para os próximos anos.

A expansão fez a receita proveniente da venda de celulose crescer 102% só no terceiro trimestre de 2003. A quebra sucessiva de recordes de produção na Unidade Jacareí - no início de outubro, a produção diária chegou a 3.130 toneladas - mostra que a VCP atingiu seus objetivos.

Raul Calfat, Diretor-presidente da empresa, espera muito trabalho, mas confia em bons resultados até o final de 2005. "Teremos dois ótimos anos pela frente", afirma. A aposta no mercado externo é o diferencial das empresas do setor de celulose e papel, que têm tradição e experiência quando o assunto é a busca de alternativas para ampliar o mercado consumidor.

Foto: arquivo VCP



O Projeto de Expansão de Celulose na Unidade Jacareí representou um investimento total de US\$ 490 milhões, e permitirá à empresa ampliar suas vendas no mercado internacional, atingindo a marca de US\$ 500 milhões ao ano.

Para atingir a meta de transformar-se em uma das mais modernas produtoras de celulose do mundo, e para consolidar sua posição como importante player no mercado internacional, a VCP investe em modernização industrial (otimizações e expansão de produção de celulose em Jacareí) e na área florestal (implantação e manutenção de florestas).

nova lei normativa

EMBALAGENS PARA CADEIA DE HORTICULTURA



Fotos: CEAGESP

Entre as principais causas da perda de alimentos frescos no País, na movimentação do produto da lavoura até o mercado, estão as condições precárias das estradas, a falta de cuidado no manuseio do produto e, principalmente, o uso de embalagens inadequadas.

Um bom exemplo dessa situação é o caso do mamão Formosa. A fruta vem dos Estados da Bahia e do Espírito Santo, a granel, empilhada na carroceria de caminhões. Chegando à Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp), o produto é selecionado e embalado em uma caixa de madeira para poder ser comercializado. “Nesse processo, ocorrem perdas entre 10% e 20%: uma parte das frutas é vendida muito barato e a outra é jogada fora. O fruto colhido mais maduro, de melhor sabor, amassa na viagem”, explica a engenheira agrônoma e coordenadora do Centro de Qualidade em Horticultura da Ceagesp, Anita de Souza Dias Gutierrez.

Diariamente, são comercializadas na Ceagesp 10 mil toneladas de frutas, legumes e verduras, provenientes de mais de 1.400 municípios. Os negócios realizados por quatro mil permissionários (empresas que têm permissão para trabalhar

dentro do centro de abastecimento) somam R\$ 6 milhões/dia. “A horticultura brasileira tem um valor de produção de 15 bilhões de reais, superior ao valor da agricultura de grãos e oleaginosas no Brasil”, explica Anita Gutierrez.

Preocupados com a perda e a desvalorização dos produtos e certos de que a má qualidade da embalagem é um grande entrave à modernização do setor, os técnicos do maior entreposto atacadista de hortigranjeiros da América Latina, em parceria com as Câmaras Setoriais de Frutas e a de Hortaliças, da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, e a ABRACEN - Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento - encaminharam ao Ministério da Agricultura uma proposta que resultou em uma nova regulamentação para as embalagens de hortaliças e frutas frescas.

Nos últimos três anos, houve uma grande mudança nas exigências legais que atingiram a cadeia de produção de frutas e hortaliças frescas. Em janeiro de 2000, começou a vigorar a lei de rotulagem. Depois, em maio do mesmo ano, veio a exigência de certificado de classificação para as frutas e hortaliças frescas destinadas ao consumo humano. Em novembro de 2002, segundo Gutierrez, aconteceu uma mudança radical: foi elaborada a Instrução Normativa n.º 09/02, que entrou em vigor em maio deste ano.

Ela explica que a IN 09/02, elaborada pela Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo (SARC), pela Agência Nacional de Vigilância Sa-

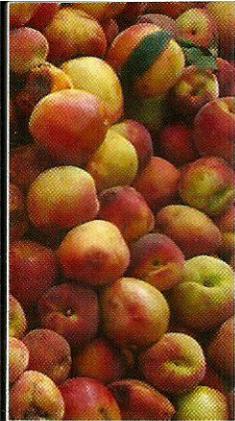
nitária (ANVISA) e pelo Instituto Nacional de Metrologia (Inmetro), regulamenta o acondicionamento, o manuseio e a comercialização dos produtos hortícolas *in natura*, em embalagens apropriadas, com o principal objetivo de permitir a modernização do setor e garantir a proteção, a conservação e a integridade dos produtos desde o produtor até o seu consumidor final.

Definição de padrões de qualidade

Em 1997, as Câmaras Setoriais de Frutas e Hortaliças constataram que dois problemas estavam impedindo o desenvolvimento do setor hortícola: a inexistência de padrões de qualidade e a má qualidade das embalagens.

As medidas internas das embalagens tipo K (para tomate) e M (para laranja), do Torito (para banana) e do engradado (para verduras) foram normatizadas pela portaria 127 do Ministério da Agricultura, substituída pela IN 09. “A portaria 127 surgiu para moralizar o mercado, uma vez que a unidade de comercialização era a caixa e não o peso do produto. Assim, a quantidade do produto era condicionada ao volume interno da caixa. Verificou-se também que as embalagens tradicionais de madeira do mercado, como a K e o engradado, ocasionavam os maiores danos ao produto, além de não serem higienizáveis”, explica o pesquisador do Setor de Embalagens e Logística da Ceagesp, Felipe Atoline Freire de Andrade.





De acordo com ele, a caixa K, que geralmente é vendida pelos "caixeiros" (comerciantes de caixotes), chega a ser reutilizada quase nove vezes. "Quando ela é nova, embala tomates. Depois, é utilizada para embalar tomate de menor qualidade, cenoura, abobrinha e berinjela. O seu último uso é para embalar mandioca, quando já não segura nem o prego. E ainda tem mais um agravante: a embalagem não é paletizável", lamenta.

"Até 1999, as embalagens de papelão ondulado - que têm diversas vantagens competitivas: propiciam bom acondicionamento, são descartáveis, suportam a umidade e as baixas temperaturas e possuem uma taxa de reciclagem que chega a 77,3% - não eram muito utilizadas dentro do mercado da Ceagesp", diz Andrade.

Segundo ele, o mercado de legumes sempre foi muito resistente a mudanças, mas um grande produtor abandonou a caixa K, investiu em classificação e começou a embalar com papelão ondulado, obtendo um excelente resultado financeiro. "Em três meses, uma parte expressiva dos produtores passou a adotar o mesmo método com sucesso. A mesma coisa aconteceu com quem produzia cenoura e alcachofra."

A ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado - tem empenhado esforços para orientar os seus 63 associados e os demais fabricantes de papelão ondulado para que todos cumpram às exigências governamentais. "Visamos oferecer ao usuário do nosso produto, embalagens adequadas para preservar a qualidade dos alimentos hortícolas até o consumidor final", diz o presidente da entidade, Paulo Sérgio Peres, acrescentando que o papelão ondulado é altamente

eficiente, "o que é comprovado pelo seu largo uso no mundo inteiro; todas as vantagens que ele oferece não podem ser negligenciadas por procedimentos inadequados".

Para se adequar às mudanças da nova lei e, principalmente, incentivar a reciclagem das embalagens de papelão ondulado, a Ceagesp criou o projeto "Reciclar para o Social", que gera fundos para a obra social "Nossa Turma" - um projeto voltado para as crianças carentes das favelas da região. A proposta é retirar a embalagem usada no mercado, comprando-a por um preço justo. O material arrecadado é vendido para um fabricante de papelão ondulado e o dinheiro destinado para a ONG.

Na opinião de Andrade, o segmento hortícola tem potencial para incrementar suas exportações. Mas, para isso, precisa ser mais competitivo, tra-



çar projetos para redução de perdas, implementar a cadeia de frio e capacitar seus operadores, investir em embalagens adequadas e em logística.

"Com a adoção da nova legislação pelas centrais de abastecimento de todo o Brasil, os produtores estarão a um passo da modernidade. Ao capacitar os produtores para atuarem de forma mais efetiva no mercado interno, cria-se um ambiente mais propício para investirem, com sucesso, na exportação de seus produtos," salienta o pesquisador.

