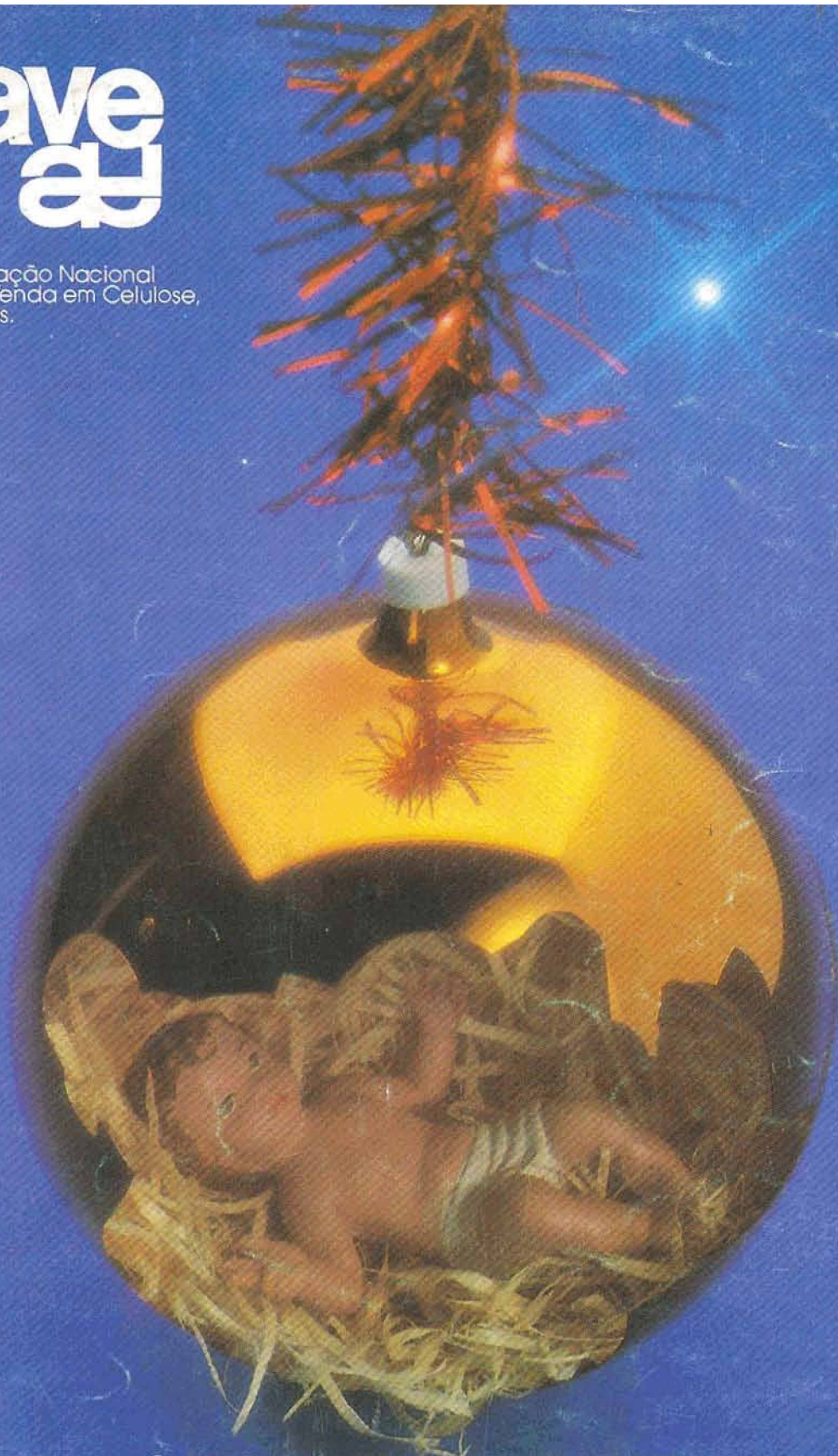


anave

Ano 13 - Nº 50
Órgão da Associação Nacional
dos Homens de Venda em Celulose,
Papel e Derivados.



Se conseguirmos manter viva a chama da fraternidade que se acende no Natal, podemos ter a certeza de que o futuro será melhor. O amanhã depende de nós. A revista ANAVE deseja a todos um 1988 pleno de paz e prosperidade.

O telefone do papel.



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.
 Antônio 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. Pap. Amazônia S/A — FACEPA
 Fabr. Papel Papelão N. Sra. Penha S/A
 Formakraft Ind. Com. Papéis Ltda
 Fornecedor de Papel Forpal S/A
 Gráfica Linel Ltda.
 Gretusa S/A Fábrica de Papel
 Hobrás Indústria de Papéis Ltda.
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.
 Ind. de Papéis Santo Amaro S/A
 Ind. de Papel Gordinho Braune Ltda.
 Indústrias Bonet S/A
 Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A
 Indústrias de Papel Simão S/A
 Kassuga do Brasil Indústria de Papel Ltda.
 Madeireira Miguel Forte S/A
 Max Indústria de Embalagens Ltda.
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.
 Metrôpole Comércio de Papéis Ltda.
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.
 Papel e Celulose Catarinense S/A
 Papyrus Indústria de Papel S/A
 PISA — Papel de Imprensa S/A
 Propasa Produtos de Papel S/A
 Ripasa S/A Celulose e Papel
 Samab — Cia. Ind. e Com. de Papel
 Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose
 Santo Alberto Artes Gráficas Edit. Ltda.
 Schneider Ind. Com. Embalagens Ltda.
 Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica
 Waldomiro Maluhy & Cia.
 Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

