

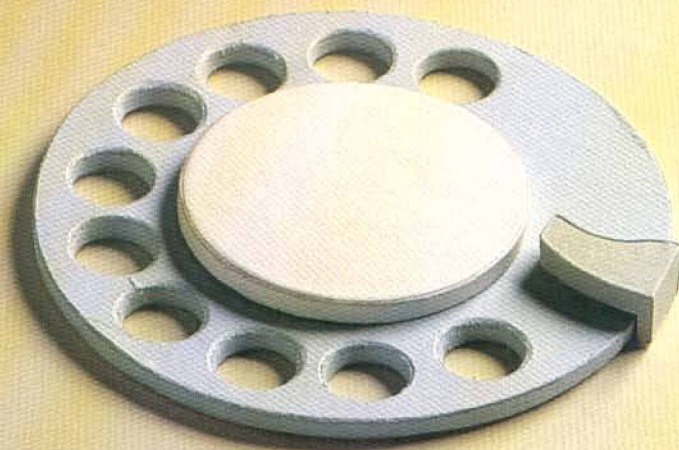
anave a

Ano 12 - Nº 47
Órgão da Associação Nacional
dos Homens de Venda em Celulose,
Papel e Derivados.

HOUSE - ORGAN:
Instrumento de Comunicação
que mantém viva a chama
da integração entre a Empresa,
os Funcionários e a comunidade.



O telefone do papel.



292-6977*

Link

O papel do telefone você já conhece bem. Agora, você vai conhecer o telefone do papel: (PBX) 292-6977, para ligações da Grande São Paulo, e (011) 800-2000, para ligações gratuitas do Interior e de outros Estados.

Estes são os números da Waldomiro Maluhy & Cia., uma empresa com mais de 40 anos no setor, onde todas as linhas estão abertas para você.

É só chamar que você faz contato direto com o melhor atendimento e com o mais completo estoque de papéis. É só ligar que você aciona um sistema computadorizado encarregado de analisar e expedir o seu pedido, através de uma equipe especializada.

Tudo isso faz com que a Waldomiro Maluhy & Cia. seja uma das maiores distribuidoras de papel do País. E faz também com que o telefone do papel seja um só: o dela.

**WALDOMIRO
MALUHY & CIA.**

Comércio de Papéis.

Rua do Gasômetro, 931
Telex: 1138329 WMEC BR
03004 São Paulo - SP

* Número para ligações da Grande São Paulo.

Associados Patrocinadores

Abeto Embalagens Ltda.
 Agassete Comércio e Indústria Ltda.
 Antonio A. Nano & Filhos Ltda.
 Castioni & Cia. Ltda.
 Celulose Irani S/A
 Champion Papel e Celulose Ltda.
 Cia. De Zorzi de Papéis
 Cia. Industrial de Papel Pirahy
 Cia. Nacional de Papel
 Cia. Suzano de Papel e Celulose
 Empax Embalagens S/A
 Fabr. Cel. Papel da Amazonia S/A — FACEPA
 Fabr. Papel Papelão N. Sra. Penha S/A
 Fornecedora de Papel Forpal S/A
 Gráfica Linel Ltda.
 Gretisa S/A Fábrica de Papel
 Hobrás Indústria de Papéis Ltda.
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.
 Ind. de Papel Gordinho Braune Ltda.
 Indústrias Bonet S/A
 Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A
 Indústrias de Papel Simão S/A
 Kassugá do Brasil Indústria de Papel Ltda.
 Lalekla S/A Comércio e Indústria
 Madeireira Miguel Forte S/A
 Max Indústria de Embalagens Ltda.
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.
 Metrópole Comércio de Papéis Ltda.
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.
 Papel e Celulose Catarinense S/A
 Papirus Indústria de Papel S/A
 PISA — Papel de Imprensa S/A
 Propasa Produtos de Papel S/A
 Ripasa S/A Celulose e Papel
 Sacotem Embalagens Ltda.
 Samab — Cia. Ind. e Com. de Papel
 Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose
 Santo Alberto Artes Gráficas Edit. Ltda.
 Schneider Papel Embalagem Ltda.
 Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica
 Waldomiro Maluhy & Cia.
 Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

anave
 Ano 12 Nº 47
 Março/Abril
 1987

**Orgão da Associação Nacional
 dos Homens de Venda
 em Celulose, Papel e Derivados**



Criação e Produção:
 Gráfica Propaganda e Publicidade Ltda.

NOSSA CAPA

A conscientização quanto à importância de se transmitir aos diversos públicos a filosofia das empresas, levou a comunicação empresarial a um crescente desenvolvimento nos últimos anos.

Nesse contexto, o *House-Organ* se apresenta como um dos mais eficientes instrumentos usados para se incentivar a integração da administração com os funcionários e a comunidade. (Leia artigo pág. 11)

Associados Colaboradores

All Coating's Ind. Com. Revestimentos S/A
 ANAP — Associação Nac. Aparistas de Papel
 Asahi Indústria de Papel Ondulado Ltda.
 Brasicote Indústria de Papéis Ltda.
 Braspap — Cia. Brasileira de Papel
 Indústria de Artefatos de Papel Imperial Ltda.
 Ipanema Produtos de Papel Ltda.
 Leone Consultoria Industrial Ltda.
 Marideni Embalagens e Artes Gráficas Ltda.
 Metalplan — Metalgráfica Planalto Ltda.
 Papéis Pama Indústria e Comércio Ltda.
 Produções Gráficas Papergoods do Brasil Ltda.
 Regispel Ind. Com. de Bobinas Ltda.
 São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.

ÍNDICE

Gente	4	Os Papéis Especiais	23
Eventos	5	Plano Cruzado: Um Ato Político ou Uma Decisão Econômica	24
Empresas e Negócios	8	Senai: 45 Anos ao Lado da Indústria	28
Editorial	10	Anave Premiará os Destaques do Ano	33
Jornal de Empresa: Um Elo de Integração	11	Indexação Plena Retorna à Economia	35
São Vito: 35 Anos de Dinamismo	18	Livros	36
Quem é Quem	20	Ponto de Vista	38

**COMISSÃO AVALIARÁ
CONCORRENTES AO PRÊMIO
CIA. SUZANO DE PIONEIRISMO
EMPRESARIAL:**

Uma comissão constituída por Esther de Figueiredo Ferraz, Mário Henrique Simonsen, Joelmir Betting, Mário Bhering, Crodowaldo Pavan, Rômulo de Almeida e Karlos Rischbieter será responsável pela avaliação das indicações concorrentes ao "Prêmio Cia. Suzano de Pioneirismo Empresarial", que deverá resgatar a memória das grandes iniciativas brasileiras que, nos últimos 30 anos, foram responsáveis por avanços sociais e econômicos no Brasil, com repercussões no plano internacional.

O "Prêmio Cia. Suzano de Pioneirismo Empresarial" será entregue em agosto de 1987, mês em que se comemora o 30º aniversário de um dos acontecimentos mais importantes do setor de celulose, a fabricação de eucalipto em escala industrial iniciada por Max Feffer em 1957.

**ANTONIO ORTH É O NOVO
PRESIDENTE DA ABDIB**

Antonio Teófilo de Andrade Orth, presidente da Filsan Equipamentos e Sistemas S/A, é o novo presidente da ABDIB – Associação Brasileira para o Desenvolvimento da Indústria de Base. A nova diretoria tem como proposta dar continuidade ao esforço de definição de normas para contratos de longo prazo com estatais e o governo, buscar alternativas para o aumento das exportações e atuação junto ao Executivo para definição de uma política industrial.

O engenheiro Antonio Orth, 51 anos, participou em 1963 da fundação da Filsan, que é hoje uma das principais empresas brasileiras no setor de tratamento de águas e efluentes, atuando também no transporte de sólidos a granel e produzindo sistemas e dessulfurização de gases com a linha KL&M.

**STAMA APRESENTA
PALESTRA NA ANAVE**

O professor e economista Modesto Stama apresentou, a convite do Departamento Cultural da Diretoria Executiva da ANAVE, uma palestra sobre o tema "Momento Econômico". Durante o encontro, promovido em 17 de março passado, Stama analisou a situação econômica do país desde a implantação do Plano Cruzado e discutiu com o público questões relacionadas ao assunto. (Leia artigo pág. 24).

**SCHRAPPE CONVIDADO DE
HONRA**

Perante um expressivo público presente no almoço reunião promovido pela ANAVE em 25 de março passado, Max Schrappe, presidente da Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, comentou o desempenho do setor gráfico a nível brasileiro. Ele participou do evento na qualidade de convidado de honra, atendendo a convite da diretoria da entidade (Leia artigo pág. 33).

**Jether do Brasil**
indústria e comércio Ltda

Pastas polionda – Pastas suspensas
Pastas com abas elásticas – Pastas coloridas
Papel espelho – Cartão cartaz – Caderno único
Índices para fichários – Classificadores

MATERIAIS ESCOLARES SOB CONSULTA

FÁBRICA: Rua Arari Leite, 668 – Vila Maria – Telefones: 264-3306 e 291-3365 – CEP 02123 – São Paulo – SP

VENDAS: Rua Soldado Benedito Eliseu dos Santos, 60-A – Parque Novo Mundo – Telefone: 941-6822

Telex: (011) 34.250 – CEP 02177 – São Paulo – SP

I TORNEIO DE FUTEBOL DE SALÃO ANAVE/SESC

Está sendo realizado durante o mês de maio, o I Torneio de Futebol de Salão da ANAVE, promovido com total apoio do SESC – Vila Nova, onde serão realizados todos os jogos. O evento conta com a participação de equipes dos diversos setores papeleiros e gráficos e visa fundamentalmente, incentivar a integração de todos os profissionais da área.

Os dois grandes momentos da solenidade de abertura, realizada no último dia 5 de maio, ficaram por conta dos jogos realizados pelas equipes de futebol de salão feminino.

FÓRUM ANALISA SETOR DE CELULOSE E PAPEL

Todos os assuntos importantes relacionados ao setor de papel, celulose e seus respectivos segmentos estarão sendo analisados e debatidos durante o 12º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Artes Gráficas, de 20 a 22 de maio, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo.

Estima-se que um público superior a mil pessoas estará reunido neste evento considerado dos mais relevantes do setor.

O programa do 12º Fórum tem a proposta de analisar e debater aspectos ligados à produção e comercialização de celulose, papel e seus artefatos. Neste ano serão ministradas palestras sobre os seguintes temas:

- A Celulose de Eucalipto e os Papéis para Imprimir e Escrever
- Os Artefatos de Papéis de Eucalipto:
 - Segmento de Cadernos
 - Segmento de Formulários Contínuos
 - Segmento de Impressos Gráficos
 - Segmento Editorial
- Os papéis para fins Sanitários
- A Celulose de Pinheiro e os Papéis Kraft
- Os Cartões e as Cartolinas na Embalagem de Produtos
- A Indústria de Sacos Multifolhados
- A Indústria de Papelão Ondulado

As palestras serão ministradas por profissionais altamente gabaritados e o 12º Fórum de Análise será oficialmente aberto às 19h do dia 20 de maio, quando estarão presentes autoridades governamentais, presidentes das diver-

sas entidades representativas do setor, bem como, várias outras personalidades. Nos dias 21 e 22 as palestras terão início às 15h.

PARTICIPAÇÃO E INSCRIÇÃO

Todas as indústrias, revendas e demais empresas dos diversos segmentos relacionados a celulose e papel estão sendo convidadas pela Comissão Organizadora a adquirir credenciais com preços especiais para distribuir a seus funcionários, clientes e fornecedores. Os interessados em participar poderão consultar a lista de empresas que já adquiriram credenciais, ou, se for o caso, adquirir uma credencial avulsa na secretaria ANAVE – Rua Alabastro nº 165 – Aclimação – São Paulo – SP – Fone (011) 279-8570, onde também poderão ser obtidas outras informações. Os associados interessados em participar do 12º Fórum de Análise terão desconto especial.

EXPOSIÇÃO DE PAINÉIS

Repetindo a experiência realizada com grande sucesso nos dois fóruns anteriores, paralelamente ao programa cultural, será realizada um EXPOSIÇÃO DE PAINÉIS, onde as empresas do setor poderão mostrar o que tem de melhor a um público altamente selecionado.

O custo de cada painel é Cz\$ 5 mil e os contatos para reserva devem ser realizados na ANAVE.

ESCOLAR 87 I FEIRA NACIONAL DE PRODUTOS ESCOLARES

Durante coquetel realizado no Salão Bandeirantes do Hilton Hotel, em São Paulo, no dia 26 de março passado, foi lançada a “ESCOLAR-87” – I Feira

Nacional de Produtos Escolares, que será realizada de 10 a 13 de agosto, no Pavilhão da Bienal do Parque do Ibirapuera. Trata-se de uma feira eminentemente técnica, aberta a todos que produzem e comercializam produtos escolares.

A feira será patrocinada pela Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, e promovida pela Francal – Feiras e Empreendimentos Ltda.

As empresas interessadas na exposição devem entrar em contato com a Francal – Av. Paulista nº 726 – 17º andar – Fone: (011) 284-1022 ou com a Abigraf. Fone: (011) 255-3136.

IND. PAPEL PIRACICABA PREOCUPADA COM A QUALIDADE DE VIDA

A Indústria de Papel Piracicaba S/A (IPP), a mais nova das empresas do Grupo Simão, um dos maiores conglomerados nacionais voltado para a produção, comercialização e exportação de papéis, cujo faturamento em 1.986 foi de US\$ 65 milhões, inaugurou em 25 de abril passado uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) capaz de reduzir substancialmente (92%) a atual carga poluidora dos efluentes lançados no Rio Piracicaba.

A IPP, incorporada ao Grupo em 1.980, atua principalmente na fabricação de papéis para imprimir e escrever, sendo a oitava maior produtora de papel do Brasil, vem há mais de seis meses operando esse sistema antipoluição em caráter experimental, garantindo o despejo de água praticamente livre de poluentes ao rio. Por dia, o sistema de iodios ativados empregado na estação de Tratamentos de Efluentes da IPP evita que cerca de uma tonelada de DBO (Demanda Bioquímica



Estação de Tratamento de Efluentes da IPP reduz carga poluidora em 92%.



Ind. Papel Piracicaba investe na preservação do meio ambiente.

de Oxigênio), isto é, a quantidade de oxigênio necessária para decompor determinado volume de matéria orgânica no meio aquático, seja descarregada no Rio.

Conforme explica o engenheiro sanitário Reinaldo Macedo, da empresa responsável pela elaboração do projeto e fornecimento dos equipamentos para a ETE, 330 mil litros de água por hora usados no processo de fabricação de papel – cerca de 8 milhões de litros/dia – alimentam um reator biológico onde se processa a oxidação da matéria orgânica por meio de microorganismos especialmente desenvolvidos

para isso. Nesse reator é insuflado oxigênio e adicionado nitrogênio e fósforo a fim de complementar a cadeia de oxidação do “licor”, como é chamado o resíduo líquido gerado no processo de produção de papel. Em seguida, esses resíduos passam por uma câmara de decantação onde os flocos formados pela ação dos microorganismos no reator biológico depositam-se no fundo, possibilitando que a água, com sua carga poluidora já reduzida em 92%, transborde e corra em direção ao Piracicaba.

Segundo Itiro Sato, diretor industrial da Simão, a inauguração da ETE absor-

veu recursos próprios da ordem de US\$ 1 milhão e insere-se dentro de um programa mais amplo – o Programa de Qualidade Simão – que objetiva não só melhorar os produtos da indústria, mas também a qualidade de vida dos empregados e a humanização do relacionamento da empresa com a comunidade em que atua. Ele ressalta, no entanto, que a Estação de Tratamento de Efluentes “não reflete apenas o cumprimento da legislação que limita a descarga de resíduos industriais nos cursos de água. Tanto isso é verdade – afirma – que procuramos dotar o sistema da mais moderna tecnologia, o que nos permite, hoje, devolver ao Piracicaba uma água de qualidade muito superior ao mínimo estabelecido por lei”.