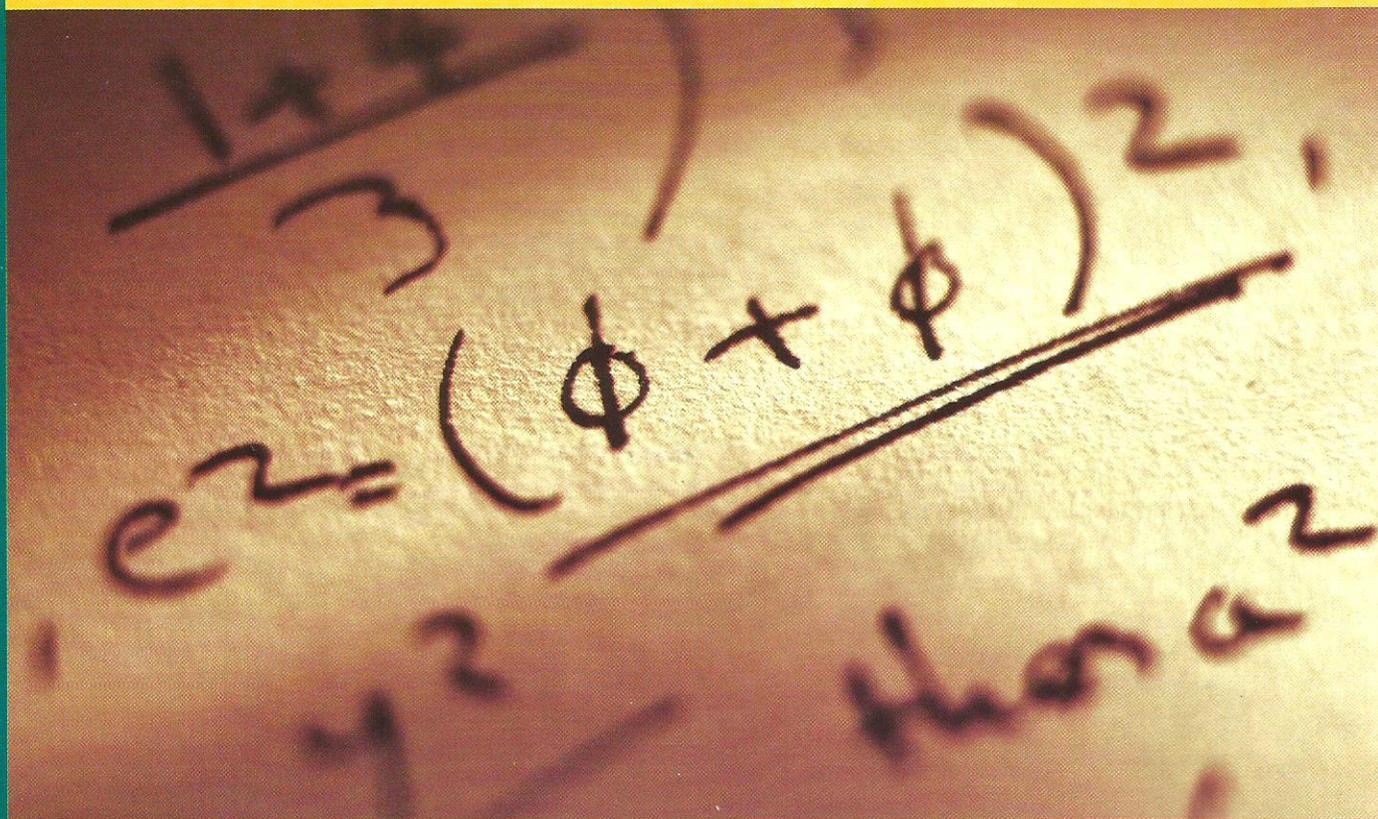
Principais pontos da Instrução Normativa:

- As embalagens devem ser paletizáveis, ou seja, submúltiplas da medida de 1 m x 1,20 m, seguindo a exigência do padrão brasileiro do palete, permitindo, assim, a utilização das cargas com facilidade e segurança no empilhamento. "Quando os comerciantes acordarem para a importância da paletização, a movimentação logística será otimizada e muito, reduzindo o tempo de carga e descarga, os impactos nos produtos e os custos dessas operações", diz o pesquisador Felipe Atolini Andrade, da Ceagesp.
- Se forem descartáveis, devem ser recicláveis ou permitir a incinerabilidade limpa. Caso sejam retornáveis, como as embalagens plásticas, devem ser higienizadas a cada uso.
- Por não poderem ser higienizadas, a reutilização da embalagem de madeira está proibida. "No momento, não se conhece métodos adequados de higienização para esse tipo de embalagem. O IPT está estudando o assunto", explica Anita Gutierrez.
- Toda embalagem terá de ser rotulada com a denominação de venda do produto, o nome do responsável, o endereço completo, a classificação, a data do embalamento e o peso líquido da embalagem. Em outubro, foi lançada a Campanha de Promoção e Adoção da Rotulagem, que estabelece um cronograma de produtos para exigência do rótulo e que conta com a participação das 12 Ceasas da CEAGESP, da de Campinas, da de Santo André e das de Minas Gerais.

Mais informações sobre a nova lei no site da **ABPO**: www.abpo.org.br ou na **CEAGESP** pelos telefones (11) 3643-3825/ 3643-3827/ 3643-3892.

NÃO EXISTE FÓ
PARA GAST
COM ENERGIA.
UMA FÓ

CONTRATOS PERSONALIZA



RMULA MÁGICA
AR MENOS
MAS EXISTE
RMULA.

DOS. A TRACTEBEL FAZ.

Cada empresa tem suas próprias necessidades. Principalmente no que se refere ao suprimento de energia elétrica. Pensando nisso, a Tractebel desenvolveu uma série de serviços para ajudar a sua empresa a otimizar o seu consumo de uma forma mais inteligente e econômica. Além de oferecer contratos personalizados e contar com uma equipe técnica altamente capacitada, a Tractebel faz serviços de monitoramento e também pode instalar e operar uma central de co-geração para atender às suas necessidades específicas. Tudo isso com a solidez de uma empresa que opera 7 mil MW no Brasil e 51 mil MW em todo o mundo. Tractebel Energia. A maior geradora privada de energia elétrica do Brasil.

Tractebel Energia

SVEZ

VOCÊ TEM A NOSSA FORÇA.

PAPIRUS: presente no mercado externo

Vanessa Cecília da Silva

Fotos: arquivo Papius

A Papius Indústria de Papel S.A. - a terceira maior fabricante nacional de papelcartão (*folding boxboard*) do País - nasceu em 1952, pelas mãos da família Ramenzoni. A ideia de atuar no setor papelero, no entanto, surgiu de modo curioso.

Perto da virada do século XIX, os Ramenzoni, vindos de Parma, cidade situada ao norte da Itália, imigraram para o Brasil em busca de oportunidades e de conquistas. E conseguiram. Em 1894, a família italiana inaugurou em São Paulo a Fábrica de Chapéus Dante Ramenzoni Ltda.

Com a dedicação e o árduo trabalho dos Ramenzoni, não demorou muito para a fábrica se transformar em uma indústria, passando a produzir em grande escala para a alta sociedade paulistana. Entusiasmados com o sucesso de vendas dos chapéus e a consolidação da empresa, ampliaram os negócios e investiram fortemente no segmento de confecções, passando a deter a marca das camisas Bantan, que mereceu destaque nas décadas de 50 e 60.

Passado mais de meio século da

sua inauguração, a indústria continuava a todo vapor. Porém, com o crescimento acentuado das encomendas, passou a faltar matéria-prima para fazer as embalagens dos chapéus e das camisas. Esse foi o principal motivo pelo qual, em 1952, os Ramenzoni entraram no ramo papelero, adquirindo uma indústria de papelcartão, na cidade de Cordeirópolis, localizada no interior de São Paulo.

Surpreendentemente, a produção excedente da fábrica, de alta qualidade, foi bem recebida pelo mercado. Era sinal de mais uma oportunidade para expandir os negócios, a definitiva.

No início dos anos 70, a família decidiu dedicar-se exclusivamente ao segmento papelero, que apresentava um

grande potencial de mercado. Venderam a indústria de chapéus e a confecção e logo deram andamento às obras da nova fábrica, em Limeira, a 130 km da capital paulista, hoje área total de 544.570 m² e construídas de 32.360 m². Assim nascia a Papius Indústria de Papel S.A.

Na década de 90, o grupo pas-

sou por uma reestruturação societária e, nesse período, investiu US\$ 15 milhões em modernos equipamentos e instalações. Atualmente, o controle acionário total está em poder de seu presidente, Dante Emílio Ramenzoni.

A Papius possui uma extensa linha de produtos, que engloba papelcartão, duplex, triplex e especial para congelados, cartelas blister e skin, atendendo os segmentos alimentício, de higiene e limpeza, o de cosmético, o farmacêutico e o eletrônico, entre outros.