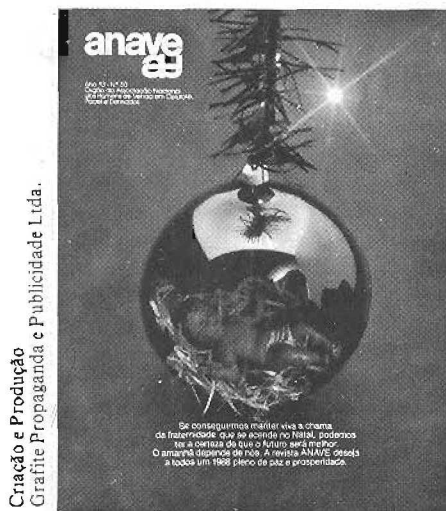
Associados Colaboradores

ABC — Abril Listas Telefônicas S/A
 All Coating's Ind. Com. Revestimentos S/A
 ANAP — Assoc. Nac. dos Aparistas de Papel
 Apás Representações Comerciais Ltda.
 Asahi Indústria de Papelão Ondulado, Ltda.
 Barbosa da Silva Representações
 Brasilcote Indústria de Papéis Ltda.
 Celulose Cambará S/A
 Cleuza Viveiros Representações
 Fifer Indústrias Gráficas Ltda.
 Fuziuki Koga Representações
 Genealberto Com. de Variedades Ltda.
 Ibema — Cia. Brasileira de Papel
 Ind. de Artefatos de Papel Imperial Ltda.
 Ipanema Produtos de Papel Ltda.
 João Marinho de Barros Representações
 Jornal do Brasil Inds. Gráficas
 J. Nery Representações
 Leonardo P. F. Speziali
 Leone Consultoria Industrial Ltda.
 Marideni Emb. e Artes Gráficas Ltda.
 Metalplan — Metalgráfica Planalto Ltda.
 Papéis Pama Indústria e Comércio Ltda.
 Papéis Paraná Ltda.
 Papelaria Vila Prudente S/A
 Prod. Gráficas Papergoods do Brasil Ltda.
 Propel Com. e Repres. Ltda.
 Regispel Ind. Com. de bobinas Ltda.
 Santa Lúcia Com. Benef. de Papéis Ltda.
 São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.
 Tobias & Pereira Representações Ltda.
 Trombini Embalagens S/A

anave

Ano 13 Nº 50
 Novembro / 1987
 Dezembro

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



NOSSA CAPA

Esta é a última edição de 1987 e, aproveitamos a oportunidade para, através de nossa capa, transmitirmos aos nossos leitores uma mensagem de boas festas, com a sincera esperança de que o espírito do natal consiga proporcionar a todos um ano de muita prosperidade e, que nossa Revista, com suas notícias, seja parte importante na conquista deste progresso.

ÍNDICE

Gente	4
Empresas e Negócios	4
Eventos	6
Editorial	8
Análise do Setor de Papel e Celulose	10
Estatística	12
As Vantagens da Embalagem de Papel	13
Quem é Quem	17
Viagem Rumo ao Conhecimento	18
Simão lança o Papel Termocopy	21
A Festa do Dia do Vendedor	26
O Mundo do Papel	28
Você é ou Está Vendedor?	33
As Inovações Tecnológicas	34
Livros	36
Ponto de Vista	38

Técnicos mais antigos do setor são homenageados pela ABCP

Os técnicos mais antigos do setor de celulose e papel ainda hoje em atividade, foram homenageados pela diretoria da ABCP — Associação Técnica Brasileira de Celulose e Papel, na abertura do 20º Congresso Anual de Celulose e Papel, promovido pela entidade de 16 a 20 de novembro, em São Paulo. Na ocasião, Gastão Estevão Campanaro, presidente da ABCP, destacou: “No seu sentido mais amplo, podemos definir cultura como um determinado conjunto de premissas básicas que funcionou suficientemente bem para ser considerado válido e, portanto, a ser ensinado aos novos membros como um requisito de participação. É dentro deste espírito que estes homenageados nos transmitem cultura e é entendendo esta premissa que a nossa associação faz e promove a cultura técnica. Os profissionais homenageados receberam um

cartão de prata. São eles: Eduardo Gondari Satrapa (MD Nicolaus), Luiz Menezes Filho (Cia. Santista de Papéis); Roberto Manziviero (MD Nicolaus); Orlando de Godoy (Inds. Papel Simão S/A), Paulo Skurtinsky (Cia. Santista de Papéis), Heitor Vinos (MD Nicolaus), José Teixeira (Cia. Santista de Papéis), Antonio Eschiavana (Inds. Papel Simão S/A), Antonio Vinagre (Inds. Papel Simão S/A) e Nicolau Devenis (Cia. Santista de Papéis).

CORREÇÃO: Na edição anterior, nesta seção, na matéria intitulada “Grupo Papel Simão tem novo Presidente”, foi informado que Raul Calfat participou da constituição da KSR Trading em 1986, fato que na verdade ocorreu no ano de 1976.

GRUPO TROMBINI EM EXPANSÃO

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social — BNDES — concedeu dois financiamentos, no valor global de aproximadamente Cz\$ 600 milhões, para a FACELPA — Fábrica de Celulose e Papel S/A e a Trombini Embalagem S/A.

A Facelpa receberá um financiamento de cerca de Cz\$ 400 milhões, o que possibilitará um aumento na produção de papel para embalagem de 2,7 mil para 4,5 mil ton/mês e na de celulose de 80 para 100 ton/dia.

A Trombini Embalagens, com recursos de aproximadamente Cz\$ 200 milhões, investirá no aumento da produção de chapas e caixas de papelão ondulado para embalagens.

O Grupo Trombini, com sede em Curitiba e fundado em 1941, detém 12% do mercado brasileiro de embalagens (caixas de papelão e sacos multi-foliados). Com 30 mil hectares de área plantada em reservas florestais, o grupo desenvolve atualmente um projeto para instalação de uma unidade de celulose e papel de grande porte.

CATÁLOGOS

O nosso
compromisso
é o de fazer
bem feito.



278-7922

RUA MESQUITA, 121 - SÃO PAULO - SP

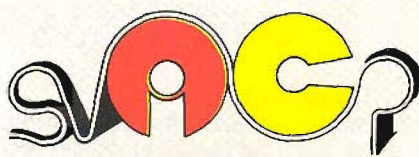
35 ANOS CUMPRINDO O NOSSO PAPEL

Nesses 35 anos de atividade, desde o início como gráfica, nada para nós foi tão importante quanto a preocupação em satisfazer nossos clientes.

O resultado é o que se vê.

A empresa cresceu e firmou-se no mercado. Temos atualmente significativa participação no mercado papeleiro, distribuindo papéis, cartões, cartolinas, duplex, auto-adesivos, cham-ex e envelopes para todo o país.