À solenidade de inauguração da Estação de Tratamento de Efluentes, quando também foram comemorados os sete anos de incorporação da IPP pelo Grupo Simão, além do ministro Deni Schwartz, também compareceram, entre outras autoridades, o secretário especial do Meio Ambiente, Roberto M. Franco; o titular da Secretaria Estadual do Meio Ambiente, Jorge Wilhelm; os deputados João Hermann Neto e Walter Lazzarini. □

CATÁLOGOS

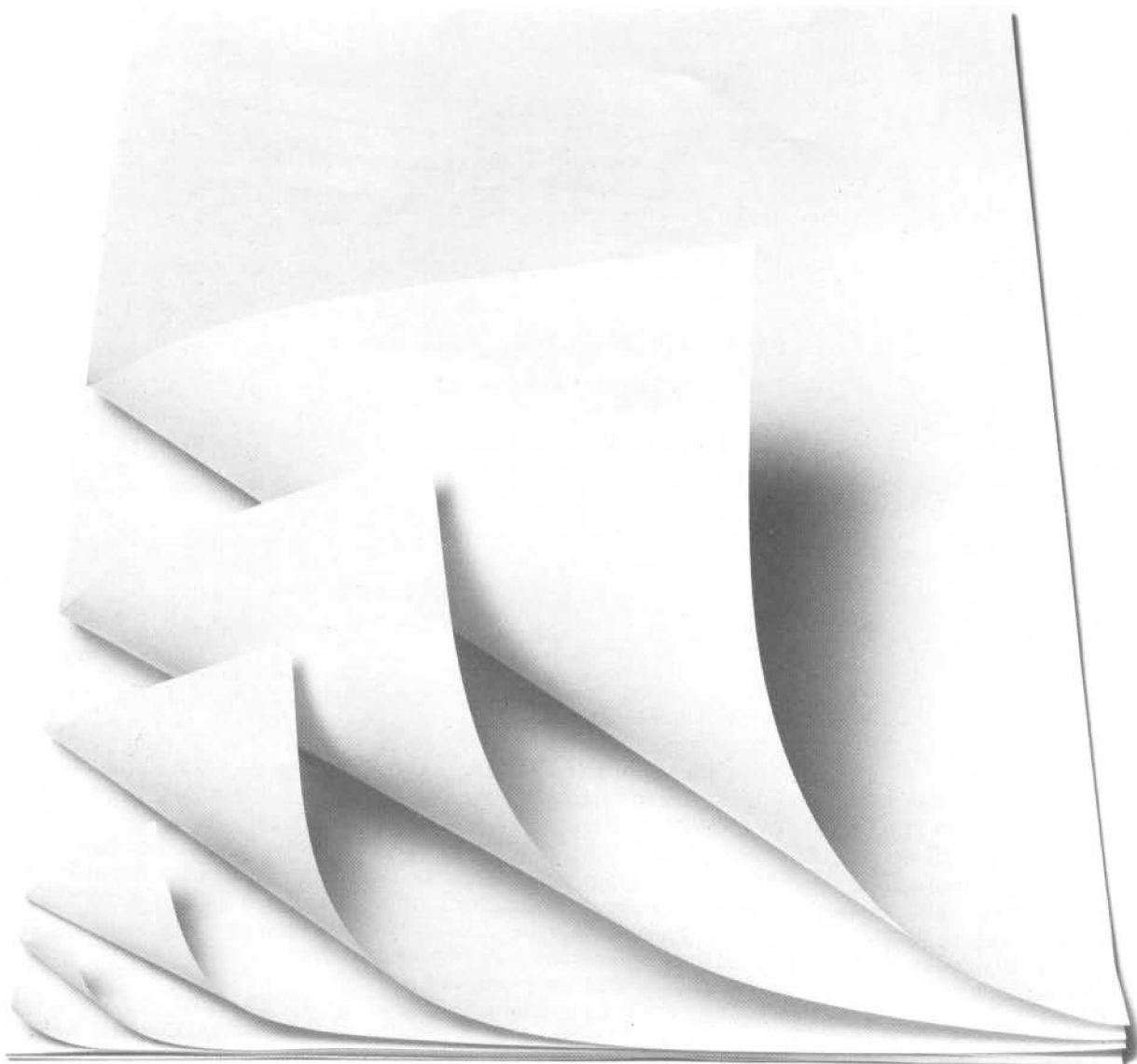
**O nosso
compromisso
é o de fazer
bem feito.**



278-7922

RUA MESQUITA, 121 - SÃO PAULO - SP

Sabe o que você precisa para fazer cópias?



Nada. É só usar papel Sincarbon.

Experimente. Sincarbon é o papel da Matarazzo que copia sem necessidade de intercalar papel carbono. Você faz muito mais cópias de forma simples e direta, com economia, eficiência e limpeza. Cópias legíveis, nas cores azul, preta ou vermelha. Sincarbon é ideal para formulários contínuos, jato ou planos, requisições ou pedidos de compra, recibos, folhas de pagamento, guias fiscais, telex e tudo que precisa ser copiado, copiado, copiado...

Escreva para Indústrias Matarazzo de Papéis S.A.:

Rua da Intendência, 177,
Belenzinho - CEP 03015, ou
Caixa Postal 086 - São Paulo - SP.
E conheça tudo sobre o papel Sincarbon. Para copiar, você não precisa de mais nada.

SINCARBON
SINCARBON
SINCARBON

o papel autocopiativo da Matarazzo



KSR INAUGURA NOVAS INSTALAÇÕES EM BELO HORIZONTE

No dia 10 de abril, A KSR – Comércio e Indústria de Papel S/A – empresa integrante do Grupo Papel Simão – inaugurou as novas instalações de sua filial de Belo Horizonte, à rua Campos Sales, 166 – Calafate. (foto)

“A nova sede proporcionará maior conforto e rapidez no atendimento aos clientes, uma vez que está interligada *on line*, com a matriz da KSR em São Paulo”, revelou Claudio Haddad, gerente da empresa.

Durante a cerimônia, a empresa outorgou placas de prata como forma de homenagear aos profissionais gráficos, clientes e entidades. Receberam as placas: José Pereira Salles, o gráfico mais antigo de Minas Gerais; Aluizio Alves Azevedo Faria (Gráfica Valéria); Vital Marcelino da Silva (Editora Gráfica Urgente S/A) e Ildeu da Silveira Silva, presidente do Sindicato das Inds. Gráficas no Estado de Minas Gerais e da Abigraf – Regional. À solenidade, além de numeroso público, esteve presente Luiz Goulart, secretário de Estado da Indústria e Comércio.

KLABIN INAUGURA FÁBRICA DE CAIXAS DE PAPELÃO

A IKPC – Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A inaugurou em abril uma nova fábrica de caixas de papelão ondulado, com capacidade para produzir 3,5 milhões de metros quadrados por mês do produto. Com a fábrica localizada em Betim (MG), a Klabin espera faturar, na primeira fase de operação, US\$ 8,5 milhões no ano, produzindo 2 milhões de metros quadrados por mês em 1.987. Este faturamento deverá saltar para US\$ 15 milhões por ano em 1.988 quando a unidade deverá estar operando a plena capacidade. O projeto absorveu recursos próprios da ordem de US\$ 4 milhões e, segundo Pedro Franco Piva, presidente do Conselho da IKPC, ainda neste ano, nos meses de junho e julho, a Klabin deverá iniciar a produção de papéis revestidos (40 mil toneladas por ano) para revista em Monte Alegre (PR). Nesta unidade deverão ser investidos US\$ 30 milhões em recursos próprios. A empresa planeja também incorporar em 1.987, 50 mil toneladas adicionais de papel de embalagem, também na unidade de Monte Alegre, com investimentos da

ordem de US\$ 100 milhões, que deverão se estender até 1.988, quando a produção atingirá o total de 110 mil toneladas ao ano. A Klabin está mantendo seus investimentos “apesar do momento político e das indefinições”, no campo econômico, acrescentou Piva.

ARACRUZ AMPLIARÁ UNIDADE INDUSTRIAL

O Conselho de Desenvolvimento Industrial (CDI), do Ministério da Indústria e do Comércio, aprovou projeto da empresa Aracruz Celulose, para ampliação da nova unidade industrial no Espírito Santo, visando o aumento de produção em mais de 525 mil toneladas/ano de celulose fibra curta branqueada. Aliada à produção atual, 475 mil/toneladas/ano, a empresa espera chegar em 1.992 com uma produção anual de um milhão de toneladas de celulose. O projeto prevê vendas de celulose para o mercado externo, com o saldo de divisas sempre positivo, acumulando no período 1980/86 o montante de US\$ 1.569,35 bilhão. O prazo de execução do projeto é de 36 meses, com geração de 2.833 novos empregos.

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:

Neuvir Assu Venturini Colombo Martini
(Ipanema Produtos de Papel Ltda)

Vice-Presidentes:

Agenor Gonzaga Cesar
(Autônomo)

Antenor Geraldo

(Banco Brasileiro de Descontos S/A)

Caetano Labbate

(São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.)

1º Diretor Secretário:

Maurício Carlos Alarcão

(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

2º Diretor Secretário:

Joaquim Correa de Toledo Neto

(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

1º Diretor Tesoureiro:

Flávio da Silva Pires

(Banco Francês e Brasileiro S/A)

2º Diretor Tesoureiro:

Ericeu Antonio Graziani

(Cia. Indl. Paulista de Papéis e Papelão)

Diretor de Relações Públicas:

Hércules Coelho do Nascimento

(Inds. Papel Simão S/A)

Diretor Social:

Ennes Ricca Diehl

(Champion Papel e Celulose Ltda)

Diretor Cultural:

Marcos Salerno

(Inds. Papel Simão S/A)

Diretor de Divulgação:

Carlos Eduardo Junqueira

(Ind. Matarazzo de Papéis S/A)

Diretor de Patrimônio:

José Campos Filho

(Santa Maria Cia. Papel e Celulose)

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Alberto Fabiano Pires

(Inds. Papel Simão S/A)

Vice-Presidente: José Carlos Francez

(Ripasa S/A Celulose e Papel)

Secretário: Luiz Gonzaga de Souza

(Ind. Matarazzo de Papéis S/A)

Conselheiros:

Ailton Gomes Portela (Fornecedora de Papel Forpal S/A);

Armando de Sant'Anna (Celpap - Marketing Ass. Ltda);

Carlos Alberto Madi (Carmadi Merc. Indl. Ltda);

Clayton Fernando Cafaro (Ind. Matarazzo de Papéis S/A);

Eunice Inácio Cláudio (Marino Com. Papéis Ltda);

Francisco de Barros Barreto (Ind. Matarazzo de Papéis S/A);

George Roberto Divo Stefanski (Ind. Matarazzo de Papéis S/A);

Jairo Joelsas (Formakraft Ind. Com. Papel Ltda);

João Batista de Oliveira (Fornecedora de Papel Forpal S/A);

José Abreu Valente (Cia. Industrial Papel Pirahy);

José Batista Salvador (Ind. Matarazzo de Papéis S/A);

José Tayar (Autônomo);

Luiz Maria Martins (Papéis Madi S/A);

Marco Antonio P.R. Novaes (Agassete Com. Ind. Ltda);

Oswaldo Ferrari (Papéis e Papelaria O Grande São Paulo);

Pascoal Spera (Representações Spera S/A);

Paulo César Marques Lélis (Ipanema Prods. de Papel Ltda);

Ronaldo Luiz Vilela (Fornecedora de Papel Forpal S/A);

Rozenil Braz dos Anjos (Waldomiro Maluhy & Cia);

Wagner Alberto Assumpção (T. L. Publicações Industriais Ltda.);

Waldemar José da Silva (Waldomiro Maluhy & Cia);

Waldir Gomes (Champion Papel e Celulose Ltda.);

Werner Klaus Bross (Samab Cia. Ind. Com. Papel);

Wilson Aparecido de Oliveira (Papéis Madi S/A).

Conselheiros Natos:

Adhemur Pilar Filho (Papyrus Ind. Papel S/A);

Antonio Pulchinelli (Cia. De Zorzi de Papéis);

Antonio Roberto Lemos de Almeida (Indústrias de Papel Simão S/A);

Armando Mellagi (Inds. Bonet S/A);

Ciro Torcinelli de Toledo (Carvalho S/A Com. Papéis);

Paulo Vieira de Sousa (Representante);

Silvio Gonçalves (Gretisa S/A Fábrica de Papel).

EDITORIAL

É sempre oportuna uma reflexão sobre a importância de se manter entidades de classe que, a exemplo da ANAVE, representem os profissionais de um determinado segmento, proporcionando-lhes formação técnica-profissional, entre outros benefícios.

No contexto das entidades representativas, é imprescindível que se destaque a importância dos meios de divulgação, pois, é através desses veículos que a imagem do profissional é levada aos amigos, fornecedores e principalmente, aos clientes.

Estamos conscientes de nosso papel: Cabe à REVISTA ANAVE refletir para os seus leitores a realidade da classe que nossa associação congrega e do setor em que militam nossos associados.

Com o objetivo de cumprirmos esta nossa função, a cada edição procuramos melhorar nossa REVISTA tanto no aspecto visual, quanto no conteúdo das matérias publicadas e gradativamente estamos alcançando sucesso.

Para que possamos continuar em ascensão, vimos pedir o apoio de nossos leitores, é necessário que todos manifestem suas sugestões, opiniões e comentários através de cartas; que colaborem com anúncios; e que todos divulguem a nossa REVISTA em seus clientes, enviando, sempre que possível, artigos de interesse do nosso setor para a Comissão Editorial que verificará a possibilidade de publicá-los.

Devemos desenvolver um trabalho conjunto, pois a REVISTA ANAVE representa a todos nós.

Lembramos também, que a Diretoria Executiva, com a aprovação do Conselho Deliberativo, instituiu e oficializou em março passado, o prêmio "DESTAQUE DO ANO", que visa distinguir as iniciativas do setor nos mais variados campos, premiando anualmente, uma empresa do setor, uma personalidade, um vendedor e um anúncio veiculado por empresa do setor de celulose, papel ou seus segmentos.

Encerrando nosso editorial, convidamos todos a participar do 12º FÓRUM DE ANÁLISE DO MERCADO DE CELULOSE, PAPEL E ARTES GRÁFICAS, a ser realizado de 20 a 22 de maio de 1.987, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo. Em nossa próxima edição estaremos publicando a cobertura completa deste que é o principal evento promovido por nossa associação.

A DIRETORIA

EXPEDIENTE

REVISTA ANAVE — Órgão Oficial de divulgação da ANAVE — Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, registrada no 5º Cartório de Registro de Títulos e Documentos sob nº 4851 — do livro A.

Diretor Responsável:
Carlos Eduardo Junqueira

Comissão Editorial:
Caetano Labbate
Carlos Eduardo Junqueira
Marcos Salerno

Editora Responsável:
Gracia Martin — Reg. Prof. MTB 14.051

Redatora:
Rosania dos Santos Mazzuchelli

Produção:
Studio AC Ltda.

Redação e Publicidade:
Rua Alabastro nº 165 — Aclimação
Fone: 279-8570 — São Paulo — SP

Impressão:
Ind. e Com. Gráfica Conselheiro Ltda.

Colaboradores:
Ericeu A. Graziani
José Alfredo Rodrigues

Tiragem: 10.000 Exemplares
Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários

O papel das artes gráficas

Toda arte é uma forma de expressão e é através dela que conseguimos transmitir nossos sentimentos e desejos.

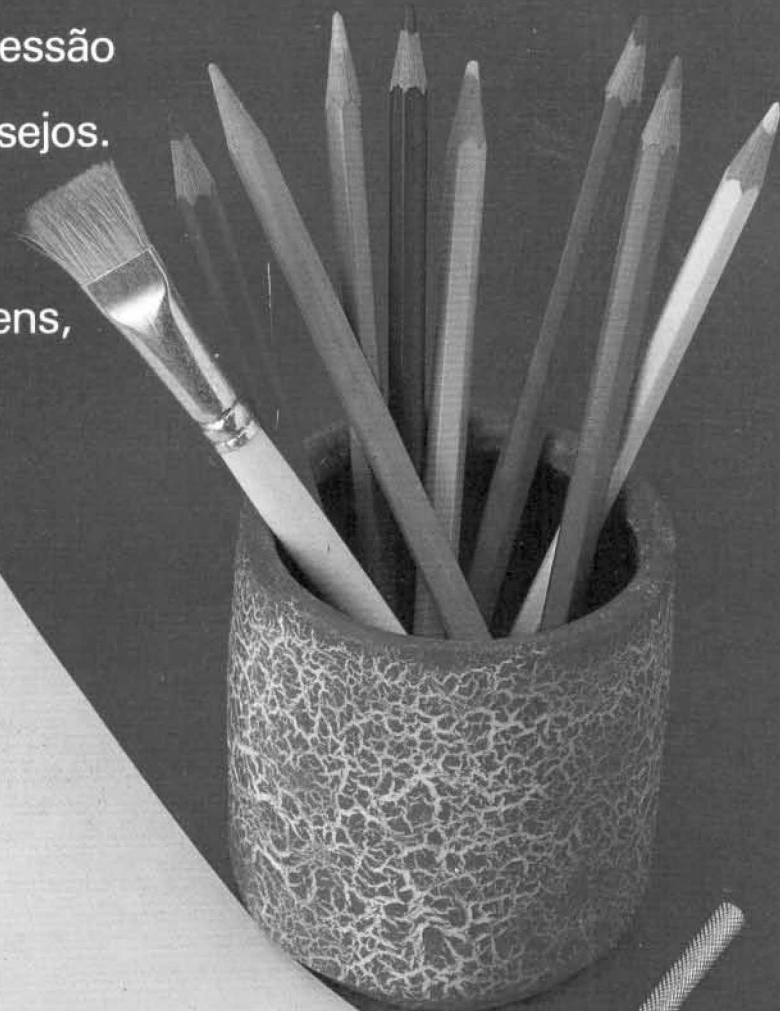
Hoje as artes gráficas é um importante elo na comunicação com o consumidor.

Ela está presente nas embalagens, nos rótulos, na propaganda, na informática e nos escritórios.

E é nesse mundo maravilhoso das artes gráficas que a SÃO VITO convive diariamente, fornecendo a esses artistas os mais diversos tipos de papéis.

PAPÉIS
CARTÕES
CARTOLINAS
DUPLEX
AUTO ADESIVO
ENVELOPES

SÃO VITO
SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL LTDA.
O PAPEL DAS
ARTES GRÁFICAS



DISTRIBUIDOR

CHAM•EX

SÃO VITO

SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL LTDA.

RUA SAMPAIO MOREIRA, 200/226
PBX 229 4477 - SÃO PAULO

Apesar da modernização dos meios de comunicação, o "House-Organ" continua sendo um meio eficiente para se transmitir a filosofia das empresas.

Jornal de empresa: um elo de integração



Fotos: Joel Soares

Por: Gracia Martin

Seguindo a evolução natural dos negócios, os empresários começaram a se conscientizar do quanto é necessária a comunicação empresarial, um assunto que dia-a-dia se torna mais importante para o desenvolvimento industrial e econômico.

Na verdade, comunicação empresarial hoje abrange um contexto muito amplo, envolvendo diversos instrumentos com o objetivo de transmitir a filosofia da empresa para os diversos públicos com os quais tem contato.