Há cinco anos, a empresa vem investindo em modernização de gestão tecnológica. "Hoje, o produto reciclado tem reconhecimento no mundo todo. A Papius é a única produtora brasileira de reciclado presente na Europa", garante o superintendente da empresa, Antônio Cláudio Salce. Pioneira no desenvolvimento de tecnologia para a utilização de fibras recicladas, a empresa é uma das maiores consumidoras de aparas de todos os tipos e uma das principais exportadoras de papelcartão.

Em 2002, a produção de papelcartão no País alcançou 553 mil toneladas, um incremento de 10% em relação a 2001. A Papius detém 12,6% desse mercado - em 2002, empresa expediu 68 mil toneladas,



uma evolução de 3% sobre o total de 2001.

A Papyrus, que tem capacidade produtiva da ordem de 80 mil toneladas/ano, fornece papelcartão para todo o território nacional e exporta praticamente um terço de sua produção para países do Mercosul e de todos os continentes.

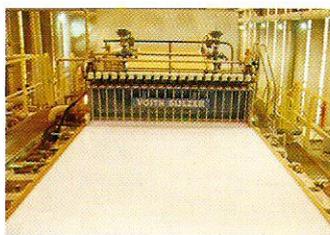
A exportação foi uma das alternativas encontradas pelas empresas do setor de papelcartão, nos últimos anos, para compensar a desaceleração do mercado nacional - as vendas externas, em 2002, chegaram a 100 mil toneladas, um crescimento de 14% sobre 2001. Desse total, a Papyrus exportou 12 mil toneladas, contra 9 mil toneladas. "Nosso objetivo, até o final deste ano, é mantermos equilibrada nossa participação no mercado doméstico e elevarmos a exportação para 30 mil toneladas", diz Salce.

A marca da empresa tem rodado uma boa parte do mundo. Hoje, por exemplo, a Papyrus é credenciada internacionalmente para fornecer papel duplex e triplex para diversas aplicações, como para a confecção de embalagens de alimentos, cosméticos, brinquedos, artigos de hi-

giene e limpeza e eletroeletrônicos, além de para encartes, capas de livros e cadernos e displays. "Tanto no mercado nacional como no internacional, o principal atrativo do papelcartão da Papyrus é a sua relação custo/benefício, pois, além do excelente resultado visual, apresenta também ótimo desempenho até nas mais modernas e velozes máquinas de impressão, acabamento e envase automático", explica o superintendente.

Investimentos e mercado externo

Em 2002, a empresa aperfeiçoou os processos produtivos e os sistemas de gestão, capacitação de pessoal e seleção de matérias-primas. "Esses investimentos surtiram bons resultados: um crescimento da produtividade que chegou a 11%", orgulha-se Salce, que destaca que "a Papyrus só utiliza recursos próprios". O endividamento é zero e, até o final deste ano, serão investidos US\$ 3 milhões na compra de novos equipamentos e na expansão e modernização da planta industrial.

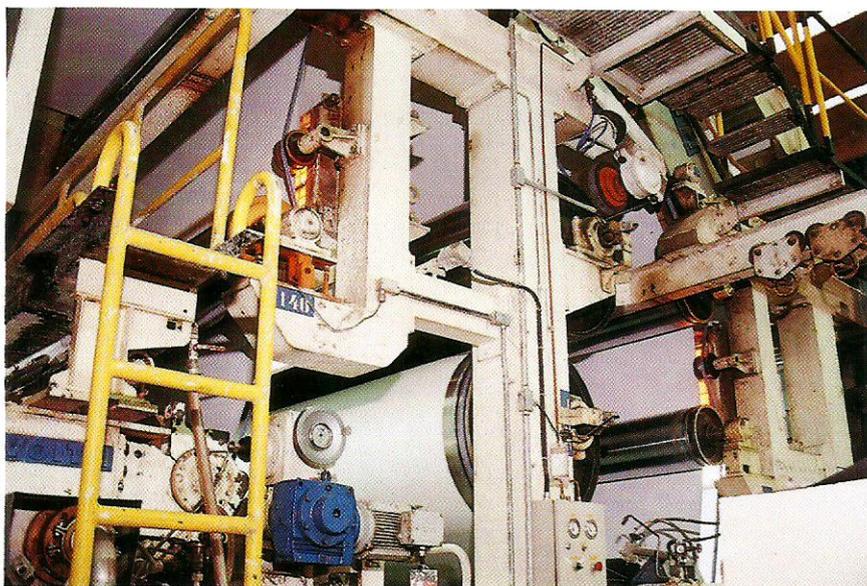


Hoje, a Papyrus detém a mais alta tecnologia em reciclagem de papéis, o que contribui significativamente para a redução do volume de papéis

descartados em aterros municipais, que gira em torno de 5 mil toneladas/mês. "As aparas de papéis recicláveis utilizadas provêm de um descarte seletivo em gráficas, editoras, escritórios, supermercados etc. Além disso, o processo de preparação da massa envolve tratamentos físicos, químicos e biológicos visando garantir a qualidade e segurança dos nossos produtos", explica Salce.

O ano de 2003 foi marcado por grandes mudanças no cenário econômico do País, que resultaram numa significativa retração de consumo. A Papyrus compensou as perdas no mercado doméstico com o incremento das exportações. "Soma-se a isso as ações de gestão e muita dedicação de nossa equipe e o resultado foi uma boa geração de caixa. Registre-se também, que em 2003 não efetuamos redução em nosso quadro de colaboradores".

Para o superintendente da empresa, as mudanças econômicas e políticas que aconteceram este ano e todos os indicadores apontam para uma significativa melhora em 2004. "Estamos otimistas, a ponto de já termos desengavetado os nossos projetos de expansão da capacidade produtiva. Continuaremos também a investir em treinamento, gestão e informatização do processo produtivo, visando ganhos de produtividade, melhoria da qualidade, rapidez nas informações e agilidade. Tudo isso focado nas necessidades dos nossos clientes".



Setor caminha para mais um ano de aumento na produção

O setor de papel e celulose caminha para fechar 2003 de forma positiva, apesar dos problemas enfrentados durante todo o ano, gerados pelas incertezas tanto políticas, com a votação das reformas da previdência e a tributária, quanto econômicas, com destaque para os juros altos.

O setor está atuando praticamente com toda a sua capacidade instalada - menos o de papelão ondulado - e projeta crescer, em média, 10% ao ano já a partir de 2004, com os investimentos já feitos e em andamento.

Celulose (em 1000 toneladas)	2002	2003 (previsão)	Variação
Produção:	8.011	9.000	12,3%
Importação:	373	380	1,9%
Exportação:	3.450	4.500	30,4%
Consumo aparente:	4.934	4.880	-1,1%

2003 - A produção brasileira de celulose deverá alcançar 9 milhões de toneladas e a de papel 7,9 milhões de toneladas, registrando um crescimento sobre 2002 de 12,3% e 1,6%, respectivamente.

O consumo aparente nacional de papel, em 2003, está previsto em 6,8 milhões de toneladas, com uma queda de 1,9% sobre 2002. Esse resultado prevê um consumo "per capita" de 38,2% hab./ano, inferior em 3,3% em relação aos 39,5 kg registrados em 2002.

Papel (em 1000 toneladas)	2002	2003 (previsão)	Variação
Produção:	7.774	7.900	1,6%
Importação:	560	500	-10,7%
Exportação:	1.455	1.650	13,4%
Consumo aparente:	6.879	6.750	-1,9%
Consumo per capita:	39,5	38,2	

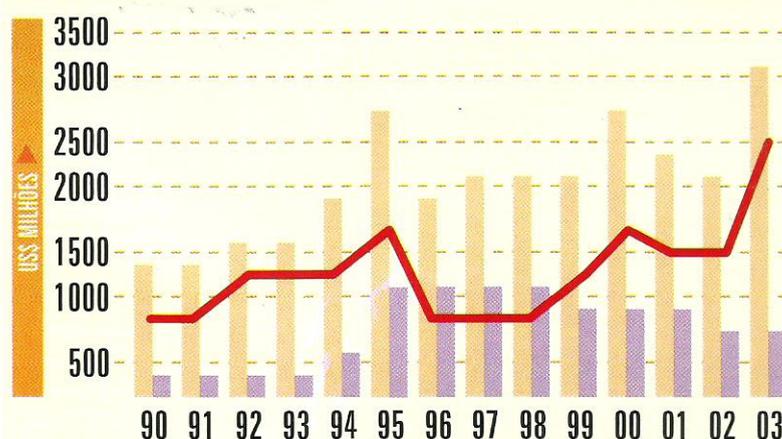
Papel (em 1000 toneladas)	2002	2003 (previsão)
Exportação:	2.056	3.100
Celulose:	1.161	2.100
Papel:	895	1.000
Importação:	593	600
Celulose:	171	150
Papel:	422	450
Saldo:	1.463	2.500
Celulose:	990	1.950
Papel:	473	550

Comércio exterior

Em 2003, o setor prevê exportações da ordem de US\$ 3,1 bilhões, com superávit projetado de US\$ 2,5 bilhões.