E é justamente agradecendo o reconhecimento e prestígio, que nossos amigos sempre depositaram em nosso trabalho, que nos sentimos incentivados a continuar buscando o constante aperfeiçoamento, que faz da São Vito uma empresa, a cada ano que passa, mais jovem.



SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL LTDA.

Rua Sampaio Moreira, 200/226
PBX 229-4477 - São Paulo
TELEX 011 26455 SVTO BR

PRÊMIO CONSERVACIONISTA DO ANO PARA A MONTE DOURADO

A Cia. Florestal Monte Dourado, empresa operacional da Cia. do Jari, foi distinguida este ano com o prêmio internacional "Conservacionista do Ano". O prêmio tem como objetivo distinguir empresas de todo o mundo que tenham se destacado no campo de conservação de recursos energéticos, em decorrência de programas extensivos de manutenção e reparo por meio de solda e é outorgado pelo Instituto Internacional da Eutetic Castolin.

KLABIN ENTRE AS MAIORES

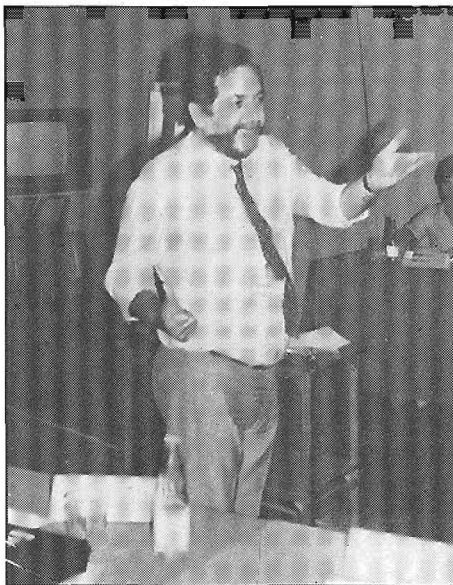
A IKPC — Indústrias Klabin de Papel e Celulose, foi classificada em 59º lugar entre os maiores fabricantes mundiais de papel e celulose, segundo a lista "Top 100", publicada pela Revista Pulp and Paper International, especializada no setor. A empresa, que comemorou neste ano 40 anos de sua produção de papel imprensa, em 1986 consolidou um volume de vendas da ordem de US\$ 538 milhões, com um volume total de 1.043 mil toneladas de celulose, papel e produtos de papel. Neste ano, a IKPC está investindo cerca de US\$ 119,8 milhões na expansão de suas atividades industriais, o que representa quase o dobro do que aplicou em 1986.

MPV RECEBE MEDALHA DE OURO

A MPV — Máquinas para Processamento de Valores S/A, fabricante de máquinas de contar cédulas, endossar cheques, classificadoras/contadoras de moedas e canceladoras de documentos e *cash dispensers*, recebeu na Feira de Leipzig, uma medalha de ouro pela tecnologia e qualidade da máquina contadora de cédulas modelo Notamatic — 800. A MPV está há 10 anos instalada no município de Cotia, em São Paulo.

DE ZORZI REALIZA CONVENÇÃO NACIONAL DE VENDAS

A Cia. De Zorzi promoveu sua Convenção Nacional de Vendas de 1987 entre 18 e 21 de outubro, trazendo para São Paulo seus representantes de todo



Pulchinelli analisa a posição econômico-financeira da De Zorzi.

o Brasil. Mantendo-se fiel à sua filosofia, a empresa aproveitou esta oportunidade para continuar o trabalho de aprimoramento de sua máquina de vendas, visando melhor atender e satisfazer seus clientes, sendo o enfoque principal do evento o "Marketing Industrial". Foram realizadas palestras abordando os temas: Marketing Industrial, por Lino Nogueira Rodrigues Filho, consultor do Grupo Gerdau e professor da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo e "A Posição Econômico-Financeira da Empresa com Relação ao Setor", por Antonio Pulchinelli, vice-presidente financeiro do Grupo De Zorzi. Além de atividades sociais foi realizada visita à fábrica em Pindamonhangaba-SP para melhor conhecimento e aproximação com as unidades de celulose, papel, cartão e produtos especiais, ocasião em que todos puderam congratuar com o corpo gerencial e a diretoria da empresa. O encontro foi encerrado com uma apreciação sobre "A Atual Situação do Mercado Celulósico-papeleiro e suas Tendências", proferida por Raimundo de Castro Costa, gerente de vendas da Cia. De Zorzi de Papéis.

SEPACO: UM EXEMPLO DA UNIÃO CAPITAL-TRABALHO

O ministro do Trabalho, Almir Pazzianotto, realizou dia 13 de novembro uma visita ao Hospital do Sepaco (Ser-

viço Social da Indústria do Papel, Papelão e Cortiça do Estado de São Paulo), quando procedeu à entrega de cheque no valor de Cz\$ 1,8 milhão para a compra de mais equipamentos de Raio X. Pazzianotto foi recebido pelo empresário Jamil Nicolau Aun, presidente do Sepaco, que citou este centro médico-hospitalar como um exemplo concreto do aprimoramento das relações capital-trabalho no País. "A sociedade brasileira — ressaltou Aun durante o encontro — precisa sair da letargia, combater o imobilismo e assumir os problemas sociais para cuja solução o governo tem se mostrado historicamente impotente". Além do hospital em São Paulo (no bairro de Vila Mariana), o Sepaco mantém dois ambulatórios próprios no interior paulista, localizados em Mogi das Cruzes e Americana, que atendem os empregados do setor também nessas regiões, alcançando um universo de 30 mil conveniados. A entidade, que possui 600 funcionários, entre os quais 100 médicos, é mantida por empresários e administrada por empregados e empregadores. Dotado de instalações confortáveis, porém sem qualquer luxo supérfluo, o Hospital do Sepaco realiza mensalmente, em média, 20 mil consultas nas diversas especialidades médicas, 500 internações e igual número de cirurgias, além de 80 partos, 18 mil exames de laboratório, 2,5 mil exames radiológicos e nada menos de 5.530 sessões de fisioterapia. Tudo isto com um índice de infecção hospitalar sempre inferior ao nível médio aceito pela Organização Mundial de Saúde, que é de 5%. O moderno complexo médico-hospitalar conta com 200 leitos. Enquanto em 1986 o Sepaco realizou 330 mil atendimentos médicos, para este ano estão previstos cerca de 400 mil.

