

o papel®

REVISTA MENSAL DE TECNOLOGIA EM CELULOSE E PAPEL - ANO LXX Nº 01 JANEIRO 2009
MONTHLY MAGAZINE OF PULP AND PAPER TECHNOLOGIES - YEAR LXX, NO.01, JANUARY 2009

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Empresas vencedoras do prêmio
Destques do Setor 2008 falam
sobre seus planos e estratégias
para crescer no mercado

STRATEGIC PLANNING

Companies that received the
2008 Highlights of the Sector
award talk about their plans and
strategies to grow in the market

MERCADO — APESAR DA CRISE MUNDIAL, O SETOR CONSEGUIU
ALCANÇAR A POSIÇÃO DE QUARTO MAIOR PRODUTOR MUNDIAL DE CELULOSE

MARKET — DESPITE THE GLOBAL CRISIS, THE SECTOR
STILL BECAME THE WORLD'S NUMBER FOUR PULP PRODUCER





ANO 2009

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Março

LOCAL EVENTO

- SP Mesa-redonda sobre papel
- SP Mesa-redonda sobre saúde, segurança e qualidade de vida
- SP Mesa-redonda sobre avaliação de desempenho
- SP Mesa-redonda sobre incineração do GNC - Gás não condensável
- SP Mesa-redonda sobre tipos de raspas que influenciam no processo de crepagem
- SP Mesa-redonda sobre o futuro do branqueamento
- SP Mesa-redonda sobre processos de Licenciamento
- SP Mesa-redonda sobre SPIE
- SP Mesa-redonda sobre o ciclo de reciclagem
- SP Mesa-redonda sobre o futuro dos sistemas Fieldbus no setor de celulose e papel

Abril

LOCAL EVENTO

- BA 3º Encontro de operadores de caustificação
- PR 3º Encontro de operadores de papel e revestimento
- Uruguai 4th International Colloquium on Eucalyptus Pulp
- SC Curso sobre papelão ondulado

Mai

LOCAL EVENTO

- SP 19º Seminário de recuperação
- SP Mesa-redonda fatores que influenciam na qualidade do papel
- PR 3º Seminário de Tissue

INFORMAÇÕES:

Central de Relacionamento ABTCP,
tels. (11) 3874-2738 / 2720 / 2728 / 2733
ou pelo email: relacionamento@abtcp.org.br

Resultado incondicional

BANCO DE IMAGENS ABTCP



Resultado – Comunicação da ABTCP premiada no Madeira 2008 / Result – ABTCP's Communication was awarded in the Madeira 2008

Patrícia Capó - Coordenadora de Comunicação da ABTCP e Editora responsável de Publicações
Tel.: (11) 3874-2725

E-mail: patriciacapo@abtcp.org.br

ABTCP's Communication Coordinator and Editor-in-chief for the Publications
 Tel. +55 (11) 3874-2725

E-mail: patriciacapo@abtcp.org.br

É preciso começar o Ano Novo com planos e sonhos para o futuro. Mesmo que o momento não lhe seja favorável, lute por isso e para manter esperanças diante dos desafios e entaves da sua vida pessoal e profissional. Há tempo para tudo, desde que aprendamos a arte de gerenciar este recurso.

Ser um Destaque do Setor, do seu bairro ou da sua família começa a partir dessas atitudes simples e positivas. Estamos na Era da Sustentabilidade e temos também de nos repensar, de acordo com este conceito de gestão e de desenvolvimento.

Isso porque a diferença entre ser ou não ser destacável é um limite que tem início nas pessoas, nos próprios gestores organizacionais. Nesta edição especial de *O Papel – Guia Editorial Destaques do Setor 2008* – publicamos reportagens sobre as empresas eleitas “destaques” em diversas categorias do setor de celulose e papel.


Histórias de organizações são trazidas à tona neste conteúdo como base reflexiva de aprendizado, bem de acordo com o seguinte ditado: “Quem é inteligente aprende com a própria experiência; quem é sábio aprende com a experiência do

outro”. Independentemente de ser ou não concorrente de empresas e profissionais, temos de ter a mente aberta para olhar para o outro com foco no que se pode aprender com ele.

Nossos resultados não dependem somente de números ideais. Claro que precisamos ter, sim, ideais para nos orientar como modelos, mas compreender que é pelo possível, pelo bom, feito de uma maneira cada vez melhor, que será viável chegar no “ótimo” de tudo por nós idealizado.

Com um pouco de cada vez, dentro do possível para cada um de nós, teremos um 2009 repleto de realizações e resultados incondicionais, ou seja, independentemente de cenários e especulações, idealizações, condições restritivas, impostas pela realidade – que, na verdade, não deixa de ser uma ilusão, já que cada um enxerga o mundo pelos seus olhos, crenças e valores. Pense nisso e faça mais do que filosofia.

Nós precisamos colocar o foco nos resultados, a partir da nossa força de caráter como líderes.

Grande ano a todos! 

Unconditional result

It's important to start New Year with plans and dreams for the future. Even if the reality ahead does not seem so optimistic, go for it, fight and be hopeful before the challenges and drawbacks in your personal and professional life. There's time for everything as long as we master the art of managing this resource.

Being considered Outstanding in the Sector in your neighborhood or in your family is a matter of having simple positive attitudes. We are now in the Sustainability Era and we have then to rethink ourselves based on this management and development concept.

*This is so because the difference between to be or not to be outstanding is a limit, which starts in people, even in managers themselves. In this special edition *O Papel – Guia Editorial Destaques do Setor 2008* – we published articles on companies which have been elected as “outstanding” in several categories of the pulp and paper sector.*

The background of these organizations are brought about to serve as references for thought. After all, as the popular saying says,


if you are intelligent you learn through your own experience; however, if you are wise you learn with other people's experience.

Even if you are not a competitor of these companies or professionals, it's important to keep your mind open to look to the other focusing on what can be learned with them.

Our results do not depend on ideal figures. Of course we have ideals to guide us as role models. But understanding that it's the possible, the good and done better and better that is likely to make “super” all we have idealized.

Little by little, within our possibilities, we will have a fine 2009 full of accomplishments and unconditional results. In other words, despite the scenario and speculations, idealizations, restraints imposed on us by the reality, they are in the end no more than an illusion since each one sees the world through their own glasses, beliefs and values. Think about it and take action.

We have to focus on our results through our character strength as leaders.

We wish you all a great year! 

Svecom & Mario Cotta

Padrão mundial em produtos com assistência e distribuição no Brasil

A Golden Fix distribui com exclusividade os produtos das marcas Mario Cotta e Svecom, para o mercado nacional. Tecnologia mundial em fixação, corte e movimentação de bobinas.



GOLDEN FIX
 SISTEMAS DE FIXAÇÃO

Rua Francisco Parolin, 358 B - Parolin Curitiba/Pr - Brasil
 Fone: +55 41 3332.0033
 Fax: +55 41 3023.7343
 www.goldenfix.com.br vendas@goldenfix.com.br

07 | **REPORTAGEM ESPECIAL — MERCADO BRASIL ALCANÇA A POSIÇÃO DE QUARTO MAIOR PRODUTOR MUNDIAL DE CELULOSE**
Apesar da crise mundial, que mudou perspectivas de balanço e provocou queda na demanda e no preço da celulose, o setor conseguiu alcançar sua principal meta de 2008

15 | **ARTIGO ASSINADO TENDÊNCIAS DO LICENCIAMENTO AMBIENTAL DOS PROJETOS DE SILVICULTURA**
por Pedro Fernandes de Toledo Piza

ESPECIAL — GUIA EDITORIAL DESTAQUES DO SETOR 2008
INSTITUTIONAL GUIDE ABTCP-SECTOR HIGHLIGHTS

20 – ALBANY
América Latina torna-se região estratégica para a Albany

21 – ARACRUZ
Aracruz reduz ritmo de crescimento para enfrentar crise mundial

23 – AVEBE
Avebe: atenções 100% voltadas para o setor papelero



Capa: Criação Fmiais/Banco de imagens ABTCP

Ano LXX Nº1 Janeiro/ 2009 - Órgão oficial de divulgação da ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel, registrada no 4º Cartório de Registro de Títulos e Documentos, com a matrícula número 270.158/93, Livro A.
Year LXX #1 January/2009 - ABTCP - Brazilian Technical Association of Pulp and Paper - official divulge organ, registered in the 4th Registry of Registration of Titles and Documents, with the registration number 270.158/93, I liberate A.

Revista mensal de tecnologia em celulose e papel, ISSN 0031-1057

Monthly Magazine of Pulp and Paper Technology

Redação e endereço para correspondência /
Address for contact

Rua Zequinha de Abreu, 27
Pacaembu, São Paulo/SP – CEP 01250-050
Telefone (11) 3874-2725 – email:patriciacapo@abtcp.org.br

Conselho Editorial Executivo

Executive Editorial Council:

Afonso Moraes de Moura, Celso Foelkel, Francisco Bosco de Souza, Patrícia Capó e Umberto Caldeira Cinque.

Conselho Editorial Diretor - Director Editorial Council:

Alberto Mori, Celso Foelkel, Elvécio Leôncio Galdino, Francides Gomes, Umberto Cinque, Jair Padovani, Jeferson Lunardi de Castro, João Lalli Neto, José Gertrudes Soares, Luiz Barrichelo, Marco Fábio Ramenzoni, Mario Higino Leonel, Paulo Sergio Peres, Roberto Sebok, Thomaz Lowenthal, Valdir Premero e Vanderson Vendrame.

Conselho Editorial Técnico:

Coordenadores de Comissões Técnicas da ABTCP (veja página da Diretoria)

Editores científicos/Scientific Editors:

Coordenador/Coordinator: Pedro Fardim (Åbo Akademi University, Finland)

Editores/Editors: Song Wong Park (Universidade de São Paulo, Brazil), Carlos Pascoal Neto (Universidade de Aveiro, Portugal), Ewellyn Capanema (North Carolina State University, USA), Hae-Hak Lee (College of Agriculture and Life Sciences, South Korea)

Consultores / Advisory Board: Maria Cristina Area (Universidad Nacional de Misiones, Argentina), Miguel Zanutini (Universidad Nacional del Litoral, Argentina), Kien Loi Nguyen (Monash University, Austrália), Jorge Colodette (Univ. Federal de Vicosá, Brazil), Claudio Mudado (Univ. Federal de Vicosá, Brazil), Antonio Aprigio da Silva Curvelo (Univ. de São Paulo, Brazil), Claudio Sansigolo (Univ. Estadual de São Paulo, Brazil), José-Antonio Orcotoma (Paprican, Canada), Honghi Tran (University of Toronto, Canada), Kecheng Li (University of New Brunswick, Canada), Richard Kerekes (University of British Columbia, Canada), Jaime Rodrigues (Universidad de Concepción, Chile), Li-Jun Wang (Tianjin University of Science and Technology, China), Mohamed Mohamed Ahmed El-Sakhawy

(National Research Center, Egypt), Dominique Lachenal (Ecole Française de Papeterie et des Industries Graphiques, France), Bjarne Holmbom (Åbo Akademi University, Finland), Tapani Vuorinen (Helsinki University of Technology, Finland), Jürgen Odermatt (Universität Hamburg, Germany), Toshiharu Enomae (The University of Tokyo, Japan), Yung-Bum Seo (Chungnam National University, Republic of Korea), Jose Turrado Saucedo (Universidad de Guadalajara, Mexico), Storker Moe (Norwegian University of Science and Technology, Norway), Dmitry Evtuguin (Universidade de Aveiro, Portugal), Paulo Ferreira (Universidade de Coimbra, Portugal), Valerie Grzeskowiak (CSIR, South Africa), Eduard Akim (Saint Petersburg State Technological University of Plant Polymers, Russia), Teresa Vidal (Universidad Politécnica de Cataluña, Spain), Lars Wågberg (Royal Institute of Technology, Sweden), Ulf Germgård (Karlstad University, Sweden), Eugene I-Chen Wang (Taiwan Forestry Research Institute, Taiwan), Luis Soria (Universidad de la Republica, Uruguay), Martin Hubbe (North Carolina State University, USA), Hasan Jameel (North Carolina State University, USA), Joel Pawlack (North Carolina State University, USA), Orlando Rojas (North Carolina State University, USA)

Jornalista e Editora Responsável

Journalist and Responsible Editor: Patrícia Capó - MTb 26.351-SP

Editora Assistente - Assistant Editor: Luciana Percin - MTb 46.445-SP

Redatores - Writers: Rodrigo Moraes - MTb 49.563-SP e Marina Faleiros - MTb 50.849-SP

Revisão - Revision: Adriana Pepe e Luigi Pepe

Tradução para o inglês - English Translation: CEI Consultoria Espanhol e Inglês, Grupo Primacy Translations e Diálogo Traduções

Projeto Gráfico - Graphic project: Desenvolvido pela Copy Right Conv. Gráficas Ltda. A cessão plena dos direitos autorais foi adquirida pela ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel, a partir de abril de 2003.

Graphic Design: Fmiais Comunicação e Marketing (11) 2528-7100/ 2528-7103

Editor de Arte - Art Editor: Fernando Emílio Lenci

Produção - Production: Fmiais Comunicação e Marketing

Impressão - Printing: Copypress

Publicidade - Publicity: Tel.: (11) 3874-2728 / 2738 / 2720

Email: relacionamento@abtcp.org.br

Representante na Europa - Representatives in Europe:

Nicolas Pelletier - ENP Tel.: +33 238 42 2900

Fax: +33 238 42 2910

E-mail: nicolas.pelletier@groupepnp.com

Publicação indexada: A Revista O Papel está indexada nos seguintes bancos de dados científicos: Chemical Abstracts Service (CAS), www.cas.org, e Scopus, www.scopus.com.

Os artigos assinados e os conceitos emitidos por entrevistados são de responsabilidade exclusiva dos signatários ou dos emittentes. É proibida a reprodução total ou parcial dos artigos sem a devida autorização. *Signed articles and concepts emitted by interviewees are exclusively responsibility of the signatories or people who have emitted the opinions. It is prohibited the total or partial reproduction of the articles without the due authorization.*

24 – BASF

Basf: parceria de longa data com o setor

25 – DEMUTH

Demuth aposta na consolidação de sua marca

26 – EKA CHEMICALS

Eka aposta na competitividade brasileira

27 – IRMÃOS PASSAÚRA

Irmãos Passaúra: pronta para novos cenários

28 – KLABIN

Klabin: solidez para manter a sustentabilidade

29 – MD PAPÉIS

Para a MD Papéis, agilidade é essencial em tempos de crise

30 – METSO

Metso: estratégias globais como suporte ao crescimento

32 – NALCO

Nalco aposta nas inovações tecnológicas

33 – PÖYRY

Pöyry: em sintonia com as necessidades dos clientes

34 – SANTHER

Renovação constante é meta da Santher

35 – TIDLAND

Na Tidland, a missão é seguir buscando resultados

36 – VCP

VCP: crescendo com sustentabilidade

37 – VOITH

Voith: inovação como diferencial no planejamento estratégico

38 | INDICADORES DE
PREÇOS
| *Data of the industry - prices*

42 | DIRETORIA
| *Board of Directors*

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

AVEBE.....	22
ABENDE.....	13
CMP.....	14
GOLDEN FIX.....	03
METSO.....	31
NSK.....	4ªCAPA
TAPPSA.....	09
VOITH.....	19

O PAPEL IN ENGLISH



- Special Report – Market

Brazil becomes the #4 pulp producer worldwide

In spite of the global crisis, which altered result perspectives and caused a drop in pulp demand and prices, the industry was nonetheless able to achieve its primary goal for 2008



Eucalyptus Online Book & Newsletter

www.eucalyptus.com.br

PinusLetter

www.celso-foelkel.com.br/pinusletter.html



FINALMENTE PARA VOCÊS

Um livro virtual em capítulos e uma newsletter sobre os ***Eucalyptus***.

Uma newsletter sobre os ***Pinus***.

Receba mensalmente e de graça, sem custo algum.

Tudo enviado para seu endereço de e-mail.

Basta se registrar em: www.eucalyptus.com.br

Conheça também: www.celso-foelkel.com.br

- Muitos conhecimentos, informações, fotos e tecnologias.
- Tudo apresentado com uma redação didática para que todos entendam muito bem os conceitos.
- Forte ênfase em sustentabilidade e em ecoeficiência.


Criação e redação por **Celso Foelkel** e **Ester Foelkel**. Editoração por Alessandra Foelkel.

Patrocinados pela ABTCP Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel e por empresas do setor de base florestal.

Contamos com sua visita e cadastramento.

Esperamos que gostem e que aprendam muito sobre essas árvores fantásticas que são as dos *Eucalyptus* e dos *Pinus* e sobre os produtos delas derivados para atender a nossa Sociedade.

Realização:

 **Celsius Degree**
Grau Celsius

www.celso-foelkel.com.br

A Página do Conhecimento sobre o Eucalipto
e sobre o Pinus


ABTCP
Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel
www.abtcp.org.br

Brasil alcança a posição de quarto maior produtor mundial de celulose

Apesar da crise mundial, que mudou perspectivas de balanço e provocou queda na demanda e no preço da celulose, o setor conseguiu alcançar sua principal meta de 2008

Por Marina Faleiros

Suécia e Finlândia ficaram para trás. Após produzir mais de 12,8 milhões de toneladas de celulose, o Brasil agora é o quarto maior produtor mundial da *commodity*. Com todo o seu potencial de fibra curta e metas arrojadas, o País já pretende chegar, no futuro, ao nível de produção da China, que hoje produz anualmente 19 milhões de toneladas. “Começamos o ano muito bem e tínhamos expectativa de alcançar uma produção de quase 13 milhões de toneladas, porém em setembro o mundo mergulhou nesta crise e algumas empresas diminuíram o ritmo de produção. Mesmo assim, isso não impediu que alcançássemos a meta de 2008”, afirma Elizabeth de Carvalhaes, presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

De acordo com dados da entidade, a produção brasileira de celulose cresceu 7,1% em relação ao ano passado. Os fabricantes de papéis conseguiram aumentar em 2,1% a produção, alcançando 9,2 milhões de toneladas. “O ano termina com um ótimo desempenho do setor, já que esperávamos somar US\$ 5,2 bilhões de exportações, mas vamos fechar 2008 com quase US\$ 6 bilhões, crescendo 30,6% só na exportação de celulose”, conta a executiva. Além disso, o saldo comercial da matéria-prima ficou positivo em 32%. No caso do papel, apesar de as exportações terem crescido 14,6%,

Celulose – Desempenho em 2008 (mil toneladas)

	2007	2008*	Var.
Produção	11.998	2.850	7,1%
Importação	346	350	1,2%
Exportação	6.584	7.100	7,8%
Consumo aparente	5.760	6.100	5,9%

Fonte: Bracelpa

Produção por tipo de papel – 2008

Embalagem	49,1%
Imprimir/escrever	28,6%
Sanitários	9%
Papelcartão	7,2%
Imprensa	1,6%
Demais	4,5%
Total: 9,2 milhões de toneladas	

Fonte: Bracelpa

as importações foram 31,7% maiores, principalmente devido ao câmbio desvalorizado até meados do segundo semestre, deixando a balança negativa em mais de 15%.

Elizabeth ainda pontuou que o Brasil tem conquistado novas posições no mercado mundial não só porque está aumentando sua produção, mas porque outros concorrentes estão em declínio por conta própria. “Os países escandinavos sofrem com a falta de madeira, já que sobretaxa na Europa interrompeu 100% da compra de madeira da Rússia.” Além disso, ela explica que as fábricas dessa região

estavam muito obsoletas, sem condições de competir com os níveis de produtividade atuais. “No Brasil, há forte investimento em tecnologia, e o País já é o mais produtivo do setor no mundo. A distância em relação a outros competidores vai crescer, pois lá fora as fábricas mudam mais lentamente do que aqui.”

No comércio exterior da celulose, que rendeu US\$ 3,95 bilhões em 2008, a Europa detém 52% das vendas brasileiras de celulose, seguida da América do Norte, com 19%. “A Europa ainda é o mercado mais importante, porém o que mais cresce é a China. De janeiro até o início de setembro, as exportações para lá cresceram 92%”, conta Elizabeth. No caso do papel, a proximidade com os mercados finais faz toda a diferença. Por isso, o maior mercado ainda é a América Latina, concentrando 61% das exportações brasileiras do produto. Depois, com 15% das compras, vem a Europa, seguida de América do Norte, com 12%, num total de US\$ 1,95 bilhão em vendas.