Um dos instrumentos que integra este complexo é o chamado *Jornal de Empresa* ou *House-Organ*. Seja o jornal voltado para o público interno ou externo, ele precisa ter objetivos definidos para que realmente possa cumprir seu papel.

Observando a evolução do jornal de empresa verificamos que o número de publicações, tanto voltadas para o público interno, como para o externo, aumentou consideravelmente na década de 80. "Quando se estava no auge da crise, por volta de 1978/79, alguns grandes investimentos que se faziam na área de publicidade começaram a ser retalhados e se descobriu que um jornal, revista ou boletim editado pela empresa acaba atingindo uma boa parcela de público que estava geralmente ligada com a área de publicidade", explica Amauri Marchese, presidente da Aberje - Associação Brasileira dos Editores de Revistas e Jornais de Empresa, que salienta também, "com um custo muito menor era possível fazer a mensagem chegar ao público do interesse da empresa".

Na década de 80 um fato interessante no tocante à apresentação começou a ser notado com relação aos jornais voltados exclusivamente para o público interno, o caráter festivo que caracterizava as publicações, nas quais era claro o conceito "jornal do patrão", começou a ceder lugar à discussão do ser humano; passou a se buscar a valorização do empregado perante o público externo, se dando cada vez mais ênfase à atuação desses profissionais como elementos de contato da própria empresa com o público externo.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Na comunicação empresarial estudos e principalmente a observação de estudiosos sobre o assunto tem revelado que o jornal é imprescindível, como também são imprescindíveis outros instrumentos de comunicação, como por exemplo um áudio visual institucional. "Temos muitos instrumentos para fazer uma composição da área de comunicação", afirma o presidente da Aberje, "a isso nós chamamos de comunicação integrada, ou seja, as áreas diversas que compõe a comunicação social de um modo geral dentro de uma determinada empresa precisam obrigatoriamente trabalhar dentro de uma mesma filosofia, de uma mesma política empresarial".

A bandeira que defende Amauri Marchese já vem sendo adotada por diversas empresas. No conceito deste jornalista, relações públicas e economista, cinco setores precisam trabalhar integrados entre si para que a estrutura da comunicação possa cumprir seus objetivos. As áreas por ele enumeradas são Relações Públicas, Imprensa, Publicidade, Marketing e Recursos Humanos, dessas áreas, segundo ele, "são emanadas todas as

mensagens que a empresa deseja transmitir tanto a nível institucional, como publicitário". Exemplificando comenta:

— Quando se elabora, por exemplo, um jornal interno, o jornalista não pode se abdicar em hipótese alguma da opinião de um homem de Recursos Humanos, que conhece o relacionamento entre a empresa e o empregado; nem da opinião de um homem de marketing, porque ele conhece profundamente o marketing institucional; enquanto que o homem de Relações Públicas faz a junção desses conceitos todos.

Mas ainda há muito caminho para se percorrer até que esse conceito seja totalmente amadurecido principalmente no Brasil, conforme esclarece Marchese:

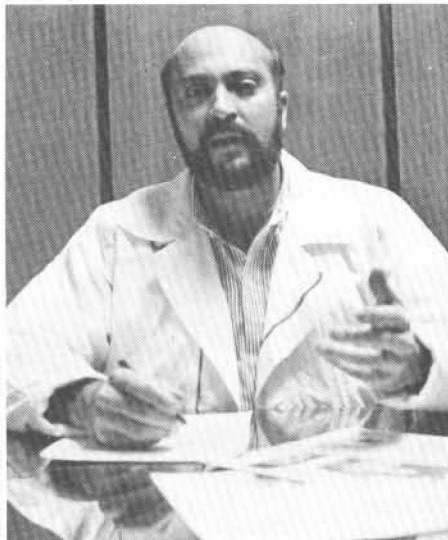
— O empresariado brasileiro ainda é extremamente paternalista e centralizador. A escola norte-americana já tem um outro esquema de trabalho, que vem há cerca de 50, 100 anos; eles sabem perfeitamente o que representa investir em comunicação. Empresas como Gessy Lever, tem sete publicações internas; a Souza Cruz tem dois jornais internos e outro externo; ou seja, empresas multinacionais hoje com maior rigor investem em comunicação. O empresariado brasileiro ainda paga para fazer, é uma questão de semântica, na hora em que ele perceber que o dinheiro colocado em comunicação está trazendo retorno, isto é, representa investimento e não despesa, ele deve adotar uma outra postura.

JORNALISTA, UM PROFISSIONAL NECESSÁRIO

Tendo ou não a empresa já adotado a filosofia da comunicação integrada, é imprescindível a conscientização de que comunicação se faz com gente da área.

Fernando Rios, jornalista, publicitário e editor do Jornal "Nosso Papel", do Grupo Ripasa, com longa experiência tanto na grande imprensa, como em comunicação empresarial, diz considerar muito mais difícil fazer um jornal de empresa do que fazer o jornalismo diário, da chamada "grande imprensa".

Dentre os motivos enumerados por ele, o principal é que numa grande empresa voltada para comunicação se tem uma estrutura montada que funciona, porque do contrário os jornais, as revistas, os programas de televisão, etc., não saem. "A nível de jornalismo



Caetano Labbate Junior

Marchese defende a comunicação integrada

empresarial, afirma o editor do *Nosso Papel*, geralmente tem uma pessoa que é responsável por tudo e essa pessoa tem que ter capacidade de diálogo e um conhecimento técnico muito grande para ser muito respeitada. Portanto, quando o dono de uma empresa ou quando um diretor conversa com o assessor de comunicação sobre a confecção do jornal, o assessor precisa colocar uma porção de coisas que ele não sabe, por exemplo, como se faz um jornal de empresa (ele precisa saber que isso leva um tempo, que é preciso fazer composição, fotografia, fotolito...) e esse convencimento só começa na medida em que o profissional de comunicação tem muita segurança naquilo que está falando."

Por este e por outros motivos, o jornalista que elabora um jornal de empresa, segundo Rios, precisa ter muito mais conhecimento que um profissional que trabalha em jornal diário. "Há casos em que o jornalista que faz o jornal interno é o repórter, o redator, o fotógrafo, o diagramador e o produtor gráfico", afirma.

O jornalismo empresarial precisa transmitir notícias precisas, mas se deve ter o cuidado de não melindrar as partes envolvidas e é sempre aconselhável que a notícia seja aferida antes de publicada, porque não há espaços para desmentidos. Diante de tudo isso, os jornais devem ser feitos por jornalistas, opina Amauri Marchese:

— Eu não acredito que uma empresa de bom porte, que precise de um engenheiro mecânico contrate um advogado para fazer as vezes desse profissional, mas na área de comunicação isso é completamente normal.

Outro conceito criticado por ele é o de que no jornal de empresa, o jorna-

lista se corrompe, "não aceito isso — comenta — porque você vai sempre servir a seu patrão quer seja na grande imprensa ou seja no jornal de empresa; você tem uma política a seguir em qualquer lugar, no jornal diário essa política tem uma identificação com o público que é massivo e no jornal de empresa há um público mais definido e heterogêneo".

PAPEL E CELULOSE

No setor de papel e celulose há muitas empresas que publicam jornais e revelam um grau de maturidade com relação à percepção da importância da comunicação empresarial; outras ainda não tem um jornal interno, mas revelam compreender a necessidade de se manter este instrumento de comunicação ativo.

Dentre as cinco principais indústrias produtoras de papel: Cia. Suzano de Papel e Celulose, Grupo Ripasa, Grupo Simão, Champion e Klabin, apenas a última ainda está desenvolvendo um projeto para elaboração de um jornal do grupo, pois algumas de suas unidades já mantêm publicações; as demais publicam jornais e opinam sobre esses veículos.

"NOSSO PAPEL"

"Nosso Papel" é o título do jornal editado pelo Grupo Ripasa, que tem tiragem de 6 mil exemplares, publicado bimestralmente, no formato duplo ofício. O "Nosso Papel" tem como objetivo atingir o público interno, mas o editor comenta que "o jornal pode se constituir em um instrumento adicional de divulgação da companhia, na medida em que tenho algumas matérias que tanto podem melhorar a imagem do funcionário dentro da empresa como podem auxiliar como apoio quando lidas pelo público externo".

O jornal existe há quatro anos e recentemente mudou de tamanho (do formato ofício passou para duplo ofício). Esta mudança teve como objetivo causar maior impacto junto aos leitores. Além disso, oferece condições para a publicação de fotos maiores e possibilidade de "arejar mais as páginas".

Embora seja uma publicação bimestral, há perspectiva de que um dia o jornal possa vir a ser mensal. Fernando Rios, editor, admite que ainda não há estrutura para se fazer um jornal mensal, "basicamente faltam pessoas", porque a "Ripasa é uma grande

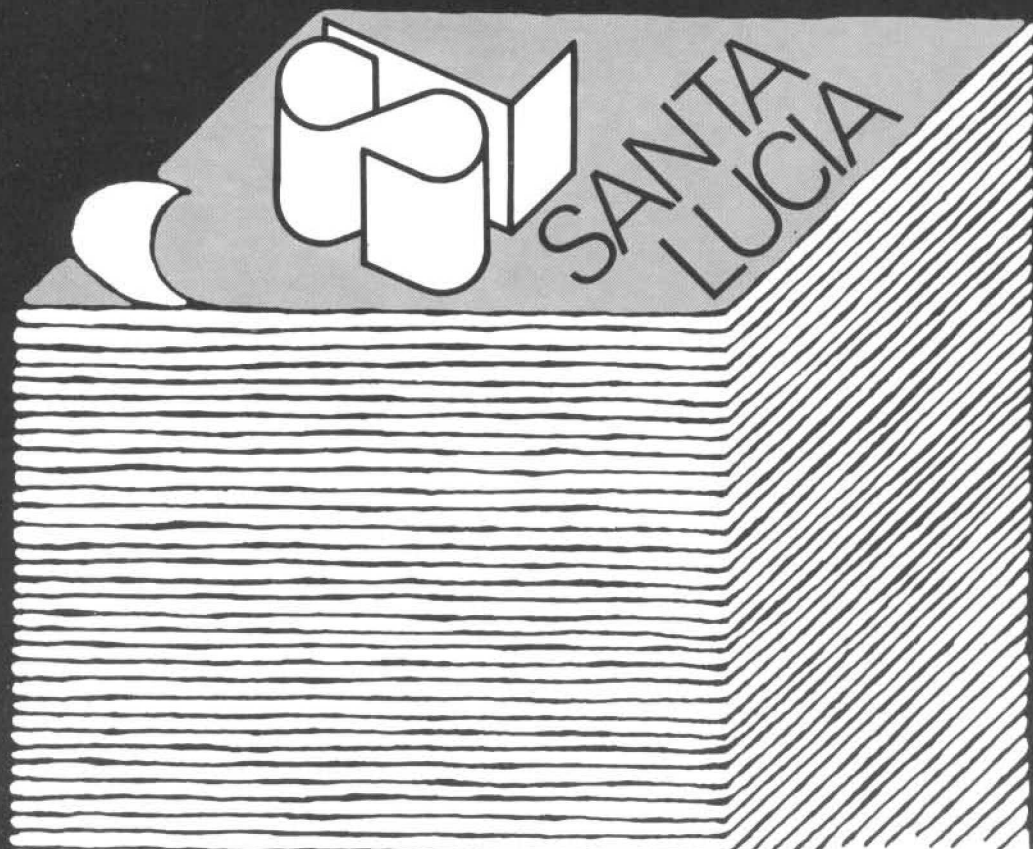
NÓS CORTAMOS SEUS PROBLEMAS.

Se o seu problema é corte de papel de bobinas para folhas, em qualquer formato, temos o melhor preço e o melhor prazo de entrega.

Com pessoal altamente especializado, nossa mão-de-obra, desde o corte até a escolha e embalagem, é feita com perfeição e segurança.

Consulte-nos pelos telefones ou peça um representante.

SANTA LÚCIA COMÉRCIO E BENEFICIAMENTO DE PAPÉIS LTDA.
01534 - Rua Muniz de Souza, 124 - Tels.: (011) 279.8242 - 279.4091 - São Paulo - SP.





empresa, tem 6 mil funcionários e para fazer um jornal mensal teríamos que mobilizar não só a assessoria de comunicação, mas o setor de Recursos Humanos Central, que coordena o trabalho e evidentemente todos os setores de Recursos Humanos das várias unidades. Mas, depois de formada a estrutura para publicação bimestral, as informações passam a fluir mais tranquilamente e isso tornará viável a elaboração de um jornal mensal”.

“Nosso Papel” do ponto de vista de pautas, críticas e comentários é desenvolvido pela assessoria de comunicação juntamente com a Diretoria de Recursos Humanos Central e há comissões editoriais em todas as unidades, as quais fazem a interligação entre a assessoria de comunicação e os funcionários do jornal. Rios faz questão de frisar que esse esquema “depende muito da cultura da empresa” e diz acreditar que “a assessoria de comunicação consiga melhores resultados se estiver ligada diretamente à alta direção da empresa, porque consegue um canal mais direto de comunicação com os setores de decisão”.

No Grupo Ripasa o jornal interno tem como proposta ser um elo de ligação da alta direção da empresa com os funcionários. Existe a proposta de que se valorize cada vez mais os recursos humanos. “É um caminho duplo, desde informações que o próprio conglomerado tem interesse em divulgar junto aos funcionários, quanto a própria diretoria tem interesse em conhecer um pouco mais a eles”, informa o editor que revela já ter obtido resultados positivos, principalmente nas últimas edições, “os funcionários aguardam

o jornal com ansiedade e temos ouvido alguns elogios e sugestões de assuntos para publicação. Pelo menos em partes, acho que *Nosso Papel* já atende às expectativas”, conclui.

“JORNAL DA SIMÃO”

Um jornal novo, lançado em julho de 1.986, tem como proposta ser “um veículo de ligação entre os funcionários e a administração” das Indústrias de Papel Simão S/A, conforme explica o gerente de marketing, José Carlos Depresbiteris.

Mesmo antes do lançamento, segundo Depresbiteris, havia a preocupação com a integração dos funcionários e optou-se pelo jornal como uma forma de se incentivar esse entrosamento. Com a proposta de despertar

o interesse para o jornal, antes da publicação foi realizada uma campanha para a escolha do título. “Para nós o título vem revelar a identidade da comunidade com o veículo, tivemos várias sugestões, mas prevaleceu, pelo número de indicações semelhantes, o título *Jornal da Simão*”, esclarece o gerente de marketing.

Com tiragem de 7.600 exemplares, o jornal inicialmente em formato tabloide, hoje é editado em tamanho ofício, porque “o jornal maior causa dificuldade de manuseio”.

Conseguir adquirir confiança e estimular o entrosamento junto ao público interno foram os principais desafios enfrentados pelas áreas de marketing e de comunicação da empresa quando do lançamento do jornal, conforme explica Depresbiteris:

– Tivemos duas fases de reação. Na primeira delas, nos primeiros seis meses, era com relação à credibilidade em relação ao jornal e à própria apresentação. Nestes dois últimos meses observamos que já existe uma aceitação maior do público com relação ao jornal. A integração já é sentida, os funcionários participam com sugestões e nosso objetivo é conseguir também a participação da família do funcionário, estimulando e ampliando cada vez mais o entrosamento.

A implantação do jornal no Grupo Simão é relativamente recente e está entre outros fatores, associada a uma evolução que vem sendo observada em todo o setor de papel e celulose, comenta o gerente de marketing da empresa: “Nos últimos três anos o setor de papel evoluiu muito em termos de comunicação empresarial, e hoje

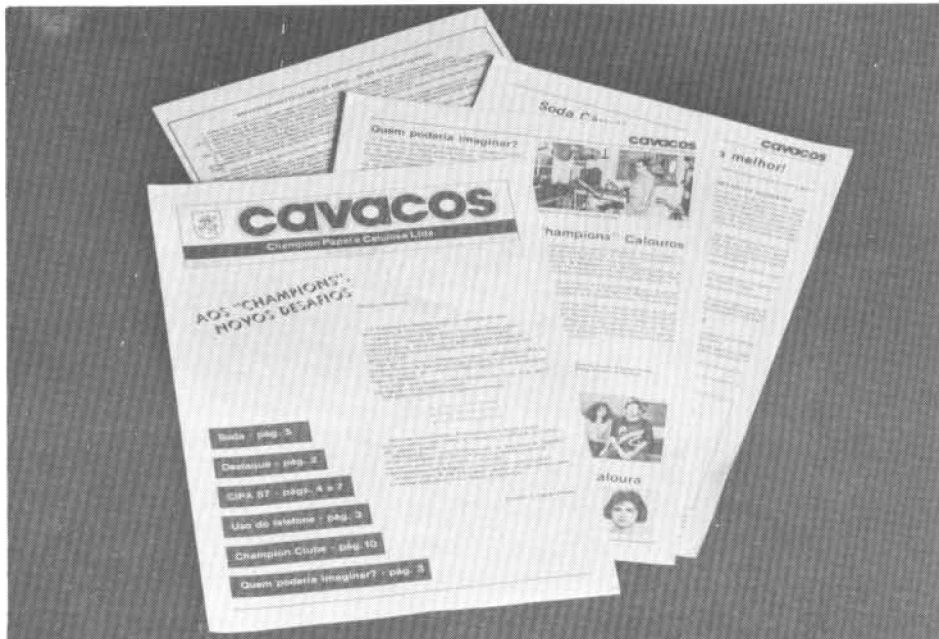


acompanha a realidade dos vários mercados, já se investe nessa área principalmente como forma de valorização dos recursos humanos”.