OS CAMPEÕES CHAM-EX — 86

A Champion Papel e Celulose Ltda. homenageou seus distribuidores autorizados de todo o Brasil, no dia 26 de novembro, quando promoveu a festa dos Campeões Cham-EX — 86. A empresa iniciou a produção de papéis cortados no Brasil no ano de 1970 e, hoje, já atinge a expressiva marca de 700 mil toneladas produzidas e vendidas no mercado interno. Este bom desempenho, no entender da Champion, é o resultado do "papel preponderante" dos seus distribuidores autorizados, que "são inquestionavelmente os grandes

propagadores da marca Cham-EX".
Dentre as homenagens, a SAMAB — Cia. Indústria e Comércio de Papel foi eleita para a categoria de Grande Campeã e, como tal, passou a figurar na galeria dos homenageados "Hors-Concours", juntamente com a Marino Comércio de Papéis Ltda, campeã de vendas Cham-EX por 15 anos consecutivos e que desde 1985 integra a categoria. As empresas agraciadas com título "Campeão Cham-EX'86", foram: Casimiro Fernandes, pelos estados de Pernambuco, Alagoas, Rio Grande do Norte e Paraíba; Alaor Comercial Ltda, pelos estados do Ceará, Piauí e Maranhão; Grandes Marcas, pelos estados da Bahia e de Sergipe; Unipel Brasília, pelo Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Rondônia; Encapa Comércio de Papéis Ltda, pelo estado de Minas Gerais; Gráfica Portinho Cavalcanti Ltda, pelos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo; Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica, interior de São Paulo; Waldomiro Maluhy & Cia, (segundo ano consecutivo), em São Paulo — Capital; Walcan Papéis Ltda, pelos estados do Paraná e Santa Cata-



Os campeões Cham-Ex' 86

rina e Livraria Santo Antônio, pelo estado do Rio Grande do Sul. Na mesma solenidade, a Champion outorgou o "Prêmio Incentivo" às seguintes empresas: Walter Pereira Livraria e Papelaria Ltda., Gilberto Mendes Faria, Pedro Paulo & Cia.

Ltda., Livraria Reis Ltda, G.P.R. Grupo Papeleiro Reunido, Nacif Papéis Comércio e Indústria Ltda., Gráfica Muto Ltda., São Vito Indústria e Comércio de Papéis Ltda., Vespasiano Fioravanti & Cia Ltda. e Benvegno, Guedes e Cia. Ltda.



LECIPEL - Produtos de Papel Ltda.

**PAPÉIS CORTADOS EM
QUALQUER FORMATO**

**CARBONO — COUCHE
DUPLEX — FLOR POST
JORNAL — OFF-SET
SULFITE — SUPERBOND — XEROX**

PAPEL ESPECIAL PARA BLOCOS DE COMANDA

TUDO EM FORMATOS

Telex: 013-1513 — Telefone: (0132) 91-3204 — Praia Grande — SP

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:

Ericceu Antonio Graziani

(Cia. Indl. Paulista de Papéis e Papelão)

Diretor de Relações Públicas:

Hércules Coelho do Nascimento

(Inds. Papel Simão S/A)

Diretor Social:

Odivaldo Siviero

(Rilisa Trading S/A)

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 Roberto Marques Lellis

(Ipanema Produtos de Papel Ltda.)

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); Carlos Alberto Madi (Lecipel —

Produtos de Papel Ltda.); Clayton Fernando Ca-

faro (Ind. Matarazzo de Papéis S/A); Donaldo

Soares (Ripasa S/A Celulose e Papel); Eunice

Inácio Cláudio (Medusa Coml. Ltda.); Francisco

de Barros Barreto (Ind. Matarazzo de Papéis

S/A); Gilberto Mauro Pinheiro (Mauro Pinheiro

Com. Papéis Ltda.); Jairo Joelsas (Formakraft

Ind. Com. Papel Ltda.); João Batista de Oliveira

(Fornecedora de Papel Forpal S/A); José Abreu

Valente (Cia. Industrial de Papel Pirahy); José

Aidar Filho (Propasa Produtos de Papel S/A);

José Américo Pinto Lopes (Ind. Matarazzo de

Papéis S/A); José Batista Salvador (Ind. Mata-

razzo de Papéis S/A); José Tayar (Autônomo);

Luiz Maria Martins (Papéis Madi S/A); Marco

Antonio P.R. Novaes (Agassete Com. Ind.

Ltda.); Olívio Augusto Ferreira (Silfer Com.

Ind. Pap. Ltda.); Oswaldo Ferrari (Papéis e Pa-

pelaria O Grande São Paulo); Pascoal Spera

(Representações Spera S/A); Paulo César Mar-

ques Lélis (Ipanema Prods. de Papel Ltda.); Ro-

zenyl Braz dos Anjos (Waldomiro Maluhy &

Cia); Waldemar José da Silva (Waldomiro Ma-

luhy & Cia); Waldir Gomes (Champion Papel e

Celulose Ltda.); Wilson Aparecido de Oliveira

(Papéis Madi S/A)

Conselheiros Natos:

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

Antonio Pulehinelli (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); Sílvio Gonçalves (Gretisa S/A

Fábrica de Papel).

EDITORIAL

Chegamos ao final de 1987 e, como não poderia deixar de ser, a conjuntura econômica foi o ponto determinante das diretrizes adotadas pelas empresas.

Os profissionais de vendas, mais uma vez driblaram com as oscilações da inflação e conseqüente queda no volume de consumo; com as políticas de contenção de despesas adotadas pelas empresas...

Porém, continuaram dinâmicos, otimistas, desempenhando da forma mais positiva possível a importante função pela qual são responsáveis.

Para a ANAVE, 1987 foi um ano positivo. As diretrizes fixadas desde o início foram cumpridas e com êxito.

Para nós, o mais gratificante foi termos conseguido estar ao lado do profissional de vendas, incentivando, orientando e colaborando com o sucesso desta laboriosa classe.

Temos disposição para prosseguir e esse ânimo é fruto do apoio que tivemos neste 1987, do qual esperamos continuar merecedores.