CRISE E CONSEQUÊNCIAS

Desde outubro, não existe tema mais recorrente no setor – seja nas rodas de executivos, encontros setoriais ou coletivas de imprensa – do que os impactos da crise financeira mundial nos fabricantes de celulose e papel brasileiros. Não existem previsões certas sobre o futuro, já que a volatilidade do mercado ainda é intensa e somente agora os efeitos da crise estão chegando à economia real.

No mercado de celulose, os primeiros meses de crise ocasionaram uma queda de demanda e preço da *commodity*. Segundo Elizabeth, a tonelada de celulose, que chegou a valer entre US\$ 800 e US\$ 900 em 2008, caiu para a marca de US\$ 650 diante da crise. Em resposta ao arrefecimento da demanda e para evitar a formação de estoques ainda maiores, diversos fabricantes no Brasil decidiram diminuir o ritmo de produção ou até mesmo parar por alguns dias suas linhas. Ao todo, o Brasil fez uma parada voluntária de 140 mil toneladas de celulose, contando com a participação das empresas Aracruz, Cenibra, Suzano e VCP.

Programas de paradas

Out.-dez./2008	(mil toneladas)
Aracruz	65
Cenibra	10
Suzano	30
VCP	35
TOTAL	140

Fonte: Bracelpa

Para ela, no entanto, o Brasil está em uma posição mais confortável do que outros setores de *commodities*, já que o preço da celulose foi o que menos caiu. Mesmo assim, ela salienta que os principais compradores não passam por bons momentos da economia. Japão, União Europeia e China representam 72% das exportações

da celulose brasileira. Com os dois primeiros em recessão e uma grande queda no consumo chinês, a situação não deixa de ser preocupante para os produtores nacionais. A China, inclusive, chegou a suspender 100% dos embarques de celulose brasileira. Conforme Elizabeth, no entanto, as compras do país asiático já foram retomadas no final do ano.

Toda crise tem diversas facetas, como explica Carlos Farinha, vice-presidente da Pöyry Tecnologia e um dos participantes do fórum *Crise Mundial Econômica* da Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados (Anave). A primeira delas é a falta de crédito, que gera dificuldades de caixa. Além disso, também afeta o setor a questão do câmbio. Uma grande reclamação dos setores exportadores brasileiros nos últimos anos refere-se à grande valorização do real, pressionando os custos de quem envia produtos para fora. “Mas, como já dizia aquele provérbio árabe, ‘cuidado com o que pede para Deus, pois Ele pode atendê-lo’. No caso do câmbio, isso foi rápido demais”, diz o executivo.

Com o dólar em alta explosiva, a dívida das companhias nessa moeda também subiu. O reflexo apareceu nos balanços, marcando prejuízos milionários. Horácio Lafer Piva, presidente do conselho da Bracelpa e membro do Conselho da Klabin, afirma, entretanto, que esta não é ainda uma questão preocupante: “O prejuízo que aparece agora é contábil, mas boa parte dos fabricantes tem o balanço amarrado às exportações, que vão trazer um resultado mais do que proporcional no final”.

Mesmo diante do cenário pouco amigável para o ano que começa, Farinha acredita que nada disso afeta a competitividade estrutural do Brasil na produção de celulose. “Não há nenhum país com esta competitividade, e a parte negativa é temporária”,

diz. Ele ressalta, porém, que uma das grandes perdas para o setor no período foi a suspensão temporária da fusão entre a Aracruz e a VCP. “Isso poderia deixar o setor brasileiro no nível de grandes grupos mundiais, pois a concentração é importante para permitir uma inserção de mercado muito mais coordenada.”

Para os fabricantes de papel, as perspectivas são otimistas. Máximo Pacheco, presidente da International Paper na América Latina e também um dos palestrantes do fórum da Anave, conta que um dos principais impulsos para a alta da venda de papel é o crescimento na venda de computadores. “O Brasil está encerrando o ano com 14 milhões de novos PCs, volume inferior apenas aos do Japão, dos Estados Unidos e da China.”

Ele ainda diz que, no caso da International Paper, a empresa tem boas chances de atravessar a crise de maneira forte e segura, já que o foco passou a ser a América Latina. “Temos de manter uma forte disciplina de equilíbrio de oferta e demanda. Na América do Norte, o grupo fechou seis fábricas e 16 máquinas, reduzindo sua produção total em 1 milhão de toneladas. Assim, temos menos fábricas, que, porém, funcionam com maior produção e adequação de custos”, afirma.

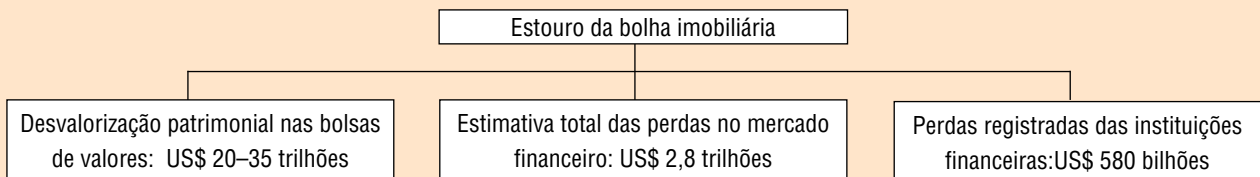
Se 2009 começa de forma turbulenta, Elizabeth ressalta que o setor continua crescendo. “Afim, para este ano já teremos um acréscimo de 1,3 milhão de toneladas de celulose e 200 mil toneladas de papel”, comenta, citando as fábricas da VCP e da International Paper que começarão a produzir no primeiro semestre. Além disso, permanece a vontade de se tornar líder mundial, diz: “O setor não vai cancelar investimentos feitos no Brasil, pois temos um mercado de longo prazo e o País não vai deixar de investir para ultrapassar a produção da China.”

CRONOLOGIA DA CRISE

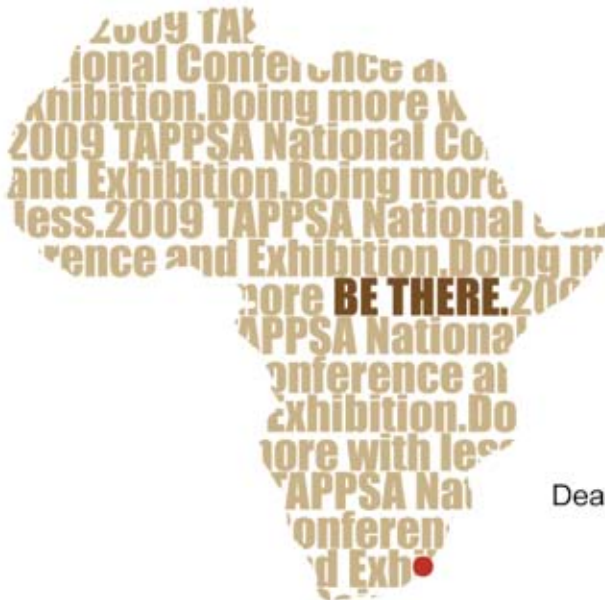
- **2001–2006:** intensa liquidez estimulada pela política de baixas taxas de juros do FED e outros bancos centrais após a crise de 2001; abundância de crédito estimulou a demanda; preços dos imóveis dos Estados Unidos dobraram no período; proliferação das inovações financeiras e subavaliação dos riscos envolvidos nas operações.
- **Fim de 2006:** após atingir o pico, preço dos imóveis começa a cair e aumenta a inadimplência.
- **Fevereiro de 2007:** HSBC reporta a perda de US\$ 10 bilhões com o braço hipotecário.
- **Abril de 2007:** falência da New Century Financial, uma das maiores empresas do setor hipotecário americano.
- **Setembro de 2007:** intervenção do Northern Rock – início da ação estatal mais severa; taxa Libor (juros oferecidos no mercado interbancário de Londres) atinge o maior nível desde 1998.
- **Março de 2008:** FED anuncia injeção de US\$ 200 bilhões para restaurar liquidez nos mercados.
- **Julho de 2008:** intervenção nas agências Fannie Mae e Freddie Mac, que, juntas, possuem ou faturam US\$ 5 trilhões em ativos.
- **Setembro de 2008:** falência do Lehman Brothers; estatização da seguradora AIG; estatização do sistema bancário da Islândia; estatização dos bancos Bradford & Bingley (Inglaterra) e Fortis (países Baixos); intervenção no Real Hypo State (Alemanha).
- **Outubro de 2008:** aprovação do pacote de ajuda de US\$ 700 bilhões pelo Congresso americano; atuação internacional coordenada de recuperação do sistema bancário.
- **Novembro de 2008:** governos anunciam medidas de reativação da economia.

Fonte: Mariano Laplane/Unicamp

DIMENSÕES DA CRISE



Fonte: Banco da Inglaterra, Bloomberg e Carta Capital – Compilado por Mariano Laplane/Unicamp



CALL FOR PAPERS:

In the spirit of sustainability and the protection of our environment, the **2009 TAPPSA National Conference and Exhibition** (previously known as African Pulp and Paper Week) will focus on

“Doing more with less!”

Deadline for paper submissions: **Friday 20th March 2009**

Submit papers to: lynne.askew@tappsa.co.za

For more details, phone +27 31 764 2494.

2009 TAPPSA NATIONAL CONFERENCE & EXHIBITION

13-14 October • Durban, South Africa





ICEP

Coloquio Internacional sobre Celulosa de Eucalipto International Colloquium on Eucalyptus Pulp Colóquio Internacional sobre Celulose de Eucalipto

En el camino de la Productividad y la Calidad - On de Productivity and Quality track - A caminho para a Produtividade e para a Qualidade



April 14th to 17th, 2009

Sala de Actos del LATU, Montevideo - Uruguay

- Wood Quality & Improvement I
- Wood Quality & Improvement II
- Biorefinery
- Kraft Pulping Chemistry and Technology I
- Kraft Pulping Chemistry and Thecnology II
- Bleaching Technology and Chemistry I
- Bleaching Technology and Chemistry II
- Black Liquor Recovery Technology & Environmental Control
- Refining and Fiber Properties I
- Refining and Fiber Properties II
- Products

April 17th, Field Trip to BOTNIA
more information at: www.4thicep.com

Conferencias - Conferences

Exposición Comercial - Commercial Exhibition

Gira Técnica - Field Trip

Secretaría – Parque de Exposiciones – LATU – Av. Italia 6201 – CP 11500 – Montevideo , Uruguay
Ph: (598 2) 6013724 int 199 – Fax: (598 2) 6010268 – 4thicep@gmail.com

www.4thicep.com

Organiza / Organized by:



Co-realizador / Co-produced by:



Apoya / Supported By:



Brazil becomes the #4 pulp producer worldwide

In spite of the global crisis, which altered result perspectives and caused a drop in pulp demand and prices, the industry was nonetheless able to achieve its primary goal for 2008

By Marina Faleiros

Sweden and Finland are now behind us. After producing more than 12.8 million tons of pulp, Brazil has become the fourth biggest producer of this commodity in the world. With all its short fiber potential and aggressive goals, the country already intends to match China's production level in the future, which currently totals 19 million tons/year. "We started the year quite well with the expectation of producing almost 13 million tons but, due to the present crisis, companies began reducing their production pace as of September. Nonetheless, this did not prevent us from achieving our goal for 2008", said Elizabeth de Carvalhaes, president of the Brazilian Pulp and Paper Association (Bracelpa).

According to data from the entity, Brazilian pulp production grew 7.1% in relation to the year before. In turn, paper makers were able to increase production 2.1% to 9.2 million tons of paper. "The sector ended the year better than expected, since we expected to total US\$ 5.2 billion in exports and are closing 2008 with almost US\$ 6 billion, which represents a 30.6% increase just in pulp exports", said the executive. Additionally, the commodity's trade balance also remained positive at 32%. In turn, although paper exports grew 14.6%, imports were 31.7% greater, especially due to a weaker currency exchange rate until half way through the second semester, making the paper trade balance more than -15%.

Pulp – Performance in 2008 (1,000 tons)

	2007	2008*	Var.
Production	11.998	2.850	7,1%
Imports	346	350	1,2%
Exports	6.584	7.100	7,8%
Apparent consumption	5.760	6.100	5,9%

Source: Bracelpa

Production according to paper grade

Packaging	49,1%
Writing/printing	28,6%
Tissue	9%
Paperboard	7,2%
Newsprint	1,6%
Others	4,5%
Total: 9,2 million tons	

Source: Bracelpa

Elizabeth also pointed out that Brazil has conquered new positions in the global market, not only because it is increasing its production, but also because other competitors are on a downward trend. "Scandinavian countries suffer from a lack of wood, since increased export duties in Europe interrupted 100% of round wood purchases from Russia." Furthermore, she explained that mills in that region are very obsolete, unable to compete at par with current productivity levels. "In Brazil's case, we see strong investments in technology and

the country is already the most productive in the sector worldwide. The gap in relation to other competitors is going to increase, since plants abroad change more slowly than down here."

In the foreign trading of pulp, which yielded US\$ 3.95 billion in 2008, Europe absorbs 52% of Brazil's pulp exports, followed by North America with 19%. "Europe is still the most important market, but the one growing the most is China. From January through September, exports to China grew 92%", said Elizabeth. In the case of paper, the proximity to end-markets makes all the difference, that's why the main market is still Latin America, which accounts for 61% of Brazilian paper exports. Then comes Europe with 15% and North America with 12%, for a total sale volume of US\$ 1.95 billion.

CRISIS AND CONSEQUENCES

Since October there hasn't been a more recurring theme in the sec-

tor – be it in executive circles, industry meetings or press conferences – than the impacts of the global financial crisis on Brazil's pulp and paper makers. There are no exact forecasts about the future, since market volatility is still intense and the crisis effects are only now reaching the real economy.

In the pulp market, the first few months of the crisis led to a drop in the commodity's demand and prices. According to Elizabeth, the ton a pulp, which was quoted between US\$ 800 and US\$ 900 in 2008, dropped to US\$ 650 due to the crisis. In response to this reduced demand and in order to avoid building up even more inventory, various producers in Brazil decided to slow down the production pace or even stop their production lines for a few days. In all, Brazil carried out a voluntary stoppage equivalent to 140 thousand tons of pulp, considering Aracruz, Cenibra, Suzano and VCP partaking.

Stoppage programs

Oct.-Dec/2008	(1,000 tons)
Aracruz	65
Cenibra	10
Suzano	30
VCP	35
TOTAL	140

Source: Bracelpa

According to the executive, Brazil is in a more comfortable position than other commodity sectors, since pulp prices fell the least. Nonetheless, she informed that the main buyers are not going through a positive economic moment. Japan, European Union and China account for 72% of Brazil's pulp exports. With the first two undergoing recessions and China experiencing a major consumption drop, such situa-

tion could be deemed worrisome for domestic producers. In fact, China suspended 100% of Brazil pulp shipments. According to Elizabeth, however, China already resumed its purchasing at the end of the year.

Every crisis has several facets explains Carlos Farinha, vice-president of Pöyry Tecnologia and one of the participants of the Global Economic Crisis forum promoted by the Pulp, Paper and Byproducts National Association of Sales Professionals (Anave). First is the lack of credit, which causes cash flow difficulties. Additionally, what also affects the sector is foreign exchange. A major complaint of Brazilian exporting sectors these past few years has been the strong appreciation of the Brazilian real (R\$), pressuring costs of those who sell goods abroad. "But as the Arab proverb says: 'be careful of what you ask God, for He may fulfill your prayer'. And in the exchange rate case, this happened all too quickly", said the executive.

With the dollar having soared, the debt of companies in this currency also rose. The effect of this appeared in balance sheets in the form of huge losses. However, Horácio Lafer Piva, Chairman of the Bracelpa Board and Member of the Klabin Board, says that this is not a worrisome issue. "The losses appearing now are accounting wise, for a considerable number of producers have their books tied to exports, which will bring about a more than proportional result in the end."

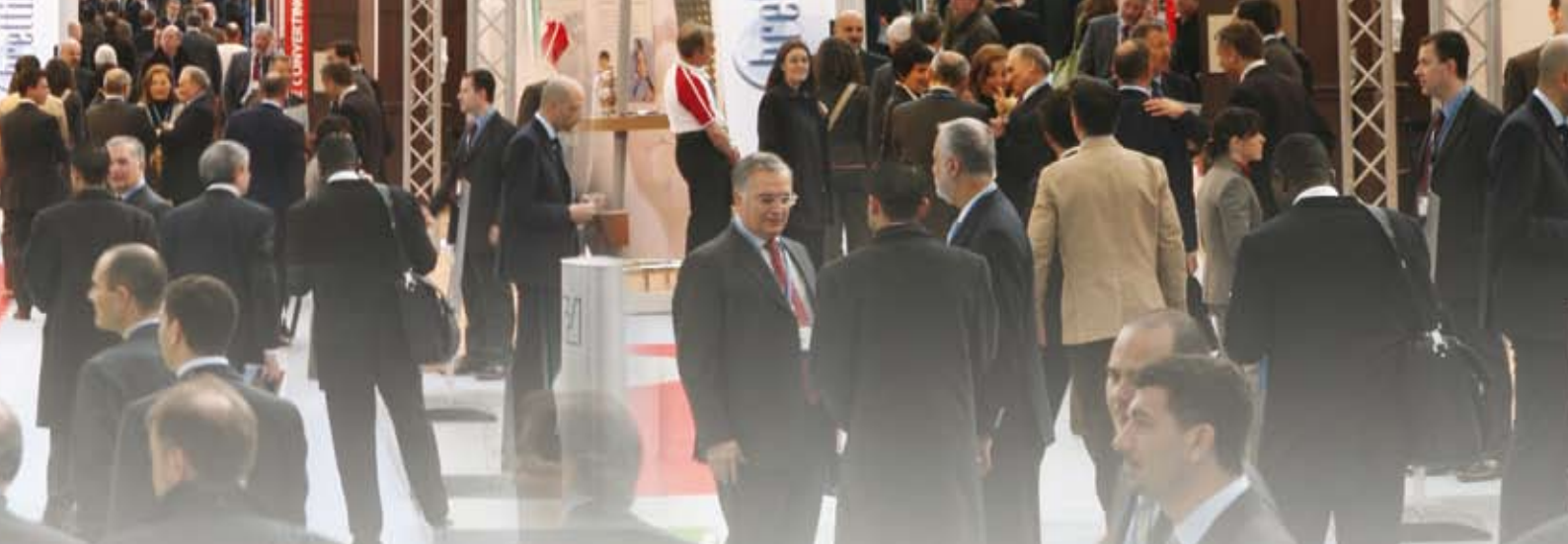
Even in view of this not-so-friendly scenario for 2009, Farinha believes that none of this affects Brazil's structural competitiveness in terms of pulp production. "There is no other country that detains this competitiveness and the negative part is only temporary", he said. However, he points out that one of

the main losses for the sector in the period was the temporary suspension on the Aracruz and VCP merger. "This could have put Brazil at par with large global groups, since concentration is important for entering a market in a much better coordinated manner."

For paper makers, perspectives are optimistic. Máximo Pacheco, president of International Paper in Latin America and also one of the lecturers at the Anave forum, says that one of the main drivers for the increase in paper sales is the growth in computer sales. "Brazil is closing 2008 with 14 million new PCs, a volume that only loses to Japan, United States and China."

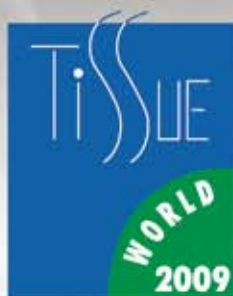
He also said that in International Paper's case, the company has a good chance of waving the crisis in a strong and safe manner, since its focus is now on Latin America. "We must maintain a strong balance between supply and demand. In North America, the group closed down six mills and 16 machines, reducing its total production by one million tons. As such, we have less mills, but the ones that remain produce more and present better costs", he said.

And if 2009 starts out turbulent, Elizabeth says it's important to keep in mind that the sector continues growing. "After all, this year we will have an additional 1.3 million tons of pulp and 200 thousand tons of paper", she said, citing the VCP and International Paper mills that will begin producing in the first semester. And the desire of becoming the world leader, she says, continues: "The sector is not going to cancel investments made in Brazil, for we have a long term market and the country is not going to stop investing until it surpasses China's production level."