Como proposta para o futuro existe a idéia de se elaborar no jornal um encarte específico para cada unidade, sempre preservando a idéia inicial de se manter um canal aberto de diálogo entre a administração e a comunidade, pois foi dessa forma que se conquistou para o jornal credibilidade suficiente para promover o entrosamento. “A administração do Grupo tem um comportamento muito mais orientativo do que normativo, assim conseguimos manter nosso propósito”, conclui Depresbiteris.

“CAVACOS”

Há 27 anos basicamente seguindo a mesma linha, o “Cavacos”, jornal da Champion Papel e Celulose Ltda., é uma publicação mensal, com tiragem de 4.100 exemplares, em duas cores, cujo objetivo fundamental é atingir o público interno. “Temos a preocupação de valorizar os nossos recursos humanos”, comenta Renato Kanawa, supervisor da Divisão de Treinamento e Desenvolvimento da empresa, à qual



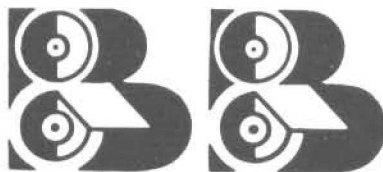
está subordinada a elaboração do jornal.

Em toda edição do “Cavacos”, para mostrar a preocupação com os leitores, enquanto funcionários da Champion, entre outros assuntos, é publicada uma matéria sobre segurança, mostrando os diversos produtos químicos com os quais a empresa trabalha,

como manuseá-los e como prevenir acidentes.

Visando atingir cada leitor em particular, o jornal, na medida do possível, publica as suas colaborações, reclamações, dúvidas e agradecimentos, fazendo com que este se torne um órgão de divulgação que desperta o interesse da comunidade.

PAPÉIS



- **Cadernos escolares**
- **Bobinas para máquinas de somar e calcular**
- **Bobinas para telex com carbono intercalado**
- **Bobinas para telex em papel autocopiativo (sincarbon)**
- **Bobinas carbonadas**
- **Papel almaço**



Ind. e Com. de Artefatos de Papéis B-B Ltda.

Rua Rio Verde, 469/485 — CEP.: 02934 — Freguesia do Ó — SP
Telefone.: 875-4744 — Telex: (011) 26174 ICAB — BR



“FIBRAS UNIDAS”

Publicado mensalmente, com tiragem de 11.500 exemplares, o Jornal “Fibras Unidas” é o órgão de divulgação da Cia. Suzano de Papel e Celulose.

Basicamente dirigido para o público interno, o jornal é supervisionado pela área de Recursos Humanos da administração central e também participa da elaboração o Conselho Editorial, que tem a participação de representantes de todas as unidades. “Nosso objetivo é fazer do jornal um elo de comunicação entre a empresa e os empregados, é possibilitar que eles (funcionários) conheçam todo o grupo, assim, em todas as edições temos notícias das diversas unidades”, informa Max Campello, gerente de recursos humanos da empresa.

“Fibras Unidas” é atualmente elaborado por uma empresa de assessoria em comunicação, que recolhe as matérias, tira as fotos, organiza e apresenta um “lay-out” do jornal para aprovação do conselho editorial. Campello esclarece que a Suzano optou por contratar a assessoria externa visando “agilizar mais o jornal e constatou-se que houve possibilidade de maior abrangência e resposta aos objetivos da empresa”, porém, comenta que a integração entre a companhia e a empresa de assessoria requer “certos cuidados”:

– Precisamos envolver o pessoal da assessoria com os representantes de cada unidade para que assim, eles conseguissem captar um pouco da filosofia do grupo. Logicamente, em uma fase inicial, sentimos que havia necessidade de um ajustamento nas matérias elaboradas, mas hoje os textos já

estão bem dentro daquilo que pretendemos – afirma.

O jornal existe há 15 anos e causa nos funcionários, segundo o gerente de recursos humanos, uma reação bastante positiva: “Eu sinto que o jornal é lido pelos funcionários e sempre tivemos a preocupação de despertar o interesse, por isso, procuramos dar ao jornal uma certa leveza, evitando que ele seja massante”.

Campello faz questão de frisar que tem sido muito importante o envolvimento da área de recursos humanos com a de marketing, responsável pela comunicação visual da companhia. “Eles têm colaborado muito conosco”, conclui.

CADA CASO É UM CASO

A discussão sobre as características gerais dos jornais de empresa é muito ampla. Mas, na visão do presidente da Aberje, “cada caso é um caso”, ele comenta:

– Tenho visto coisas excelentes no formato padrão e coisas de altíssimo nível em tablóide; tenho visto publicações em preto e branco excelentes e coisas muito ruins coloridas. Acho que cada caso é um caso.

Uma das vantagens que Amauri Marchese lembra quando fala sobre o jornal de empresa é que o profissional pode exercitar muito mais a criatividade, elaborando coisas diferentes. “O jornal de empresa é muito menos estático que a grande imprensa – diz ele – eu posso, por exemplo, mudar o formato da publicação a qualquer momento, desde que eu esteja consciente de que isso vai representar uma motivação maior no meu público”.

A questão se uma publicação pode ser dirigida tanto para público interno

como para externo, também gera polêmica. Embora muitas empresas adotem o esquema de publicação mista, vale a pena refletir sobre o assunto. O presidente da Aberje revela que prefere sempre ter publicações definidas para públicos definidos, “ainda que com elementos comuns às duas publicações, mas da mesma maneira vão haver outros elementos dentro de uma que não se encaixam dentro da outra”.

De qualquer forma, o importante é a conscientização da sociedade para a importância da comunicação empresarial, que ao invés de ser uma despesa, como é por muitos considerada, é um investimento que traz certamente resultados positivos.

ASSESSORIA EXTERNA

São poucas as restrições a que uma empresa opte por contratar assessoria externa para executar os trabalhos relacionados à comunicação, mais especificamente os jornais internos, porém, comprar assessoria de alguém não invalida a contratação de um profissional interno que tenha competência para acompanhar o trabalho que será executado.

Uma das principais dificuldades apontadas pelas empresas de assessoria é que muitas vezes precisam tratar sobre os serviços que serão prestados com pessoas que compreendem muito pouco sobre o assunto, esta dificuldade de relacionamento seria solucionada se existisse na estrutura da empresa contratante pelo menos um responsável pela área de comunicação para coordenar todo o trabalho.

Marchese, que além de presidente da Aberje é dono de uma empresa de assessoria, admite que prefere tratar “com gente do ramo”. Ele comenta, “a coordenação dos jornais elaborados por empresas de assessoria externa deve ser realizada por pessoas que tenham sensibilidade para tal”.

Outro aspecto a ser considerado é que a empresa que presta assessoria deve se preocupar em conhecer profundamente a companhia que vai assessorar e isso também depende da postura adotada pela pessoa que orientará o assessor.

É inviável que um profissional sozinho consiga desenvolver todo o trabalho da área de comunicação da empresa, cita o presidente da Aberje, “como assessor eu preciso ter gente da empresa ao meu lado, porque sozinho eu vou cair no mesmo problema que cairia se estivesse sozinho dentro da empresa”, finaliza. □

Deu corte no investimento da Rio Branco.



A Rio Branco acaba de investir numa cortadeira JAGENBERG OKm.

Isso significa transformar papéis de bobinas em resmas com o mais alto padrão de qualidade. Se você recebeu bobinas e precisa de resmas, corte na Rio Branco, corte com quem tem alta tecnologia.

Esse investimento representa ainda uma maior regularidade e certeza no recebimento e distribuição dos diversos papéis.

A Rio Branco espera investir e trabalhar muito mais, porque a confiança e a credibilidade se conquistam e se renovam dia a dia.

A Rio Branco distribui: papéis planos, envelopes e tintas, cartões e cartolinas, formulários contínuos, bobinas para Telex, papel REPORT.



RIO BRANCO

COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPÉIS LTDA.
R. Padre Raposo, 1015 - Mooca - S. Paulo - CEP. 03118
Tel.: 291-0377 - Interior (DDG) 011-8002010 e 8002003
- Telex: (011) 36642

REPORTAGEM

Continuar progredindo, com o apoio dos amigos, clientes, representantes, funcionários e fornecedores, é a meta da SÃO VITO, que comemora 35 anos.

SÃO VITO: 35 anos de dinamismo



São Vito: "atendimento selado por amizade e confiança"

Classificada entre as principais distribuidoras de papel de São Paulo, a SÃO VITO é uma empresa que nasceu de uma pequena tipografia, na Rua Artur Azevedo nº 644, no Bairro de Pinheiros e que prosperou muito graças ao lema até hoje defendido por seus diretores: "Amor ao Trabalho".

Tudo começou com uma oportunidade oferecida ao seu fundador, Caetano Labbate, por uma pessoa amiga, que conhecendo suas aptidões nas artes gráficas, evoluídas desde entregador, impressor minervista, bloquista e tipógrafo, até chefe de oficina, o apresentou a um parente dono de uma tipografia com todo o maquinário parado.

Com o dinamismo e a dedicação característica da juventude, Caetano Labbate iniciou suas atividades de administrador gráfico e em pouco tempo

começou a colher os frutos de seu trabalho.

Depois de iniciar produzindo sozinho todos os serviços, no final de 1952 consolidou a aquisição de todos os equipamentos e instalou a oficina na Rua Fernandes Silva nº 187 – fundos, numa área de 32 m².

Nicola Labbate desde cedo veio unir-se ao irmão Caetano e sua colaboração foi fundamental para o progresso da SÃO VITO. Participou da contratação do primeiro funcionário, da modernização e renovação dos equipamentos e de todas as decisões importantes relacionadas à empresa, onde permanece até hoje.

O êxito nos negócios fez com que a SÃO VITO em 1958 mudasse para a Rua Benjamin de Oliveira nº 416, no Bairro do Brás. Decorridos 12 anos desde a fundação, foi adquirida a primeira máquina de impressão off-set.

Caetano Labbate lembra que além de muitos clientes que solicitavam a elaboração de impressos comerciais, conseguiu um muito significativo, o "Baú da Felicidade"; imprimindo os famosos carnês e outros trabalhos menos volumosos, a Indústria Gráfica São Vito Ltda. (assim denominada desde 1961, quando Nicola Labbate associou-se ao irmão ficando com 50% da empresa), passou a adquirir máquinas mais sofisticadas, ampliando suas instalações para uma área de 728 m², em prédio próprio.

A transição de gráfica para revenda teve início em 1973, como explica Nicola Labbate:

— Nós tínhamos um estoque muito elevado e por isso decidimos nos dedicar a um ramo paralelo, a revenda; sem contudo, paralisarmos a gráfica. Fomos desenvolvendo a revenda e em 1978, observando uma alta evolução e

crescimento, optamos por parar com a indústria, oferecendo melhor atenção a nossos clientes e nos dedicando a dinamizar o comércio de papéis.

Nasce a SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA., ampliando as instalações para uma área de 1.100 m², hoje bastante superior (4.200 m²), localizada na Rua Sampaio Moreira nº 200/226, no Bairro do Brás, em São Paulo, onde, além da sede administrativa, há quatro armazéns interligados.

AS VANTAGENS DE TER SIDO GRÁFICO

O amor de Caetano às artes gráficas, aliado à perspicácia do comerciante Nicola, são a chave do sucesso dessa revenda que oferece a seus clientes completa linha de papéis, inclusive auto-copiativos; envelopes, cha-mex e cartões; além de acompanhamento e orientação técnica, já que a maioria dos clientes são do ramo gráfico.

A experiência que adquiriram enquanto gráficos é responsável pela fama de simpatia que a SÃO VITO tem no mercado. "Nossa origem — explicam os diretores — teve grande importância. Nascemos de uma gráfica que não era concorrente de outras e por isso fomos aceitos e tivemos muito apoio no mercado; isso nos deu segurança e possibilitou um atendimento selado por amizade e confiança".

Esse sentimento eles garantem que procuram transmitir a seus vendedores, os quais para trabalhar adequadamente precisam ter "segurança e confiabilidade".

Desde o início das atividades na dis-



Nicola Labate e Caetano Labbate defendem o lema "amor ao trabalho"

tribuição de papéis, a SÃO VITO conta com o trabalho de vendedores autônomos, "que sendo profissionais independentes se sentem mais motivados a realizar as vendas".

Atualmente são 122 vendedores, que segundo os diretores, "oferecem possibilidade de abranger um número cada vez maior de clientes gráficos, ampliando-se também para outros setores, como as editoras. Temos orgulho em ter hoje cerca de 3 mil clientes cadastrados.

O atendimento não se restringe somente à Capital, atinge também cidades do Interior de São Paulo e diversos estados do Brasil. A rapidez nas entregas é um dos pontos fortes da em-

presa, que mantém uma frota própria hoje com quatro caminhões e duas kombis, atendendo praticamente nas 24 horas do dia, visto que "há clientes localizados em áreas centrais onde a descarga somente é permitida após às 21 h".

A necessidade de se manter um bom estoque também é considerada pela diretoria da SÃO VITO, "o estoque no esquema de trabalho da São Vito é necessário porque para atendermos o cliente em 24 horas precisamos de um estoque rotativo".

Outro aspecto interessante em tantos anos de trabalho é o entrosamento positivo entre os irmãos Labbate: Caetano admite que prefere a criatividade do trabalho desenvolvido nas artes gráficas, o qual envolve pequenos detalhes; enquanto que Nicola prefere a agilidade da comercialização; porém, na SÃO VITO as atividades são divididas e há muita compatibilidade.

Comentando os planos com relação ao futuro esse entrosamento fica muito evidente, eles adotam a filosofia da continuidade dos negócios a fim de que não se esgotem os recursos e procuram passar um pouco da experiência que adquiriram aos filhos Caetano Labbate Junior e César Augusto G. Labbate. Junior administra a parte financeira da empresa e César Augusto gerencia o setor de vendas.

Caetano e Nicola fazem questão de frisar o reconhecimento aos amigos, clientes, representantes, funcionários e também aos fornecedores, que segundo eles, "proporcionaram os 35 anos de evolução vividos pela SÃO VITO".



Rapidez nas entregas: um dos pontos fortes.

PATROCINADORES

Quem é Quem

A ANAVE visando divulgar as empresas associadas como patrocinadoras da entidade, a partir desta edição, publica o perfil de cada uma, por ordem de inscrição, levando aos leitores algumas informações de interesse.



INDÚSTRIAS BONET S/A, localizada à Avenida 7 de Setembro, 4.615 – Curitiba/PR – fone: (0412) 23-7656, associada à ANAVE desde julho de 1970.

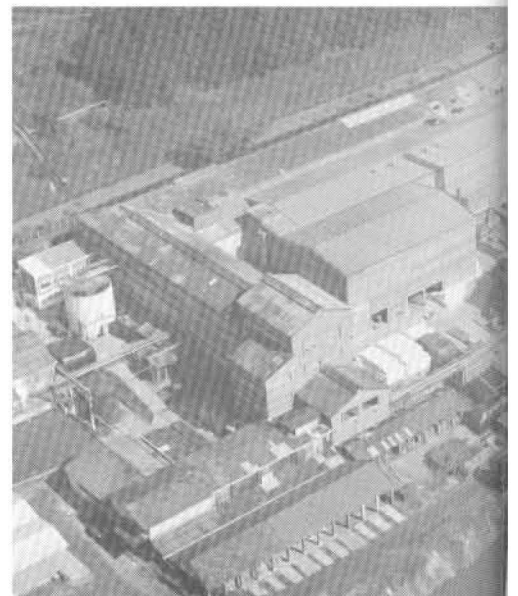
A Indústrias Bonet S/A iniciou suas atividades no ramo madeireiro em 1930, quando surgiu como empresa do setor de extração e beneficiamento de madeiras em geral. Ampliando, posteriormente, seus negócios, para o ramo do papel. Fabricando papelão Pinho ou Paraná, evoluindo para cartolina duplex e, por fim, Celulose Fibra Longa, cuja maior parte da produção é destinada ao consumo próprio, uma vez que é utilizada na fabricação do cartão Duplex.

Em 1974 a Bonet inicia a fabricação de sua placa aglomerada, Bonplac, através do inovador processo Siempelkamp, importado da Alemanha

Ocidental. Sendo no Mundo todo, a quarta indústria a utilizá-lo, juntamente com outras instaladas na Alemanha, Tchecoslováquia e Japão.

Em 1977, foi efetuada a incorporação da sociedade “Papelão Santa Cecília Ltda”, cujas duas usinas hidrelétricas serviram para fornecer energia para a fábrica de aglomerado.

No decorrer da existência das Indústrias Bonet, foram adquiridas extensas áreas de terras e há mais de 25 aos vem implantando amplo programa de reflorestamento, possuindo atualmente 20.000.000 de árvores reflorestadas.



INDÚSTRIA DE PAPEL SIMÃO S/A, localizada em São Paulo, fone: 274.7066, associada à ANAVE desde 1970.

Fundada em 1925, por Karam Simão Racy, no bairro do Ipiranga, em São Paulo, a Indústria de Papel Simão, transformou-se em um dos maiores conglomerados de empresas, voltadas para a produção, comercialização e exportação de papéis.

Usando tecnologia própria, o Grupo Simão, constituído por 8 subsidiárias, produz uma variada linha de papéis para cadernos, livros, embalagens, heliografia, formulários contínuos, copiadoras, impressos em geral, cartografia, laminados plásticos, abrasivos, base para carbono e componentes para indústria de cigarros, além de ser o único fabricante de papel-moeda do hemisfério sul.

Através da Indústria de Papel Piracicaba, foi celebrado em 1981 um con-

"TRADIÇÃO EM PAPEL"

BUONANNO S/A

Distribuidora de papéis



GRETISA S/A FÁBRICA DE PAPEL, localizada à Av. Lacerda Franco nº 1581 São Paulo/SP – Fone: 549-6101, associada à ANAVE desde novembro de 1970.