Desejamos que 1988 seja um ano de muita prosperidade e acreditamos que isto somente será possível se os profissionais de vendas continuarem com o mesmo dinamismo e perseverança que até hoje foram a chave do sucesso desta tão antiga profissão.

Boas Festas.
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.

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:
UNICOR — Indústria Gráfica Ltda.
R. Vigário Albernaz nº 943
Fone: 578-3400 — São Paulo — SP

Colaboradores:
Marcos Salerno

Tiragem: 10.000 Exemplares

Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários.

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

Para que o setor de celulose e papel possa realizar novos investimentos é imprescindível uma revisão na política interna de preços.

Análise do setor de papel e celulose

O Presidente da ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, H. Horácio Cherkassky, 70 anos, é o entrevistado ANAVE desta edição.

Advogado e dirigente de empresas Horácio Cherkassky é diretor financeiro de IKPC — Indústrias Klabin de Papel e Celulose S/A, apenas um dos vários cargos que ocupa, não apenas dentro de empresas, como também em entidades representativas.

Horácio Cherkassky nos contará um pouco da situação atual do setor e quais as suas perspectivas para o futuro. Dentre suas explicações, destacou que o setor, representado pela ANFPC, é composto atualmente por 181 empresas de porte variado, distribuídas por 17 estados brasileiros. Trata-se de um setor onde predomina o capital nacional, cerca de 78,6% segundo o último levantamento realizado pela Revista EXAME.

No ano passado, o setor de papel e celulose registrou um faturamento global equivalente a US\$ 3,2 bilhões, cerca de 1,2% do PIB. Recolheu US\$ 463 milhões em impostos diretos e proporcionou um total de 74.500 empregos diretos em suas atividades industriais e cerca de 210 mil nas florestais.

ANAVE — As medidas de ordem econômica e política adotadas durante este ano de 1987 interferiram no comportamento de diversos setores produtivos. Como foi o desenvolvimento do setor de celulose e de papel em termos de produtividade, consumo interno e externo?

CHERKASSKY — No período de janeiro a agosto de 1987 a produção nacional de papel cresceu 5,6%, atingindo 3.084 mil t, e a de celulose ficou praticamente no mesmo nível do ano anterior com 2.354 mil t.

O mercado interno absorveu 2.628 mil t de papel, + 7,3% de crescimento, e 1.800 mil t de celulose, + 1,6%, ou seja, 85,2% da produção nacional de pa-



Eduardo César

Cherkassky: "o setor está operando no limite de sua capacidade de produção."

pel e 76,5% da de celulose.

As exportações, contidas parcialmente para dar atendimento ao mercado interno, atingiram médias mensais de 45.412 t de papel e 61.436 t de celulose no 1º semestre de 1987. No 3º trimestre, estas médias cresceram para 51.557 t e 72.053 t, respectivamente, para papel e celulose, registrando evoluções de 13,5% e 17,3%. O mercado externo continua com a demanda aquecida, e os preços internacionais estão em ascensão.

ANAVE — Essa era a meta prevista?

CHERKASSKY — As vendas no período estão dentro de nossas previsões e o setor está operando no limite de sua capacidade de produção.

ANAVE — Para conseguir esta performance o setor precisou investir em novos equipamentos?

CHERKASSKY — O setor faz continuamente investimentos na atualização de seu parque industrial e florestal. Com relação à necessária ampliação da capacidade de produção, já há alguns investimentos em curso, porém, o "pe-

sado" deverá iniciar-se a partir de 1988, dentro do novo "Programa Nacional de Papel e Celulose", aprovado pelo governo em agosto último e que contempla investimentos da ordem de US\$ 6,08 bilhões no período de 1987-1995. Uma vez concretizado, este programa duplicaria a capacidade de produção de papel e celulose do país.

ANAVE — Para tanto teve apoio do governo?

CHERKASSKY — Nosso setor exige capital intensivo e longo prazo para execução dos novos investimentos. As empresas, além de sua geração própria de recursos, tem contado com o apoio do Sistema BNDES.

ANAVE — Qual a sua opinião sobre a política de preços seguida durante 1987?

CHERKASSKY — Em 1987 a política de preços internos mantidos artificialmente baixos pelo governo criou dificuldades para o setor como um todo e, em especial, para a celulose — cujo diferencial do preço interno com o do exterior chega a US\$ 200/t. No caso do papel, este diferencial é menor, porém, não menos preocupante.

O setor precisa operar com uma margem adequada sob pena de não poder viabilizar os novos investimentos.

ANAVE — Falando em política de preços, faça um paralelo entre o mercado interno e o mercado externo?

CHERKASSKY — A exportação é uma possibilidade real para se obter margens adequadas, porém não podemos deixar o mercado interno desabastecido. É imprescindível uma política realista de preços que considere as características do setor.

As exportações médias mensais de papel, ainda que parcialmente contidas para dar atendimento ao mercado doméstico, no 1º semestre, registraram um expressivo crescimento de 13% no terceiro trimestre deste ano. No que se

refere à celulose, a média mensal, no mesmo período, registrou um crescimento de 17%.

ANAVE — Quais as perspectivas para a produção de celulose e de papel?

CHERKASSKY — No que se refere a celulose, para 1988, acreditamos que a produção nacional crescerá muito pouco, visto não haver previsão de "start up" (início de operação) de novos projetos. Os mercados, no entanto, tanto o interno quanto o externo, deverão continuar crescendo a uma taxa não inferior a 2 ou 3%.

No caso do papel, a produção deverá crescer cerca de 5%. Os mercados interno e externo deverão crescer entre 3 e 6% (vide quadro).

Com esta produção, o Brasil classificou-se como o 11º colocado entre os maiores fabricantes mundiais de papel e o 8º entre os de celulose.

ANAVE — Há garantias de fornecimento de celulose para os fabricantes não integrados, ou seja, aqueles que só produzem papel?

CHERKASSKY — Nossos esforços são sempre no sentido de buscar o entendimento entre os fabricantes de celulose e os fabricantes de papel não integrados.