Comece **AGORA** a planear a sua presença na **MAIOR** –

Tissue World 2009



24-26 de Março (Exposição)
23-26 de Março (Conferência)
Acropolis
Nice, França

A Tissue World em Nice é, na realidade, a MAIOR, bem conhecida como o mais importante ponto de encontro do mundo da indústria do tissue. O evento mais recente, a Tissue World 2007, constituiu um sucesso excepcional – o melhor de sempre – atraindo 2 400 gestores e fabricantes de tissue vindos de 89 países de todas as partes do mundo.

Os participantes presentes neste evento desempenhavam vários cargos nas suas organizações, desde presidentes e vice-presidentes, até técnicos da produção, serviços técnicos, engenharia e manutenção, provenientes de unidades de produção e de transformação. Também praticamente todos os fornecedores de equipamentos, maquinaria, produtos químicos, equipamento auxiliar, serviços e soluções técnicas destinados à indústria do tissue estiveram presentes na exposição.

Para além de ser um verdadeiro centro de negócios, a Tissue World tem a vantagem de se realizar na fantástica cidade de Nice, onde os Alpes se debruçam sobre o Mediterrâneo, em plena Riviera, junto da fronteira da França com a Itália. Nice é capital dos negócios do sul de França e uma maravilhosa cidade turística com lindas praias, embora um pouco frias em Março, atractivos mercados, grandes restaurantes e uma estupefactiva linha de costa.

Garanta também a sua presença em Nice, em Março! Inscreva-se agora como visitante da exposição ou como delegado à conferência técnica e de gestão.

Para mais informação, por favor contate:

Vendas de Europa/Américas a

Austria/Bélgica/Dinamarca, França, Alemanha, Países Baixos, Suécia, Suíça, Rússia, Europa Oriental, América Central & do Sul e os EUA

Adrian van Beuningen

Tel: +32 2 6443356 Fax: +32 2 6468326

Email: adrian_beuningen@cmpasia.com.sg

Vendas de Europa/Américas a

Finlândia, Índia, Noruega, Portugal, Espanha, Itália, Reino Unido, Egípcio, o Oriente Médio, Brasil e os EUA (exceto DU, WA, WI, MI & MA)

Paolo Rampetta

Tel/Fax: +32 2 6461606 Mobile: +32 497 050755

Email: paolo_rampetta@cmpasia.com.sg

A Ásia Vendas Pacíficas

Eileen Tan

Tel: (65) 6735 3366 Fax: (65) 6738 9057

Email: eileen_tan@cmpasia.com.sg

Conferência/Operações

Agnes Gehot

Tel: +32 2 6531535 Fax: +32 2 6538034

Email: agnes_gehot@tissueworld.com

MANEIRA RÁPIDA DE RESPONDER (65) 6738 9057

Envie este formulário por fax para

- Sim, quero estar presente na **TISSUE WORLD 2009**
 - Inclua-me, por favor, na vossa mailing list para futuras notícias
- Estou interessado em:
- Integrar a Exposição
 - Visitar a Exposição
 - Participar na Conferência

Complete o formulário seguinte com letras maiúsculas (ou junte o seu cartão de visita)

Nome _____

Empresa _____

Cargo _____

Morada _____

Código Postal _____ País _____

Tel. _____ Fax _____

Email _____

O'Papier

Organizado Por

Publicação Oficial



www.tissueworld.com

Tendências do licenciamento ambiental dos projetos de silvicultura

O presente artigo pretende abordar em panorama as tendências e os rumos do licenciamento ambiental dos projetos de silvicultura. Experiências recentes têm mostrado que, em situações peculiares, o cenário do processo de licenciamento ambiental não é totalmente receptivo aos projetos de silvicultura, a ponto de não permitir uma abordagem específica dos impactos ambientais e sociais positivos desses empreendimentos.

Existem inúmeros impactos positivos advindos dos projetos de silvicultura que podem e devem ser considerados na análise final de impactos ambientais e sociais, mas que, por questões de ordem diversa, não são considerados como aspectos positivos do empreendimento.

As tendências futuras apontam para a necessidade do licenciamento ambiental com foco em sustentabilidade, governança corporativa e ecoeficiência. A oportunidade atual é muito salutar para iniciar uma discussão pró-ativa para os futuros empreendimentos e expansão dos projetos já implantados, vislumbrando como a indústria de celulose e papel pode atuar no licenciamento ambiental e operar seus empreendimentos com responsabilidade socioambiental.

A Lei Federal nº 6.938/81 – Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA), no inciso IV do Artigo 9º, estabelece que “o licenciamento é um dos instrumentos da Política Nacional do Meio Ambiente”. O Artigo 10º da referida lei estabelece as medidas básicas a serem adotadas para o licenciamento de empreendimentos que gerem alterações ao meio ambiente.

O licenciamento ambiental é o procedimento administrativo pelo qual o poder público, por intermédio dos órgãos ambientais especializados, analisa a proposta apresentada para determinado empreendimento ou atividade e, consideradas as disposições legais aplicáveis e sua relação com o meio ambiente, concede-lhe aval com a emissão da licença ambiental. Tem o objetivo de avaliar as alternativas locais e tecnológicas apresentadas pelo empreendedor, além de verificar fatores ambientais, necessidades socioeconômicas e sua interação com os impactos da atividade de silvicultura. A partir da concessão da licença, são fixadas medidas de controle, bem como diretrizes de planejamento e zoneamento territorial onde se realizará a atividade.

Também vale ressaltar que o licenciamento ambiental não é um fim em si mesmo; deve ser considerado como mecanismo de suporte à atividade empresarial, posto que é nesse momento de interação entre a administração pública e o empreendedor – e após ouvida a sociedade civil – que podem ser encontradas as melhores alternativas e constatada a viabilidade de implantação e ampliação da silvicultura.

PILARES DO LICENCIAMENTO AMBIENTAL

O sistema de licenciamento tem elementos balizadores, ou seja, que fundamentam essa atividade governamental, esculpidos ao longo da sua história. O primeiro deles é o princípio do desenvolvimento sustentável, fruto do relatório *Nosso Futuro Comum*. Constitui-se na pedra fundamental das normas ambientais, com o escopo de atender às diversas demandas de direitos difusos (Direitos de Terceira Geração).



Por Pedro Fernandes de Toledo Piza, da Pöyry Tecnologia – São Paulo – Brasil
E-mail: pedro.piza@poyry.com

O outro pilar de sustentação do licenciamento ambiental é o princípio da precaução, por meio do qual são tomadas medidas de antecipação baseadas na cautela. Algumas situações que são sujeitas aos olhos do intérprete da lei estão no limiar da fronteira da investigação técnica e científica, ou seja, há ocasiões em que a ciência não é capaz de fornecer subsídios técnicos suficientes para evitar um possível eventual dano ambiental. Outro princípio de fundamental importância e que constitui o elemento-chave dos procedimentos de licenciamento ambiental é o da prevenção. O Princípio da Prevenção está intimamente ligado à gestão ambiental, e de forma especial à intenção do empreendedor em implantar sua base florestal, orientando a ocupação ordenada. Esse princípio se caracteriza essencialmente por sua nuance territorial.

Nesse sentido, deverá o empreendedor de base florestal obedecer às disposições legais atinentes ao planejamento, uso e ocupação do solo, ordenamento territorial, criação de distritos industriais, implantação e respeito a áreas destinadas à conservação, implantação de corredores ecológicos, etc.

Outro aspecto essencial do licenciamento é o princípio do usuário pagador. Esse princípio se baseia no critério de retribuição pelo uso econômico dos recursos naturais.

Por fim, mas não menos importante, está o Princípio da Participação – e aqui se inicia o aprofundamento da discussão sobre a problemática atual do licenciamento ambiental dos projetos de silvicultura. Tanto as normas gerais do sistema de licenciamento requerem quanto a própria Política Nacional do Meio Ambiente prevê a participação popular nos licenciamentos por meio das audiências públicas.

A audiência pública reflete – ou, na verdade, deveria refletir – o ápice do licenciamento dos projetos de silvicultura, bem como reforça o que o movimento ambientalista denomina de “democracia ambiental participativa”, mas o que importa é o caráter de publicidade desse princípio, que vem sendo encarado de forma diversa da tradicional. A intenção não é derrubar os alicerces do licenciamento ambiental, mas sim admitir uma nova forma de utilização e leitura de tais instrumentos, em especial a participação da sociedade civil e a abrangência de sua atuação.

A leitura que se pode fazer dessa participação é de que se trata da moldagem política dos mecanismos de gestão ambiental com a comunidade direta e indiretamente afetada.

A utilização de recursos naturais com essência econômica está diretamente associada à administração de direitos difusos (direitos de terceira geração).

Passamos, portanto, a fazer algumas críticas ao atual *modus operandi* do licenciamento da silvicultura, ao passar por audiências públicas:

- a audiência pública é pouco explorada, não há efetiva participação popular nem questionamentos sólidos ao empreendedor;

- os benefícios advindos da base florestal, como geração de empregos, favorecimento à implantação de unidades de conservação, corredores ecológicos e outros são pouquíssimo explorados;
- as audiências são balizadas numa forma de “luta”, polarizando opiniões contrárias, sem o foco na exposição e interação com a proposta de empreendimento;
- a eleição de mitos sem base científica e tecnológica sobre o projeto;
- os movimentos ambientalistas representados nessas discussões desconhecem o instrumento EIA/RIMA, o RAP e outros equivalentes, e enfrentam dificuldade de compreensão e análise técnico-científica daqueles documentos;
- as comunidades e populações diretamente afetadas enfrentam a mesma situação dos movimentos socioambientais, posto que não possuem capacitação técnica para avaliar e discutir;
- a constatação histórica é de que populações da área de influência aproveitam o espaço das audiências públicas e reivindicam atendimento de necessidades básicas, esquecendo-se de que o empreendedor não pode arcar com os custos de obrigações não executadas pelo poder público;
- frequente manipulação política das audiências públicas por ONGs e alguns membros do Ministério Público, gerando ônus ao empreendedor, que suporta custos não ligados às medidas mitigadoras ou controle de impactos de sua atividade, além de acabarem extorquindo e gerando responsabilidades do órgão competente, que vê sua legitimidade questionada, acuando seus técnicos;
- crescente burocratização das normas de consulta pública, no

processo de licenciamento ambiental, acarretando queda de eficiência e eficácia na avaliação do empreendimento;

ASPECTOS A SEREM DESTACADOS

É notório e sabido que os projetos de silvicultura vêm sofrendo ataques de radicais do movimento ambientalista, que cria mitos e tenta impedir a instalação de novos projetos e a ampliação de bases florestais existentes. Remetendo a recente artigo da revista *Nosso Papel*, trata-se dos seguintes mitos: a) criação de “desertos verdes” formados por supostos maciços florestais; b) a alegação de que “eucalipto seca o solo”, com o excessivo consumo de água pela floresta de eucalipto; c) “êxodo rural” e baixa empregabilidade; d) “extinção de fauna e flora”, entre tantos outros boatos.

Inicialmente, deve-se afirmar categoricamente que a indústria de base florestal de papel e celulose se pauta pela sustentabilidade de suas ações e gera inúmeros benefícios. Essas benesses e consequências positivas do empreendimento florestal deverão ser objeto de especial atenção dos próximos licenciamentos.

Ora, desde a fase de planejamento e *site location* para implantação/ampliação de florestas, há a elaboração de zoneamento florestal, ordenamento estratégico de informações e tratamento integrado de dados de infraestrutura, logística, fontes energéticas, mercado consumidor, fluxos migratórios, mobilização de mão-de-obra, disputa pelo uso da terra e especulação imobiliária, disponibilidade hídrica, etc.

O nível de questionamento, conforme se denota, é crescente, sem modo de subestimar o preparo intelectual de movimentos ambientalistas sobre a questão; exige-se, por via de consequência, forte preparo técnico-científico do empreendedor e para a condução do processo de licencia-

mento. São necessários profissionais de altíssimo gabarito e capacitação, com excelente formação, know-how e consolidada experiência em estudos e trabalhos em projetos florestais. Esse know-how deve empregar melhores técnicas disponíveis para as fases de planejamento, implantação e manutenção florestal: georreferenciamento, utilização de cultivo mínimo, menor utilização de insumos e fertilizantes de acordo com as melhores práticas disponíveis, entre outros aspectos.

Denota-se que há uma crescente corrida pelo uso da terra e enorme valorização do preço do hectare para os projetos de silvicultura. Há alguns anos, falou-se nesta revista em “apagação florestal”, referindo-se à suposta ausência de matéria-prima para produção de celulose. Por conseguinte, assistiu-se a uma recente corrida pela terra e sua valorização, com alta de preços em relação aos anteriormente praticados. Isso gera impacto extremamente positivo, mas, por outro lado, analisando-se do ponto de vista dos movimentos radicais, verifica-se uma diminuição das áreas disponíveis para reforma agrária. Esse aspecto deve ser cuidadosamente tratado no licenciamento florestal, principalmente em se tratando do planejamento e ordenamento territorial da atividade, isto é, existe, sim, a enorme possibilidade de coadunar interesses que não são tão opostos assim...

Outra necessidade é de que os planos e programas ambientais não se constituam em mero assistencialismo às populações do entorno nem em mero cumprimento de protocolo. Sobre os planos básicos ambientais, deverão ser transformadas as atuais atividades das empresas que já realizam trabalhos de conservação da biodiversidade, com excelentes resultados nas regiões onde se instalam, identificando a propagação de espécies e combatendo o falso mito dos “desertos verdes”. As consequências

positivas do empreendimento para a fauna e flora locais devem ser fortemente exultadas.

Também devem ser mais bem exploradas as possibilidades de plantios com terceiros, fora das áreas próprias, o que se traduz em vantajoso negócio com possibilidades de renda e oportunidades para os pequenos e médios agricultores.

Por outro lado, no que diz respeito aos planos de monitoramento de fauna e flora, é importantíssimo que o licenciamento enfoque parcerias/alianças com universidades e entidades especializadas de ensino técnico, bem como agregue conhecimento técnico e científico. Isso gera formação de profissionais qualificados, com alto grau de conhecimento científico e tecnológico, e a difusão de conhecimento científico, com teses e trabalhos.

O processo de licenciamento ambiental, também, pode e deve explorar com enorme riqueza de detalhes a conservação da biodiversidade, como contribuição ao incremento de fauna e flora. No mesmo sentido, a recuperação de áreas degradadas e sua utilização para o plantio com futura oportunidade de diversificação agrícola devem ser ressaltadas. O plantio de acácia, por exemplo, é excelente na recuperação de áreas degradadas, assim como o de eucalipto na contenção de areais, gerando a conversão de áreas degradadas em locais passíveis de ocupação.

Em algumas regiões do País, há carência de unidades de conservação da natureza, de modo que o empreendedor pode realizar propostas para implantação de áreas específicas com tal destinação.

Em decorrência da previsão legal da lei federal 9.985/2000, que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza, o licenciamento é o melhor momento para identificar áreas carentes de conser-

vação e atuar de forma pró-ativa na conservação ambiental.

Também deverão ser exploradas e muito bem discutidas medidas de controle ambiental aplicadas nas fases de implantação e gestão florestais, adotando o conceito de menor impacto.

Na mesma linha de entendimento, está a operação do empreendimento. O tema do licenciamento é a perfeita operação do empreendimento, ou seja, operação com sustentabilidade, desde o viveiro à produção de celulose e papel. Isso significa que o licenciamento ambiental deverá abordar medidas de ecoeficiência (menor geração de perdas e melhor aproveitamento de insumos), permitindo maiores ganhos ambientais, sociais e econômicos: menor consumo de madeira, menor geração de resíduos, eficiência na ocupação espacial, menor consumo de recursos, utilização de recursos naturais renováveis e energias renováveis, etc.

A concepção da base florestal pode abranger mais um ganho além do fornecimento de matéria-prima para celulose e papel, incluindo-se a geração de créditos de carbono, já realidade no setor, no qual se verifica utilização, geração ou cogeração de energia a partir da queima da biomassa em caldeiras e aproveitamento no próprio processo industrial, o que reforça a possibilidade de geração de créditos de carbono com substituição de utilização de óleo combustível.

Cabe lembrar que existe a incorporação da variável ambiental no dia-a-dia dos funcionários, levando para seus familiares os conceitos de sustentabilidade executados por eles diariamente. Portanto, existe geração de consciência ambiental por meio dos projetos florestais.

A partir dessa situação, que caracterizamos como “via de mão dupla” entre a base florestal e seus empregados, surge a notável situação de transferência de benefícios advindos da base florestal.

Ora, nota-se que a qualidade de vida da população do entorno melhora, e, principalmente, que há geração de empregos e postos de trabalho, com potencialização do setor terciário e disponibilização de bens/serviços. Também aumenta o nível de qualidade dos empregos com melhores condições de trabalho, treinamento, educação laboral, assistência médica aos empregados e familiares, aprimoramento profissional e condições de transporte de alto nível, entre outros aspectos.

Ressalte-se, igualmente, que outro benefício gerado é a governança corporativa que acaba se fazendo presente nas atividades florestais e fora delas, mas inserida no contexto da região, por se tratar de um empreendimento ambientalmente saudável, economicamente viável e socialmente justo – o que se chama de *triple bottom line*, com os três pilares da sustentabilidade aplicados na base florestal.

Por fim, como consequência do mencionado zoneamento e planejamento florestal, os empregados podem se deslocar de forma harmoniosa pelas regiões de trabalho nas fases de implantação e manutenção florestal, bem como de colheita. Afirma-se, portanto, que a indústria florestal opera com empregabilidade constante, evitando o desemprego enfrentado por outras culturas sazonais.

Uma vez bem conduzido o processo de licenciamento ambiental, uma avaliação de impactos ambientais bem estruturada e fundamentada pode destacar todos os impactos ambientais e sociais positivos do empreendimento florestal.

Os conceitos de ecoeficiência e sustentabilidade estão se impregnando no licenciamento, transformando-o em licenciamento socioambiental. Divulgar relevantes informações no processo de licenciamento constitui-

rá, inclusive, uma notável forma de educação e difusão de conhecimento técnico-científico para todos os envolvidos no processo de licenciamento – tanto o órgão ambiental quanto a sociedade civil.

Ora, a partir da adoção de uma nova postura e amadurecimento de ideias, este é um exemplo de cidadania planetária, ecoeficiência e sustentabilidade socioambiental para todos. Por fim, observa-se a tendência do setor florestal de criar padrões de alta qualidade de bens e serviços associados diretamente aos ganhos ambientais, agregando valores sociais, econômicos e ambientais aos seus produtos, como realmente engajados na satisfação dos interesses e direitos das partes interessadas.

As tendências que imperam neste avançado setor caminham agora para a adoção da governança corporativa e ecoeficiência em todo o seu processo. ▲

Retrospectiva

Confira a seguir algumas das manchetes do setor de celulose e papel brasileiro em 2008, registradas nas páginas da revista O Papel ao longo do ano.