Em 2003, os principais mercados para celulose são a Europa, com 44% das nossas exportações, seguida da Ásia, com 28%, e da América do Norte, com 27%. Para papel, os principais mercados são América Latina, com 43%, seguida da Europa, com 21%, e da América do Norte, com 18%.

Balanco comercial do setor de celulose e papel - 1990 a 2003



Fonte: Bracelpa

P500 SEGUNDA FASE.

Foto: Renata Jayme

A LWARCEL CONTINUA CRESCENDO. PASSO A PASSO.

A **Lwarcel** entra na **segunda fase** de implementação do **P500**. A primeira fase foi concluída com êxito, atingindo 120 mil T/ano, **com uma fábrica mais moderna e eficiente**. Na nova etapa que se inicia a meta é elevar a produção para 210 mil T/ano, dando continuidade ao processo de **renovação tecnológica**. Por trás de todas essas mudanças o que permanece e se fortalece são os conceitos de **desenvolvimento sustentável e solidez empresarial**, que traduzem bem o perfil da **Lwarcel**.



ROD. MARECHAL RONDON, KM 303,5
LENÇÓIS PAULISTA
WWW.LWARCEL.COM.BR

Beatriz Duckur Bignardi

entusiasmo e determinação



As mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho. No Brasil é no resto do mundo, elas ganharam espaço até mesmo em redutos tipicamente masculinos, como os das linhas de montagem de metalúrgicas e indústrias.

Muitas mulheres atuam fortemente no setor de celulose e papel, reafirmando que o preconceito é coisa do passado. Esse é o caso da diretora financeiro-administrativa do Grupo Jandaia, Beatriz Duckur Bignardi, que trabalha há 18 anos na empresa de sua família. "Embora o meu trabalho seja interno, não sinto nenhuma dificuldade profissional em exercer o meu cargo pelo fato de ser mulher", afirma Beatriz.

O Grupo Jandaia, que existe há mais de 30 anos, está entre as três maiores indústrias caderneiras da América Latina. O grupo é composto pela Indústria Gráfica Jandaia (um dos principais fabricantes e exportadores brasileiros de cadernos), pelo Atacadão Jandaia (o braço comercial) e pela Gordinho Braune (a primeira empresa latino-americana a fabricar celulose).

A linha de produtos da Indústria Gráfica Jandaia é composta por mais de 380 itens, licenciados para o uso de marcas de sucesso entre o público infanto-juvenil, como Bob Esponja e Hulk, entre os adolescente, como Sexy Machine e Fluir, e as de campanhas nacionalmente famosas e consagradas como "Câncer de Mama no Alvo da Moda" e "Ação Criança".

Mesmo sendo um ano de mudanças econômicas no cenário brasileiro e mundial, o Grupo tem boas expectativas para fechar 2003. Parte dos esforços da empresa está dirigida às exportações, principalmente para o mercado norte-americano. Até o final do ano, as vendas externas devem contabilizar US\$ 12 milhões, registrando um crescimento de 50% em relação a 2002. "Isso representará 16% do faturamento geral do grupo e mais de 30 milhões de cadernos vendidos", diz a diretora. No mercado interno, o Grupo Jandaia prevê alcançar este ano R\$ 190 milhões, um incremento de 18% sobre o faturamento do ano passado.

Envolvida e comprometida com o profissionalismo da Jandaia, a engenheira química, antes de trabalhar no grupo de sua família, dirigido por seu pai José Bignardi Netto, enriqueceu seu currículo com experiência em outras empresas, além de ter trabalhado por oito meses na Finlândia. Admiradora das artes plásticas e da música, freqüentadora de museus, teatros e cinemas, Beatriz divide seus hobbies com seu marido e seus dois filhos.

C&P – Como foi o seu começo de carreira no setor?

Beatriz Duckur Bignardi – Logo que terminei a faculdade de engenharia química, em 1978, comecei a trabalhar numa empresa especializada em projetos para a indústria de celulose, a A. Araujo Engenharia e Montagens. Depois de um tempo, fui para a Jaakko Poyry Engenharia, na qual atuei durante alguns anos e que me enviou, em 1985, para trabalhar oito meses na Finlândia, aliás, uma experiência muito importante para minha carreira. Só depois de oito anos de formada e com bagagem profissional, decidi trabalhar na Gordinho Braune, onde fui por dez anos diretora industrial. Depois disso, assumi a diretoria administrativa do Grupo Jandaia.

C&P – Após a senhora decidir

seu novo rumo profissional, qual foi seu maior desafio?

Beatriz – Foi dosar, corretamente, o exercício do poder e o do bom senso; da técnica e do conhecimento; inverter os papéis, passando a ser chefe. Eu era jovem, com 29 anos, havia uma pressão interna da empresa para o exercício do poder e, para isso, precisava encontrar o equilíbrio.

C&P – Quais são as qualidades de seu pai, José Bignardi Netto, que a inspiram?

Beatriz – Meu pai é um empreendedor, qualidade esta que, para mim, é um talento nato e significa capacidade para vivenciar desafios. Além disso, ele é extremamente perseverante.

C&P – O que a Gordinho Braune prepara para os próximos anos?

Beatriz – Nosso objetivo é investir cada vez mais na área de reciclados, por isso, desenvolvemos uma técnica interna para utilizarmos fibras recicladas e investimos fortemente no marketing desses produtos. Temos planos para sermos integrados, desenvolvendo papéis na área de impressão, além de gerar papel base para fabricar papéis autocopiativos.

C&P – Quais são as linhas de reciclados da empresa?

Beatriz – Há mais de quatro anos, a Gordinho Braune criou a linha "Greenpeace", que é a principal ONG de ativistas ecológicos do mundo, com 26 anos de existência. Essa é uma linha, em especial, que eu aprecio muito. Os produtos que levam o nome do "Greenpeace" tem um fundamento, um porquê e uma sustentação, mas, infe-

lizmente, ainda não temos o retorno que nós gostaríamos, como a que temos com a "Câncer de Mama", por exemplo, que é uma marca com ampla divulgação nacional. O mercado de reciclados no Brasil tem que ser aculturado. Temos projetos para ampliar o consumo de fibras recicladas destinadas à fabricação dos nossos papéis. Em 2004, contaremos com o apoio do IRMV – Instituto Recicle Milhões de Vidas -, além de passarmos a fabricar folhas A4 da linha Eco Millennium. Investiremos, também, na linha de produtos convertidos, nos segmentos de cadernos, blocos e formulários.

C&P – A senhora é uma executiva que vive há 18 anos o dia-a-dia do setor papelero. Qual a sua maior dificuldade, como mulher, no ambiente de trabalho?

Beatriz – Sinceramente, não sinto nenhuma dificuldade, principalmente porque o meu trabalho é mais interno, embora eu deseje estar mais presente em encontros e reuniões com representantes do setor. Mesmo na faculdade de engenharia química, onde havia mais homens do que mulheres, não sofri nenhum preconceito. Hoje, sou diretora administrativa, responsável pelas áreas da tecnologia da informação e de controladoria financeira e nunca tive problemas. Acredito que, nos dias de hoje, o preconceito tenha diminuído, e muito, já que a mulher tem conquistado seu espaço no competitivo mercado de trabalho.

C&P – Na adolescência a senhora se imaginava trabalhando na empresa da família?

Beatriz – Naquela época, não pensava nem em trabalhar com a família nem em cursar engenharia. Gostava, e ainda gosto, de arte, museus, história e cinema; achei que fosse me empenhar em alguma dessas áreas. Mas, com o passar do tempo, acabei me identificando com a área técnica. Tra-

balhar na empresa não estava nos meus planos.

C&P – Quando a senhora decidiu trabalhar no Grupo?



Beatriz – Quando me casei, pensando em constituir uma família, senti necessidade de me consolidar profissionalmente, de um porto seguro. Além do mais, tive de enfrentar a realidade: eu era uma das herdeiras e tinha de contribuir para o crescimento dos negócios da família.

C&P – Seus irmãos também trabalham no Grupo?

Beatriz – Somos em três e todos nós atuamos na Jandaia. Eu, a primogênita, o Ricardo, que é diretor comercial, e o caçula, Ivan, diretor industrial, de marketing e de desenvolvimento de produtos das linhas escolar e escritório. Além de nós, trabalha também nosso primo Alexandre, que é diretor industrial da Gordinho Braune.