Produção Nacional (Em 1.000 t)

	Ano 1986	Var.% 85	J/A 87	Var.% 86
Celulose	3.580	5.2	2.354	(0.4)
Papel	4.485	11.5	3.084	5.6
• Imp.	213	2.5	150	5.6
• Imp./Esc.	1.350	17.9	902	2.5
• Embal.	2.018	11.7	1.386	5.1
• Sanit.	286	(0.9)	199	11.6
• Cartões	488	6.6	356	10.7
• Especiais	130	12.8	90	12.5

Obs.: A previsão é que em 1987 a produção de celulose atinja 3.615 mil t, + 1%, e a de papel 4.754 mil t, + 6.0%.

ANAVE — Qual a situação das reservas florestais em nosso país? Existe incentivo para o reflorestamento?

CHERKASSKY — De 1967 a 1986, o país reflorestou 6,3 milhões de ha, de florestas plantadas de pinus, eucalipto e araucária. Os reflorestamentos realizados pelo setor de papel e celulose e existentes em 31/12/86 atingiam 958 mil ha.

A localização desses reflorestamentos é importantíssima, tendo em vista os altos custos com o transporte. Muitos reflorestamentos, por essa razão, estão hoje ociosos, como por exemplo, em

Mato Grosso do Sul.

Por outro lado, o preço da madeira tem subido muito, principalmente devido ao custo do transporte e ao aumento da demanda decorrente do consumo de madeira como alternativo energético por setores não tradicionais. Por outro lado, nos últimos anos a política de incentivos florestais do governo tem sido insuficiente para atender às necessidades de crescimento da economia.

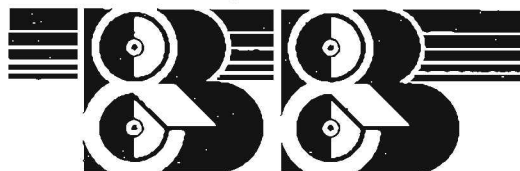
ANAVE — O consumo per-capita no Brasil é considerado pouco significativo. A que o senhor atribui isto? Então sendo tomadas providências para que este índice evolua?

CHERKASSKY — O consumo per-capita no Brasil, em 1986, foi de 29,4 kg/hab. — o que é muito pouco. Nos EUA, o per-capita é de 284 kg/hab. Providências para aumentar isso? Mais consumo, mais cultura, etc, etc.

ANAVE — Qual a meta prevista, em termos de exportação, para o setor?

CHERKASSKY — Em 1988 acreditamos que o volume das exportações de papel e celulose vai depender do ritmo do consumo interno. Não teremos dificuldades em exportar todo o excedente da produção nacional.

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

ESTATÍSTICA

Maiores fabricantes e suas participações na produção nacional

PAPEL	Produção(t)		Participação(%)	
	1985	1986	1985	1986
Grupo Klabin	697.904	743.086	17.36	16.42
• Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A	493.051	510.499	12.26	11.28
• Klabin Fabricadora de Papel	73.238	75.127	1.82	1.66
• Papel e Celulose Catarinense S/A	67.889	67.738	1.69	1.50
• Papelão Ondulado do Nordeste S/A Ponsa	32.531	37.297	0.81	0.82
• Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A (SP)	18.803	18.612	0.47	0.41
• CPS — Cia. Papeleira do Sul	12.392	33.813	0.31	0.75
Grupo Suzano	384.857	457.225	9.57	10.11
• Cia. Suzano de Papel e Celulose	365.127	439.297	9.08	9.71
• Agaprint Informática Ltda.	11.180	11.339	0.28	0.25
• Bacraft S/A Ind. de Papel	8.550	6.589	0.21	0.15
Champion Papel e Celulose Ltda.	248.934	305.111	6.19	6.74
Grupo Simão	238.037	257.414	5.91	6.40
• Inds. de Papel Simão S/A	123.182	140.336	3.06	3.49
• Ind. de Papel Piracicaba S/A	97.420	101.845	2.42	2.53
• Ind. de Papel e Celulose de Salto S/A	17.435	15.233	0.43	0.38
Grupo Ripasa	221.173	235.644	5.51	5.86
• Ripasa S/A Celulose e Papel	73.465	75.206	1.83	1.87
• Cia. Santista de Papel	61.928	67.051	1.54	1.67
• Limeira S/A Ind. de Papel e Cartolina	57.818	65.654	1.44	1.63
• Ripasa S/A Celulose e Papel (III)	27.962	27.733	0.70	0.69
Rigesa, Celulose, Papel e Embs. Ltda.	199.443	209.055	4.96	5.20
Manville Produtos Florestais Ltda.	157.402	178.605	3.91	4.44
Grupo Trombini	115.214	134.929	2.86	3.36
• Fca. de Celulose e Papel S/A — Facelpa(PR)	66.421	75.529	1.65	1.88
• Fca. de Celulose e Papel S/A — Facelpa(RS)	25.489	28.152	0.63	0.70
• Fca. de Celulose e Papel S/A — Facelpa(SC)	23.304	31.248	0.58	0.78
Pisa — Papel de Imprensa S/A	98.846	123.282	2.46	3.07
Papirus Ind. de Papel S/A	73.887	80.223	1.84	1.99
Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose	68.660	71.759	1.71	1.78
Cia. Indl. de Papel Pirahy	61.434	66.618	1.53	1.66
Subtotal	2.565.791	2.862.951	63.81	67.03
Demais	1.455.609	1.662.619	36.19	32.97
TOTAL	4.021.400	4.525.570	100.00	100.00

ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose.

CELULOSE	Produção (t)		Participação (%)	
	1986	1985	1986	1985
Grupo Klabin	761.196	732.758	21.41	21.53
• Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A	425.975	394.169	11.98	11.58
• Riocell S/A	242.064	242.363	6.81	7.12
• Papel e Celulose Catarinense S/A	93.157	87.847	2.62	2.58
• Papelão Ondulado do Nord. S/A Ponsa	**	8.379	0.00	0.25
Aracruz Celulose S/A	475.914	470.055	13.39	13.81
Celulose Nipo-Brasileira S/A — Cenibra	344.571	329.461	9.69	9.68
Cia. Suzano de Papel e Celulose	331.839	327.761	9.33	9.63
Champion Papel e Celulose Ltda.	272.754	245.539	7.67	7.21
• Ripasa S/A Celulose e Papel	214.523	221.249	6.03	6.50
Cia. Florestal Monte Dourado	225.744	201.169	6.35	5.91
Inds. de Papel Simão S/A	181.578	168.644	5.11	4.96
Manville Prods. Florestais Ltda.	143.077	137.135	4.02	4.03
• Rigesa, Celulose, Papel e Embs. Ltda.	120.789	109.958	3.40	3.23
Soma	3.071.985	2.943.729	86.40	86.49
Demais	483.422	459.735	13.60	13.51
TOTAL	3.555.407	3.403.464	100.00	100.00

ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose.