- Klabin anuncia investimento em sua planta de SC
- Paraná no foco da Arauco no Brasil
- Consórcio de exportação impulsiona negócios da indústria gráfica
- HP e International Paper fecham parceria
- Nova linha de papéis especiais da VSP
- RS: a nova fronteira da celulose
- NSK lança Centro Tecnológico no Brasil
- Unicamp e IP firmam acordo de cooperação
- Sereng Consulting: nova empresa de consultoria no mercado
- Nova divisão da Andritz
- GFP compra terras na Bahia
- Nova unidade da Paraibuna
- Norske suspende expansão no País
- Mapeamentos diagnóstico de florestas do MT
- PMT inicia atividades no Brasil
- Santher aposta no Personal Vip
- 50 anos da Regmed
- Estudo da FGV mostra Brasil na fronteira tecnológica mundial
- Embrapa comemora 35 anos com novos recursos
- ABTG cria Fórum de Pesquisa Tecnológica
- Hercules fecha acordo com GE para tratamento de água
- Melhoramentos amplia foco de seus produtos
- Três Lagoas: após 20 anos, projeto ganha vida
- IP entra no mercado dos créditos de carbono
- Geasa busca ampliar participação no mercado nacional
- CIB lança Guia do Eucalipto
- Aracruz adquire as operações brasileiras da Boise Cascade
- Klabin e Apremavi apresentam Programa Matas Legais
- Manikraft desativa sua unidade de Suzano
- Projeto de rotulagem ambiental é apresentado no Brasil
- Celulose Reciclada no mercado
- Hercules anuncia compra da Logos Química
- IP formaliza acordo com Equipav
- K-C lança nova linha do Neve
- VCP poderá ser controladora da Aracruz
- Suzano anuncia três novas fábricas
- Rigesa construirá sua sexta planta
- Nobrecel ganha força com a marca Ripax
- Suzano aposta no conceito “carbono zero”
- RL Higiene tem papel-toalha certificado pelo FSC
- Ministro defende a produção nacional de papel-impressão
- Facepa inicia modernização
- Woodtech presente nas grandes fabricantes do setor
- Suzano lança papelcartão para a indústria farmacêutica
- Cade aprova compra da Ripasa
- Klabin conclui projeto de expansão no Paraná
- Aracruz inicia obras em Guaíba
- Carbocloro amplia em 40% sua capacidade produtiva em Cubatão
- Distribuidora SPP-Nemo lança linha exclusiva de produtos
- Protisa eleva suas vendas de papel higiênico no mercado brasileiro
- Projetos do Grupo Orsa recebem chancela da Clinton Global Initiative 2008
- Setor gráfico lança selo sobre a origem do papel impresso
- VCP amplia produção de papel térmico
- Kemira terá centro tecnológico em São Paulo
- IP cria áreas de estratégias comerciais
- Arjowiggins retoma produção da linha Color Plus Wave
- Ibema planeja abertura de capital
- Plantação de eucaliptos se expande no Tocantins
- Nova planta da Evonik aposta na recuperação do mercado



Voith Paper. Referência de qualidade pelo quinto ano consecutivo.

A Voith Paper conquista pela quinta vez consecutiva o prêmio Destaques do Setor, da ABTCP, na categoria "Acessórios e equipamentos para a máquina de papel".

Agradecemos pelo reconhecimento do mercado papeleiro e reafirmamos

nosso compromisso em oferecer soluções tecnológicas inovadoras que agregam valor ao negócio dos clientes, com respeito ao meio ambiente.

www.saopaulo.voithpaper.com

Voith Paper

VOITH
Engineered reliability.

América Latina torna-se região estratégica para a Albany

Por Marina Faleiros

Quando o assunto é produção de celulose, já está clara para o mercado global da *commodity* a liderança da América Latina em fibra curta. Por conta disso, a fabricante de vestimentas americana Albany voltou os olhos para a região e decidiu escolher o Brasil como país estratégico, investindo desde 2007 na expansão de sua fábrica, localizada em Indaial (SC). “Com isso, o Brasil passou a fornecer não somente para o mercado interno, mas para toda a América do Sul, antes atendida pelas unidades da Albany nos Estados Unidos e na Europa”, conta Elídio Frias, diretor de Marketing da Albany Brasil, vencedora pela sexta vez do prêmio Destaques do Setor na categoria Fabricantes de Vestimentas.

A decisão não veio de repente. Como explica Frias, a Albany trabalha com uma área de inteligência de marketing que alimenta toda a empresa com informações do setor e alinha as metas da companhia com as oportunidades em cada região. Além disso, todo o planejamento estratégico é definido e rigorosamente seguido por meio do chamado Top 25, conjunto dos projetos mais importantes para a companhia, revisados constantemente. “Existe um plano de ação, e a cada trimestre os executivos envolvidos têm uma conferência por telefone para se posicionarem e explicarem o que estão fazendo para atingir o planejado”, conta Frias. De acordo com ele, não importa onde o profissional esteja; se é responsável por alguma área estratégica, precisa ter essa conversa com a diretoria. “Assim, mostra se está seguindo o caminho ou saindo do rumo, mas de maneira consciente”, diz.

O executivo conta que os projetos do Top 25 incluem as mais diversas áreas da empresa, como produção, marketing e logística. “O fato de haver uma conversa direta sobre os planos com os diretores faz

com que toda a empresa tenha objetivos 100% amarrados.”

PONTOS FORTES

A escolha do Brasil como local estratégico para a fabricante de feltros veio também porque “o setor de celulose e papel está no DNA da Albany”, conforme afirma Frias. A empresa atua com mais força justamente nesse segmento, e, como o Brasil despontou em termos de competitividade mundial, foi escolhido para receber novos investimentos. “Isso aumenta a responsabilidade das pessoas que trabalham aqui, pois nos especializamos em feltros para celulose e, com a localização, temos ganhos de logística e prazo de entrega para clientes daqui e até mesmo da China, para onde já enviamos produtos.”

Na parte de relacionamento com os clientes, o fato de a filial brasileira agora fornecer para os países da América do Sul também aqueceu as negociações, e o “portuñol” foi muito bem recebido. “Criamos uma proximidade com os clientes da região, pois é diferente ir até o cliente falando português e espanhol; antes, a comunicação acontecia só em inglês”, diz Frias.

Para estimular essa proximidade com quem utiliza seus produtos, a Albany também investe na participação de seus funcionários em diversas entidades do setor, entre as quais a Bracelpa e a ABTCP, como forma de estar sempre participando do crescimento do setor e acompanhando de perto sua evolução. No trato com o cliente, também a palavra *parceria* está sempre presente: “Mesmo nas visitas aos clientes, geralmente temos uma pessoa de marketing e uma de produção juntas, para que os clientes se sintam mais seguros nas tomadas de decisão”. Frias ainda explica que a Albany está sempre focada em levar o melhor resultado geral para os clientes. Por essa razão, muitas vezes se faz um



DIVULGAÇÃO ALBANY

Frias destaca que a Albany Brasil passou a fornecer não somente para o mercado interno, mas para toda a América do Sul, antes atendida pelas unidades da empresa nos Estados Unidos e na Europa

trabalho detalhado de engenharia para verificar a real redução de custos com a aquisição de novos produtos. “Temos comprovado o caso de uma empresa cliente que reduziu seus custos em US\$ 2,5 milhões por ano. Em alguns segmentos, a redução do consumo de energia também é um grande diferencial”, exemplifica.

Quando se trata de treinamento e tecnologia, a necessidade de estar além do que o mercado pede é fato na empresa. Por isso, existe uma política de desenvolvimento de competências que dão diferenciais para a atuação de seus colaboradores. Exemplo disso são as certificações em Black Belt e Green Belt – formações que envolvem estatística e gestão de projetos – para dois de seus funcionários que atuam em campo. “Além disso, temos um projeto de educação executiva com a Fundação Dom Cabral, que envolve diversos níveis da empresa, como executivos, gerentes e coordenadores.” ▲

Aracruz reduz ritmo de crescimento para enfrentar crise mundial

Por Rodrigo Moraes

Líder mundial na produção de celulose de fibra curta branqueada, a Aracruz Celulose responde por aproximadamente 24% da oferta global do produto, destinado à fabricação de papéis de imprimir e escrever, sanitários e especiais de alto valor agregado. Para chegar ao seu atual nível de excelência na produção de celulose, a empresa investiu maçicamente em tecnologia e desenvolvimento genético. Somam-se a isso aspectos de concepção, planejamento e gestão empresarial, assim como fatores relacionados à conservação do meio ambiente. “Tais fatores também se traduzem em mais produtividade e retorno dos investimentos realizados. Além disso, atestam a saúde corporativa e projetam a expansão e o sucesso no futuro”, comentou Carlos Aguiar, diretor-presidente da Aracruz Celulose em artigo publicado na revista *Brazilian Business*.


De acordo com números disponíveis no portal da empresa, a Aracruz possui capacidade nominal de produção de aproximadamente 3,2 milhões de toneladas anuais de celulose branqueada de

fibra curta de eucalipto. Essa produção está distribuída nas unidades de Barra do Riacho (ES), com 2,3 milhões de toneladas; Guaíba (RS), com aproximadamente 450 mil toneladas; e Veracel (BA), com cerca de 450 mil toneladas – ou metade da capacidade total da unidade.

Paralelamente, as operações florestais estão espalhadas pelos Estados do Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, somando mais de 280 mil hectares de plantios renováveis de eucalipto, intercalados com cerca de 170 mil hectares de reserva nativa.

PLANOS REVISTOS

Apesar dos resultados altamente positivos dos últimos anos, diante do agravamento da crise sistêmica no mercado financeiro global, com a consequente restrição e o encarecimento de linhas de crédito e financiamento, bem como o desaquecimento das principais economias, a Aracruz decidiu ajustar ao novo cenário seus projetos de crescimento para os próximos anos. Entre as principais medidas divulgadas

ao mercado, além da necessidade de diminuir a produção para adequar os estoques de celulose, está a suspensão temporária dos investimentos no projeto Guaíba II (RS), da compra de terras e da formação de florestas dos projetos Veracel II (BA) e de Minas Gerais. Com essas medidas, a Aracruz prevê reduzir em aproximadamente US\$ 900 milhões o desembolso com investimentos até 2009. Em Guaíba, os planos traçados contemplam a construção de uma linha ao lado da atual fábrica, para atingir a produção de cerca de 1,8 milhão de toneladas anuais de celulose. Em Minas Gerais, a expectativa é de se construir uma unidade fabril com capacidade para 1,4 milhão de toneladas de celulose por ano, levando em consideração que o mesmo local poderá acolher mais duas outras fábricas de igual capacidade. O projeto de instalação da primeira fábrica prevê recursos da ordem de US\$ 2,4 bilhões, incluindo compra de terras, formação de florestas e investimento industrial. Na Veracel, a expansão se dará com a construção da segunda linha de produção da fábrica, com uma capacidade anual de 1,4 milhão de toneladas. Apesar da revisão do programa de investimentos, além da contenção de custos e despesas operacionais e do cancelamento do pagamento de dividendos, a empresa garante que se trata de medidas temporárias. “A Aracruz permanece determinada a retomar seus investimentos nos projetos de expansão de capacidade tão logo as condições de mercado os justifiquem, visando manter sua posição de liderança entre os produtores globais de celulose de fibra curta de mercado”, destacou um comunicado da empresa ao mercado. 

BANCO DE IMAGENS ABTCP



O projeto de expansão da Aracruz em Guaíba (RS) também depende de melhores condições de mercado para se concretizar



**PRÊMIO
DESTAQUE DO SETOR
PAPEL E CELULOSE
2008**

"MELHOR EMPRESA DE ADITIVOS
PARA PREPARAÇÃO DE MASSA"
REVISTA "O PAPEL"

COLHEMOS O QUE PLANTAMOS

Plantamos mais uma semente importante em nossa empresa – o comprometimento com a qualidade dos produtos que fornecemos aos nossos clientes. E seu fruto mais recente é o Prêmio Destaque do Setor Papel e Celulose 2008, na categoria Melhor Empresa de Aditivos para Preparação de Massa. Esse prêmio é o reconhecimento pelo que fazemos, inovação em tecnologia e eficiência a serviços de nossos clientes. *Comemore com a gente, afinal, o prêmio é nosso, mas quem ganha é você.*



DSi
DUTCH STARCHES
INTERNATIONAL

Innovative Quality

Avebe / DSI: atenções 100% voltadas para o setor papeleiro

Por Rodrigo Moraes

A Avebe/DSI, que atua mundialmente no fornecimento de aditivos para preparação de massa, tem como macroestratégia ser um fornecedor de soluções totais e integradas aos seus clientes. Para alcançar essa meta, a empresa inova constantemente sua linha de produtos. Em seu planejamento, a Avebe/DSI destaca três pontos principais. Primeiro, a empresa tem como estratégia garantir o fornecimento de amidos de mandioca e milho, evidenciando a importância desse fornecimento assegurado e sustentável para o mercado. Em seguida, trabalha o conceito de “Customer Intimacy”, que aproxima as necessidades dos clientes das soluções desenvolvidas pela Avebe/DSI. Por fim, treinamento e capacitação constantes da equipe técnica completam o escopo de funcionamento da empresa, premiada em 2008 como Destaque do Setor na categoria Aditivos para Preparação de Massa.

Para manter esse reconhecimento do mercado, a Avebe/DSI tem investido em novas unidades produtivas, assegurando o fornecimento de raízes e grãos. Recen-

temente, uma nova fábrica em Assis Chateaubriand (PR) foi adicionada ao grupo e, em 2009, mais uma planta será construída no Estado do Mato Grosso do Sul. “Para acompanhar o desenvolvimento da companhia, os investimentos em capital humano são contínuos”, completa Helmut Tiedke, diretor-presidente da Avebe/DSI.

PERSPECTIVAS POSITIVAS

Pelo fato de ter como mercado primário exatamente o setor fabricante de papel, a estratégia da companhia está completamente alinhada a ele. “A empresa dá 100% de prioridade para o setor de papel”, confirma Tiedke. Sobre esse segmento, o executivo está otimista: “O setor se internacionalizará cada vez mais. O consumo médio de papel e cartão *per capita* continuará a aumentar e as capacidades produtivas serão redivididas, porém sempre em crescimento”. Para a Avebe/DSI, a situação instável que estamos atravessando não afeta a empresa em curto prazo. “Se o setor sofre de estagnação temporária, nosso foco continua a ser o de fornecer a solução



DIVULGAÇÃO AVEBE/DSI

Tiedke: “Se o setor sofre de estagnação temporária, nosso foco continua a ser fornecer a solução mais lucrativa para redução de custos”

mais lucrativa para redução de custos”, afirma Tiedke.

A empresa acredita que seu diferencial está na tecnologia. “Constantemente precisamos seguir a demanda do mercado por novos derivados de amido, que, atualmente, são mais que uma cola”, conta o diretor-presidente da Avebe/DSI. “Nossa tecnologia nos permite oferecer a solução mais eficiente economicamente a nossos clientes”, completa. Contando com um departamento de Marketing e Inovações recentemente reforçado, agora composto por sete pessoas, a Avebe/DSI destaca o orgulho de receber o prêmio Destaques do Setor: “Para nossa companhia é um reconhecimento; demonstra que estamos no caminho certo e que nossa estratégia é bem recebida pelos clientes. Isso nos dá a motivação de prosseguir no caminho que escolhemos”, finaliza Tiedke. 🌱

DIVULGAÇÃO AVEBE/DSI



Recentemente, uma fábrica em Assis Chateaubriand (PR) foi adicionada ao grupo e, em 2009, uma nova planta será construída no Mato Grosso do Sul

Basf: parceria de longa data com o setor

Por Rodrigo Moraes

Fundada na Alemanha em 1865, a Basf é uma empresa química que conta em seu portfólio com mais de 8 mil produtos. Para uma empresa com esse perfil tão abrangente, é vital que haja uma definição objetiva dos mercados de atuação, com avaliação contínua dos ambientes externos e internos. É justamente aí que está a base do planejamento estratégico da empresa, vencedora do prêmio Destaques do Setor na categoria Aditivos para Revestimento.

A parceria da Basf com o setor de celulose e papel é antiga. Já em 1871, a empresa adaptava alguns de seus produtos para aplicações na fabricação de papel. “Com suas aplicações divididas entre químicos de processo e químicos funcionais, a fabricação de papel requer profundo conhecimento e *expertise*, o que permite agregar valor aos nossos produtos e serviços”, afirma Oscar Volpini Jr., gerente técnico de Papel para a América do Sul. Ele destaca que os químicos para papel se encaixam perfeitamente no conceito “*verbund*”, de integração operativa nas fábricas da Basf pelo mundo. Insumos, subprodutos e intermediários, assim como conhecimentos e aplicações, são intercambiáveis na complexa matriz química da companhia. “Planejamento estratégico é o que não pode faltar, e cada unidade de negócios (como a de papel) possui estrutura para alinhar o gerenciamento da estratégia com o pensamento global”, diz Volpini Jr.

FUTURO E SUSTENTABILIDADE

O atual plano estratégico da Basf foi desenvolvido visando o ano de 2020. Inicialmente a empresa estabeleceu um crescimento baseado em suas próprias fortalezas e que deveria garantir um índice acima da média do mercado.

Se, porém, neste momento a crise bateu à porta, não há motivos para insegurança.

“Para uma empresa consolidada há mais de um século, crise é parte integrante da atividade. A Basf já passou por várias mudanças. Criou produtos que tiveram o ciclo de vida encerrado, como as fitas cassete, e soube conduzir suas atividades para manter-se sólida e inovadora nos dias de hoje. Por isso, não menospreza os períodos de crise e admite que são esses momentos que promovem a depuração do mercado”, afirma Volpini Jr. Para o executivo, a indústria de papel e celulose tem uma crise particular. “A despeito da recente queda nos preços do petróleo, energia será sempre uma questão primordial. Além do mais, haverá grande competição pelos recursos de biomassa, coração de nossa indústria”, afirma. É por isso que a estratégia de inovação da Basf está baseada na sustentabilidade, no desenvolvimento de soluções que ofereçam reduções de custos e consumo de energia, bem como utilização de matérias-primas fibrosas de menor qualidade.

No ano passado, a companhia lançou no mercado brasileiro o Basocoll FF e o Basoplast B200. O primeiro é uma resina de resistência em úmido para *coating*, isenta de formaldeído e de cura imediata, resultado de tecnologia desenvolvida no Brasil e que explora a cadeia de acrílicos. A linha Basoplast, de agentes sintéticos de colagem, tem agora uma versão totalmente produzida com matérias-primas locais.

A mesma preocupação com sustentabilidade está no desenvolvimento do látex Styronal BX, ligante que leva um terceiro componente que não precisa ser oriundo da cadeia do petróleo. Em seu processo produtivo, o Styronal BX tem uma “pegada de carbono” 30% inferior à de um látex SB (estireno-butadieno) convencional. Esse produto estará no mercado em 2009, e os primeiros testes industriais revelaram-se bastante promissores.



DIVULGAÇÃO BASF

Para Volpini Jr., energia será sempre uma questão primordial no setor

APOSTANDO NO CONHECIMENTO

O investimento em capital humano é outra prioridade da Basf, que, inclusive, tem programas de treinamento estendidos para os clientes. O tradicional seminário internacional para clientes, realizado anualmente na matriz da empresa, na Alemanha, tem agora versão brasileira. “Sabemos que são poucas as empresas papeleiras que podem enviar técnicos para a Europa. Por isso, nos dois últimos anos a Basf e suas parceiras, Voith e Omya, testaram um programa similar que agradeu a todos. Falado em português, com temas mais adaptados à nossa realidade, o seminário para clientes atraiu mais de 70 pessoas em Guaratinguetá”, conta Volpini Jr. O sucesso do evento garante a realização, em 2009, de duas versões: *wet-end* e *coating*.

O comprometimento da Basf com a indústria papeleira é um grande diferencial da empresa. “Crescer, formar e inovar: esses são os objetivos resultantes de nosso planejamento estratégico e reconhecidos por nossos clientes.”

Demuth aposta na consolidação de sua marca

Por Rodrigo Moraes

Para a Demuth Machines, empresa vencedora do prêmio Destaques do Setor pelo quarto ano consecutivo na categoria de Equipamentos e Produtos para a Área Florestal, resultado financeiro não é tudo. “Estamos trabalhando tendo em vista o crescimento, não só em faturamento, mas em conceito de produto. Nossa meta principal é consolidar ainda mais nossa marca como melhor empresa em pátios de madeira”, afirma Marcelo Barros, gerente comercial da Demuth.

A maior motivação da empresa é atender às necessidades dos clientes a fim de atingir o objetivo de realizar projetos de alto nível técnico e custo adequado, preocupação primordial na hora de definir o planejamento estratégico.

Hoje, o planejamento estratégico da Demuth é trabalhado por uma equipe formada por diretoria, gerência e colaboradores, que contribuem de uma

forma ou outra para o crescimento e o sucesso da organização. “As atividades da empresa estão voltadas aos objetivos traçado nesse planejamento estratégico. Não adianta parte da empresa estar focada nas ações e estas não estarem alinhadas com as metas estabelecidas. Alinhar este foco é nossa missão no dia-a-dia”, posiciona Barros.

Sediada em Novo Hamburgo (RS), a Demuth também sabe que é importante estar preparada inclusive para lidar com os períodos de crise. “A economia está sempre em transformação e não podemos traçar nossos objetivos de maneira que não possamos ajustá-los conforme o momento de crise. Estávamos preparados para uma possível crise e, agora, estamos tomando as medidas necessárias para minimizar seus efeitos”, afirma Barros.