C&P – Quais são suas perspectivas para a empresa, considerando o cenário econômico mundial?

Beatriz – Acho que o segmento da educação, no qual atuamos, será o menos atingido, até como decorrência dos programas governamentais priorizando a educação. Portanto, nesse mercado, esperamos um aumento de 20% em relação ao faturamento de 2002. De modo geral, o mercado em que atuamos é altamente competitivo; por isso, o nosso objetivo é manter o plano de investimentos, voltado para a

fabricação de papel e artefatos com fibra reciclada.

C&P – A Jandaia investe em exportação?

Beatriz – Há mais de 10 anos, investimos no mercado externo. Até o final de 2003, o faturamento deve chegar a US\$ 12 milhões em exportações.

C&P – Como a senhora concilia vida profissional e pessoal?

Beatriz – Agora que os meus filhos já estão adolescentes, um pouco mais independentes, estou reservando um tempo para mim, estudando e me reciclando profissionalmente. Sem descuidar da minha família e da empresa, tenho buscado tempo para cuidar de mim, da minha saúde e do meu físico.

C&P – Quantos filhos a senhora tem?

Beatriz – Tenho dois. A Paula tem 14 anos, está na 8ª série, e o Thiago, com 16 anos, faz o curso técnico de Comércio Exterior.

C&P – O que a senhora faz no tempo livre?

Beatriz – Gosto de aproveitar para ficar com os meus filhos e o Flávio, meu marido. Aproveito para ler, ver um bom filme na TV ou no cinema, ir ao teatro e apreciar exposições.

C&P – Quem é a Beatriz?

Beatriz – Eu sou um ser humano que busca sempre melhorar. Se, em algum momento, cometo erros, paro e reflito sobre em que posso evoluir. Fico sempre atenta às relações humanas. Sou perseverante, detalhista e exigente.

C&P – Um defeito e uma qualidade.

Beatriz – Meu maior defeito é ser uma pessoa explosiva; a minha principal qualidade é a facilidade que tenho em renovar. Embora não seja muito ou-sada, não tenho medo de recomeçar.

ABTCP-TAPPI bate recorde de visitação



O ABTCP-TAPPI 2003 - 36.º Congresso e Exposição Internacional de Celulose e Papel -, realizado em outubro, em São Paulo, foi palco para apresentação das novas tendências mundiais do setor e sucesso de público. Mais de 12 mil visitantes passaram pelos 211 estandes instalados no Transamérica Expo Center. Em 2000, a ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel - promove o evento em parceria com a americana TAPPI - Technical Association of Pulp and Paper Industry -, a maior entidade técnica mundial do setor, repetindo em 2003 a parceria.

Este ano, o congresso, com o tema "Inovação: Soluções para o Setor - Avançando em direção ao futuro", atraiu mais de 1.800 congressistas. "Não há nenhuma dúvida que o otimismo do setor de papel e celulose, um setor competitivo e vencedor, contribuiu para o sucesso do evento. Mas isso não se deve apenas ao momento de intensas realizações no nosso segmento e das boas perspectivas. Conseguimos realizar um evento estado-da-arte, com excelentes palestras, mesas-redondas e sessões técnicas no congresso técnico", ressalta o presidente da ABTCP, Celso Foelkel.

O evento superou todas as expectativas da Associação. "A exposição foi significativamente melhorada pelo novo pavilhão, apresentando um nível de qualidade comparável às melhores do mundo no setor, e um grande sucesso de público. O somatório de todas as realizações foi altamente favorável, pois conseguimos agregar valor aos nossos clientes e associados, contribuimos para o desenvolvimento tecnológico do setor e do País e semeamos o tradicional relacionamento entre todos, o que tem sido uma das maiores atrações desse nosso evento", disse Folkel.

Para o presidente da Associação, o "desenvolvimento da tecnologia e o permanente relacionamento entre os técnicos têm sido as forças motrizes para o crescimento da ABTCP e, este ano, conseguimos nossos propósitos e alcançamos registros históricos".

Do programa deste ano, constaram palestras sobre Inovações Tecnológicas e sobre Oportunidades no Setor. Nas mesas-redondas, discutiu-se o futuro da fibra longa no Brasil; caustificação; osmose reversa; automação dos procedimentos de pa-

radas de emergências das caldeiras de recuperação; *troubleshooting* associado ao revestimento e ao acabamento; atendimento às expectativas da indústria gráfica; acidentes ambientais: o impacto no setor de celulose e papel; estratégias de alavancagem do capital intelectual nas empresas de papel e celulose; gestão da pesquisa e desenvolvimento no setor de celulose e papel. Matérias-Primas Fibrosas e Cozimento; Branqueamento; Papel e Cartão; Recuperação e Utilidades; Meio Ambiente; Controle de Processo; Engenharia e Manutenção, Sistemas Integrados de Gestão foram os temas das sessões técnicas.

Com os bons resultados da ABTCP-TAPPI 2003, os organizadores do evento já se anteciparam para 2004 e agendaram a 37ª edição para os dias de 18 a 21 de outubro, no Transamérica Expo Center.



câncer de próstata

Vanessa Cecília da Silva

Detecção precoce é o melhor remédio

Apesar dos avanços da medicina e dos novos tratamentos, o câncer de próstata, que há 20 anos era desconhecido pela grande maioria da população - naquela época, geralmente, a doença era descoberta em estágio avançado, sem chances de cura -, hoje ainda assusta.

Embora tenha diminuído o preconceito masculino em relação ao exame de toque, o mais eficaz para a detecção precoce do problema, segundo as estimativas do Instituto Nacional de Câncer (INCA), em 2002, surgiram 25.600 casos da doença no Brasil, o que resultou em 7.870 mortes. Até o final deste ano, deverão ocorrer 35.240 novos casos.

Essa é a segunda maior causa de óbitos por câncer entre os homens brasileiros, representando 11,71% do total. Fica atrás, apenas, do câncer de pele não-melanoma, que, segundo as estimativas do INCA, no ano passado, apresentou 31.440 incidências.

Em taxa de mortalidade, o câncer de próstata aparece como o quarto mais mortal - o primeiro é o de pulmão, seguindo pelo de estômago e o de mama feminina. "A detecção precoce é o método mais eficaz para a cura da doença", alertam os urologistas do Hospital e Maternidade Sepaco, Carlos Alberto Lenzi e José Pontes Júnior.

A próstata é uma glândula que só o homem possui e está localizada na parte baixa do abdômen. É um órgão pequeno, com o formato de uma castanha, situado logo abaixo

da bexiga e adiante do reto. A próstata envolve a porção inicial da uretra, um tubo pelo qual a urina, armazenada na bexiga, é eliminada. "É ela que gera parte do sêmen, líquido espesso que contém os espermatozoides, produzido pelos testículos", explica Pontes. Alterações no volume da próstata podem ser conseqüência tanto de patologias malignas - cânceres - como de patologias benignas, como prostatites e hiperplasia benigna da próstata.

Os sintomas mais comuns da doença em estado avançado são: urinar freqüentemente à noite, urinar com dificuldade, jato fraco e sangue na urina. "É importante ressaltar que, no início do câncer de próstata, que é a fase em que é possível a cura, na grande maioria das vezes, os pacientes não apresentam nenhum sintoma. É preciso ficar atento, pois os principais sintomas da doença também estão presentes no aumento benigno da próstata, a hiperplasia benigna de próstata, que é uma doença mais comum que o câncer de próstata. Daí a importância de consultar um urologista", lembra Pontes.

As principais armas contra esse mal, que atinge um em cada seis homens, sem dúvida, são os exames periódicos. Estes devem ser realizados mesmo que não existam sintomas, para que o câncer possa ser

detectado precocemente, levando, assim, a um diagnóstico preciso para o tratamento e cura.

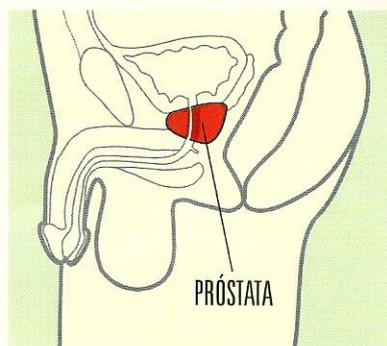
"Alguns fatores indicam uma maior chance de vir a desenvolver o tumor, como ter idade avançada, ter história familiar - por exemplo, pai ou irmão que tiveram a doença (o que eleva o risco três vezes mais) -, ser da raça negra e ter uma dieta rica em gordura animal", esclarece Lenzi.