REPRESENTAÇÕES

SPERA

S/C LTDA.

Rua Guaporé nº 324
Ponte Pequena
CEP 01109
São Paulo — SP
Fone: 227-1577

REPRESENTADAS:

IBEMA
CIA. BRASILEIRA DE PAPEL

(cartão duplex — coating;
papel strong e jornal)

INDÚSTRIAS NOVACKI LTDA.

(papel kraft 40 a 80 gr/m²)

FÁBRICA DE PAPEL E PAPELÃO

JUSTO S/A

(papel de seda; manilhina;
manilha; toalha e HD)

SBRAVATI LTDA.

(papelão paraná)

INDUSTRIAL E AGRÍCOLA

RIO VERDE LTDA.

(papelão paraná)

**RIOPEL S/A INDÚSTRIA
DE PAPELÃO E ARTEFATOS**

(papelão pardo)

"A embalagem tem uma função muito maior que simplesmente proteger o conteúdo. Tem que vender, comunicar, atender as exigências do consumidor."

As vantagens da embalagem de papel

O mercado brasileiro de embalagens no Brasil é hoje estimado em 3,5 bilhões de dólares, representando 1,3% do PIB. Dentre os segmentos que compõe este mercado, as embalagens de papel ocupam o quarto lugar, sendo que em 1986 a participação foi da ordem de 421 milhões de dólares.

No tocante a volume, as embalagens de papel tiveram uma participação de 519 mil toneladas para um total de 3,6 milhões de toneladas consumidas no ano de 1986, representando 14,3% do total. Este número incorpora rótulos e outras embalagens de papel que não sacos.

Na produção de sacos, o consumo de papel, em 1986, foi da ordem de 494 mil toneladas, contra 434 mil toneladas em 1985, portanto, com um crescimento da ordem de 14%.

Estes dados foram apresentados por Alfredo Divani, presidente da Abrasp — Associação Brasileira dos Fabricantes de Sacos de Papel, em 22 de outubro, quando a entidade comemorou seu 12º aniversário de fundação realizando, em São Paulo, um painel com palestras e debates.

Divani destacou também que dentre as várias matérias-primas que são transformadas em embalagens em nosso país, o papel e o papelão são os componentes mais baratos, sendo que os flexíveis laminados figuram como os mais caros, seguidos do plástico.

Analisando a tendência deste mercado, declarou que até 1991 a embalagem deverá perder 6% em relação ao volume atingido em 1986; em dólares a perda deverá ser de aproximadamente 5% e as maiores perdas de tonelagem e valores serão observadas nas embalagens de papel.

Para reverter este quadro, o presidente da Abrasp sugere uma série de medidas, dentre elas: "explorar as oportunidades de exportação, agora que a Europa decidiu enfrentar os riscos ecológicos provocados pelo uso indiscriminado do plástico, proibindo sua



Nas comemorações do 12º aniversário da Abrasp, Alfredo Divani fala sobre o setor de embalagens.

utilização; defender com toda força os segmentos de embalagens de saída de caixa, de sacos comuns, de petroquímicos, de rações e sementes."

No mesmo painel, Renato Scalabrin, gerente de marketing da Divani S/A, destacou as funções das embalagens, durante a palestra que publicamos na íntegra a seguir:

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA DEFESA DOS INTERESSES E NA POSTURA POLÍTICA-ECONÔMICA DA ABRASP

Antigamente bastava fabricarmos bons sacos, resistentes, bem acabados, para termos sucesso em nosso trabalho. Cumpríamos com nossa obrigação junto aos clientes.

Hoje, a embalagem tem uma função muito maior que simplesmente proteger o conteúdo. Tem que vender, comunicar, tem que atender as exigências dos consumidores.

Vamos mostrar o que está sendo feito no exterior com as sacolas de compras. Um produto simples elevado à condição de arte.

Vejam como é possível transmitir: status, imagem institucional, beleza,

esportividade, política e o que mais se quiser comunicar.

Como viram, nosso produto se comunica muito bem.

E nós? Aprendemos alguma coisa com os nossos produtos?

Contamos para o mundo nossa importância, nossa contribuição à economia, à ecologia, que temos investido, continuamos aprimorando a tecnologia, aperfeiçoando processos e que hoje as embalagens brasileiras de papel tem qualidade internacional?

— Ou preferimos, passivamente, vermos nossos mercados serem agressivamente atacados?

Senhores, o plástico é um dos filhos do Marketing. Utiliza extremamente bem todos os meios de comunicação, continuamente. O plástico está em guerra perpétua com seus concorrentes. Por sua própria conceituação, o plástico é uma matéria-prima que busca substituir outras matérias-primas, incansavelmente. Ele abre seus espaços. E parece ter eleito a próxima vítima, a embalagem de papel.

Qual dos senhores aqui presentes ainda lembra da tradicional embalagem de vidro do litro de leite?

— Esta foi uma vítima fatal.

As armas adotadas podem ser muitas. A desinformação e a criação de preconceitos em massa são algumas delas.

Tem que existir um interesse na desinformação e na criação de preconceitos para justificar o proposital esquecimento de que o papel é produzido a partir de árvores provenientes de reflorestamentos específicos, e da reciclagem.

Acusar-nos de acabar com as florestas, se não é campanha de desinformação é, no mínimo, prova de ignorância, ou um acinte. Principalmente vindo de uma matéria-prima que é, no mundo, um terror ecológico, que já foi proibida em toda Itália para a produção de embalagens de supermercados, por poluir as praias. Fato que outros países >

europeus já manifestaram apoio e tendem a adotar.

Pois é senhores! Vamos continuar olhando o circo pegar fogo?

— Não! Não podemos! Podemos fazer muito por nossos produtos e nosso setor:

Contar ao público consumidor a verdade. Que o uso indiscriminado de embalagens plásticas pode trazer prejuízos irremediáveis à natureza.