Apesar do momento de incertezas no setor, a Demuth está otimista em relação



DIVULGAÇÃO DEMUTH

Barros: “Estávamos preparados para uma possível crise e, agora, estamos tomando as medidas necessárias para minimizar seus efeitos”

ao futuro e pretende crescer. A prioridade da empresa é aprimorar o desenvolvimento de seus produtos e soluções, apresentando constantemente ao mercado soluções técnicas modernas, visando à plena satisfação dos clientes e criando um diferencial técnico nos projetos.

Quando perguntado sobre o que poderia ser um diferencial de atuação da empresa no mercado, Barros responde deixando evidente que a integração de diversos fatores faz a Demuth seguir ganhando espaço no setor. “É até difícil especificar um único ponto que seja visto como diferencial. Entendemos que são fatores interligados. Precisamos, por exemplo, de um bom atendimento para que nossas tecnologias sejam consolidadas no mercado. Não adianta termos um produto de qualidade sem que haja a prestação de um serviço à altura. Por razões como essas, nos empenhamos em todas as frentes no mercado”, comenta. ▲



DIVULGAÇÃO DEMUTH

A prioridade da Demuth, sediada em Novo Hamburgo (RS), é aprimorar o desenvolvimento de seus produtos e soluções

Eka aposta na competitividade brasileira

Por Marina Faleiros

Com crise ou sem crise, uma realidade sempre persistirá: “Ainda será mais barato fazer celulose de fibra curta de eucalipto no Brasil que em outros países e, por consequência, o nosso país voltará a abrigar os principais projetos de expansão neste setor”. É essa a convicção de Júlio Cabrales, diretor comercial da Eka Chemicals, vencedora do prêmio Destaques do Setor na categoria Produtos Químicos para Fabricação de Celulose. “Acreditamos que de 2010 em diante o setor de celulose e papel nacional voltará a se equilibrar e gradualmente retomará parte dos projetos de expansão hoje cancelados”, completa.

O próximo ano, porém, será difícil, pontua. “Alguns investimentos foram cancelados ou postergados, com uma forte pressão para redução de custos, afetando inclusive a empregabilidade no setor”, diz. Em função do aumento de produção programado por diversas fabricantes de celulose, a Eka tinha se planejado para acompanhar a alta do mercado, com investimentos em aumento de capacidade ou inovação de produtos. “Com o cancelamento desses projetos e até uma possível redução na demanda atual de nossos produtos no mercado local, teremos certamente de rever o planejamento estratégico para os próximos três anos à luz deste novo e recessivo cenário.”

Como ele mesmo acredita, quando o cenário macroeconômico mundial voltar a se equilibrar e a demanda global por papel e celulose voltar a crescer, ainda que talvez numa velocidade menor que a dos últimos anos, com a consequente recuperação dos preços internacionais desses produtos, o Brasil despontará como uma das grandes potências do setor. “Quanto à área de papel, o aquecimento do mercado interno, que penso foi menos afetado do que o mercado de alguns outros países, e a desvalorização

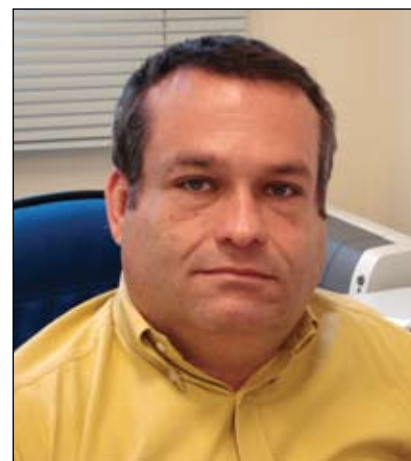
do real podem aumentar a competitividade de nossa produção local, deixando este setor mais aquecido do que antes da crise global”, afirma.

Para programar seu crescimento e manter-se sólida no mercado, a Eka conta com uma área de planejamento estratégico de nível corporativo mundial. “Existem grupos de trabalho multinacionais que fazem o planejamento estratégico da empresa como um todo por linha de produtos”, diz. A filial brasileira, explica Cabrales, possui representantes diretos nos principais grupos – Clorato; Retenção e Drenagem; Colagem; e Purate/Controle Microbiológico –, participando ativamente na definição do planejamento estratégico da Eka global em um horizonte de cinco anos.

PLANEJAR PARA CRESCER

Como fornecedora do setor, é preciso estar sempre atenta ao que acontece dentro das fábricas de celulose e papel. “A companhia estuda detalhadamente as tendências do setor localmente e em nível mundial, assessorada pelo setor corporativo de inteligência de mercado, para que, com base nessas tendências, sejam levados também em conta aspectos macroeconômicos e influências de outros setores da cadeia, como consumidores finais, setor gráfico e concorrentes, traçando com bases sólidas seu planejamento estratégico.”

Na hora de investir, Cabrales conta que a fabricante de químicos tem uma visão ampla para se manter competitiva no mercado local e global. “Em termos de tecnologia, a Eka possui uma forte organização de pesquisa e desenvolvimento, sempre com o objetivo de lançar novos conceitos tecnológicos, do estado-da-arte, seja em novos produtos, novas aplicações de produtos já existentes ou desenvolvimento de tecnologias inovadoras.” Como exemplo



DIVULGAÇÃO EKA CHEMICALS

Cabrales: “Acreditamos que de 2010 em diante o setor de celulose e papel nacional voltará a se equilibrar”

disso, ele cita o conceito tecnológico do Purate, uma solução aquosa de clorato de sódio e peróxido de hidrogênio patenteada e produzida pela Eka para ser aplicada na desinfecção de água potável, industrial e de efluentes. “Recentemente, esta tecnologia teve o campo de aplicação expandido, passando a ser efetivamente usada como agente para controle microbiológico em máquinas de papel, revolucionando este segmento na indústria papelreira”, afirma.

Com relação ao material humano, a empresa investe muito na seleção e contratação dos melhores profissionais do mercado e aposta no constante treinamento para aperfeiçoar seus funcionários. “Além de cursos técnicos específicos visando desenvolver habilidades técnicas relacionadas estritamente à área de atuação de cada profissional, a Eka dá suporte a cursos de gerenciamento, pós-graduação e línguas, bem como ocasionais treinamentos no exterior em programas de desenvolvimento organizados pela própria empresa e pelo grupo AkzoNobel para os funcionários de destaque”, salienta.

Irmãos Passaúra: pronta para novos cenários

Por Marina Faleiros

Para a fornecedora de serviços de manutenção Irmãos Passaúra, um bom planejamento é aquele que prevê mudanças de mercado, “tendo sempre espaço de manobra para adaptações às novas realidades”, nas palavras de Luís Carlos Fernandes, diretor administrativo da empresa, vencedora pela terceira vez consecutiva do prêmio Destaques do Setor. Por isso mesmo, diante das atuais turbulências no mercado financeiro, ele conta que a empresa rapidamente adaptou sua estrutura organizacional, reduzindo custos e investimentos que podem ser postergados, além de ter buscado fortalecer laços com clientes e atuar em novas áreas. “Com ações nesse nível conseguimos superar as dificuldades, alinhando o perfil de atuação e carga de trabalho à nova realidade, buscando, depois deste processo, um novo período de crescimento”, diz.

Para que a empresa esteja sempre pronta para essas mudanças de rota, Fernandes explica que todos os pontos fortes e fracos de cada projeto são analisados criticamente no planejamento estratégico, sendo comparados com o perfil de atuação e a capacidade da empresa. “Dessa forma, conseguimos explorar cada situação e elaborar os planos de ação corrigindo, melhorando e antevendo dificuldades que possam se apresentar ao longo do projeto”, conta. Para ele, entre os pontos fortes da Irmãos Passaúra estão a estratégia de marketing bem clara e definida, a conquista da fidelidade dos clientes, a tecnologia e a boa parceria com fornecedores.

Tudo isso, porém, não impede que a empresa também busque constantes avanços em seus processos: “Podemos desenvolver ainda mais as competências gerenciais, ter mais conhecimento do mercado, dos produtos e da qualidade de serviço, sem permitir falta de controle de despesas e gestão financeira, entre outros fatores”,

diz. Na empresa, o planejamento estratégico é distribuído para a diretoria e todos os seus subordinados, com uma constante preocupação em oferecer serviços com altos índices de qualidade e segurança.

Na opinião do diretor, o mercado estará retraído entre os próximos 12 e 18 meses, voltando a crescer em ritmo menos acelerado em relação aos últimos cinco anos, mas o trabalho precisa ser contínuo. “Com o mercado cada vez mais aberto, outras empresas do mesmo segmento e tão competitivas quanto a nossa entram todos os anos como novos *players*. Procuramos estar sempre à frente, capacitando nossas equipes operacionais e gerenciais para oferecer soluções mais adequadas à realidade do cliente, com mais segurança e qualidade, prazos mais curtos e comportamento socioambiental mais adequado.”

INVESTIR PARA CRESCER

Para continuar em alta, Fernandes cita algumas áreas prioritárias para investimentos na empresa, como é o caso da capacitação constante para criar equipes de alto desempenho e colaboradores comprometidos com os objetivos. “Para isso estamos fazendo treinamentos internos nas equipes operacionais em grupos de até 30 pessoas, buscando atingir em 18 meses 100% da nossa força de trabalho”, conta.

Na área de tecnologia, o aporte fica com equipamentos e soluções diretamente dedicadas ao principal ramo de atuação da Irmãos Passaúra, que são as fábricas do setor. Para ele, um bom exemplo disso foi o intenso investimento feito nos últimos seis anos na área de guindastes utilizados na montagem das plantas novas ou em manutenção e substituição de peças. “Isso nos tornou autossuficientes para qualquer montagem que se faça necessária nos projetos em andamento ou em análise, não



DIVULGAÇÃO IRMÃOS PASSAÚRA

Fernandes: “Vamos continuar a investir”

dependendo de fornecedores deste serviço do mercado. Com isto, conseguimos dar maior garantia nos prazos dos projetos.”

A empresa, afirma Fernandes, anteviu a grande demanda do mercado por equipamentos de manutenção de movimentação de carga, em especial guindastes. “Como a Passaúra, além de locadora, é grande tomadora desses recursos em sua atividade de montagem e manutenção industrial, adquirimos no mercado externo uma série de equipamentos que se somam agora à grande frota, que possui mais de 100 equipamentos especiais dessa área.” A companhia ainda está em fase final de implantação do sistema de informação, com a aquisição de sistema para controle de ponto e acesso nas obras onde está atuando.

Quanto às metas para o futuro, Fernandes é exigente: a empresa quer crescer, no mínimo, 15% ao ano. “Vamos continuar a investir em desenvolvimento de equipes, melhora dos processos internos, compra de novos equipamentos, atuação em novas áreas de atuação e fidelização dos clientes potenciais.”

Klabin: solidez para manter a sustentabilidade

Por Marina Faleiros

A maior fabricante brasileira de papéis começa 2009 cheia de expectativas: se por um lado tem agora capacidade para produzir 2 milhões de toneladas por ano devido ao projeto de expansão MA 1100, de outro a crise econômica bateu à porta de todos os fabricantes do setor, tirando liquidez do mercado e deixando um ponto de interrogação nas previsões de vendas. “Diferentemente de anos anteriores, quando o cenário do próximo ano era mais visível, agora nos encontramos em uma situação de grande crise. Mas a Klabin, antes de se decidir pelo projeto de expansão, o fez sob a condição de só o realizar quando tivesse a liquidez adequada para tanto”, explica Reinoldo Poernbacher, diretor-geral da Klabin.

Para o executivo, a Klabin tem a solidez necessária para passar por este período. “Em setembro de 2008, nossa disponibilidade de caixa era de R\$ 2,1 bilhões”, afirma. Além disso, com o projeto de expansão e o estabelecimento da produção na planta Monte Alegre, que fica em Telêmaco Borba (PR), a eficiência da unidade aumentou. “Faz-se a mesma coisa com menos, e acabamos tendo redução de custos neste momento.”

Além disso, o dólar em alta não tem um lado apenas negativo, segundo enfatiza Poernbacher. “No período em que as companhias estavam com o preço em dólares subindo, o setor não conseguia repassar todos os seus custos.” Agora, com a nova Máquina de Papel nº 9, a Klabin pode comercializar 350 mil toneladas de cartões de qualidade no mundo todo com um dólar mais forte, o que lhe dá maior competitividade em relação a custos e qualidade de seus produtos.

O ano de 2008 também foi representativo, já que a empresa consolidou seu projeto de pesquisa florestal e investiu R\$ 70 milhões em modernização e tecnologia

nessa área. Com novos equipamentos, os custos da colheita foram reduzidos e há menos perda no processo de extração da madeira. “Também tivemos a recertificação do FSC em nossas florestas do Paraná, que já haviam sido certificadas há dez anos e agora estão por mais cinco.

Outro destaque no ano, de acordo com Poernbacher: o lançamento de sacos de embalagem para farinha. “Este mercado tem um grande potencial no Brasil.” Além disso, o executivo aponta o desenvolvimento do cartão triplex, que já deve trazer bons resultados para a empresa neste ano, e o empenho da empresa para reduzir a gramatura de seus papéis entre 5% e 8%, garantindo o mesmo desempenho de antes.

Na parte industrial, um projeto importante foi a nova planta de ultrafiltração. “Esta é a primeira em grande escala no mundo”, afirma. Agora, a água que passa pelo sistema está sendo devolvida ao meio ambiente com qualidade superior à de quando foi retirada. Em 2008, também foi instalada na empresa a nova caldeira de biomassa, com seis meses de atraso, mas agora já em funcionamento. “Isso vai ao encontro da tendência mundial de redução de gases do efeito estufa. No Paraná se queima mais de 1 milhão de toneladas por ano de biomassa. Se tudo isso fosse óleo combustível, seria muito mais poluente.”

Também resultado das várias conquistas obtidas, no ano passado a Klabin foi vencedora do prêmio Destaques do Setor em duas categorias: Fabricante de Papel para Embalagem e Preservação do Meio Ambiente.

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

O planejamento estratégico da Klabin está focado na aquisição de novos mercados. Para isso, a empresa não descarta a possibilidade de investir até mesmo em outras áreas. Segundo Antonio Ser-



DIVULGAÇÃO KLABIN/FRANKLIN MARTINS

Poernbacher destaca os ganhos em eficiência com o projeto MA 1100

gio Alfano, diretor de Planejamento e Financeiro da Klabin, não dá para deixar de analisar os grandes projetos de celulose no País, que chegam a colocar no mercado 1,3 milhão de toneladas por ano. “Vamos crescer para adicionar celulose de mercado ao nosso portfólio, quem sabe”, diz.

De acordo com ele, a primeira saída para a crise financeira está na atuação em mercados nos quais a empresa realmente pode ter força e trazer retorno. “Nosso foco é o papel e somos líderes nesse setor; precisamos dar continuidade ao crescimento baseados na saúde financeira da empresa e em florestas, tendo esse aspecto aliado ao baixo custo de produção que a Klabin tem.”

Sobre o projeto MA 1100, ele acredita que a empresa o fez no momento certo, pois havia mercado e condições. “Temos um grande cliente, que é Tetra Pak, e permanecemos com nossas vantagens competitivas. Além disso, em 2009 vamos ter uma capacidade superior em venda, apesar da crise, melhorando os serviços a nossos clientes.”

Para a MD Papéis, agilidade é essencial em tempos de crise

Por Marina Faleiros

Mais do que nunca, as ferramentas de gestão que alinham objetivos e ajudam na conquista de metas estão sendo aplicadas dentro da MD Papéis, já que a crise financeira mundial diminuiu a disposição de crédito e ainda não se sabe quando o mercado de papéis voltará a funcionar dentro da normalidade. “Precisamos ser ágeis, reavaliar nossos compostos de competitividade, tecnologia, foco, pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças; enfim, manter toda a equipe engajada nos processos de planejamento da empresa”, explica Sérgio Canela, diretor da MD Papéis, vencedora do prêmio Destaques do Setor na categoria Fabricante de Papéis Especiais.

De acordo com o executivo, a MD Papéis está inserida no Planejamento Estratégico do Grupo Formitex, que controla a companhia e define projetos de investimentos e expansão, bem como políticas socioambientais, sempre visando a sustentabilidade econômica para o futuro do negócio. Na base desse planejamento estão pontos importantes, como planejamento, implementação e processos de controle, segundo explica o executivo.

Por conta disso, a estrutura de negócios da MD Papéis busca atender aos interesses dos acionistas, do ponto de vista do resultado, sempre analisando os diferentes processos de gestão da empresa em todas as suas áreas, por meio de grupos de trabalho que operam de forma matricial, integrando profissionais de diversos campos da empresa. “Esses grupos de trabalho também possibilitam uma avaliação sistêmica dos recursos humanos e tecnológicos disponíveis, englobados na atividade de planejamento”, diz. Finalmente – e não menos importante – o executivo aponta que a companhia procura alinhar as lideranças da empresa em termos de organização,

estrutura e políticas, com a meta de reforçar os valores culturais.

Para manter a empresa em rota de crescimento, Canela conta que a MD ainda aposta em um tripé muito importante: capital humano, produtos e tecnologia. “Ele dá sustentação ao nosso setor e ao nosso negócio; é impossível separar essas partes.” Como forma de seguir esse conceito, ele conta que, neste momento, a empresa está promovendo a certificação FSC para algumas linhas de produtos, condição essencial para sua sustentabilidade comercial em alguns mercados. E mesmo diante da crise financeira, ele acredita que é preciso continuar investindo no capital humano. “A MD e todo o Grupo Formitex implantarão, a partir de janeiro de 2009, um grande programa de previdência privada para todos os colaboradores. Lançamos também, em dezembro, um novo serviço de assistência odontológica para todos os funcionários”, comenta. Ao mesmo tempo, a empresa manteve alguns projetos importantes na Divisão Papéis, como a nova caldeira da unidade Caieiras e uma nova rebobinadeira, entre outros projetos industriais que deverão ocorrer ainda no primeiro semestre.

OPORTUNIDADES

Em relação ao mercado, as oportunidades ainda são muitas, na visão de Canela, já que a MD atua em três segmentos importantes: papéis especiais, papéis/cartões para embalagem e papéis para imprimir/escrever. “É certo que a atual crise global atingirá todos os setores e segmentos da economia, mas apostamos na versatilidade e no domínio das diferentes tecnologias de fabricação de papéis e cartões da MD para cruzarmos este período de turbulência”, diz. Ele acredita que os mercados interno e latino-americano ainda representam



DIVULGAÇÃO MD PAPÉIS

Canela: “Apostamos na versatilidade e no domínio das diferentes tecnologias de fabricação de papéis e cartões da MD para cruzarmos este período de turbulência”

grande oportunidade para as indústrias de papel instaladas no Brasil.

Por atuar em diferentes segmentos de mercado, a aposta em serviços e atendimento é um diferencial da empresa. “A MD investiu pesado em 2008 na implantação do sistema SAP em todas as unidades do grupo. Após o período crítico de implantação, deveremos fortalecer os sistemas de informação e relacionamento com clientes no primeiro trimestre de 2009”, diz. Outra área importante e que tem merecido toda a atenção da empresa é a de inovação e desenvolvimento de produtos. Após a aquisição das unidades Santista e Limeira, há cerca de um ano, a MD cresceu e aumentou significativamente tanto sua linha de produtos quanto a complexidade de suas operações. “Estamos, neste momento, criando uma área de desenvolvimento de produtos com vistas a acelerar novos processos de desenvolvimento”, conta Canela.

Metso: estratégias globais como suporte ao crescimento

Por Rodrigo Moraes

Ser uma empresa de atuação global, com operações em mais de 50 países, ocasiona diversas vantagens para a Metso. “Nossa presença em diversos mercados faz com que tenhamos uma visão profunda e global, para que possamos, assim, orientar nossas ações estratégicas”, afirma Celso Tacla, presidente da Metso Paper na América do Sul, empresa vencedora do prêmio Destaques do Setor em três categorias: Automação; Máquinas e Equipamentos para Fabricação de Celulose; e Sistemas para Recuperação de Licor e Geração de Energia.

O planejamento estratégico da Metso compila visão de crescimento, lucratividade, áreas para desenvolvimento e aplicação de recursos de P&D, gestão de capital humano e novas aquisições, entre outros pontos. Seu desenvolvimento ocorre de maneira global, num processo contínuo que envolve um grupo de gestão formado por pessoas de diferentes áreas da empresa e de diversos países. O planejamento, feito para um período de cinco anos, estabelece metas e objetivos, bem como ações para que eles sejam atingidos. “A partir daí, o mais importante é a divulgação das estratégias para toda a empresa e a implantação das ações em todos os níveis”, diz Tacla.