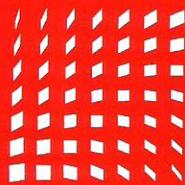
A partir dos 45 anos, os homens devem submeter-se, anualmente,

ao toque retal e a um exame de sangue chamado PSA (Antígeno Prostático Específico), que, juntos, podem diagnosticar 80% dos casos. Se o urologista julgar necessário, solicitará a ultra-sonografia

trans-retal da próstata e a biópsia. Se constatado o câncer, o paciente passará, de acordo com o estágio da doença, por cirurgia, radioterapia ou até quimioterapia e hormonioterapia.

"A cultura está mudando. Os homens diminuíram o preconceito e encontram-se, hoje, mais conscientizados sobre esse problema. A procura por um especialista já é encarada com mais naturalidade, o que, felizmente, gera uma maior chance de cura para esse tipo de tumor", conclui Pontes.





one world - one **drupa**

print media messe

world market print
media, publishing &
converting

düsseldorf, germany
06.-19.05.2004

Única. Como nenhuma outra feira no mundo, a drupa 2004 reúne todas as áreas da indústria gráfica e da comunicação visual. Desde a pré-impressão, as tecnologias inovadoras e comprovadas, a transformação gráfica e do papel até à produção de meios de embalar - seja bem vindo à cimeira nº 1 do sector - seja bem vindo à drupa 2004 em Düsseldorf.

www.drupa.com

MDK Feiras Internacionais
R. Barão do Triunfo, 520
- 7º. andar - conj. 71
04602-002 São Paulo - SP
Tel +11/55 35 47 99
Fax +11/50 93 60 41
mdkfeira@terra.com.br


Messe
Düsseldorf

notas

Fome Zero e Bracelpa



A formação de um grupo de trabalho para estudar novas formas de incentivar a reciclagem no setor e de ampliar o trabalho de coleta de aparas foi a proposta apresentada pela Bracelpa aos representantes do Programa Fome Zero, em outubro.

A atividade dos catadores é considerada essencial para o êxito dos programas de reciclagem nas principais capitais do País. Daí o interesse das empresas de papel e celulose em ampliar e organizar esse mercado de trabalho, uma maneira também de colaborar na geração de empregos. Várias empresas do setor já têm parceria com cooperativas de catadores de papel.

O setor já processa 41% do consumo aparente de papel, o que representa mais de 3 milhões de toneladas de papéis recicláveis e coloca o Brasil de acordo com os padrões mundiais de reciclagem, além de contribuir para a preservação e a conservação do meio ambiente. Atualmente, dos 177 grupos industriais fabricantes de papel no Brasil, 128 são empresas nas quais os papéis recicláveis representam mais de 50% do total de matérias-primas fibrosas consumidas na produção.

Aracruz Celulose é destaque nacional em tecnologia da informação em 2003

A Aracruz Celulose foi eleita pela Informationweek Brasil - revista especializada em tecnologia da informação e telecomunicações - a empresa mais inovadora no setor de papel e celulose em 2003. No estudo, divulgado no início de outubro, em São Paulo, a Aracruz classificou-se em quinto lugar no ranking geral das empresas do País.

É a segunda vez consecutiva que a Aracruz é reconhecida pela revista como a mais inovadora em tecnologia da informação (TI).

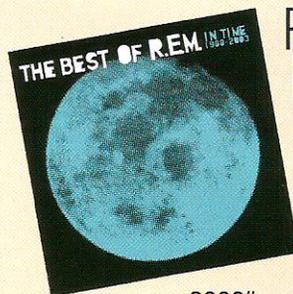
De acordo com a Informationweek, este ano, duas tendências associadas à TI no ramo dos negócios têm se sobressaído: a criação de bancos de dados e a implementação de sistemas de métricas de negócios, com relevo para a metodologia de indicadores balanceados (*balanced scorecards*) para a gestão estratégica. A Aracruz foi destaque justamente nos indicadores balanceados.

No final de agosto, a empresa concluiu a implementação da solução do SAP para apoio à gestão estratégica, num sistema que demandou investimentos de US\$ 400 mil. "Esse resultado representa o reconhecimento do trabalho de toda a equipe e também mostra o quanto estamos alinhados com as estratégias da empresa e o uso da tecnologia disponível", observou o gerente de Informática da Aracruz, Mário Dobal.

Mudanças na Norske Skog e na VCP em 2004

A partir de 1º de janeiro de 2004, Jan Oksum será o novo CEO da Norske Skog, substituindo Jan Reinås, que é o CEO desde 1994. Oksum está na empresa desde 1979, sempre ocupando importantes posições. Possui ampla experiência internacional e hoje é o presidente do Conselho da Norske Skog Canadá e membro do Conselho da PanAsia Paper Co. Pte. Ltd. em Singapura e da Malaysian Newsprint Industries SDN BHD. Esteve envolvido com a construção das operações da Norske Skog na França desde 1989 e foi o diretor gerente dessa operação entre 1994 e 1996. Desde 2000, ocupa o cargo de CEO Adjunto, responsável pela área de Estratégia e Desenvolvimento de Negócios da Norske Skog e comandou as aquisições de empresas e suas integrações com as operações existentes.

No dia 5 de janeiro, Raul Calfat, atual Diretor-presidente da VCP, assume a nova Diretoria Geral Corporativa. Para o lugar dele, foi contratado José Luciano Duarte Penido, que vem da Samarco Mineração S.A. Na Votorantim há 11 anos, Calfat participou do processo de crescimento e consolidação da área de papel e celulose do Grupo, contribuindo para a internacionalização mercadológica e financeira. Recentemente, colaborou com a organização da nova estrutura corporativa da Votorantim Participações.

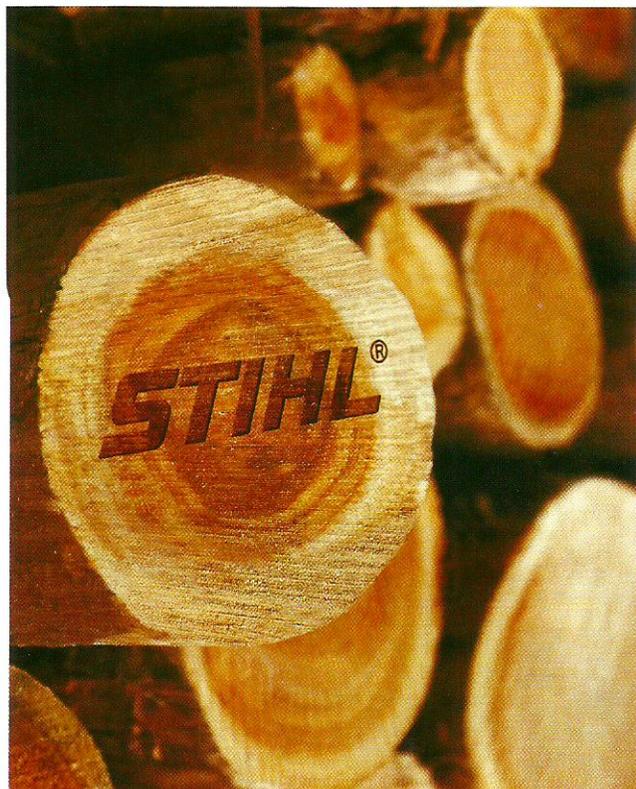


Papel Reciclado chega às lojas, mas em CDs

A Cia Suzano de Papel e Celulose está por trás de um dos mais novos lançamentos da Warner Music: o "In Time: The Best of R.E.M. 1988 – 2003", compilação dos sucessos mais conhecidos da banda norte-americana. Todo o material gráfico da tiragem de 80 mil CDs foi impresso em Reciclado. A escolha do tipo de papel partiu da própria banda, que exigiu que a capa do CD, no mundo inteiro, fosse feita a partir de material reciclado.

O Reciclado apresenta excelente resultado de impressão e pode ser utilizado na confecção dos mais diferentes materiais: manuais, publicações editoriais, agendas, convites, envelopes, cartões, cadernos, livros e em muitos outros produtos.

Este é o primeiro papel 100% reciclado produzido em escala industrial, em formato *cut to size*. Está disponível nas versões A4 e carta, com gramatura 75 g/m², em embalagem contendo 500 folhas.



Motosserras Stihl. A marca da produtividade.



Stihl é a marca aprovada e recomendada por profissionais. Desempenho e

Têm fácil reposição de peças e assistência técnica garantida em revendas especializadas. Quem quer produtividade vai de Stihl. Há 30 anos a marca de confiança dos profissionais.

alta performance em produtos voltados para o trabalho pesado. São equipamentos robustos e potentes, com inovações tecnológicas que permitem uma produtividade acima da média.