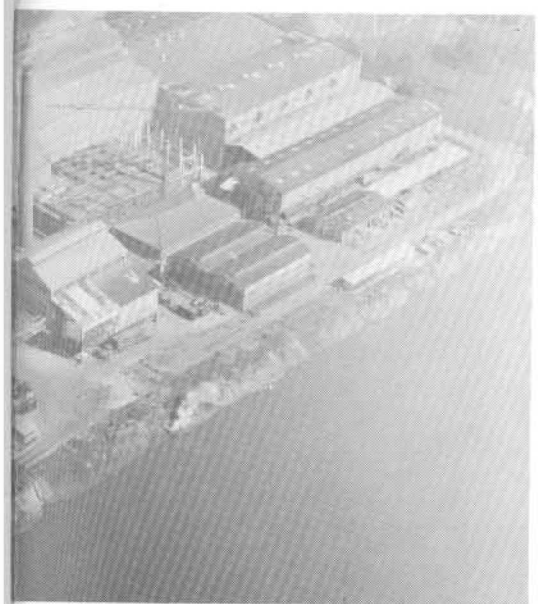
Existia em 1945 a Tietê de Papéis Ltda., fundada por Luiz Chaloub, Aroldo Sampaio e Walter da Silva Aragão, os mesmos que em 1953, sedentos em produzir mais, fundaram a Grepaco Indústria Manufatora de Papéis S/A, que produz envelopes.

Com o mesmo ímpeto de crescimento compraram a Cia Inhaúma de Papéis, em agosto de 1963, quando en-

tão criaram o Grupo Gretisa S/A Fábrica de Papel, no estado do Rio de Janeiro.

Técnica e modernamente equipada, encontra-se com elevado nível de capacidade para produzir envelopes e papéis de alta qualidade, para todos os fins e aplicações: para impressão, para escrever, de embalagens, industriais, além de papéis cortados, lisos ou pautados.

A empresa está preocupada com o trinômio: educação, saúde e lazer, que constitui o tripé de sua ação social junto aos funcionários.



IKPC – INDÚSTRIAS KLABIN DE PAPEL E CELULOSE S.A., localizada à Rua Formosa, 367 – S. Paulo/SP – Fone: 222-1044, associada à ANAVE desde junho de 1971.

localizada à rua do Manifesto, 931 – São Paulo/SP – novembro de 1971.

trato de transferência com a Nashua Co., dos Estados Unidos, pelo qual a IPP passou a receber *know-how* para a produção de papéis revestidos especiais, entre eles o autocopiativo Extra Copy, incorporando o que existe de mais moderno na engenharia mecânica para a produção de papéis revestidos especiais.

A mesma IPP inaugurou, no último dia 25 de abril sua Estação de Tratamento de Efluentes, para devolver ao rio Piracicaba, água livre de poluentes, beneficiando toda a comunidade da região.

A qualidade de vida de seus funcionários e da comunidade em geral constitui-se preocupação constante da Simão.

Em abril de 1985 a denominação Indústrias Klabin de Paraná de Celulose S.A. – fundada em 1934, e que se originou da Klabin Irmãos e Cia., estabelecida no setor de papel e celulose desde 1899 – foi alterada para IKPC, Indústrias Klabin de Papel e Celulose S.A., visando melhor definir a abrangência nacional e internacional da empresa em seu setor.

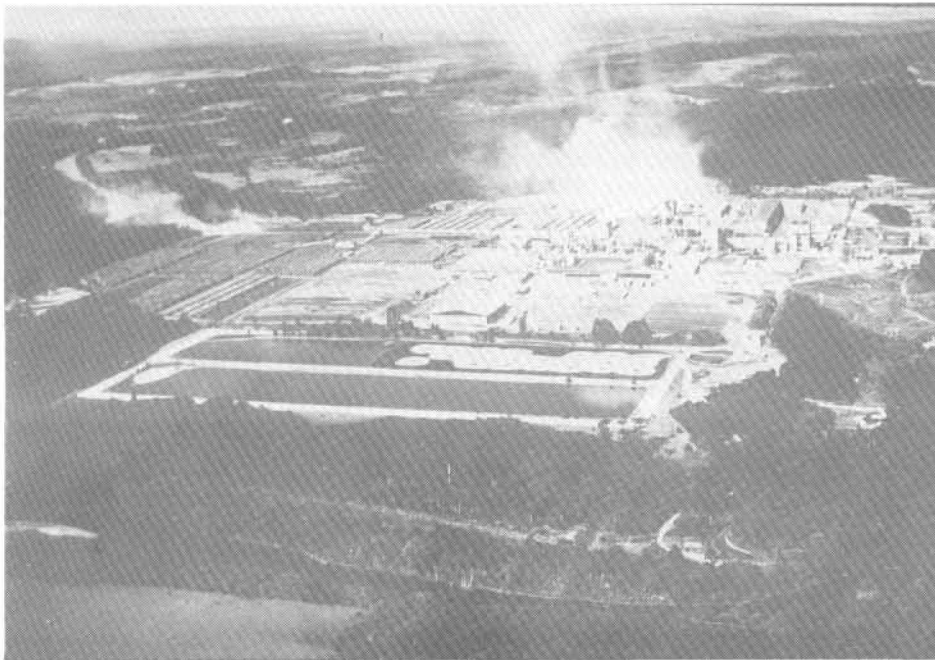
Dedicando-se inicialmente à importação de material de escritório e ao setor de tipografia, operou a sua primeira máquina de papel em Salto de Itu, em 1906, e passou a fabricar papéis para diversos usos.

Na década de 30, quando teve início a fase de industrialização do País, a Klabin já era uma sólida empresa, que tinha por objetivo reduzir a dependência da celulose importada, concluindo, em 1947 a fábrica de Monte Alegre, no interior do Paraná. Nesta época teve início a produção de celulose sulfito,

pasta mecânica e papel imprensa. Daí para a frente, através de sucessivos programas de expansão, a IKPC nunca mais parou de crescer e modernizar seu parque industrial, sendo juntamente com suas subsidiárias e controladas a maior organização do setor de celulose e papel na América Latina.

Atuando nos mercados interno e externo, a IKPC possui sua principal unidade industrial, a Divisão Klabin do Paraná, em Telêmaco Borba/Paraná, onde produz papéis para impressão e embalagens.

Suas atividades envolvem desde o reflorestamento, onde conta com 165 mil hectares de florestas próprias, plantadas de Pinus, Eucalyptus e Araucária, a fabricação de celulose, papéis para imprensa, impressão e embalagens, até a conversão de papéis em produtos higiênicos e descartáveis, caixas de papelão ondulado, sacos multifoliados e envelopes.



PAPEL E CELULOSE CATARINENSE S/A, localizada à Rua Líbero Badaró nº 425 – S. Paulo/SP – Fone: 36-3976, associada à ANAVE desde julho de 1971.



COMPANHIA DE ZORZI DE PAPEIS, localizada à Rua Luiz Gama, 803 – São Paulo/SP – Fone: 279-7822, associada à ANAVE desde julho de 1971.

É uma empresa controlada pela IKPC – Indústrias Klabin de Celulose e Papel S/A. Com sede em Correia Pinto/SC, produzindo celulose fibra longa, papel kraft natural e branco para sacos, além de celulose “fluff” e madeira serrada.

A PCC possui ainda, duas subsidiárias integrais, a Celucat S/A, produtora de sacos e envelopes de papel, e a Agro Florestal Celucat S/A fornecedora de madeira para polpas e serraria.

A empresa é praticamente autosuficiente em madeira para polpa, com área plantada de 32.853 hectares.

A Cia Cícero Prado Celulose e Papel S.A., empresa da região do Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo, fabricante de celulose e papel, vivia em estado de baixa operacionalidade, até ser adquirida, em outubro de 1982 pelo Grupo De Zorzi, que realizou profundas alterações, até se tornar na indústria eficiente, respeitada e devidamente saneada de hoje, sob a razão social de Companhia De Zorzi de Papéis, e que dá grande importância às técnicas de controle e preservação do meio ambiente.

A Cia De Zorzi de Papéis, fábrica integrada, através da utilização de celulose própria, e em alguns casos através da mixagem de fibras produzidas por terceiros, produz uma variada linha de papéis e cartões tais como: papel sanitário, papéis para embalagens, para imprimir e escrever, cartões para embalagens, destacando-se na sua linha de produtos especiais cartões base para abrasivo, papéis super calandrados destinados a embalagens de alimentos que necessitam resistência à gordura, tais como chocolates, pipoca, doces, balas, chicletes e também destinados a servir de base para autoadesivos.

ATENÇÃO ASSOCIADO

**REGULARIZE SUA SITUAÇÃO JUNTO À
TESOURARIA.**

ENTREVISTA

Nos últimos cinco anos, os papéis especiais tiveram baixo crescimento, desencorajando os fabricantes de papéis de volume para esta área.

Os Papéis Especiais

Em entrevista concedida à REVISTA ANAVE, o engenheiro Luiz Celso Leal — Gerente de Marketing da Cia. Industrial de Papel Pirahy — falou sobre o setor de Papéis Especiais, explicando o processo de produção e comercialização, que difere do utilizado nos papéis de grande volume, como por exemplo, os papéis para impressão.

ANAVE — Como o senhor define papéis especiais, e a que fins se destinam?

Luiz Celso — Os papéis especiais são aqueles que, pelo uso final, não podem ser adequadamente classificados entre os grandes grupos de papéis: impressão, escrever, embalagem e sanitários. O Anuário a ANFPC classifica 21 tipos de papéis especiais, como base para carbono, papel de cigarro, mataborrão, filtro, entre outros; mas há entretanto muitos outros tipos não classificados que são produzidos em pequenas quantidades, como o papel para intercalação de chapas, para embalagem fotográfica ou para centro de disco; ou podem ainda serem importados, como o papel vegetal para desenho e para sensibilização.

ANAVE — O senhor poderia fazer uma análise do mercado de papéis especiais no Brasil, nos últimos cinco anos?

Luiz Celso — As tabelas I e II mostram a produção e o consumo aparente de papéis especiais. Observa-se que o crescimento destes papéis tem sido, como um todo, muito baixo ou inexistente. O consumo "per capita" no Brasil tem estado em torno de 1 kg hab, enquanto que em países desenvolvidos, como a Alemanha Federal, este consumo é de cerca de 10 kg/hab. Por outro lado, enquanto a produção total de papel, no Brasil, cresceu 35% nos últimos cinco anos, a produção de papéis especiais decresceu em 2%, embora o consumo tenha crescido ligeiramente. Alguns papéis industriais, usados como componentes de processos ou produtos, têm sua demanda derivada da demanda destes produtos e assim, dentro de um mesmo período, a produção de alguns tipos poderá cair, enquanto para algumas

aplicações o crescimento poderá ser muito grande.

ANAVE — Há perspectivas para a criação de novas fábricas, ou novos investimentos nas já existentes, visando incrementar a produção de papéis especiais?

Luiz Celso — O Brasil, pelo clima e pela disponibilidade de áreas para desenvolvimento de florestas homogêneas, passou a pertencer, nos últimos anos, ao reduzido grupo de países com parâmetros de custo/eficiência adequados à produção em grande escala de celulose e papel. Esta vocação fará com que os investimentos futuros sejam dirigidos aos segmentos de grande volume e geradores de excedentes exportáveis.

ANAVE — No aspecto da comercialização há alguma diferença entre papéis especiais e comuns?

Luiz Celso — O papel especial difere dos papéis de grande volume, como os papéis para impressão, por ser produzido segundo especificações únicas e muitas vezes para um só cliente. Por esta razão, o processo de venda destes papéis é mais próximo daquele usado para produtos industriais. A venda é, na verdade, parte de um longo processo, no qual participa toda a empresa, e que normalmente se inicia pelo interesse do cliente no desenvolvimento do produto, para substituir importações, para atender a avanços tecnológicos ou alterações de mercado, e se

mantém através da assistência técnica permanente.

ANAVE — A importação de papéis especiais interfere na comercialização dos produtos aqui fabricados?

Luiz Celso — A importação de alguns tipos de papéis especiais, para os quais realmente inexistente possibilidade imediata de produção nacional, devido ao alto custo de sua tecnologia e pouca absorção no mercado, ao contrário do que possa parecer, favorece o desenvolvimento do setor, pois promove o uso do papel como alternativa para a produção de materiais competitivos nacionais, criando um potencial de novos mercados para os produtores nacionais.

ANAVE — Como é o esquema de trabalho de uma fábrica de papéis especiais?

Luiz Celso — Uma fábrica de papéis especiais é também de alguma forma diferente das grandes unidades que produzem centenas de toneladas por dia de papéis de impressão ou de embalagem. As máquinas são geralmente pequenas e lentas e a produção diária é medida em algumas toneladas por máquina. As matérias-primas são também em muitos casos especiais e o mais comum é que a própria empresa tenha instalações próprias para fabricação de pelo menos parte da celulose especial que consome, garantindo-se assim contra crises de suprimento.

TABELA I
PRODUÇÃO BRASILEIRA DE PAPÉIS ESPECIAIS

Produção (1.000 tons)	1982	1983	1984	1985	1986
Pap. de Imprimir e Escrever	1.020	1.061	1.176	1.353	1.350
Papéis Especiais	132	124	126	115	129
Outros Papéis e Cartões	2.177	2.232	2.440	2.553	3.006
Total	3.329	3.417	3.742	4.021	4.485

Fonte: ANFPC

TABELA II
CONSUMO BRASILEIRO DE PAPÉIS ESPECIAIS

Consumo (1.000 tons)	1982	1983	1984	1985	1986
Produção	132	124	126	115	129
Importação	2	3	14	13	15
Exportação	4	5	7	6	8
Consumo Aparente	130	122	133	122	136
Consumo Per Capita	1	0,9	1	0,9	1

Fonte: ANFPC

**AVANCE,
SIGA SOMENTE O SINAL VERDE.**



O PAPEL DE QUEM ENTENDE

O que é sucesso empresarial?

Acreditamos que sucesso empresarial não deva ser um acaso pois assim teríamos um "caso de sucesso", o que não é regra. Sucesso empresarial liga-se profundamente à filosofia "atender bem, para atender sempre". A IPÊ está no ramo de distribuição de papéis há 10 anos e temos certeza que não é por acaso, pois tem investido com iniciativa, competência e personalidade.

O maior investimento tem sido nos clientes, os quais são tratados como amigos. Portanto, a IPÊ convida todos os amigos a visitarem sua nova sede própria e para um "cafezinho", onde temos certeza se sentirão como na própria casa, verificando a linha completa de papéis para escrever, imprimir e embalagens, dentro das melhores condições de compras.

AVANCE E SIGA O SINAL VERDE, a casa é sua!



IPÊ INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.

Rua José Magnani, 235 – Diadema – CEP 09920 – Telefone: 456-6799 (PABX)

O professor Modesto Stama analisou o Momento Econômico Brasileiro na palestra promovida pelo Departamento Cultural no mês de março.

Plano Cruzado: um ato político ou decisão econômica?

O cenário econômico brasileiro foi analisado pelo professor e economista Modesto Stama, na palestra realizada na ANAVE, em 17 de março. Traçando um perfil do desempenho da economia de fevereiro de 1986 até fevereiro de 1987, ele afirmou considerar o Plano Cruzado "muito mais um ato político que uma decisão econômica amadurecida e tecnicamente preparada".

Para Stama, o governo "perdeu o controle da situação" e precisa "definir urgentemente sua política, estabelecendo claramente as regras do jogo".

Assumindo uma posição muito pessimista, ao final da palestra Stama declarou que ainda neste ano "viveremos um momento de recessão muito violenta e uma falta de emprego muito grande".

Questões como "gatilho salarial", dívida externa, distribuição da renda per-capita, entre outras, foram discutidas após a palestra, que foi sem dúvida esclarecedora, vindo oferecer a todos os presentes mais elementos para a definição de um posicionamento frente ao atual quadro econômico brasileiro, tão conturbado pelas mudanças que ocorrem a cada dia.

A seguir transcrevemos as palavras do professor Modesto Stama, deixando registrado os agradecimentos da diretoria executiva da ANAVE por sua brilhante palestra.

MOMENTO ECONÔMICO

Ao completar-se um ano da implantação do Plano Cruzado, é interessante fazer-se uma reflexão sobre o que foi esse plano, seus resultados, suas lições.

Nos meses anteriores à implantação do Plano de Estabilização, a economia brasileira apresentava um cenário re-



Fotos Caetano Labbate Jr.

Stama prevê recessão econômica.

lativamente otimista, com crescimento econômico, aumento do emprego e de salários, isto graças à política monetária e fiscal adotada no segundo semestre de 1985, a qual permitiu maior aproveitamento da capacidade ociosa. No lado do setor externo, também a tranquilidade era grande, pois o País dispunha de confortável nível de reservas, superávit apreciável da balança comercial e um cenário internacional favorável, com baixos níveis de taxas de juros, queda do preço do petróleo e desvalorização do dólar.

O único motivo de preocupação na época era a taxa inflacionária que, em consequência do crescimento acentuado do déficit público e da expansão monetária descontrolada, apresentava uma característica de alta.

A análise da situação política e da economia parece indicar que a implantação do Plano Cruzado no momento e nas condições em que se deu, foi muito mais um ato político que uma decisão econômica amadurecida e tecnicamente preparada. Apesar disso, uma estratégia de marketing

global perfeita no ponto de vista governamental, ensejou um grau de adesão da sociedade jamais visto no país, fazendo com que os resultados iniciais do plano superassem as mais otimistas expectativas até de seus idealizadores.

Mesmo muitos críticos heterodoxos acharam que a partir do impacto psicológico extremamente favorável e da grande popularidade do presidente e de seu ministro da fazenda, e também das condições criadas pelo Plano Cruzado, o programa poderia dar certo com o esforço do governo em cortar gastos públicos e implantar uma reforma administrativa modernizante.