No momento atual, em que a crise financeira mundial já dá indícios de uma recessão severa e prolongada, é preciso ter em mente que as ações de planejamento estratégico devem ter um viés que ultrapasse o curto prazo. “Temos aqui uma combinação entre fundamentos macroeconômicos relativamente estáveis e um potencial de crescimento que pode favorecer o Brasil na disputa por investimentos internacionais. Outros países emergentes têm potencial de crescimento, mas não apresentam a mesma estabilidade da economia brasileira. Quando voltar a liquidez internacional, o Brasil deve ser um

dos primeiros países a se recuperar”, diz Tacla. Para ele, os fatores estruturais, como alta produtividade florestal e baixos custos de produção, permanecem como vantagem competitiva da indústria de celulose, e os clientes poderão até mesmo ser fortalecidos com um câmbio mais favorável para os exportadores de celulose. “Outro fator relevante relacionado ao câmbio consiste no aumento da viabilidade de novos investimentos, logicamente condicionados à recuperação do mercado e à contenção do efeito inflacionário”, completa.

Vale também sempre lembrar que, mesmo enquanto a crise não se ameniza, há alternativas: “É possível, através de outros segmentos, compensarmos aqueles com maior grau de retração. No caso da linha de negócios de automação da Metso, por exemplo, devido à sua atuação em outros segmentos que apresentam uma demanda interna crescente, como oil & gas, petroquímico, energia, mineração, etanol e outros, os efeitos da crise não serão tão intensos”, pontua Luiz Franco, vice-presidente da divisão Process Automation Systems da Metso Automation na América do Sul.

OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO

Independentemente da duração da crise mundial, a Metso tem uma grande base instalada, e um caminho óbvio de crescimento está na área de serviços – “um foco de desenvolvimento muito importante, pois podemos agregar grande valor às operações de nossos clientes, com otimizações, pequenas reformas, aumento da vida útil dos equipamentos e soluções tecnológicas amigáveis ao meio ambiente”, afirma Tacla. Ele também ressalta que, com a transferência de capacidade de produção de celulose do Hemisfério Norte para o Sul, os investimentos em novas fábricas de celulose deverão prosseguir gerando oportunidades de crescimento




DIVULGAÇÃO METSO

Tacla: “Quando voltar a liquidez internacional, o Brasil deve ser um dos primeiros países a se recuperar”

para a empresa.

Além disso, áreas como geração de energia a partir de biomassa e novas tecnologias para as quais a Metso já dispõe de tecnologias comerciais, como gaseificação de biomassa, pirólise, extração de lignina e os processos de segunda geração para produção de etanol, representam novas oportunidades.

Para se manter nessa trajetória de crescimento, a Metso continua a apostar em inovação e P&D estratégico e desenvolvimento de competências e talentos. Além disso, pode contar com suas vantagens competitivas. “A Metso é a única empresa que fornece um escopo completo de máquinas e equipamentos para a fabricação de celulose e papel. Investimos cerca de 3% de nosso faturamento em P&D e continuamente realizamos aquisições estratégicas para aumentar ainda mais nossa propriedade intelectual, como foi o caso das aquisições nos últimos anos das tecnologias Beloit, Mitsubishi (MHI) e Kvaerner Pulping & Power”, destaca Elisângela Melo, da área de Marketing da Metso. 



“Você precisa, nós fornecemos.”

Seja qual for a sua necessidade, se é um escopo completo de fornecimento para todo o processo, produtos e equipamentos para fabricação de papel e celulose e geração de energia, soluções em automação para toda a fábrica, ou o suporte de uma rede global de serviços e atendimento ao cliente, este é o negócio que nós fornecemos.

Expect Results é a nossa promessa para ajudá-lo alcançar os seus objetivos.

www.metso.com/pulpandpaper

 **metso**
Expect results

Nalco aposta nas inovações tecnológicas

Por Marina Faleiros

No tripé da sustentabilidade de qualquer empresa, além da parte financeira e humana, o aspecto ambiental é de grande relevância. Por isso, no setor de celulose e papel, para o qual a água é um recurso importante e a geração de efluentes um fator inevitável, faz-se preciso reinventar constantemente conceitos e adquirir novas tecnologias. É justamente esse o foco de atuação da Nalco, que conquistou o prêmio Destaques do Setor na categoria Sistemas para Tratamento de Águas e Efluentes.

Em 2008, a empresa apresentou ao mercado diversos produtos novos, entre os quais o Metrix, que eleva a produtividade na prensa desaguadora de fabricantes de papel, e o Ellipsis, que melhora a drenagem de maneira controlada, aumentando a retenção de resíduos sem sacrificar as propriedades da folha de papel, como formação, rugosidade, porosidade, tensão e força.

A empresa também investiu no Programa Nalco Scale-Guard Plus, tecnologia completa de gerenciamento de incrustações em fábricas de processo kraft, com o objetivo de promover a sinergia entre os processos de controle e monitoramento. Para isso, combina de forma diferenciada programas químicos personalizados, novas tecnologias de controle e monitoramento e

as melhores práticas mecânicas, operacionais e químicas.

Esse programa foi desenvolvido para diversos tipos de incrustação – carbonato de cálcio, oxalato de cálcio, sulfato de bário, hidróxido de cálcio, sulfato de cálcio e enxofre – e depósitos orgânicos em todas as fases do processo de produção de celulose e papel, incluindo polpação, branqueamento, sistema de recuperação e circuito de água. A aplicação do inibidor químico permite a redução de custos operacionais, diminuindo o efeito da variabilidade da madeira na operação da fábrica e prolongando o período entre as paradas programadas para limpeza.

A Nalco é uma das grandes fornecedoras mundiais de aplicações para tratamento de águas, qualidade do ar de interiores e melhoria de processos, com foco em soluções que promovem benefícios ambientais, sociais e econômicos. Na parte ambiental, as tecnologias da empresa permitem a redução do consumo de água, energia e outros recursos naturais, melhorando a qualidade do ar e diminuindo a emissão de poluentes ambientais. A empresa tem mais de 11 mil funcionários, que atuam em 130 países e contam com o apoio de uma rede de instalações industriais, escritórios de vendas e centros de pesquisa. Em 2007, as vendas da Nalco ultrapassaram US\$ 3,9 bilhões.



Planta da Nalco em Suzano (SP): foco em soluções que promovem benefícios ambientais, sociais e econômicos

PUBLICAÇÕES ABTCP

REVISTA

O PAPEL

A Revista O Papel, publicação mensal de tecnologia para celulose e papel, é hoje um dos principais veículos de comunicação para profissionais envolvidos na indústria de celulose e papel no Brasil.



GUIA DE COMPRAS CELULOSE E PAPEL

O Guia de Compras Celulose e Papel é um dos livros mais vendidos no Brasil, fornecendo informações de valor de celulose e papel.



REVISTA

NOSSO PAPEL

A Nossa Papel é um jornal sobre tecnologia de celulose e papel para profissionais da indústria, com artigos de atualizações, notícias, comentários e pesquisas sobre o mercado de celulose e papel.

NEWSLETTER

ABTCPPage

Tudo que é ABTCP no seu e-mail



NEWSLETTER

RADAR TECNOLÓGICO

Atualize-se e fique em todos os pontos de encontro de pesquisadores e especialistas do setor.

SAIMA MARI

Tel.: 11 3874-2733

relacionamento@abtcp.org.br



Pöyry: em sintonia com as necessidades dos clientes

Por Rodrigo Moraes

Atuando em 47 países e com uma equipe de mais de 8 mil colaboradores, o Grupo Pöyry especializou-se no trabalho de consultoria e engenharia na indústria de base florestal, energia, infraestrutura e meio ambiente. Com a missão de antecipar e realizar as metas do cliente, incrementando sua competitividade sustentável, a Pöyry aplica o conceito de planejamento estratégico em suas atividades, estabelecendo metas através da análise das capacitações, tanto em termos de referências quanto de talentos individuais e metodologia. Além disso, avalia a atratividade dos setores, levando em consideração as tendências de mercado e suas perspectivas de crescimento. “É um processo estruturado que começa pela definição das áreas de atuação do Grupo em nível mundial, passando pelo estabelecimento de metas em termos de volume e rentabilidade e também pela definição do plano de ação e de planos específicos, tendo como diretriz básica a missão do Grupo Pöyry”, ressaltam Marcelo Cordaro e Carlos Farinha, respectivamente presidente e vice-presidente da Pöyry Tecnologia no Brasil, empresa vencedora do prêmio Destaques do Setor na categoria Engenharia e Consultoria.

Os executivos explicam ainda que o planejamento estratégico é um processo dinâmico desenvolvido pela presidência em consonância com a diretoria e os responsáveis pelas áreas de atuação. Logo após sua definição, o processo acaba permeando todos os níveis da empresa.

ATUAÇÃO DE QUALIDADE

A Pöyry Tecnologia está presente desde as fases de conceituação, avaliação e desenvolvimento até as de implantação, partida e operação de empreendimentos. Essa amplitude de atuação proporciona aos clientes uma integração de



DIVULGAÇÃO PÖYRY

Para Marcelo Cordaro (esq.) e Carlos Farinha, respectivamente presidente e vice-presidente da Pöyry Brasil, o momento é de prudência, mas a competitividade estrutural do Brasil no setor mantém-se inalterada

capacidades, com garantia de qualidade e responsabilidade centralizada. “Sempre procuramos atender o cliente com qualidade e competência. Por isso, o mercado acaba por reconhecer esta nossa constante atuação cumprindo e entregando o trabalho de acordo com tais parâmetros ao longo destes 35 anos de presença no Brasil”, destacam Cordaro e Farinha.

Para atingir e manter esse resultado, o investimento da empresa no desenvolvimento de tecnologia e processos inovadores tem sido uma constante, paralelamente à monitoração contínua das necessidades dos clientes e ao desenvolvimento de pessoal altamente treinado, apoiado por tecnologias e métodos de trabalho comprovados.

Na Pöyry, a melhoria da qualificação do capital humano é a maior prioridade. “Isso se consegue com treinamento, uma clara definição do que se espera de cada um e a definição de um plano de sucessão para os cargos estratégicos”, afirmam Cordaro e Farinha.

PRESENTE E FUTURO

Quanto aos reflexos do momento de crise na indústria brasileira de celulose e papel, os executivos estão otimistas: “O presente momento, dada sua volatilidade e algumas indefinições em relação ao futuro da economia global, naturalmente conduz a um processo decisório baseado em grande prudência. Acreditamos que este panorama seja passageiro, pois a competitividade estrutural do Brasil neste setor mantém-se inalterada – e até deverá ser reforçada em médio e longo prazos, em função de um processo depurador que eliminará os concorrentes de regiões menos competitivas e de uma taxa cambial talvez mais favorável ao processo exportador.”

Hoje, além do setor de celulose e papel, a empresa atua com indústrias químicas e de energia. Com estrutura bem definida e análises consistentes sobre seus mercados de atuação, a Pöyry tem como visão para o futuro acompanhar a retomada do setor de celulose e, paralelamente, priorizar o crescimento nesses outros setores. ▲

Renovação constante é meta da Santher

Por Marina Faleiros

Completar 70 anos sem perder a jovialidade. É esse um dos grandes trunfos da Fábrica de Papel Santa Therezinha, a Santher, para manter sua competitividade no concorrido mercado de papéis para fins sanitários, categoria na qual recebeu o prêmio Destaques do Setor 2008. Com inovações apresentadas a todo momento e de olho nos consumidores, a empresa aposta na renovação de seu portfólio para se manter conectada com o consumidor final e garantir boas vendas.

Uma das grandes vitórias da companhia em 2008, por exemplo, foi a aposta no absorvente feminino Sym. Entre os diferenciais do produto está a aplicação de abas transparentes, uma novidade que não existia entre os outros concorrentes. Com o produto, a empresa espera, nos próximos dois anos, crescer dois dígitos em volume

de vendas nesse mercado, que movimentava R\$ 1 bilhão.

A unidade de produtos de consumo, uma das mais reconhecidas da empresa – já que seus produtos e marcas estão em contato direto com os brasileiros nas gôndolas dos supermercados – foi criada anos após a fundação da empresa, em 1971, com foco no conforto e no bem-estar de seus consumidores. Para isso, a matéria-prima é bem selecionada, em busca de papéis de alta qualidade com maciez e resistência na medida certa.

Entre os papéis mais conhecidos da empresa está o da marca Personal, com grande aceitação de mercado e reconhecimento do público. Segundo a Santher, o Personal é líder no mercado de papéis higiênicos, com mais do dobro de participação do segundo colocado. Além disso, campanhas publicitárias e promoções fazem

com que a marca seja uma das mais lembradas pelos consumidores, com forte presença em todas as regiões do País. No caso do Personal, a regra de sempre reinventar conceitos também é válida, a exemplo do lançamento de papéis com cores e da criação de uma linha promocional voltada para o público infantil, o Personal Kids.

Para atender consumidores atentos às tendências mundiais de reciclagem, a empresa também apostou na criação de linha Eco, produzida com fibras recicladas de alta qualidade. Segundo a empresa, todos os produtos da linha Eco passam por análises de irritabilidade dérmica primária e microbiológica realizadas por laboratórios externos.

A Santher também possui linhas profissionais, focadas no consumo em larga escala, e de papéis técnicos para uso industrial. Fundada em 1938, a empresa tem entre suas metas a constante busca da qualidade e inovação em seus produtos, o que envolve desde a capacitação de seus funcionários até a aquisição de novos equipamentos de produção. Outro ponto importante nesta cadeia é a distribuição, para que clientes dos mais diversos pontos do País tenham acesso aos produtos da empresa.

A companhia possui quatro unidades produtivas, capazes de fabricar cerca de 200 mil toneladas por ano, sendo 155 mil de papéis descartáveis e mais 45 mil de papéis de uso industrial. Segundo o último ranking divulgado pela Bracelpa (2006/2007), a Santher figurava como a 12ª maior fabricante de papéis do Brasil.



DIVULGAÇÃO SANTHER

A Santher possui quatro unidades produtivas, capazes de fabricar cerca de 200 mil toneladas de papéis por ano

Na Tidland, a missão é seguir buscando resultados

Por Rodrigo Moraes

A Tidland aposta em produtos e serviços inovadores para sustentar sua missão estratégica de crescimento e a busca por atender o que costuma ser chamado pelos colaboradores de “A Nossa Missão”. Com 60% de seus negócios no Brasil voltados para o setor de papel, a empresa estabelece suas metas e estratégias de crescimento com base nas perspectivas e projeções que o segmento faz. “Sabemos que 2009 deverá ser um ano muito duro para o setor. Se por um lado esse fato pode afetar o desempenho comercial e até financeiro da empresa, por outro devemos continuar perseguindo aquilo em que acreditamos. Agindo assim, passada a crise estaremos mais fortes que nossos concorrentes no que se refere a novos produtos e oportunidades de crescimento”, afirma Claudio Bock, diretor da Tidland do Brasil.

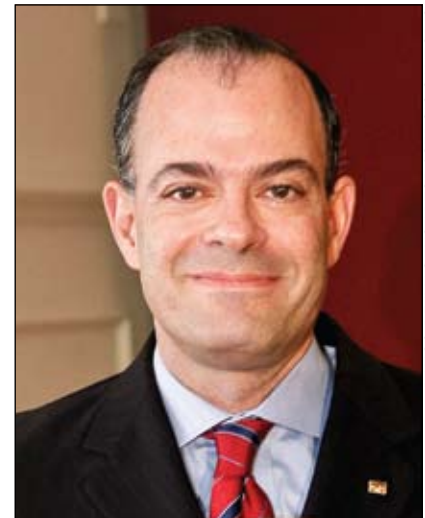
A empresa tem parte do planejamento estratégico focado no desenvolvimento de novos produtos e serviços que possam levar benefícios substanciais aos seus clientes. Para Bock, em um segmento altamente competitivo como este, é preciso destacar os aspectos

incontestáveis de benefícios por meio de produtos tecnológicos. “Assim, procuramos pesquisar e desenvolver de três a seis novos produtos por ano. O nível de aceite desses produtos pelo mercado fica entre 15% e 20%, isto é, de cada dez produtos lançados, dois acabam sendo muito representativos dentro do conceito de inovação e trazem a rentabilidade planejada.”

TRIPÉ DE SUCESSO

Referência mundial em acessórios para conversão de papel, cartão e tissue, o destacado reconhecimento da empresa no mercado deve-se ao sucesso resultante da interação de um tripé de competências formado pelos seguintes pontos: tecnologia, capital humano e conhecimento sobre o mercado atuante.

Por isso, se o conhecimento técnico e científico faz parte do planejamento estratégico da empresa e a necessidade de estar atenta às mudanças no mercado são exigências fundamentais para manter-se competitiva, é justamente no capital humano que a Tidland garante seu diferencial de atuação. “Graças a um corpo técnico e operacional bem treinado,



BANCO DE IMAGENS ABTCP / SERGIO SANTORIO

Bock ressalta a importância da pesquisa e do desenvolvimento de novos produtos

criativo e ardente por promover o crescimento da empresa, poderemos sustentar o desejado – e esperado – crescimento”, afirma o diretor da Tidland.

Dentro do conceito de “Visão da Empresa”, o grupo executivo é formado por um diretor, um gerente financeiro e um gerente técnico, que ficam responsáveis pela elaboração, disseminação e execução de um planejamento estratégico completo e abrangente para os negócios.

Apesar de o planejamento estratégico ser renovado a cada cinco anos, os planos de ação da empresa são anualmente validados por essa comissão formada por executivos e gestores, em consonância com o presidente da Tidland International.

Para a empresa, eleita Destaque do Setor na categoria de Equipamentos e Acessórios para Conversão e Acabamento pela quinta vez desde que o prêmio foi lançado nessa categoria, em 2001, a conquista tem sabor muito especial, uma vez que as “cinco estrelas” refletem um conceito de reconhecimento do mercado no qual a Tidland está profundamente inserida. ▲

DIVULGAÇÃO TIDLAND



É o capital humano que garante o diferencial de atuação da Tidland

VCP: crescendo com sustentabilidade

Por Marina Faleiros

Para a VCP, o ano de 2009 já chega fadado a ser marcante: no primeiro semestre, a companhia irá colocar em funcionamento a maior fábrica *single line* de celulose do mundo, com capacidade de produzir 1,3 milhão de toneladas por ano. O início de produção da nova planta, instalada em Três Lagoas (MS), é uma das boas notícias deste início de ano para o setor brasileiro, que terminou 2008 estremecido pela crise financeira mundial.

A VCP foi uma das grandes vencedoras do prêmio Destaques do Setor, obtendo a maioria dos votos em três categorias: Fabricante de Papéis Gráficos, Manejo Florestal Sustentável e Responsabilidade Social. Nesse último quesito, a empresa pôde comemorar o sucesso do projeto Poupança Florestal, que chegou a ser destacado pelo relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que reúne 50 casos mundiais com exemplos de projetos para o combate à pobreza. No programa, pequenos e médios produtores agrícolas são beneficiados com a plantação de florestas de eucaliptos.

Para participar da Poupança Florestal, os agricultores passam por aulas de educação ambiental e deixam parte de suas áreas

reservadas para preservação. Além disso, as mudas de eucalipto são doadas pela empresa, que fixa um preço a ser pago para a madeira no futuro, com preço corrigido. A VCP ainda doou mais de 100 mil sementes, que foram plantadas entre as mudas de eucaliptos. Segundo a companhia, mais de 700 agricultores do Rio Grande do Sul participam do projeto.

Do lado ambiental, a companhia também entrou no índice Dow Jones de sustentabilidade. A lista reúne ações das empresas que são consideradas exemplos em relação ao desempenho econômico, apresentando também boas práticas ambientais e sociais.