Andreas Stihl Moto-Serras Ltda.
www.stihl.com.br

0800 707 5001

STIHL®

Faber-Castell oferece lápis com selo ambiental

Os novos lápis produzidos pela Divisão de Produtos Personalizados da Faber-Castell agora contam com um selo garantia, confirmando que o produto é feito com madeira certificada, que não agride o meio ambiente. O lançamento confirma a política da companhia voltada para o desenvolvimento de produtos com qualidade e respeito ao meio ambiente.

A Faber-Castell possui cerca de 10.000 hectares de parques florestais, onde são plantadas árvores de *pinus* para a produção de seus lápis e mantém vários projetos ecológicos, como o Arboris, o Animlis e o ECOMunidade.

Os lápis personalizados com o selo do FSC são produzidos com madeira proveniente dessas plantações, localizadas na cidade de Prata (MG), que receberam, em 1999, a certificação do FSC (Forest Stewardship Council), atestando que o plantio é manejado de forma ecologicamente correta, socialmente justa e economicamente viável.

NOVO SITE

O Grupo Cubatão, que há mais de 45 anos desenvolve produtos para tratamento de água, com destaque para sua atuação no segmento de papel e celulose, lança o site www.iqc.com.br. Nele, os internautas poderão conhecer a história da indústria, aplicação segura de seus produtos como o sulfato de alumínio e o Quelan, e sua renomada tecnologia.



Papel Copimax com novas embalagens

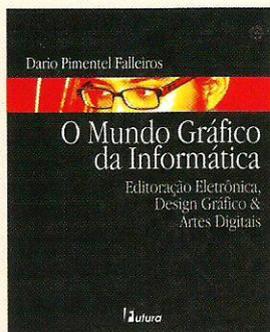
A Votorantim Celulose e Papel (VCP) mudou as embalagens do Copimax, papel reprográfico para impressoras e copadoras: a cor branca das embalagens de 75 e 90 gramas foi substituída, respectivamente, pelas cores verde e azul. No desenvolvimento e no lançamento, a VCP investiu R\$ 500 mil.

As novas embalagens, que têm forte impacto visual, permitem reconhecer facilmente os dois tipos de papéis, que atendem diferentes segmentos de consumo – do grande público ao setor corporativo. Também fazem parte de uma estratégia de alinhamento da comunicação global da empresa, tanto no mercado interno quanto externo.

A VCP, através de lançamentos de produtos de mais valor agregado e novos papéis, ampliou sua receita geral de venda de papel em 17% no ano passado. Os papéis reprográficos apresentaram um aumento de 20% na receita e de 3% em volume de vendas. A linha Copimax representa 30% das vendas.

Editoração eletrônica chega às livrarias

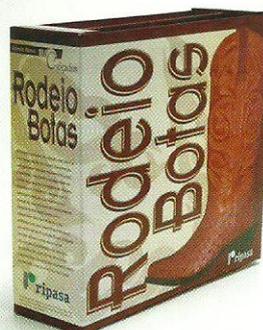
"O mundo Gráfico da Informática - Editoração Eletrônica, Design Gráfico e Artes Digitais", livro de Dario Pimentel Falleiros, lançado pela Editora Futura, explora o universo da computação gráfica, seus recursos e desafios, utilizando uma linguagem direta, simples e leve. A obra abrange assuntos variados, de interesse não só para quem atua na área mas também para quem contrata esse tipo de serviço. Traz sugestões de parâmetros de preços cobrados ao cliente e glossário de termos técnicos.



"O mundo gráfico da informática - editoração eletrônica, design gráfico e artes digitais", de Dario Pimentel Falleiros. Editora Futura, 2003

Ripasa lança embalagens diferenciadas

A Ripasa Celulose e Papel está lançando o projeto Coleção Ripasa Calçados, uma série de embalagens com designs diferenciados. A idéia é valorizar a embalagem, possibilitando seu uso como ferramenta de comunicação.



Na primeira fase do projeto foram desenvolvidas onze embalagens, entre elas:

Embalagem Rodeio - para embalar botas, traz alças embutidas que facilitam o transporte.

Embalagem Caminhãozinho - para calçado infantil masculino; também tem alça para transporte e se transforma em um divertido brinquedo.

Embalagem Casinha de Bonecas - para calçados infantis femininos. A embalagem vem fechada por travas que facilitam seu transportes e empilhamento; soltando se as travas, transforma-se numa casinha de bonecas que pode ser transportada pela alça; as portas e janelas são pré picotados.

Esse projeto foi realizado em parceria com clientes gráficos da Ripasa. As artes e as facas estão disponíveis para clientes e especificadoras.





Papéis Melhoramentos, uma marca ecologicamente correta.

A Melhoramentos Papéis fez recentemente uma grande mudança nas embalagens de toda sua linha (papel higiênico Fofuro e Sublime, toalhas de papel Kitchen, guardanapos Lips e Kitchen e lenços de papel Softy's), apresentando um novo conceito de identificação de seus produtos. A marca Melhoramentos agora aparece impressa em tamanho maior na embalagem, bem como o selo que caracteriza os seus produtos como ecologicamente corretos - eles são produzidos com fibras 100% naturais, de áreas de reflorestamento.

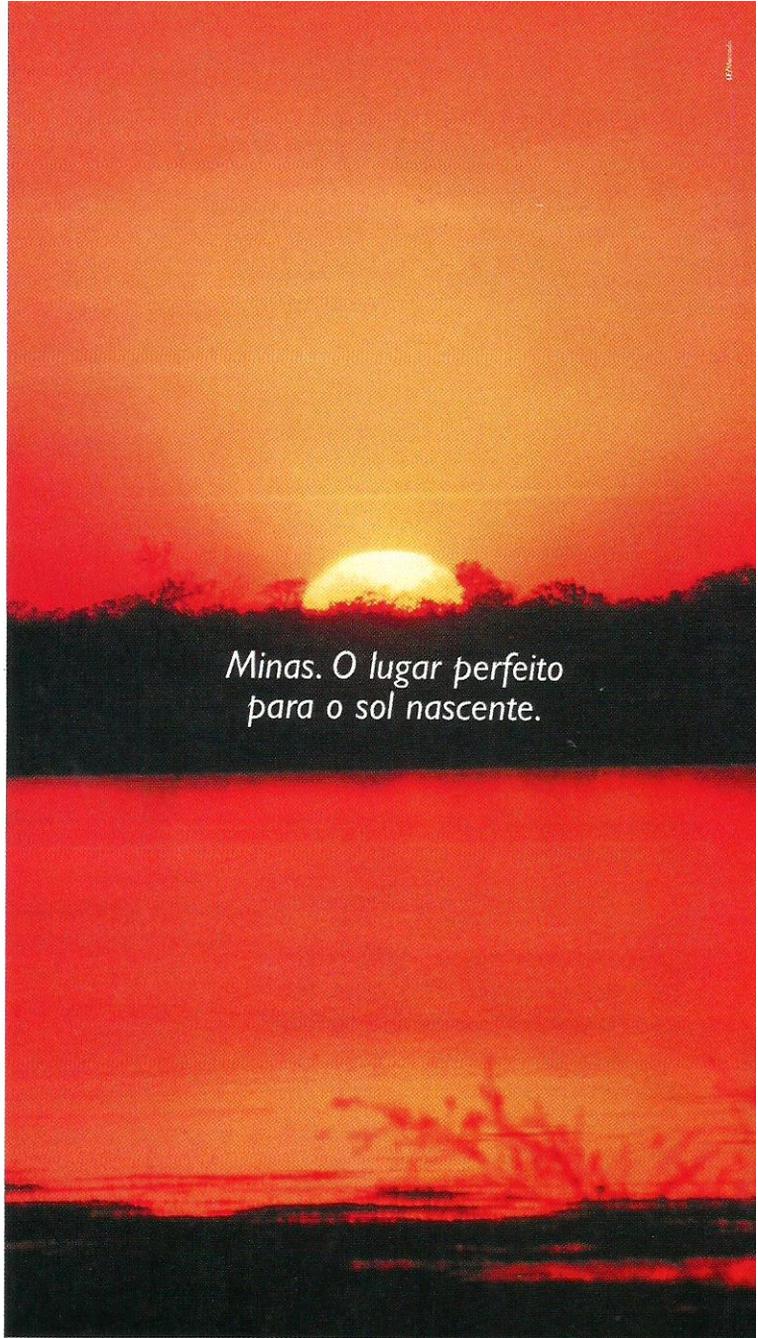


Papelão ondulado mantém em outubro crescimento dos últimos meses

As vendas do setor de papelão ondulado - produto utilizado na fabricação de embalagens e, por isso, um dos termômetros da economia - cresceram 7,5% em outubro, comparado ao mês de setembro, totalizando 177 mil toneladas (no mês anterior foram de 164,2 mil toneladas). Os dados são da ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado.