O êxito inicial do Plano Cruzado e a popularidade que ele deu ao governo podem ser responsabilizados em grande parte pelo imobilismo que se seguiu ao Plano. O entusiasmo com a inflação suíça e o dobro do crescimento japonês transformou o congelamento em meio e fim, o que junto com o micro da inflação zero se tornou obstáculo a qualquer correção.

Os sinais, os avisos, as advertências, as críticas, desde abril mostravam os riscos da inércia triunfalista, mas não despertaram qualquer reação do governo empolgado com a sua popularidade, os resultados aparentes do Plano Cruzado de estabilidade de preço e aumento dos empregos e o crescimento econômico. Parecia que nos altos escalões governamentais se acreditava que o truque do congelamento era na verdade uma mágica que ia permitir ao país atingir resultados aparentemente compatíveis entre si.

Apenas em julho o governo pareceu acordar, mas ao contrário do que se esperava não se preocupou com as visíveis distorções do sistema de preços e apenas procurou reforçar o seu caixa instituindo os empréstimos com-



A política econômica despertou grande interesse.

pulsórios a pretexto de reduzir a demanda.

Assim foi até a realização das eleições com que assegurou esmagadora vitória do PMDB e que o governo procurou, ao nosso modo de ver sem sucesso, capitalizar também como vitória sua. Passados cinco dias das eleições, quando as urnas ainda estavam sendo abertas, o governo decidiu finalmente agir, mas o fez da forma mais desastrosa e inépta com o chamado "Plano Cruzado", que foi um verdadeiro plano de desestabilização da economia.

A partir da sinalização do "Cruzado II", em que o congelamento deixava de ser intocável e os reajustes de preços seriam de grande magnitude, o mercado procurou se ajustar *na marra*, obrigando o governo, após divergências internas a sancionar a realidade do aumento de preços e acertar uma elevada inflação corretiva que forçou a volta da indexação generalizada.

Com isso completou-se a volta de 360° com o nascimento, vida e morte do Plano Cruzado.

O retorno, porém, a uma economia com inflação indexada não se fez de forma neutra, tendo havido ganhadores e perdedores, tendo o que é pior, custos que ainda serão pagos.

Partiu-se em fevereiro de 1986 de uma economia com taxas de inflação da ordem de 15% ao mês, em crescimento, com salários reais, empregos e situação do setor externo tranqüila, e chegou-se, um ano depois, a uma economia com taxas de inflação da ordem de 15%, sinais de desaceleração das atividades econômicas, redução dos salários reais, desorganização do mercado e crise do setor externo, com a dilapidação de parte das reservas e de-

teriorização do saldo comercial.

No plano político, partiu-se de um governo fraco e sem sustentação, que atingiu uma popularidade sem igual; em conseqüência, possibilitou-se a vitória esmagadora do PMDB (partido do governo) na eleição de novembro e chegou-se, um ano depois, na mesma situação de um governo fraco, que procura sua sustentação ora nos governadores eleitos, ora no congresso e outras vezes diretamente junto à população, acenando com a sua opção pelos pobres, sem que, parece-nos, até agora tenha conseguido sucesso. A forma como foi anunciada a moratória técnica da dívida externa foi mais um ato em busca do apoio político do que parece ter dado resultado.

PERSPECTIVAS

Se o Plano Cruzado foi um ato político, destinado a dar ao governo a necessária sustentação, o que se pode esperar no tocante à economia?

— Que busquem novos atos políticos que atendam às necessidades políticas do presidente?

Muitas hipóteses poderiam ser formuladas com relação à evolução econômica nos próximos meses, pois o governo não parece dispor de uma doutrina a nortear sua ação, agindo sempre tardiamente e após divergências internas e excitações em função das pressões existentes.

Independentemente, porém, do que o governo venha a fazer, parece-nos que a economia brasileira caminhará rapidamente para a aceleração da inflação e a recessão, isto em virtude do que o governo já fez ou deixou de fazer.

Os desdobramentos posteriores à

duração e à profundidade da recessão, do controle ou não da inflação, antes que se transforme em hiper-inflação, vão depender da ação ou da inação da ação governamental.

O custo da experiência executada com o Plano Cruzado deveria desaconselhar novas aventuras do gênero em relação à economia brasileira; o fato de que o governo necessita buscar apoios que lhe dêem sustentação, no entanto, não permite que se tenha tranqüilidade a respeito.

As decisões econômicas serão ditadas pelas necessidades políticas, nesse aspecto, tudo pode acontecer, inclusive não acontecer nada, isto é, se o governo continuar indefinido, inseguro, até se opor a um agravamento da crise econômica ou da crise política.

Supondo-se que o governo resolva agir, seja em função de suas necessidades políticas ou pela gravidade da situação econômica, pode-se traçar inúmeros cenários sobre a economia brasileira a partir das combinações da renegociação favorável ou moratória externa; com políticas internas que podem ir da mais ágil ortodoxia, que seria o corte do déficit político monetário, apertada e aceleração do plano, até a simples heterodoxa do congelamento sem austeridade fiscal e monetária, ou ainda uma combinação ortodoxa com congelamento; essa multiplicidade de cenários possíveis, fruto da indefinição governamental e da gravidade da situação, gera um clima de perplexidade, insegurança e incerteza e não só inibe os investimentos, como ameaça o próprio ritmo das atividades econômicas.

É de se esperar que o governo defina urgentemente a sua política, estabeleça claramente as regras do jogo e depois entre em recessão, deixando a economia funcionar sem traumas e sobressaltos. O governo já fez demais em um ano e merece um descanso, chega de choques.

Eu naturalmente acompanhando os noticiários de rádio, televisão e jornal, fui escrevendo o texto desta palestra. Ao meu modo de ver, realmente a grande falha do plano de estabilização foi que não era um plano.

Quando o último ministro largou a economia, havia deixado uma reserva superior da ordem de Cz\$ 9 bilhões; logo a seguir, o petróleo caiu para 8 a 9 dólares o barril, quer dizer que naquele momento o Brasil tinha tudo para renegociar a sua dívida a longo prazo. Havia já um início de negociações, inclusive o ex-presidente do Banco Central escreveu recentemente

no jornal, dizendo que havia deixado o caminho para que o Brasil renegociasse sua dívida; a bem da verdade, me parece que o novo ministro se viu irritado com aquilo e quando ele quis enfrentar a situação já se apresentava um quadro bastante negro, a inflação caminhava para a casa dos 500, 600, 700. Naturalmente, quando Delfim largou a economia a inflação estava na ordem de 200 e ela vinha nessa ordem há alguns anos, se mantinha controlada e a pior inflação é aquela que não é controlada, a inflação controlada não gera nenhum mal, eu tenho impressão que o setor de papel, por exemplo, cresceu bem nessa época, porque podia administrar seus preços, fazendo os reajustes necessários. Quando o choque veio à baila, foi porque o ministro Funaro já havia perdido o controle da inflação, que já estava caminhando a 600 sem controle nenhum. Foi quando eles fizeram um choque heterodoxo e o que realmente matou esse choque foi que não havia sido efetuado um realinhamento de preços, haviam empresas que tinham registrado o reajustamento em 27 de fevereiro, em compensação, outras empresas estavam com reajustes defasados em três ou quatro meses, e um

mês após o Plano Cruzado não suportavam mais a situação e precisavam reajustar seus preços. O empresário no sistema de livre iniciativa não pode conviver com prejuízos e à medida que ele não tem lucro, deixa de produzir; eles, então, mantiveram uma produção pequena, apenas para cobrir as despesas e a mercadoria sumiu das prateleiras.

Agora, com o *choque de mágica*, o ministro Funaro aumenta a renda da população. Mas de que forma fez isso?

— Diminuindo a retenção do imposto de renda e, de repente, as pessoas se viram com renda maior e saíram a comprar eletrodomésticos e outras mercadorias, as quais realmente chegaram a faltar, passando a ser comercializadas com ágio.

Não existe no mundo inteiro experiências com congelamento de preços, nas quais não tivessem aparecido o ágio, é portanto, uma consequência natural. E, naturalmente havendo ágio, o Plano de Estabilidade do presidente José Sarney desabou.

A bem da verdade, o que aconteceu foi que o governo perdeu o controle da situação e naturalmente essas medidas tomadas após as eleições precisavam ter sido tomadas antes, mas sendo to-

madadas após as eleições favoreceram muito ao PMDB já que, a bem da verdade, nunca havia chegado às regiões mais distantes, interior principalmente, alguma medida de controle dos preços, e as pessoas do interior acreditavam que a coisa estava boa e descarregaram os votos no partido do governo. Logo após a eleição, o governo veio com o "Cruzado II", que realmente desestabilizou toda a economia.

Realmente, eu espero o pior para o Brasil, acho que viveremos um momento de recessão muito violenta e uma falta de emprego muito grande. Nós precisamos gerar a cada ano 3 milhões de empregos novos para pessoas que atingem a idade de trabalho. Como podemos fazer isso sem investir, se o próprio país internamente não tem condições de gerar poupança para se fazer investimentos, ainda estamos em uma fase que todos os investimentos precisam vir de fora.

Será que com a moratória vamos conseguir novos empréstimos?

— Acho realmente muito difícil.

Eu não gostaria de terminar dizendo isso, mas realmente as perspectivas são bastante negras e incertas e a meu ver, ainda este ano vamos enfrentar uma recessão bastante grande.



A SOLUÇÃO PARA O TAMANHO DO SEU PAPEL

**Mão-de-obra
especializada
no corte, escolha
e empacotamento**

**Papéis para imprimir e
escrever; Cartões e
cartolinas; Ofícios e
formatos especiais**

Atendimento Personalizado.

R. Monsenhor Alfredo Pereira Sampaio, 40 – CEP 04676
Telefone 521-7911 – Campo Grande – São Paulo

Colaborando para a diminuição da escassez de mão-de-obra especializada, o SENAI forma bons profissionais para o setor gráfico e papeleiro.

SENAI: 45 anos ao lado da indústria



Senai: pelo aperfeiçoamento da mão-de-obra.

Realizado pelos engenheiros Roberto Mange e Roberto Simonsen, entrou em funcionamento, através de um decreto-lei, assinado em 1942, pelo então Presidente da República, Sr. Getúlio Vargas, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), uma instituição privada, mantida e administrada pela indústria, com o intuito de oferecer mão-de-obra especializada ao mercado industrial.

Nos seus primórdios o decreto regulamentava que toda empresa do Brasil deveria recolher 2% do total de sua folha de pagamento para os custeios da Instituição. Com o crescimento da industrialização após a Segunda Guerra Mundial e a grande inserção das indústrias estrangeiras, as chamadas multinacionais no país, um novo decreto foi assinado, reduzindo de 2 para 1% o recolhimento do imposto para o SENAI, e apenas as empresas com mais de 500 empregados recolhem 1,2%.

O Departamento Nacional do SENAI, seu órgão centralizador recebe esta verba e a distribui para os Departamentos Regionais, que por sua vez a distribui, mensalmente, para cada unidade.

Em São Paulo, mais especificamente, à rua Bresser, 2315 – Móoca, funcionam as Escolas SENAI “Theobaldo De Nigris” e “Felício Lanzara”, juntas constituem o mais importante centro de formação profissional do setor gráfico de todo o País.

INTEGRAÇÃO ESCOLA-TRABALHO

A Escola “Felício Lanzara”, que inicialmente funcionava no Cambuci, foi a que surgiu primeira, em 1945, para formar o aprendiz e colocar no mercado de trabalho o operador de máquinas, o homem qualificado a operar equipamentos técnicos. Preparando, assim, fotógrafos de artes gráfi-

cas, montadores e retocadores de fotolitos, impressores, compositores manuais, linotipistas, etc.

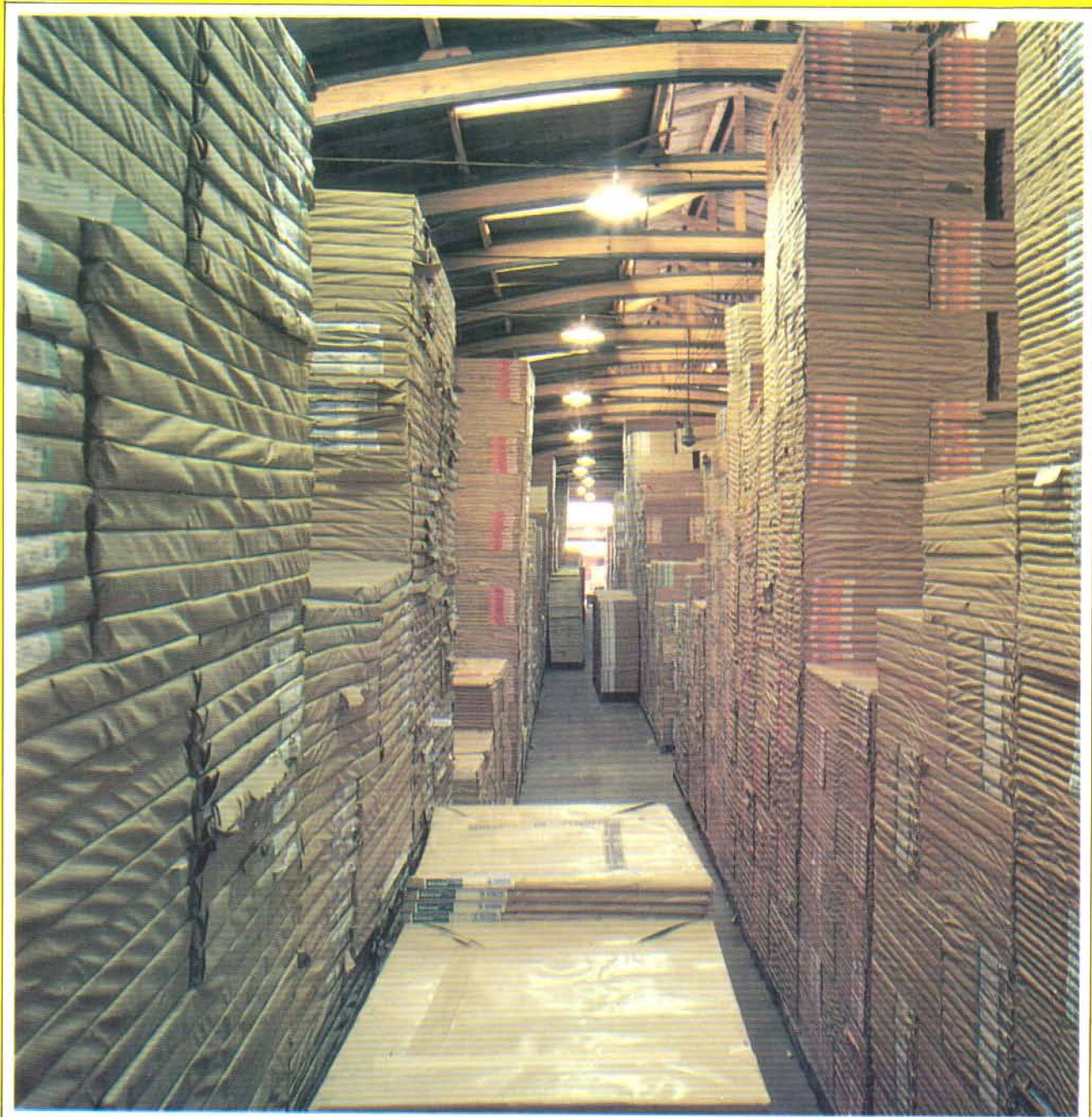
Todos estes jovens têm idade em torno dos 14 anos e já completaram a 4ª série do primeiro grau. No início passavam um ano na escola, outro na indústria e o terceiro novamente na escola. Porém, este processo fazia com que os alunos não tivessem um bom aproveitamento, perdendo a sequência do aprendizado teórico. O processo foi invertido: dois anos de fase escolar e um ano de estágio na indústria, a mesma que os encaminhou no início do curso, pois nesta escola a grande maioria dos alunos passaram por uma pré-seleção na empresa e foram enviados para o teste do SENAI, começando, então, as aulas nos cursos de aprendizagem.

Nestes três anos os alunos frequentam a escola em período integral, dedicando meio dia aos trabalhos práticos de oficina (aprendizagem da ocupação) e meio dia às aulas de educação geral, que os habilitam a prosseguir em seus estudos nos cursos de 2º grau.

A Escola “Theobaldo De Nigris” foi inaugurada em 1971, com o objetivo de formar técnicos de nível médio, com equivalência em 2º grau, para a indústria gráfica e, teve convênios firmados com o Ministério da Educação e Cultura (MEC), Prefeitura do Município de São Paulo e a Associação de Construtores Italianos de Máquinas Gráficas e Afins (ACIMGA).

Com esta escola ocorre o inverso, o aluno vem por vontade própria, sem ter vínculo com nenhuma empresa faz a sua inscrição, prova de seleção e começa a frequentar os cursos, que antes eram anuais, com três anos na escola e um ano na indústria, com estágio remunerado. Com a mudança do curriculum, este ano, para a inclusão de novas matérias, tais como Informática e Computação, os cursos passaram a se-

O NOSSO PRINCIPAL PAPEL É NÃO FAZER PAPELÃO



Com uma completa linha de produtos, a PLEXPEL tem o melhor atendimento e muita rapidez na entrega.

CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS

AG - Alta Alvura - Adesivo - Copel - Grafix - Marfim - Couche

Duplex - Ficha - Flor Post - Jornal - Kraft - Monolúcido - Off-Set

One Time - Security - Sincarbon - Self Copy - Sulfite

Super Bond - Report Copier - Envelopes



DISTRIBUIDOR SINCARBON-MATARAZZO

PLEXPEL Comércio e Indústria de Papel Ltda.