EQUILÍBRIO DE OFERTA

A VCP, assim como outras empresas brasileiras fabricantes de celulose, sofreu um duro baque no final de 2008, quando a crise financeira eclodiu e a demanda pela matéria-prima caiu. Conforme o relatório do quarto trimestre de 2008 da companhia, a partir da segunda quinzena de setembro ocorreu um desequilíbrio no mercado de celulose, levando os estoques mundiais do produto a 471 dias de suprimento em outubro, contra 44 em setembro. Por conta disso, assim como outras empresas do setor, a VCP realizou paradas estratégicas,

estagnando a produção durante sete dias em sua unidade de Jacaré (SP), no início de novembro. Nesse período, a empresa cortou, ao todo, 35 mil toneladas de sua produção, conforme informações da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

Mesmo diante da escassez de crédito no mercado financeiro, a empresa calcula que o crescimento da demanda mundial por celulose de fibra curta feche 2008 com alta de 5,3%, enquanto prevê queda de 1,9% na compra de fibra longa. O volume total de vendas de celulose em 2008 também é maior do que o verificado em 2007, alcançando 1,19 milhão de toneladas, 8% superior. Segundo comunicado da empresa, isso se deve ao “bom desempenho industrial e elevado índice de desempenho dos contratos comerciais”, de modo a permitir que as vendas acumuladas do ano ficassem próximas das estimativas feitas pela VCP desde o início do ano.

Na área de papel, o segundo semestre é reconhecido por trazer aumento nas vendas, com o impulso dos segmentos cademeiro, promocional e de programas governamentais. Para a empresa, o real desvalorizado também favorece a competitividade dos produtores locais tanto no Brasil quanto no exterior. Por conta disso, a VCP reduziu seus estoques de papel a um nível inferior ao de dezembro de 2007, com 105 mil toneladas no quarto trimestre, praticamente estável em comparação ao mesmo período do ano passado. A empresa espera ainda fechar o ano com um total de 390 mil toneladas comercializadas.

Sobre as notícias da possível fusão com a Aracruz, o que formaria uma empresa gigante do setor de celulose mundial, a VCP informa que as discussões de seu controlador com os demais acionistas continuam em andamento: “A companhia manterá o mercado informado tão logo tenha conhecimento de evoluções sobre esse assunto”, promete o relatório do quarto trimestre. ▲



No primeiro semestre de 2009, a VCP irá colocar em operação a sua nova planta em Três Lagoas (MS), com capacidade de produzir 1,3 milhão de toneladas por ano

Voith: inovação como diferencial no planejamento estratégico

Por Rodrigo Moraes

Tendo a inovação como ponto mais forte de atuação, a Voith não dispensa um bom planejamento estratégico como ferramenta para definir seu correto posicionamento no mercado. “O planejamento atua no levantamento de informações relevantes, avalia as capacidades internas da empresa, estuda oportunidades e define como a companhia agirá para transformá-las em negócios”, conta Guilherme Nogueira, gerente de Marketing da Voith Paper, empresa vencedora do prêmio Destaques do Setor na categoria Acessórios e Equipamentos para Máquina de Papel.

O planejamento estratégico é fruto de um trabalho conjunto que inclui todas as áreas – entre as quais Vendas, Marketing, Engenharia, Produção, Gerenciamento de Projetos, Suprimentos e Recursos Humanos – sob coordenação da diretoria da Voith.

Para estar alinhado ao setor, o planejamento analisa as tendências de curto, médio e longo prazos do setor de papel e celulose. As tendências de curto e médio prazos são utilizadas para direcionar a atuação da empresa nos mercados existentes, enquanto as de longo prazo norteiam o investimento no desenvolvi-

mento de novas tecnologias que venham a atender às demandas futuras do setor.

Se o momento é de crise, não há motivo para desespero. Considerando três tipos possíveis de cenário – otimista, realista e pessimista –, a empresa traça planos de ação próprios para cada situação. “Tudo é considerado. As informações e as tendências são estudadas para avaliar o impacto no planejamento da empresa, principalmente em médio e longo prazos, pois não se pode esquecer que o setor de papel e celulose é de capital intensivo e seus projetos têm longos períodos de maturação”, destaca Nogueira.

Quanto às prioridades da Voith para continuar crescendo, destaca-se o investimento em novas tecnologias capazes de aumentar a competitividade dos fabricantes de papel e celulose e a qualidade de seus produtos finais. “Cada mercado tem características próprias. Cada um foca com mais intensidade suas necessidades específicas, mas percebemos aumento global do interesse por tecnologias que reduzam o consumo de energia na produção, possibilitem a utilização de fibras recicladas na produção de papel de alta qualidade, diminuam consumos em



DIVULGAÇÃO VOITH

Nogueira destaca o aumento global do interesse por tecnologias que reduzam consumos em geral e auxiliem a preservação do meio ambiente

geral e auxiliem a preservação do meio ambiente, entre outros pontos”, revela o gerente de Marketing.

INVESTINDO EM PESSOAS

Além do diferencial de competitividade obtido com a inovação tecnológica, a empresa tem trajetória marcada pela solidez e confiabilidade de sua marca – algo que só pôde ser garantido ao longo dos anos com o investimento em pessoas. “Este é o elemento básico no desenvolvimento de novas tecnologias”, afirma Nogueira.

A empresa, que tem fornecido máquinas para mais de 50 países, conta com uma parceria de mais de 40 anos com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) para a formação de pessoal especializado para a produção. Investe também no treinamento internacional de técnicos e engenheiros para desenvolvimento, construção, especificação e projetos de máquinas e equipamentos destinados à área de papel. Além disso, aposta na formação de pessoal para a gestão dos negócios.



DIVULGAÇÃO VOITH

Vista aérea da planta da Voith em São Paulo (SP)

2008: DA ALTA À QUEDA DOS PREÇOS EM DÓLARES DA CELULOSE

Carlos José Caetano Bacha
Professor Titular da Esalq/USP

RETROSPECTIVA 2008

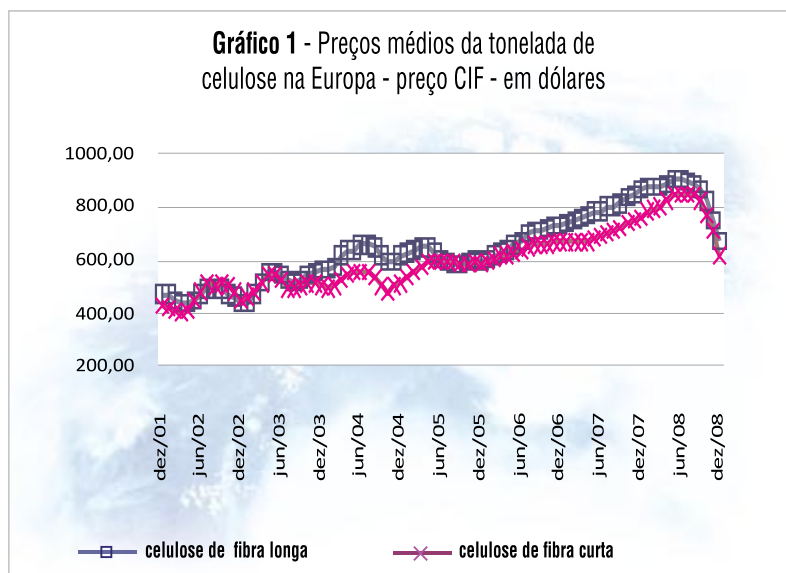
O mercado internacional de celulose presenciou, no primeiro semestre de 2008, a continuidade de alta de preços em dólares que vinha ocorrendo desde meados de 2002. No entanto, a partir de agosto de 2008 houve sucessivas reduções semanais dos preços em dólares, que fizeram as cotações de dezembro de 2008 retornar aos patamares vigentes em meados de 2006 (Gráfico 1).

O início da queda de preços internacionais da celulose (em agosto de 2008) antecedeu em um mês a crise financeira internacional (iniciada em setembro passado), mas foi aprofundada por esta. Apesar da redução da produção, seja pela paralisação temporária de fábricas na América do Norte, seja pelo fechamento de unidades, a demanda por celulose e papéis tem caído mais do que a produção, gerando excedente de oferta que ainda causa a queda dos preços internacionais em dólares de celulose e papéis.

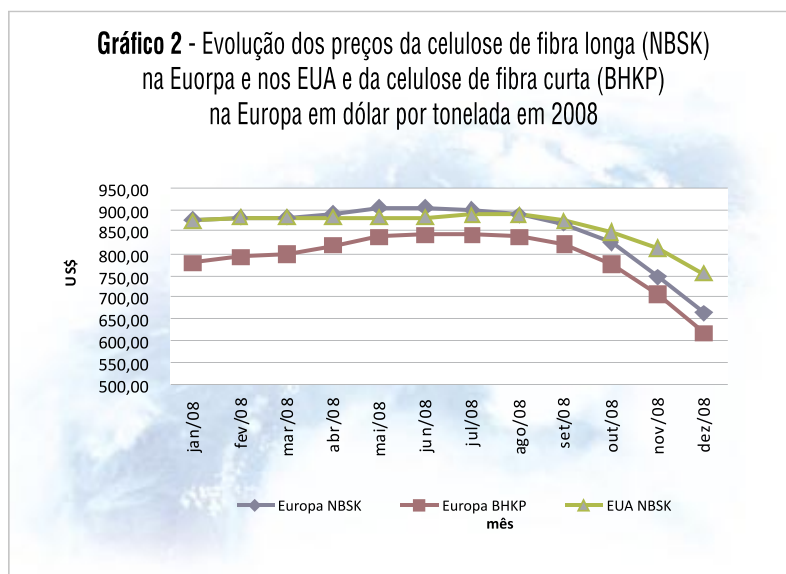
No entanto, a redução de preços em dólares da celulose não tem sido sincronizada entre os países. Os preços em dólares da celulose têm caído mais na Europa do que nos Estados Unidos. No começo de 2008, os preços em dólares da celulose de fibra longa (NBSK) eram idênticos nos Estados Unidos e na Europa, mas passaram a ficar mais baratos na Europa a partir de outubro (Gráfico 2).

Os produtores brasileiros – que no primeiro semestre de 2008 se pautavam pelos preços europeus para indexar os valores de venda no mercado doméstico – modificaram a indexação no segundo semestre, pautando-se mais pelas cotações do mercado norte-americano.

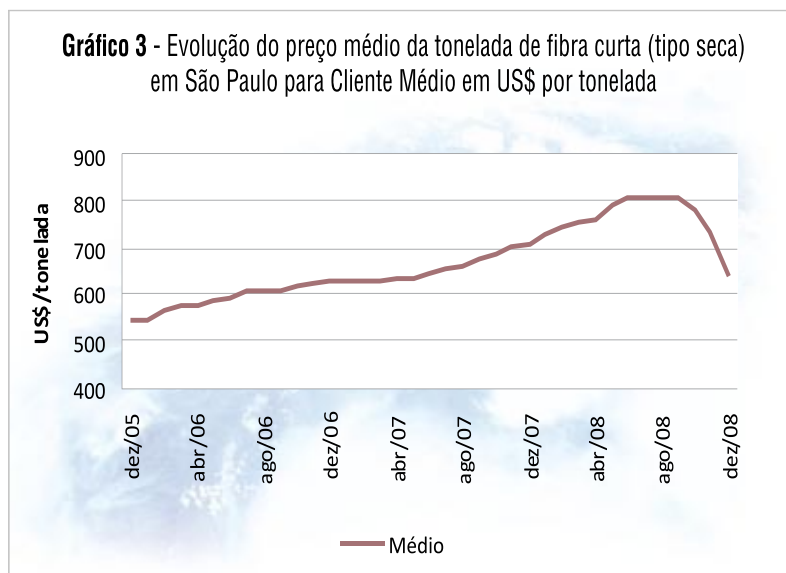
Outro aspecto a destacar: devido às variações das taxas de câmbio, em especial do euro frente ao dólar, as flutuações de preços em dólares e em euros foram diferentes ao longo dos últimos dois anos. Por exemplo, entre final de novembro e final de dezembro de 2008, as cotações em dólares da tonelada de celulose de fibra longa (NBSK) na Europa diminuíram 9,9%, mas em euros a redução foi de 18,9%, pois



Fonte: Foex



Fonte: Foex



Fonte: Grupo Economia Florestal – Esalq/USP.

em similar período o dólar se valorizou frente ao euro. Isso explica o fato de os preços em dólares dos papéis na Europa terem subido em dezembro, apesar de terem diminuído em euros.

No mercado interno observou-se, no segundo semestre de 2008, que os preços em dólares da celulose diminuíram (Gráfico 3), mas os preços em reais de alguns papéis tiveram, em alguns meses, pequenas altas (Gráfico 4). No caso das aparas, ao longo de 2008 prevaleceram reduções dos preços em reais, em especial das marrons e de jornal (Gráfico 5).

MESES DE NOVEMBRO E DEZEMBRO DE 2008

MERCADO INTERNACIONAL

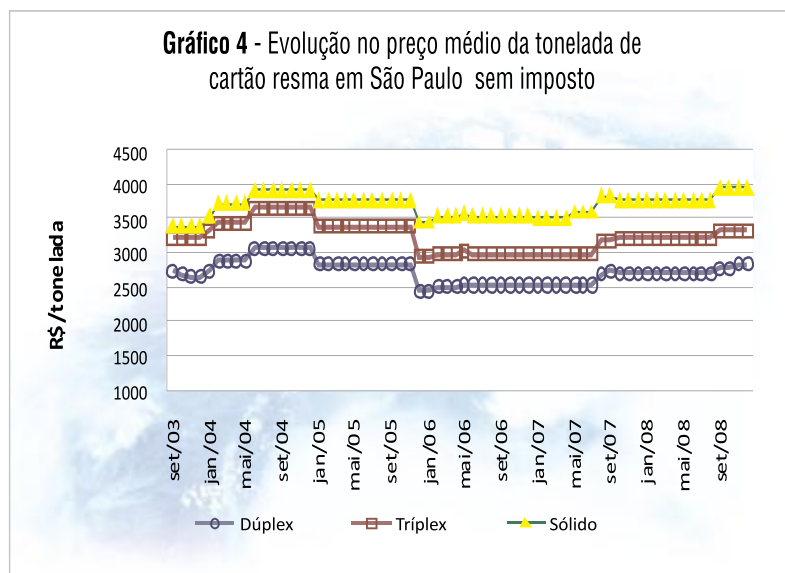
As informações divulgadas nos dois últimos meses de 2008 indicam que as reduções de demanda e/ou de expedições (*shipment*) foram muito elevadas na comparação ano a ano. Por exemplo, as expedições de celulose de mercado na América do Norte em novembro de 2008 foram 22% inferiores às de novembro de 2007. A queda para as expedições de caixas de papelão nos Estados Unidos foi de 10% no mesmo período. A demanda de papel-imprensa na Europa em novembro de 2008 foi 9,5% inferior à de novembro de 2007, as expedições de papel cuchê foram 13% menores e as de papel offset diminuíram 23%, segundo informações divulgadas pela Foex.

Esses dados justificam as quedas de preços em dólares e euros das celuloses na Europa em novembro e dezembro (Tabelas 1 e 2). Os preços em euros dos papéis na Europa também caíram em novembro e dezembro (Tabela 6), mas, devido à forte desvalorização do euro frente ao dólar em dezembro, as cotações em dólares dos papéis aumentaram na Europa (Tabela 5).

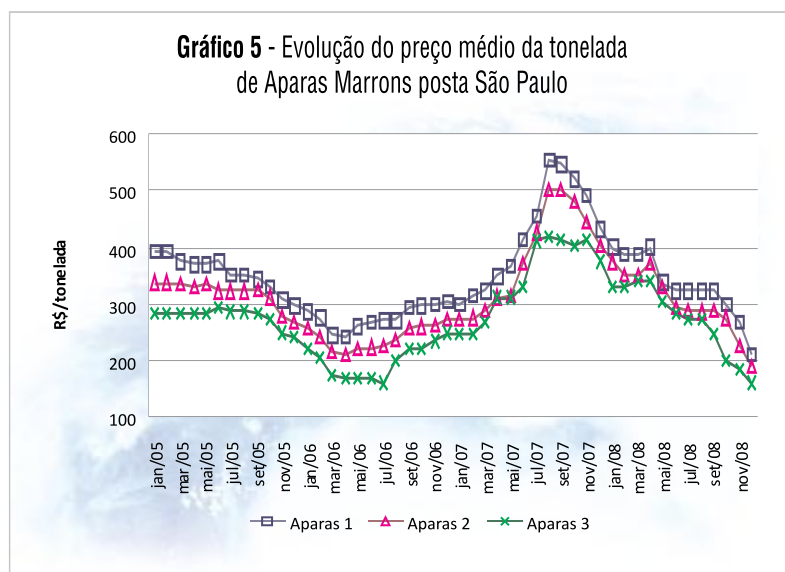
MERCADO DOMÉSTICO

Mercado de celulose

Os produtores brasileiros reduziram os preços em dólares da celulose de fibra



Fonte: Grupo Economia Florestal – Esalq/USP.



Fonte: Grupo Economia Florestal – Esalq/USP.

Tabela 1 - Preços médios da tonelada de celulose na Europa - preço CIF - em dólares

Table 1 - Average prices per tonne of pulp in Europe - CIF price - in dollars

	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Celulose de fibra curta / Short fiber pulp	822,79	774,53	705,54	617,96
Celulose de fibra longa / Long fiber pulp	867,02	825,66	746,57	665,06

Fonte/Source: Foex

Tabela 2 - Preços médios da tonelada de celulose na Europa - preço CIF - em euros

Table 2 - Average prices per tonne of pulp in Europe - CIF price - in euros

	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Celulose de fibra curta / Short fiber pulp	572,14	580,34	555,58	465,04
Celulose de fibra longa / Long fiber pulp	602,91	618,85	587,97	500,20

Fonte/Source: Foex

Tabela 3 - Evolução dos estoques internacionais de celulose (mil toneladas)**Table 3 - International pulp inventories (1000 tonnes)**

	Ago/08 Aug/08	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08
Utipulp ^A	930	934	927	908
Europulp ^B	1.521	1.544	1.527	1.567

Fonte/Source: Foex / Nota: *Valor sujeito a retificação / N.d. - não divulgado / A= estoques dos consumidores europeus / B= estoques nos portos europeus / Note: *amount subject to correction; n.a. - data not available. / A = inventories of European consumers / B = inventories in European ports

Tabela 4 - Preços médios da tonelada de celulose e papel-jornal nos EUA - preço CIF - em dólares**Table 4 - Average prices per tonne of pulp and newsprint in USA - CIF price - in dollars**

	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Celulose de fibra longa / Long fiber pulp	875,4	848,39	812,45	752,15
Papel-jornal / Newsprint	720,47	734,42	747,57	752,09

Fonte/Source: Foex
Nota: o papel jornal considerado tem gramatura de 30 lb.

Tabela 5 - Preços médios da tonelada de papéis na Europa - preço delivery - em dólares**Table 5 - Average prices per tonne of papers in Europe - delivery price - in dollars**

	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Papel LWC(cuchê) / LWC Paper (couché)	997,22	937,30	887,81	920,11
Papel Ctd WF / Ctd WF Paper	982,69	925,71	880,93	919,09
Papel A-4(cut size) / A-4 Paper (cut size)	1.220,93	1.139,93	1.081,36	1.129,62
Papel-jornal* / Newsprint*	718,78	667,39	632,24	661,39
Kraftliner / Kraftliner	697,13	648,40	618,74	648,52

Fonte/Source: Foex / Nota: * o preço do papel-jornal na Europa é CIF
Note: *the price of newsprint in Europe is CIF.

Tabela 6 - Preços médios da tonelada de papéis na Europa - preço delivery - em euros**Table 6 - Average prices per tonne of papers in Europe - delivery price - in euros**

	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Papel LWC(cuchê) / LWC Paper (couché)	693,26	701,90	699,18	690,23
Papel Ctd WF / Ctd WF Paper	683,17	693,28	693,78	689,39
Papel A-4(cut size) / A-4 Paper (cut size)	848,78	853,66	851,63	847,22
Papel-jornal* / Newsprint*	546,07	499,77	497,92	496,01
Kraftliner / Kraftliner	529,56	485,61	487,29	486,39

Fonte/Source: Foex / Nota: * o preço do papel-jornal na Europa é CIF
Note: *the price of newsprint in Europe is CIF.