Esse é o quarto mês consecutivo em que o setor apresenta crescimento. Mas, apesar da retomada, no acumulado do ano, as vendas estão 14% abaixo das registradas em igual período de 2002.

De acordo com a ABPO, a expedição total de papelão ondulado, de janeiro a outubro, somou 1.551 mil toneladas contra 1.804 mil toneladas em 2002. "O setor de papelão ondulado está refletindo, nestes últimos meses, a boa fase da economia", diz o presidente da ABPO, Paulo Sérgio Peres. Ele lamenta apenas que "a recuperação atual e as boas previsões para o final do ano não serão suficientes para cobrir as perdas acumuladas. Encerraremos 2003 com vendas bem menores que as do ano passado".

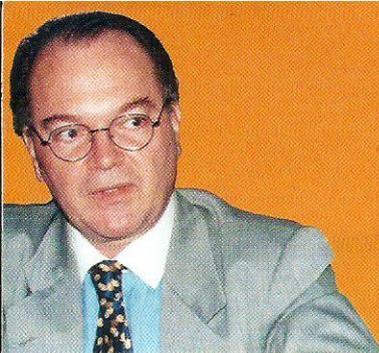


Minas. O lugar perfeito para o sol nascente.

CENIBRA - 30 anos de compromisso com o desenvolvimento.

A CENIBRA, uma das maiores produtoras de celulose do país, nasceu de uma parceria nipo-brasileira e iniciou suas operações como uma indústria de base florestal. Desde então, não parou de investir, sobretudo, no homem, por meio de vários projetos socioambientais nas comunidades em que está presente. Em 2003, recebeu o prêmio "Melhor Empresa do Setor de Celulose e Papel" pela revista Exame, onde consultores da USP avaliaram critérios como Crescimento das Vendas, Investimentos em Imobilizado, Liderança de Mercado, Liquidez Corrente, Rentabilidade do Patrimônio e Riqueza Criada por Empregado. Essa premiação vem como um incentivo para a continuidade do trabalho desenvolvido e que faz da CENIBRA um verdadeiro patrimônio de Minas.





Papel Social

Mário Leonel*

A Bracelpa vem procurando colaborar com o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em vários dos seus projetos sociais, por entender que esses movimentos, partindo da autoridade máxima da Nação, caracterizam-se por um valor superior: eles expressam forte vontade política de erradicar da nossa sociedade problemas que há muito tempo a maculam.

Um desses programas é o Fome Zero, em cujo espírito se enquadram as diversas ações sociais que as indústrias do setor empreendem, há muitos anos, em benefício das comunidades de seu entorno.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e a Associação de Apoio às Políticas de Segurança Alimentar (Apoio Fome Zero), em parceria com a Assessoria Especial do Presidente da República e com o suporte da Confederação Nacional do Comércio, lançaram em outubro, em Brasília, a publicação Segurança Alimentar: a contribuição das entidades empresariais.

A publicação reúne informações essenciais sobre fome e segurança alimentar, a respeito de iniciativas bem-sucedidas, desenvolvidas por entidades empresariais de diferentes setores da economia, e propostas de ação para o empresariado brasileiro e as entidades que o representam. Trata-se de mais uma contribuição para o conjunto de ações prioritárias do governo em sua missão de incluir socialmente uma significativa parcela de brasileiros.

A Bracelpa, como representante do setor no Programa Fome Zero, participa do esforço empreendido pelo governo e pelos diferentes segmentos da sociedade civil em prol do desenvolvimento social. Nossas associadas colaboram diretamente com o Programa, fornecendo o papel utilizado na produção de publicações, cartilhas e folhetos, que ajudam a divulgar e orientar

todos os segmentos da sociedade que desejem participar do trabalho coordenado por Frei Betto, assessor especial do Presidente da República.

Comprometida com a forte vontade política do governo Lula em erradicar de nossa sociedade graves problemas sociais, a Bracelpa é também uma das patrocinadoras de outro importante programa social do governo: a campanha nacional de combate à prostituição infantil. A campanha, uma iniciativa conjunta da Organização Internacional do Trabalho e do Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil, pretende mobilizar toda a sociedade na luta contra essa que é uma das mais cruéis formas de violência contra crianças e adolescentes. O apoio das empresas do setor de papel e celulose, mediante a doação de papel, possibilitou a confecção, em parceria com a Abigraf, de 500 mil cartazes e 50 mil cartilhas-folheto, que estão sendo distribuídos por todo o Brasil.

A Bracelpa e suas empresas associadas sentem-se honradas em participar, por meio de ações efetivas, de iniciativas que traduzem o compromisso com as mais legítimas aspirações do País: a redução das desigualdades e a promoção da justiça social. Mais do que isso, sabemos que sem a efetiva participação de todos os setores não poderemos — cidadãos, sociedade e governo — concluir com êxito o desafio de tornar o Brasil um País mais justo e solidário.

No Brasil, ao contrário do que ocorre em países de maior grau de desenvolvimento, as empresas privadas têm também o dever de participar ativamente na indução do desenvolvimento social, além de desempenhar importante papel no crescimento econômico. Essa função social é ainda mais acentuada na indústria de celulose e papel, porque nossas instalações industriais e áreas florestais estão situadas em locais distantes dos grandes

centros urbanos. Por essa razão nossas empresas necessitam realizar substancial investimento em favor do bem-estar social e da infra-estrutura das comunidades onde atuamos.

O setor — que proporciona 100 mil empregos diretos e milhares de empregos indiretos — está presente com unidades industriais e plantações em 450 municípios de 16 Estados, nas cinco regiões brasileiras. Devido a essa característica, colabora para a redução do desequilíbrio no desenvolvimento regional, gerando também substanciais divisas para o País, além de elevada receita tributária.

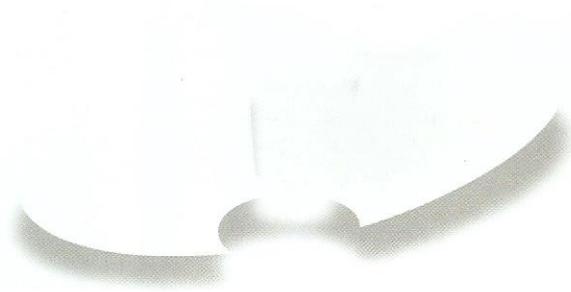
Na esfera social, os investimentos do setor ao longo dos anos ajudam também a viabilizar e beneficiar programas comunitários de vários tipos, como educação e cultura, plantios comunitários, saneamento, esportes e lazer, apoio à saúde e educação ambiental.

Para consolidar todo o trabalho que as empresas do setor vêm realizando nesse campo social, acaba de ser concluído um amplo levantamento, que resultou em alentado compêndio que reúne uma variedade de ações em benefício das comunidades e que proporciona visibilidade ao intenso — e nem sempre conhecido — papel social do setor.

O setor de celulose e papel entende que sua missão empresarial ultrapassa as fronteiras econômicas do negócio, que, em si mesmo, resulta em milhares de empregos diretos e indiretos, volumosa receita tributária e bilhões de dólares em divisas.

De sua missão empresarial, o setor também se desincumbe ao se constituir em importante agente do desenvolvimento social, por sua característica de capilaridade produtiva e pelos numerosos benefícios que as empresas que o integram proporcionam à população das comunidades e às centenas de milhares de pessoas que delas dependem direta ou indiretamente.

Lastreia-se essa missão na convicção de que não se desenvolverá o País como um todo se não atentarmos para as necessidades das sociedades e dos seres humanos que a compõem.



Interjob: transformando papel em idéias.

PROPAGANDA PROMOÇÃO MARKETING DIRETO MARKETING EDITORIAL INTERNET DESIGN



(11)4432-2018 - www.interjob.com.br - interjob@interjob.com.br



P A P E L

**DEKOR
PRINT**

**PARA IMPRIMIR
COM FIDELIDADE
OS DESENHOS
E TEXTURAS
DA NATUREZA**



O acelerado desenvolvimento dos materiais laminados impressos requer cada vez mais alta performance e printabilidade dos papéis decorativos base para impressão. Alta fidelidade de cores e desenhos é o ponto-chave para o sucesso.

A linha Dekorprint da MD Papéis, produzida na recém-inaugurada Máquina de Papel 8, é a resposta tecnológica a essa demanda de mercado.



MD
MD PAPÉIS
MAIS QUE PAPÉIS. SOLUÇÕES

Tel.: ++55 (11) 4441-7800 Fax: ++55 (11) 4605-2195
www.mdpapeis.com.br