Rua Cachoeira, 906 - Pari
Fone: (011) 291-9711 (Tronco chave)
CEP: 03024 - São Paulo - SP

mestrais, onde o aluno permanece 7 semestres na escola e faz um de estágio, pois com 60 ou 90 dias a empresa já tem possibilidade de sentir se o aluno tem capacidade, ou não, para ser contratado como funcionário, passando, portanto, pelo prazo do estágio. Normalmente o aluno do SENAI é bom estagiário e é admitido na mesma empresa em que está estagiando.

Para formar bons profissionais a escola possui o número de vagas limitado, admitindo anualmente, 120 alunos por curso, formando 99% deles.

O número de aprovação sempre é muito grande porque logo após a prova de seleção, os alunos são levados para uma orientação educacional, com a apresentação da escola, discussão do seu curriculum, apresentação das perspectivas do mercado de trabalho, além de sua situação, como aluno, dentro da escola. Neste primeiro contato o aluno tem oportunidade de desistir e sua vaga ser preenchida por um dos excedentes. Este processo se torna bem razoável, para a direção da escola, pois só assim ela estará formando profissionais competentes, pessoas que realmente gostam do que estão fazendo. "Portanto, o aluno deve se enquadrar dentro da profissão escolhida, pois a escola está gastando dinheiro da indústria para formar profissionais para essa mesma indústria, nada mais lógico do que formá-los de acordo com as suas aptidões", declara Walter Guilherme Rolandi, agente de treinamento. Os três primeiros semestres na "Theobaldo De Nigris" são básicos onde o aluno passa por todas as áreas, inclusive oficina, no final deste período ele faz opção por uma área de especialização: offset, processamento da imagem, rotogravura, processamento do texto e produção visual gráfica. Assim nos próximos quatro semestres todas as aulas de oficina serão ministradas na área de especialização.

A Escola SENAI "Theobaldo De Nigris" possui ainda os chamados Cursos Intensivos, conhecidos por Cursos Técnicos Especiais, onde o aluno já tem o 2º grau completo, e vai para a escola fazer apenas o profissionalizante. Neste caso o aluno passa um ano na escola em período integral, cursando apenas as matérias tecnológicas e de laboratório, estando isento das matérias comuns do 2º grau. Como é um curso mais rápido, a maioria de seus alunos vêm do interior de São Paulo e outros estados, ou são estrangeiros da América Latina e África, que após um ano voltam para os seus locais de origem.



Prática somada à teoria.

O CURSO PARA CELULOSE E PAPEL

Classificado dentro dos Cursos Intensivos o SENAI desenvolve, desde 1980, um curso para formação de técnicos que possam atender todas as necessidades da Indústria de Celulose e Papel. Os professores são engenheiros das próprias empresas, que vêm ministrar aulas específicas do ramo de Celulose e Papel, e o programa foi todo elaborado juntamente com a indústria.

Este curso foi criado na modalidade intensiva porque a maioria destas empresas estão longe do perímetro urbano, não só da escola como também da cidade, pois estão localizadas em cidades do interior como Jacareí, Suzano, Salto, Itú, etc. Assim, manter um aluno na escola durante três anos e depois não poder oferecer-lhe trabalho, não é vantajoso para a indústria, pois quando surge uma oportunidade de trabalho, digamos em Bauru, ninguém quer ir, nem para o interior, nem para outros estados. Isto porque são alunos muito jovens, que ainda não estão preparados para enfrentar o mercado de trabalho, ou ter aventuras profissionais, longe do seu meio. O que normalmente ocorre para estas empresas mais distantes é elas enviarem seus funcionários para estudarem.

Com a Indústria de Celulose e Papel aconteceu exatamente isto, foi criado apenas o profissionalizante, para aqueles que já possuem o 2º grau completo, porque assim o aluno vem por apenas um ano se especializa e volta.

Estes cursos técnicos especiais foram se tornando cada vez mais necessários, porque o mercado consumidor passou a ser mais exigente, os papéis especiais começaram a ser utilizados em nível industrial com uma maior frequência, então quanto mais se abre o leque, mais tecnologia é necessária.

Uma outra modalidade é o curso noturno, ministrado para o pessoal que já

milita na indústria gráfica, mas deseja maior especialização.

TREINAMENTO

Porém, a grande ênfase da escola, no momento, são os Programas de Treinamento, que respondem, pelos conteúdos não formais, de necessidade imediata ou especial de uma determinada empresa ou de um *pool* de empresas, que procuram o SENAI para ajudá-las na resolução de seus problemas. Levanta-se então suas necessidades e a partir destes dados monta-se a programação do curso, que terá período curto, de no máximo 1 mês, e que poderá ser ministrado no próprio local de trabalho, não sendo portanto, um programa receita mas um programa-realidade, ou nas dependências da escola, se o programa for para um *pool* de empresas, como foi feito recentemente sobre "Manutenção de Máquinas Off-Set Planas". Em 1986, por este tipo de treinamento, passaram mais de 2.000 pessoas.

A APRENDIZAGEM

Todos estes cursos são ministrados no sentido de não haver desperdício do material a ser utilizado. Assim, os alunos do curso de impressão, por exemplo, no período de aprendizagem trabalham com papel-mala, ou seja, papel já impresso, só passam o papel na máquina para aprender a regulá-la. Quando entram na fase de produção, eles tiram trabalho, porém em pequena escala, porque o objetivo é regular a máquina, controlando-a no sentido de conseguir os efeitos e as tonalidades definidas. Fez 20 ou 30 cópias perfeitas, pronto, tarefa realizada. O papel impresso nesta turma será o papel-mala para os próximos alunos, sendo portanto, o gasto de material bem controlado.

Um outro exemplo de controle de material pode ser notado no curso de montagem, onde várias turmas podem fazer o mesmo fotolito, no processo de monta e desmonta. Só não é aproveitado o retoque, neste caso são tirados novos contatos. Quem vai fazer este trabalho? Os alunos do curso de fotografia, o exercício deles serve de material de trabalho para os alunos de montagem, e assim, sucessivamente, levando-se em conta também, o tamanho do material a ser produzido, ou seja, são todas miniaturas de 1/4 de folha.

Você caro leitor, deve estar pensando: será que todo este maquinário



**A AGASSETE TEM TUDO
PARA EMBALAGENS, OU FAZ,
SE VOCÊ QUISE.**

Além de fabricar papéis industriais, a Agassete tem uma linha comercial completa de sacos, etiquetas, fitas adesivas, papelão e papéis para embalagem em geral.

Você encontra papéis em bobinas e em resmas, de todos os tipos, formatos e gramaturas. Inclusive papéis especiais para confecção, como papéis para modelagem, risco, plissê e moldes.

Para completar o seu setor comercial, a Agassete também comercializa aparelhos e suportes para papel e fita.



AGASSETE
Comércio e Indústria Ltda.
R. Cel. Emídio Piedade, 273 - Pari - S. Paulo
Tels.: 292.6377

não tem uma vida ociosa muito grande? Não poderia estar produzindo material para terceiros?

Segundo Walter Guilherme Rolandi, a resposta é muito simples, "não podemos concorrer com aqueles que nos mantém, a realização de trabalhos para terceiros seria uma concorrência de certa forma desleal, pois temos equipamentos e mão-de-obra já paga, portanto teríamos produto bem mais barato e estaríamos prejudicando os nossos patrões".

O que o SENAI faz são experimentações. "Uma empresa de tintas, por exemplo, está lançando no mercado uma tinta nova e quer fazer uma experiência para sentir se esta tinta vai obter uma resposta do mercado. Em entendimento com a direção do SENAI, a empresa traz a tinta e nós fazemos as experiências, o que também se torna um bom teste para os alunos. Se uma empresa está lançando no mercado um novo papel, nós experimentamos este papel e analisamos o seu comportamento tanto a nível de laboratório quanto a nível de escala industrial."

Assim, quase inexistente ociosidade para as máquinas, pois além de todo este trabalho de experimentos, os cursos regulares, tanto de aprendizagem

quanto o técnico são de período integral, onde cada curso é dividido em duas turmas, uma, pela manhã, tem aulas teóricas enquanto a outra está na oficina, à tarde, invertem-se as posições, portanto, as máquinas estão sempre trabalhando, inclusive à noite, quando as oficinas novamente se enchem com as turmas de treinamento.

A EVOLUÇÃO DA INFORMÁTICA

As Escolas SENAI "Theobaldo De Nigris" e "Felício Lanzara" estarão sempre preocupadas com as novidades do setor tecnológico. Seus técnicos participam, anualmente, de Feiras e Congressos de Artes Gráficas, possibilitando uma atualização a nível internacional. Porém, nem todo este conhecimento pode ser aplicado de imediato, pois é necessário que a indústria brasileira comece a utilizá-lo para que o SENAI possa retransmitir aos seus alunos. Da mesma forma, somente a partir deste ano, após estudos bem detalhados começou-se a ministrar aulas no campo da informática, para onde a indústria gráfica está se voltando cada vez mais.

Apesar de os equipamentos estarem sempre atualizados não são despreza-

das as máquinas antigas porque o grande potencial de mão-de-obra ainda está nas pequenas e médias empresas, as quais não possuem todo este equipamento mais moderno e mais sofisticado. Aliás, existem trabalhos que são mais interessantes, ainda hoje, serem feitos em linotipo que em fotocomposição depende da característica do trabalho.

CURSO SUPERIOR

O SENAI participou de um levantamento dentro do mercado de trabalho no setor gráfico, para conseguir dados concretos sobre a viabilidade ou não de uma escola de artes gráficas a nível superior, apesar de não ser este seu objetivo, pois a indústria gráfica necessita em seu grande contingente de pessoas a nível de 1º e 2º grau e, nesta faixa está o grande número de profissionais que a indústria não encontra pronto no mercado, os cursos profissionalizantes são poucos. Portanto, não parece ser aconselhável, a aplicação de um capital tão pesado em um programa de 3º grau, se é mais abaixo que está a grande carência do mercado, é para surpreender este mercado que o SENAI foi criado. □



Comércio, Indústria e Exportação de Artefatos de Papéis Ltda.

Bobinas de papel para máquinas de:
somar, calcular, registradora, tape,
telex em papel extra-copy, silf-copy e
com carbono intercalado;
Arquivo morto e papéis officio em geral.

BOBINAS ESPECIAIS SOB CONSULTA

FÁBRICA E VENDAS: Rua Soldado Benedito Eliseu dos Santos, 60-A — Parque Novo Mundo
Telefone: 941-6822 — Telex: (011) 34.250 — CEP 02177 — São Paulo — SP

Um expressivo público presente no almoço-reunião promovido pela ANAVE, que teve como convidado de honra Max Schrappe, presidente da Abigraf, deixou patente o apoio do setor à nossa associação.

ANAVE premiará os destaques do ano



Fotos: Caeliano Labutte Junior

Schrappe fala sobre o setor gráfico.

Durante o almoço-reunião promovido pela Divisão Social da Diretoria Executiva de nossa Associação em 25 de março passado, o presidente Neuvir Colombo Martini anunciou o lançamento do prêmio "Destaque do Ano", criado pela ANAVE, com aprovação do Conselho Deliberativo.

Os numerosos convidados presentes à confraternização manifestaram total apoio a mais este empreendimento da entidade, cujo objetivo é "estimular o aperfeiçoamento das iniciativas do setor de uma forma abrangente, em benefício do futuro".

Outro aspecto relevante do almoço, foi o pronunciamento do convidado de honra, Max Schrappe, presidente da Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, que destacou ser objetivo principal da entidade por ele representada promover a "união dos gráficos do Brasil", propósito que se amplia no contexto latino-americano, sendo estimulado pela Colatingraf – Confederação Latino-americana da Indústria Gráfica.

Schrappe destacou também, que embora o Brasil dentro da configuração latino-americana seja o país que tem o setor gráfico mais desenvolvido, "a indústria gráfica necessita urgentemente

da importação de máquinas", pois a insuficiência de equipamentos, segundo ele, fizeram com que recentemente fosse exportado papel para ser impresso na Espanha e posteriormente devolvido ao Brasil e isto gera "um escape de divisas".

O presidente da Abigraf destacou também, a importância da função do vendedor, que é um canal de diálogo entre o gráfico e o fabricante, dependendo de sua comunicação o bom relacionamento entre ambos.

Dentre os presentes, destacavam-se: Aldo Sani, presidente da Abecel – Associação Brasileira dos Exportadores de Celulose; Osmar Zogbi, presidente da APFPC – Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose; Sidney Fernandes, presidente da Colatingraf – Confederação Latino-Americana da Indústria Gráfica e Luiz Vasone, presidente da Abigraf – Regional São Paulo.



Setor apóia...



iniciativa da ANAVE.

Destaque Do Ano Anave

A ANAVE - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS HOMENS DE VENDA EM CELULOSE, PAPEL e DERIVADOS, institui o prêmio DESTAQUE DO ANO, a ser anualmente concedido:

- a) a uma empresa do setor de celulose, papel e derivados;
- b) a uma personalidade pertencente ao setor de celulose, papel e derivados;
- c) a uma personalidade não pertencente ao setor de celulose, papel e derivados;
- d) a um vendedor do setor de celulose, papel e derivados;
- e) a um anúncio veiculado por empresa do setor de celulose, papel e derivados.

O prêmio DESTAQUE DO ANO, em sua conceituação objetiva-se em distinguir

NO CASO DA EMPRESA

A promoção dos recursos humanos; o desenvolvimento da empresa; a atuação na área de Marketing e comercialização; o desenvolvimento de novos produtos e a abertura de novos mercados no setor de celulose, papel e derivados; a atuação na área de propaganda; o relacionamento com a comunidade; as condições de segurança do trabalho; as condições gerais de apresentação das instalações operacionais (industriais ou comerciais) e administrativas

NO CASO DE PERSONALIDADE

(pertencente ou não ao setor de celulose, papel e derivados) - atuação relevante no que diz respeito a aspectos sociais, tecnológicos, econômicos e de comercialização;

NO CASO DE VENDEDOR

Características humanas; - eficiência; conhecimento técnico; tempo na atividade direta de vendas

NO CASO DE ANÚNCIO

Objetividade; aparência; bom gosto; ineditismo. Com o prêmio DESTAQUE DO ANO, procuraremos estimular o aperfeiçoamento das iniciativas de uma forma abrangente em benefício do nosso futuro.

REGULAMENTO:

OBJETIVO

Destacar as iniciativas do setor nos mais variados campos de atividade

COMISSÃO DE PREMIAÇÃO

A seleção das iniciativas, será feita por uma comissão constituída por 5 (cinco) membros, sendo 3 (três) conselheiros natos, 1 (um) conselheiro em exercício e 1 (um) elemento da Diretoria Executiva.

INDICAÇÕES

As indicações deverão ser feitas pelos associados, que receberão os formulários próprios, juntamente com o boletim da ANAVE, nos meses de outubro de cada ano, devolvendo com a sua sugestão até o dia 30.12 de cada ano.

PREMIAÇÃO

A comissão de premiação durante o mês de fevereiro de cada ano, fará a escolha dos premiados.

SOLENIIDADE

A Divulgação pública dos premiados dar-se-á em solenidade, durante o mês de março de cada ano, sendo entregue os diplomas e um mimo alusivos ao feito.



A EMPRESA QUE NASCEU COM 28 ANOS DE EXPERIÊNCIA NO SETOR CADERNEIRO

- * CADERNOS ESCOLARES
- * BOBINAS PARA MÁQUINAS DE CALCULAR E SOMAR
- * BLOCOS
- * PAPEL ALMAÇO
- * ENVELOPES

O processo de indexação plena é prejudicial pela inexistência de um plano econômico eficaz e consistente, que funcione a curto e médio prazo.

Indexação Plena retorna à economia

Bastou os índices de preços voltarem a se acelerar que as empresas já começam a ter problemas de liquidez, principalmente as microempresas, que não têm capital de giro suficiente para aguentar o "baque".

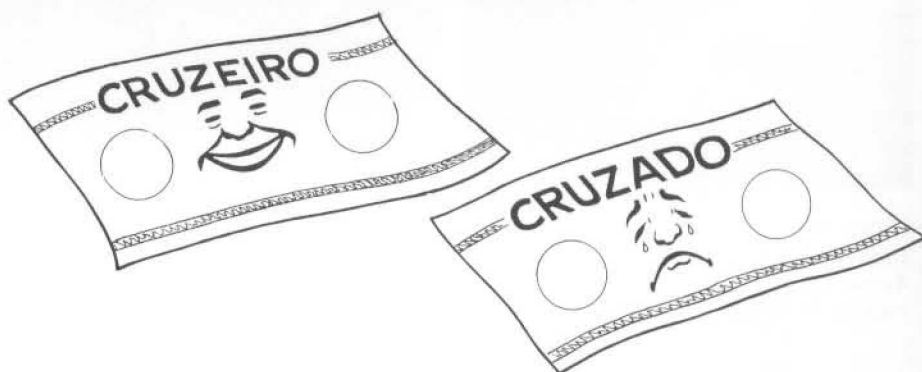
O enfoque principal deve centralizar-se exatamente no mal maior, que é a própria inflação, cujas origens principais se localizam na estrutura sócio-econômica do nosso país e na execução das diversas políticas econômicas: monetária, fiscal, salarial, cambial, etc.

A atual sistemática carrega um componente realimentador da inflação, que transporta para o futuro toda a alta passada dos preços.

A existência da indexação, como é praticada no Brasil, induz à idéia de que a realimentação inflacionária é determinada por lei, e não pelas forças do mercado, eternizando-a enquanto não for eliminado o elemento realimentador; diríamos que as unidades econômicas reajustam continuamente os preços dos bens e serviços que colocam à disposição da sociedade, não pela existência da correção monetária, mas devido ao aumento de seus custos incorridos e, certamente pelo poder, na maioria das vezes, oligopolista que detêm.