Tabela 7 - Preços da tonelada de celulose de fibra curta (tipo seca) posta em São Paulo - em dólares**Table 7 - Prices per tonne of short fiber pulp (dried) put in São Paulo - in dollars**

			Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Venda doméstica Domestic sales	Preço-lista List price	Mínimo/Minimum	818	745	656
		Médio/Average	826	755	688
		Máximo/Maximum	845	766	720
	Cliente médio Medium-size client	Mínimo/Minimum	730	630	552
		Médio/Average	783	734	641
		Máximo/Maximum	821	771	720
	Cliente grande Large client	Mínimo/Minimum	740	662	748
		Médio/Average	740	662	748
		Máximo/Maximum	740	662	748
Venda externa / Export Sales			556	520	n.d.

Fonte: Grupo Economia Florestal - Cepea e MDIC, n.d. valor não disponível. / Source: Grupo Economia Florestal (CEPEA) and MDIC, Note: os valores para venda no mercado interno não incluem impostos. / Note: the values for sale on the domestic market do not include taxes.

Tabela 8 - Preços da tonelada de celulose de fibra curta do tipo úmida em São Paulo - valores em dólares**Table 8 - Prices per tonne of short fiber wet pulp in São Paulo - in dollars**

		Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Venda doméstica Domestic sales	Preço-lista List price	775	700	700	650
	Cliente médio Medium-size client	720 a 750	675 a 685	587,50 a 650	587,50 a 600
	Cliente grande Large client	660	660	590	530

Fonte/Source: Grupo Economia Florestal - Cepea.

Tabela 9 - Preços médios da tonelada de papel posta em São Paulo - Sem impostos - Vendas domésticas - Em reais**Table 9 - Average prices per tonne of paper put in São Paulo - Without taxes - Domestic sales - In reais**

Produto/Product		Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Cut size		2.660	2.660	2.750	2.750
Cartão/Board (resma)/ream	dúplex	2.771	2.771	2.830	2.830
	tríplice	3.333	3.333	3.333	3.333
	sólido/solid	3.933	3.933	3.933	3.933
Cartão/Board (bobina)/reel	dúplex	2.653	2.653	2.709	2.709
	tríplice	3.203	3.203	3.203	3.203
	sólido/solid	3.803	3.803	3.803	3.803
Cuchê/Couché	resma/ream	2.913	2.990	3.184	3.184
	bobina/reel	2.963	3.040	3.234	3.234
Papel offset/Offset paper		2.730	2.730	2.819	2.892

Fonte/Source: Grupo Economia Florestal - Cepea.

Tabela 10 - Preços médios da tonelada de papel posta em São Paulo - com impostos - vendas domésticas - em reais**Table 10 - Average prices per tonne of paper put in São Paulo - with taxes - domestic sales - in reais**

Produto/Product		Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Cut size		3.406	3.406	3.521	3.521
Cartão/Board (resma)/ream	dúplex	3.548	3.548	3.624	3.624
	tríplice	4.253	4.253	4.268	4.268
	sólido/solid	5.036	5.036	5.036	5.036
Cartão/Board (bobina)/reel	dúplex	3.397	3.397	3.470	3.470
	tríplice	4.102	4.102	4.102	4.102
	sólido/solid	4.870	4.870	4.870	4.870
Cuchê/Couché	resma/ream	3.729	3.828	4.077	4.077
	bobina/reel	3.793	3.892	4.141	4.141
Papel offset/Offset paper		3.496	3.496	3.610	3.703

Fonte/Source: Grupo Economia Florestal - Cepea.

curta vendida no mercado interno em montante inferior à redução observada no mercado europeu. De acordo com a Tabela 1, o preço em dólares da tonelada de BHKP diminuiu US\$ 205 entre setembro e dezembro de 2008 (considerando-se as médias mensais). Para clientes pequenos no Brasil, a redução foi de US\$ 158 no mesmo período e, para clientes médios, de US\$ 166.

Clientes grandes e alguns médios estabeleceram, no passado recente, preços fixos em reais com os produtores de celulose, o que resultou, em alguns meses recentes, fortes quedas ou altas dos preços em dólares, devido à variação do real frente ao dólar. Isso ocorreu com os clientes grandes em dezembro passado.

Para a celulose de fibra curta do tipo úmida, para os clientes pequenos houve queda de US\$ 125 no preço por tonelada entre setembro e dezembro de 2008.

Mercado de papéis

Novembro foi marcado por alta dos preços em reais dos papéis cut size, cartão dúplice (em resma e bobina), cuchê (em resma e bobina) e offset, que permaneceram estáveis em dezembro (Tabelas 9 e 10).

No mercado de papéis da linha marrom para embalagem, os preços médios em reais dos papéis miolo e kraftliner diminuíram em novembro e dezembro (Tabela 11), permanecendo estáveis os preços dos papéis capa reciclada e testliner.

Mercado de aparas

Dezembro foi marcado por grandes reduções dos preços das aparas (Tabela 13) advindas da redução da demanda das empresas de papéis e da grande oferta de aparas no mercado. Há grande oferta internacional de aparas, o que faz o preço de importação do produto pelo Brasil cair (Tabela 14).

Tabela 11 - Preços sem desconto da tonelada de papel-miolo, testliner e kraftliner para produto posto em São Paulo - Sem ICMS e IPI - Em reais
Table 11 - Prices without discount for tonne of fluting paper, testliner and kraftliner for product put in São Paulo - Without ICMS and IPI taxes - In reais

		Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08	Dez/08 Dec/08
Miolo Fluting paper	Mínimo/Minimum	1.025	1.025	1.025	984
	Médio/Average	1.195	1.226	1.222	1.198
	Máximo/Maximum	1.310	1.402	1.402	1.401
Capa reciclada Recycled liner	Mínimo/Minimum	1.066	1.066	1.066	1.066
	Médio/Average	1.233	1.233	1.223	1.223
	Máximo/Maximum	1.400	1.400	1.380	1.380
Testliner	Mínimo/Minimum	1.700	1.730	1.730	1.730
	Médio/Average	1.715	1.775	1.775	1.775
	Máximo/Maximum	1.730	1.819	1.819	1.819
Kraftliner	Mínimo/Minimum	1.512	1.512	1.512	1.512
	Médio/Average	1.674	1.687	1.675	1.666
	Máximo/Maximum	1.900	2.008	2.008	2.008

Fonte/Source: Grupo Economia Florestal - Cepea.

Tabela 12 - Preços da tonelada de papel kraftliner para o comércio exterior - Sem ICMS e IPI - Brasil - Em dólares FOB
Table 12 - Prices per tonne of kraftliner paper for export - Without ICMS and IPI taxes - Brazil - Price FOB - In dollars

		Ago/08 Aug/08	Set/08 Sept/08	Out/08 Oct/08	Nov/08 Nov/08
Exportação Exports	Mínimo/Minimum	493	480	458	435
	Médio/Average	533	532	540	518
	Máximo/Maximum	616	623	760	684
Importação Imports	Mínimo/Minimum	490	488	486	429
	Médio/Average	521	498	488	429
	Máximo/Maximum	552	507	490	429

Fontes: Grupo Economia Florestal - Cepea e Aliceweb. Sources: Grupo Economia Florestal - Cepea and Aliceweb
 Nota: n.d. dado não disponível/Note: n.a. - data not available

Tabela 13 - Preços da tonelada de aparas posta em São Paulo - em reais
Table 13 - Prices per tonne of recycled materials put in São Paulo - in reais

Produto/Product	Nov/08 Nov/08			Dez/08 Dec/08			
	mínimo minimum	médio average	máximo maximum	mínimo minimum	médio average	máximo maximum	
Aparas brancas White recycled material	1ª	800	983	1.133	900	1.026	1.105
	2ª	620	685	760	500	640	760
	3ª	490	490	490	350	350	350
	4ª	390	442	498	250	365	460
Aparas marrons (ondulado) Brown materials (corrugated)	1ª	240	265	280	180	210	248
	2ª	180	226	252	150	190	220
	3ª	180	180	180	140	160	180
Jornal / Newsprint	180	203	220	180	196	220	
Cartolina Folding Board	1ª	280	304	330	260	270	300
	2ª	300	305	310	290	295	300

Fonte/Source: Grupo Economia Florestal - CEPEA

Tabela 14 - Importações brasileiras de aparas marrons [código NCM 4707.10.00] - ano de 2008
Table 14 - Recycled brown waste papers [Code NCM 4707.10.00] - Brazilian import

	Valor em US\$ / US\$	Quantidade (em kg) / Amount kg	Preço médio (US\$ t) / Average (US\$ t)
Fevereiro / Feb.	211.704	822.937	257,23
Março / March	183.762	635.670	289,08
Abril / April	90.758	425.541	213,28
Mai / May	95.735	425.713	224,88
Junho / June	94.570	546.299	173,11
Julho / July	146.778	643.972	227,92
Agosto / August	169.834	832.171	204,08
Setembro / September	103.068	408.892	252,07
Outubro / October	61.875	415.000	149,10
Novembro / November	32.250	300.000	107,50

Fonte / Source: Sistema Aliceweb

Consulte os indicadores de produção e vendas de celulose e papel no site da ABTCP, www.abtcp.org.br.

DIRETORIA EXECUTIVA - Gestão 2008/2009

Presidente:

Alberto Mori

Vice-Presidente:

Lairton Oscar Goulart Leonardini

1º Secretário-Tesoureiro:

Gabriel José

2º Secretário-Tesoureiro:

Jair Padovani

CONSELHO DIRETOR

Alessandra Fabiola B. Andrade / Equipalcool; Alexandre Baron / Clariant; Alexandre Molina / Tesa; Anderson Bonaldi / Basf; André Luis de Oliveira Coutinho / Woodward; Angelo Carlos Manrique / Dag Química; Antonio Carlos Manfrini / Inoxtubos; Antonio Claudio Salce / Papyrus; Aparecido Cuba Tavares / Orsa Celulose, Papel e Embalagens; Ari A. Freire / Rolldoctor; Arnaldo Marques / Avebe; Aureo Marques Barbosa / CFF-Federal; Carlos Alberto Farinha e Silva / Pöyry; Carlos Alberto Fernandes / SKF; Carlos Alberto Sanchez Fava / Melhoramentos; Carlos de Almeida / Alstom; Carlos Renato Trecenti / Lwarcel; Cecília Rodrigues / Hercules; Celso Luiz Tacla / Metsu; Cesar Augusto de Matos Gaia / Dow Brasil; Cláudia de Almeida Antunes / Dupont; Claudinei Oliveira Gabriel / Schaeffler; Cláudio Andrade Bock / Tidland; Clayton Sanchez / Ex-presidente ABTCP; Darley Romão Pappi / Xerium; Elaine Coffone / Nalco; Elisvaldo Emídio Sabino / Euroamerican; Étore Selvatici Cavallieri / Imetame; Francisco F. Campos Valério / Votorantim Celulose e Papel; Gilmar Avelino Pires / Prominent; Haruo Furuzawa / NSK; José Alvaro Ogando / VLC; José Edson Romancini / Looking; José Gertrudes / Consorcio Paulista de Papel e Celulose; José Joaquim de Medeiros / Buckman; José Luiz Dutra Siqueira / Peróxidos; Jose Paulo Bolsonaro / Logos Química; Jürgen Meier / Evonik Degussa; Luiz Carlos Domingos / Klabin; Luiz Leonardo da Silva Filho / Kemira; Luiz Magno Arneiro / Quimpel; Luiz Mário Bordini / Andritz; Luiz Walter Gastão / Techmelt; Manoel Moyses Zauberman / Inpal; Marcelo Ronald Schaalman / Omya; Marco Antonio Andrade Fernandes / Enfil; Marco Aurélio da Fonseca / Xerium; Marcus Aurelius Goldoni Junior / Schweitzer – Mauduit; Maurício Luiz Szacher / Ex-Presidente ABTCP; Nestor de Castro Neto / Voith Paper; Newton Caldeira Novais / H. Bremer; Nicolau Ferdinando Cury / Ashland; Oswaldo Cruz Jr. / Fabio Perini; Paulo Kenichi Funo / GL&V; Paulo Maia Barbosa / Ciba; Paulo Roberto Bonet / Bonet; Paulo Roberto Brito Boechat / Brunnschweiler; Paulo Roberto Zinsly de Mattos / TMP; Pedro Vicente Isquierdo Gonçalves / Rexnord; Rafael Merino Gomes / Dynatech; Renata Pirozzi / Inlac; Renata Sanchez / Contech; Reynaldo Barros / Corn Products; Ricardo Araújo do Vale / Biochamm; Robinson Félix / Cenibra; Rodrigo Vizotto / CBTI; Rosiane Soares / Carbinox; Rubine Moises Gouveia / Invensys; Sérgio Kono / 1001; Simoni de Almeida Pinotti / Carbocloro; Sonia Pedrosa / STI; Valcinei Fernando Bisineli / Golden

Fix; Valentin Suchek / Eka; Vilmar Sasse / Hergen; Vinicius Alvarenga / Lyon; Vinicius Teixeira / Cargill; Waldemar Antonio Manfrin Junior / TGM; Wellington Cintra / ABB

CONSELHO EXECUTIVO – GESTÃO 2006/2009

Carlos Alberto Farinha e Silva/Pöyry Tecnologia; Edson Makoto Kobayashi /Suzano; Nelson Rildo Martini/International Paper; João Florêncio da Costa/Votorantim Celulose e Papel; Roberto Nascimento/Peróxidos do Brasil; Celso Luiz Tacla/Metsu Paper; Elídio Frias/Albany; Pedro Stefanini/Lwarcel; Francisco Cezar Razzolini/Klabin; Francisco Barel Júnior/Santher; Floreal Promethee Puig/Aracruz; Jeferson Lunardi/Melhoramentos; Luiz Alberto Bezerra/Grupo Orsa; Luiz Eduardo Taliberti/Cocelpa; Nestor de Castro Neto/Voith Paper

DIRETORIAS DIVISIONÁRIAS

Associativo: Jair Padovani

Cultural: Thérèse Hofmann Gatti

Relacionamento Internacional:

Celso Edmundo Foelkel

América do Norte: Lairton Cardoso

• **Canadá:** François Godbout

• **Chile:** Eduardo Guedes Filho

• **Escandinávia:** Taavi Siuko

• **França:** Nicolas Pelletier

Marketing: Luiz Carlos Corrêa

Normas Técnicas: Maria Eduarda Dvorak

Planejamento Estratégico: Umberto Caldeira Cinque

Sede e Patrimônio: Jorge de Macedo Máximo

Técnica: Vail Manfredi

REGIONAIS

Espírito Santo: Alberto Carvalho de Oliveira Filho

Minas Gerais: Maria José de Oliveira Fonseca

Rio de Janeiro: Áureo Marques Barbosa

Rio Grande do Sul:

Santa Catarina: Alceu A. Scramocin

CONSELHO FISCAL - Gestão 2008/2011

Efetivos:

Gentil Godtdfriedt Filho

Mauro Antonio Cerchiari

Vanderson Vendrame

Suplentes:

Altair Marcos Pereira

Franco Petrocco

Jeferson Domingues

COMISSÕES TÉCNICAS PERMANENTES

Automação – Ronaldo Ribeiro/Cenibra

Celulose – Carlos Santos

Manutenção – Hilário Sinkoc/SKF

Meio Ambiente – Nei Lima

Papel – Julio Costa/SMI

Comissão Técnica de Papel Reciclado – Alfredo Leon

Recuperação e Energia – César Anfe/Lwarcel

Recursos Humanos – Deyzi Weber/Sindus

Revestimento e Acabamento – Rui Vogt/Dow

Segurança do Trabalho e Saúde Ocupacional – Luis Roberto Borges/Klabin

Tissue – Edison da Silva Campos

COMISSÕES DE ESTUDO – NORMALIZAÇÃO

ABNT/CB29 – Comitê Brasileiro de Celulose e Papel
Superintendente: Maria Eduarda Dvorak (Regmed)

Aparas de papel

Coord: Manoel Pedro Gianotto (Klabin)

Ensaio gerais para chapas de papelão ondulado

Coord: Maria Eduarda Dvorak (Regmed)

Ensaio gerais para papel

Coord: Leilane Ruas Silvestre (Suzano)

Ensaio gerais para pasta celulósica

Coord: Daniel Alinio Gasperazzo (Aracruz)

Ensaio gerais para tubetes de papel

Coord: Hélio Pamponet Cunha Moura (Spiral Tubos)

Madeira para a fabricação de pasta celulósica

Coord: Luiz Ernesto George Barrichelo (Esalq)

Papéis e cartões dielétricos

Coord: Milton Roberto Galvão (MD Papéis – Unid. Adamas)

Papéis e cartões de segurança

Coord: Maria Luiza Otero D'Almeida (IPT)

Papéis e cartões para uso odonto-médico-hospitalar

Coord: Roberto S. M. Pereira (Amcor)

Papéis para fins sanitários

Coord: Ezequiel Nascimento (Kimberly-Clark)

Papéis reciclados

Coord: Valdir Premero (ABTCP)

Terminologia de papel e pasta celulósica

Coord: -

ESTRUTURA EXECUTIVA

Gerência Institucional

Central de Relacionamento: Ana Paula Assis,

Fernanda G. Costa Barros e Larissa Rinco

Contas a Pagar: Margareth Camillo Dias

Coordenador Administrativo e Financeiro: Abdo

Geosef Tufik Bandouk

Coordenadora de Comunicação: Patrícia Capó

Coordenadora Institucional: Cláudia Cardenette

Coordenadora de Relacionamento: Vanessa de Andrade

Diagramação: Juliana Tiemi Sano Sugawara

Financeiro: Viviane Aparecida Alves Santos

Gerente Institucional: Francisco Bosco de Souza

Regional Sul: Mônica A. de Souza

Recursos Humanos: Solange Mininel

Revistas e Publicações: Luciana Percin e Marina Faleiros

Recepção: Verônica Rosário da Cruz

Tecnologia da Informação: James Hideki Hiratsuka

Zeladoria / Serviços Gerais: Nair Antunes Ramos e Messias Gomes Tolentino

Gerência Técnica

Capacitação Técnica: Alan Domingos Martins, Denise Mitsue Ballaben Minato, Marcio Silva dos Reis, Viviane Nunes

Coordenadora de Capacitação Técnica:

Patrícia Féra de Souza Campos

Coordenadora de Eventos: Milena Lima

Coordenadora de Normalização: Cristina Dória

Coordenador de Soluções Tecnológicas: Celso Penha

Exposição e Eventos: Gizele Bendzuis

Gerente Técnico: Afonso Moraes de Moura

Normas Técnicas: Denise Peixoto de Araújo

Papel Artesanal.

Uma nova razão de viver, para quem perdeu o sentido da vida.



É assim que a ABTCP trabalha sua responsabilidade social na Oficina Terapêutica de Papel Reciclado HC/UNICAMP em parceria com o investidor social Petrobrás.

Desde 2004 o projeto social aumentou a expectativa de vida de 102 pacientes com Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (SIDA) C3 (CDC, 1993) que passaram por tratamento na Unidade de Leito Dia em AIDS do HC/UNICAMP.

Faça sua parte.

Trabalhe na construção de uma sociedade mais humana.

Seja protagonista do desenvolvimento sustentável. O mundo precisa continuar...



Responsabilidade Social ABTCP. Informações: (11) 3874-2723 ou pelo email: claudia@abtcp.org.br



housepress

Aumente a rentabilidade de seu processo industrial.

Grande produtora e exportadora de papéis do Brasil otimizou a performance de seus cilindros secadores com os rolamentos TL da NSK

Especialmente desenvolvidos para atender as necessidades da indústria de papel e celulose, os rolamentos **Série TL** garantem desempenho ideal para cilindros secadores e equipamentos similares.

Estes rolamentos de alta performance projetados pela NSK mantêm a estabilidade dimensional e atingem longa vida útil mesmo sob altas temperaturas, graças ao seu anel interno que apresenta alta resistência a fraturas ocasionadas por este tipo de operação.

Devido a essas características exclusivas, os rolamentos Série TL ajudam a reduzir os custos de manutenção e a aumentar os níveis de produtividade – o que garante mais competitividade e rentabilidade para qualquer indústria.

Faça como os melhores profissionais do mercado de papel e celulose. Instale os rolamentos Série TL e aumente o desempenho dos equipamentos com a confiabilidade da NSK.

NSK. Tecnologia ao seu lado.



Rolamento autocompensador Série TL



MOTION & CONTROL

NSK

NSK Brasil Ltda. | 11 3269-4758
marketing@nsk.com | www.nsk.com.br