INDEXAÇÃO: UM MAL NECESSÁRIO

A indexação praticada de forma generalizada como a nossa, pode concretamente levar a práticas não recomendáveis dentro desse ambiente inflacionário explosivo, se bem que a eliminação dessas práticas não seja condição suficiente para a obtenção da estabilidade de preços; por outro lado, porém, em algumas áreas, a indexação plena é indispensável, pelo simples fato de ser o pilar-mor de vários segmentos da economia.



Entre as áreas de indexação indispensável, relaciono as principais:

- 1 - *Caderneta de Poupança* - pela sua total inflexibilidade, este instrumento não pode ser tocado, a menos que seja revisto profundamente todo o sistema financeiro de habitação.
- 2 - *Contratos de Longo Prazo* - é difícil imaginar a elaboração de qualquer contrato de longo prazo desvinculado da realidade econômica.
- 3 - *Política Externa* - a taxa de câmbio deve refletir o mais aproximadamente possível a evolução dos custos dos produtos de exportação.
- 4 - *Política Salarial* - dificilmente os sindicatos aceitarão reajustes inferiores à inflação verificada, pelo simples fato de ter sido o aumento passado dos preços que reduz o poder aquisitivo dos empregados.

Esta situação é tão realista quanto maior for a instabilidade dos índices de preços e a falta de credibilidade da sociedade para com as medidas anti-inflacionárias.

Onde o processo de indexação me parece prejudicial à condução da política econômica é exatamente na inexistência de um plano econômico eficaz e consistente, com isso não se formam expectativas de curto ou longo prazo, principalmente na instabilidade

dos preços futuros e velocidade da inflação.

Em decorrência os mercados passarão a raciocinar apenas em termos de correção monetária.

Em suma: é necessário definir uma metodologia estável e confiável do cálculo desse poderoso instrumento chamado correção monetária, a fim de eliminar as expectativas, sempre negativas.

Deve-se fixar a correção monetária tão próxima à inflação quanto possível, a fim de manter um nível mínimo de formação interna de poupança.

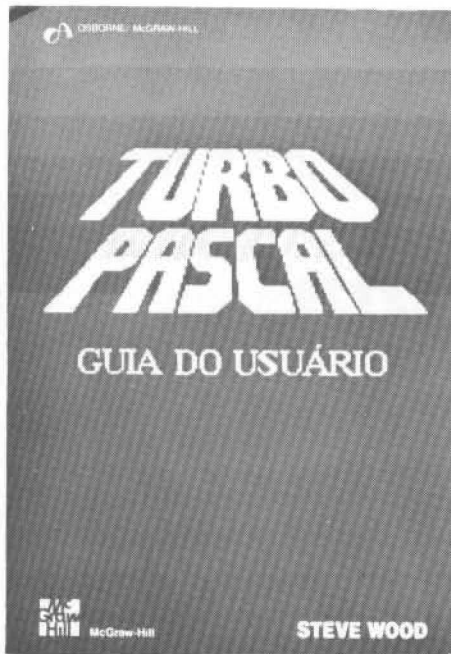
Deve-se delinear clara e precisamente os campos de aplicação da correção monetária e coibir as áreas em que isso é indesejável.

Deve-se restabelecer imediatamente um mínimo de credibilidade na política inflacionária, sendo o mais transparente possível.

Deve-se congelar na medida do possível as fontes de expansão monetária, principalmente do setor público.

Deve-se definir de imediato uma política econômica sustentável dentro das estruturas do país e não incorreremos no mesmo erro do cruzado, onde não existia estrutura para tanta demanda.

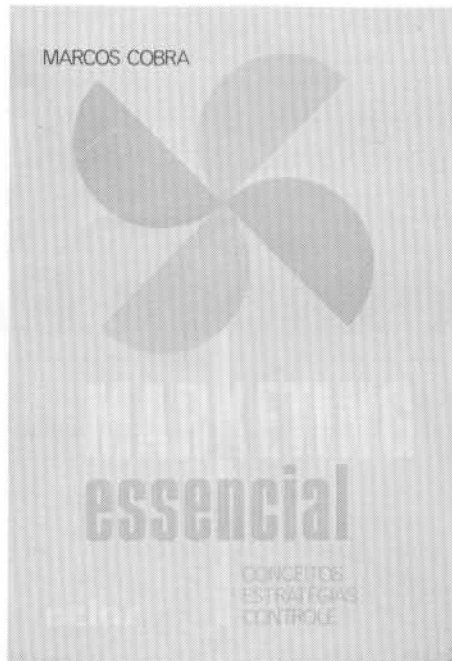
Por: José Alfredo Rodrigues, Professor de Economia da Faculdade São Marcos.



Turbo Pascal:
Guia do Usuário
Autor: Steve Wood
Editora McGraw-Hill - 1987

Este livro apresentará ao leitor a linguagem de programação Turbo Pascal da Borland International, iniciando-o nos primeiros passos, até gradualmente, o conduzir a conhecimentos avançados de programação.

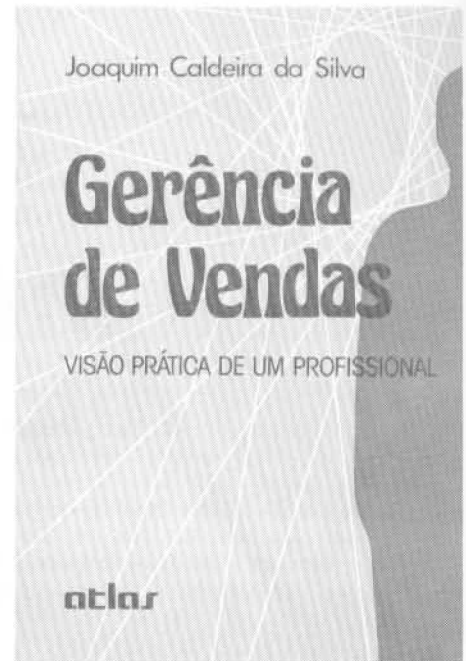
É um guia completo, prático, simples e objetivo, que juntamente com uma revisão da sintaxe e da semântica da linguagem, discutirá métodos de programação que tiram vantagem da singular estrutura de bloco em Pascal.



Marketing Essencial:
Conceitos, Estratégias e Controle
Autor: Marcos Cobra
Editora Atlas S.A. - 1986

Marcos Henrique Nogueira Cobra é professor de Administração de Empresas na Faculdade Getúlio Vargas, e ao elaborar o seu livro "Marketing Essencial," o fez de forma simples, com uma linguagem acessível até aos não iniciados na ciência administrativa.

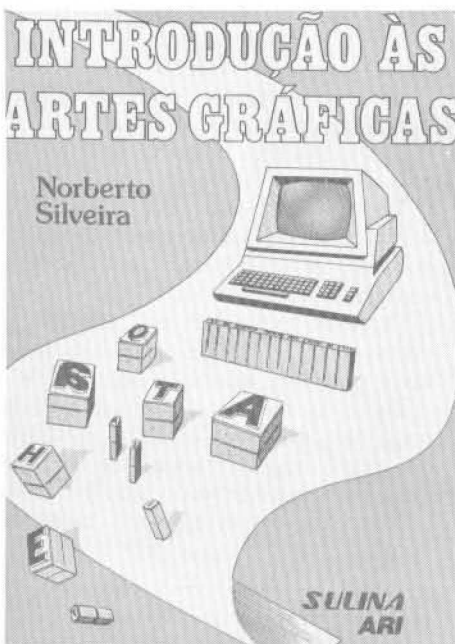
Através dos conceitos fundamentais de marketing e, dentro de um enfoque gerencial, propõe estratégias e instrumentos para controlar o seu desempenho.



Gerência de Vendas
Visão Prática de um Profissional
Autor: Joaquim Caldeira da Silva
Editora Atlas S.A. - 1986

Joaquim Alberto Salles Caldeira da Silva é graduado em Matemáticas Gerais pela Universidade do Porto, em Portugal, e mostra especificamente, neste livro, a posição que a Gerência de Vendas Pessoal precisa ocupar no Marketing Moderno.

Caldeira ressalta a importância crescente dos meios de distribuição na estrutura competitiva do mercado, fornecendo uma antevisão do futuro de marketing do ponto de venda que é a mais atual técnica de gerenciar venda pessoal.



Introdução às Artes Gráficas
Autor: Norberto Silveira
Editora Sulina/ARI - 1985

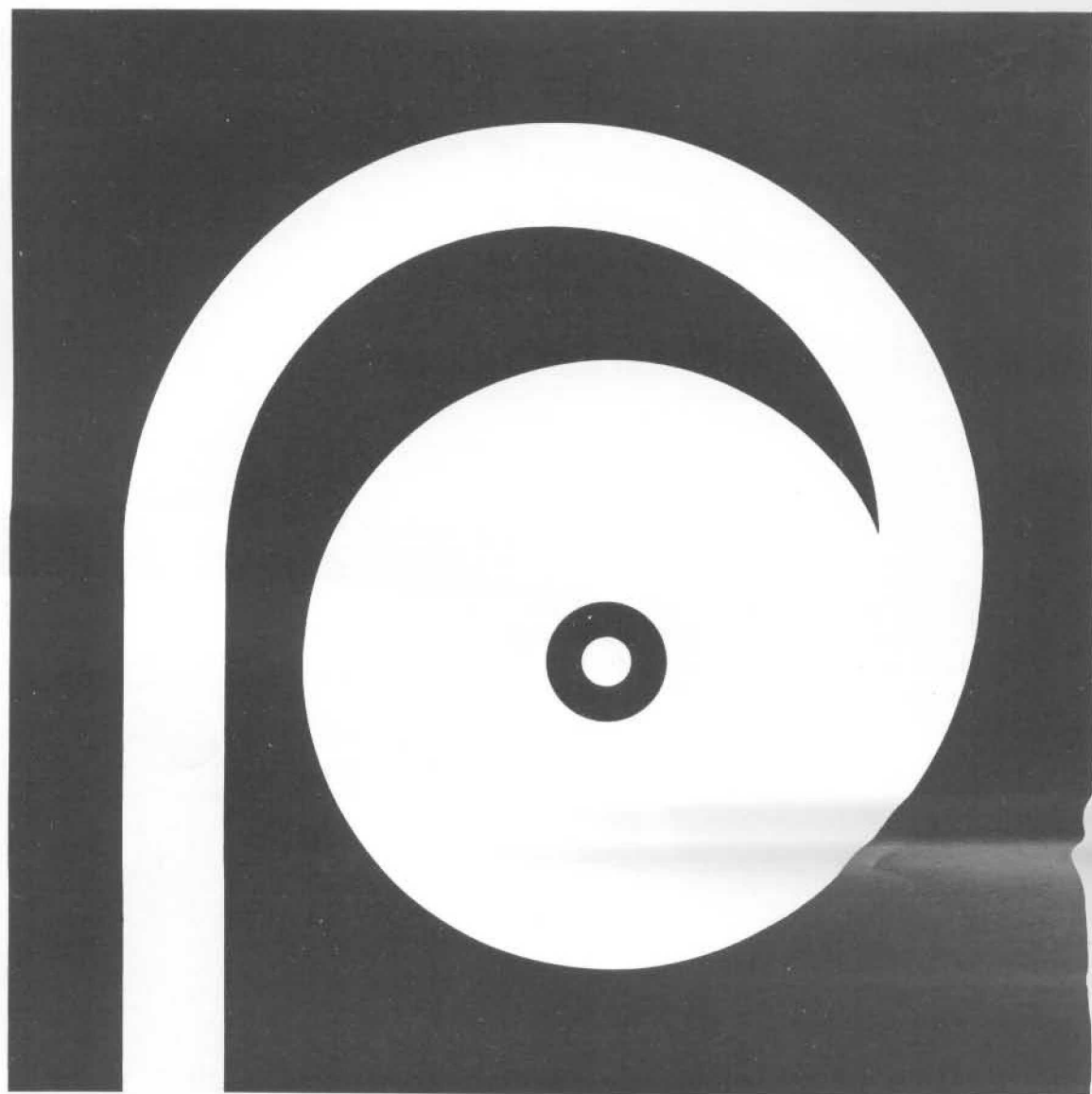
Norberto Silveira, jornalista e publicitário que se define como um autodidata por excelência, destina o seu "Introdução às Artes Gráficas", à formação dos profissionais de Comunicação Social e áreas afins, tentando preencher o vazio da deficiência e insuficiência da literatura técnica em língua portuguesa.

Este livro surge em um momento difícil, ou seja, a transição entre as técnicas antigas e os novos métodos trazidos pela revolução tecnológica, proporcionando aos profissionais da área uma base indispensável de fundamentos sobre este assunto.

**Faça uma
Promoção Direta
e Objetiva dos
seus Produtos.**

Anuncie na Revista

anave
a



papirus

DBC-DUPLEX BRANCO COUCHÊ

CPL-CARTÃO MARROM

papirus indústria de papel s.a.

01452 – Av. Brig. Faria Lima, 1058 – 9º/10º and. Cx. Postal 4523 – São Paulo
Telex (011) 25862 – PAPI – BR – Telefone: (011) 813-1011

Nesta hora, otimismo não faz mal a ninguém

Lembro-me de crises ocorridas em épocas bem recentes, quando houveram muitas dificuldades em todas as áreas; porém, nosso setor (papel e celulose) sempre foi um dos menos atingidos pelas mesmas e não poderia ser diferente, afinal o papel não tem substituto.

Enquanto todos nós brasileiros aguardamos que o governo tome providências e venha com um novo programa visando a estabilidade da economia nacional, vamos olhar e verificar como nosso setor deverá se portar:

Uma tão falada retração no consumo de papel e derivados no mercado interno permitiria a recomposição e formação de estoques nos vários segmentos. Acredito que num outro estágio, a curto prazo ofertas e crédito andariam juntas e permitiriam nova baixa dos estoques a preços harmoniosos e estáveis, com consumo crescente, principalmente nos últimos meses do ano.

Já tivemos como exemplo as indústrias automobilísticas e de auto peças, que se não fosse o esforço desenvolvido em cima do governo no sentido de se conseguir percentuais se não de tudo satisfatórios, que pelo menos proporcionassem a continuidade da produção e o crescimento de seus produtos para a normalização do mercado consumidor.

No setor de papel, graças à luta dos homens responsáveis pela estabilização dos preços de papel e celulose que conseguiram índices aceitáveis e justos para que pudéssemos atender o mercado consumidor e assim, mantivemos a continuidade do crescimento de todos os segmentos de papel.

Por outro lado, as exportações brasileiras de papel e celulose continuam capazes e, assim sendo, estas darão mais força à produção e conseqüentemente mais empregos, continuando o crescimento econômico interno em nosso setor.

Ericeu Antonio Graziani - Cia. Paulista de Papéis e Papelão

A força dos anúncios

Os anúncios são imprescindíveis para a edição de uma revista, seja ela elaborada por uma famosa e grande editora, seja representativa de uma entidade sem fins lucrativos ou de qualquer outra instituição.

Para a manutenção de nossa REVISTA tem sido fundamental a participação de empresas que anunciam e apoiam nossa publicação confiando no retorno, pois sabem que a mensagem na ANAVE veiculada atinge o público desejado.

Dentre nossos anunciantes figuram empresas tradicionais, tais como: Ripasa S/A Celulose e Papel; Indústria de Papel Piracicaba S/A (Grupo Simão); Plexpel - Comércio e Indústria de Papel Ltda; Agassete Comercio e Indústria Ltda; Ipanema Produtos

de Papel Ltda; São Vito Indústria e Comércio de Papéis Ltda; Papius Indústria de Papel S/A; Fábrica de Papel Santa Therezinha S/A; Waldomiro Maluhy & Cia; e muitas outras que poderíamos citar.

Muitas novidades chegam através dessas publicações, que conseguem passar aos leitores a imagem das empresas; a qualidade dos produtos e serviços, além de uma imagem do que representa o setor de papel e celulose e seus segmentos.

Oferecemos atendimento personalizado a nossos anunciantes e um preço realmente compatível com o retorno que proporciona.

Constate nossas informações ligando para 209-6854 ou 279-8570 C/Sr. Angelo.

Comissão Editorial

"O FIM DA ERA DO CARBONO"

**EXTRA
COPY**

O mundo evolui rapidamente. A tecnologia ultrapassa todas as barreiras e uma nova era se inicia: Extra Copy, o papel autocopiativo que dispensa o uso do carbono. A partir de agora, cópias rápidas, práticas, limpas, seguras e perfeitas.



Papel Simão

Consulte seu tradicional fornecedor de formulários.

A Nova Ripasa tem duas prioridades: proteção ambiental e produtividade.

O Conglomerado Ripasa tem consciência da importância do papel e da celulose para o desenvolvimento do País. Mas tem consciência, também, dos problemas e das dificuldades para harmonizar produção e proteção ambiental. A Ripasa está investindo 23 milhões de dólares em projetos e equipamentos voltados para a proteção do meio ambiente.

O Conglomerado montou uma das melhores equipes brasileiras para avaliação, prevenção e controle da poluição e preservação ambiental.

Na área florestal, a Ripasa reúne oito parques com 46.000 hectares de áreas para reflorestamento, viveiros de plantas e projetos agrícolas. Renovar a natureza é uma preocupação constante.

Queremos crescer enquanto empresa.

E também queremos contribuir econômica, social e ecologicamente para o desenvolvimento do País. Por isso, na Nova Ripasa, produtividade está intimamente associada à preservação do meio ambiente.



Viveiro de mudas de eucalipto.