Sem dúvida não é este o legado que queremos deixar para os nossos filhos.

Os interesses econômicos não devem sobrepujar a luta por uma qualidade de vida melhor.

No caso das sacolas plásticas, devemos tornar públicas verdades que estão sendo acobertadas. Que a matéria-prima está sendo subsidiada para poder competir com o papel. Uma reprise da história do trigo e da mandioca.

E será subsidiada até quando? Até quando o plástico puder dominar a determinação dos preços.

Devemos provar fatos acobertados pela simples constatação de um custo unitário aparentemente menor.

Fatos como o menor volume de acondicionamento das sacolas plásticas, como o irritante engarrafamento nos check-outs provocado pela dificuldade no manuseio, como a fragilidade que não garante a integridade dos produtos contidos.

Fatos como o consumo adicional de sacolas levadas pelos consumidores para embalar verduras em geladeiras, roupas, sapatos ou mesmo para embalar lixo.

E tudo isso se constitui custo que deve ser incorporado ao declarado preço unitário.

Temos que ter poder de fogo, sobretudo quando enfrentamos a concorrência desleal. Temos que nos defender e ao mesmo tempo promovermos nossos produtos e serviços. Precisamos ter influência política, fazer-nos ouvir e respeitar quanto aos nossos direitos conquistados.

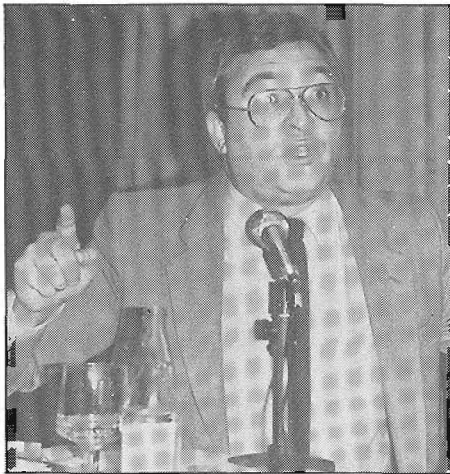
A força do lobby do plástico é reconhecida, mas a nossa poderá ser ainda maior. Afinal o papel é hoje a matéria-prima mais consumida na produção de embalagens. Cerca de 50% das embalagens consumidas no Brasil são oriundas do papel.

A título de exemplo, tomo a liberdade de citar o trabalho realizado pelos fabricantes de embalagens metálicas.

Segundo consta, os fabricantes de lata tinham até medo de abrir um jornal. Sabiam que quando saía uma notícia sobre latas, invariavelmente era descendo o cacete:

“Lata de feijoada mata família”;

“Chumbo da lata envenena”;



Renato Scalabrin: uma visão mercadológica.

“Lata amassada é um perigo mortal”;

“O produto em latas não presta, contem aditivos”;

E por aí ia...

Demorou, mas as causas foram identificadas: as embalagens plásticas estavam “de olho” no mercado de óleos comestíveis. E utilizavam todas as armas...

Para se defender, e contar a verdade ao público, os fabricantes de latas decidiram contratar uma equipe de assessores de comunicação. Decidiram assumir a responsabilidade de informar corretamente os consumidores e os formadores de opinião, os jornalistas, políticos e professores, principalmente.

Reportagens explicando ao consumidor as vantagens da lata como método de preservação dos alimentos, para surpresa geral, sem aditivos, que a lata dispensa, tomaram as páginas dos jornais e revistas de todo o País.

Notícias atacando a lata passaram a ser imediatamente respondidas. Muitas vezes no mesmo nível.

Um serviço de informação ao consumidor foi implantado, respondendo a dúvidas e dando orientações.

Como forma de atingir seus públicos-alvo mais eficientemente, além da imprensa foram utilizados vários recursos audio-visuais.

Um audio-visual institucional foi produzido e exibido em centenas de escolas e faculdades. Um multivisão, um audio-visual computadorizado com várias imagens simultâneas, foi preparado e exibido em eventos como feiras, congressos e salões. Um programa institucional em vídeo foi realizado para exibição a políticos, clientes e fornecedores, em reuniões de integração. Contatos foram feitos em Brasília com a finalidade de expor os pontos de vista e interesses do setor.

A certa altura, como por milagre interromperam-se os ataques que a lata recebia. O plástico reconheceu que a lata não era mais uma vítima indefesa, ao contrário tinha dentes poderosos.

O objetivo final foi alcançado. Os fabricantes de latas conseguiram provar porque o Popeye prefere espinafre em lata.

É um trabalho assim, no mínimo, que propomos para a ABRASP.

Um trabalho em que todos, unidos pelo interesse comum, sintam que estão fazendo algo de muito importante: **Mostrar o orgulho que sentimos de fazer nosso trabalho bem feito.**

Um trabalho que se tornará realidade com o apoio dos senhores fabricantes de sacos de papel e dos senhores nossos fornecedores. ●

Sacos de papel em lugar dos de algodão

Quando Alfredo Divani, presidente da Abrasp, colocou como prioridade do setor “lutar pela introdução dos sacos de papel nos segmentos industriais de açúcar e farinha de trigo”, na 12ª reunião da Abrasp, não poderia prever que esta reivindicação seria em tão curto espaço de tempo atendida.

Em 4 de novembro, o juiz Alberto Nogueira, da 3ª Vara Federal do Rio de Janeiro, proferiu sentença favorável à Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose — ANFPC — e à Iguaçu Celulose e Papel S/A, na ação que a entidade e a empresa moviam contra o IAA (Instituto do

Açúcar e do Alcool), buscando suspender uma resolução do Instituto que determinava o acondicionamento do açúcar em qualquer quantidade em embalagem de algodão.

A decisão possibilita a abertura de um novo mercado para sacos de papel, capaz de absorver 60 mil toneladas de papel kraft por ano. O plano dos fabricantes de papel, todavia, é introduzir gradativamente o uso de embalagens de papel kraft multifoliado neste segmento, conforme destacou o presidente da ANFPC, Horácio Cherkassky: “não pretendemos alcançar a totalidade do mercado, queremos é participar dele.”



**QUANDO VOCÊ QUISE,
PAPEL FANTASIA EM CORES
EXCLUSIVAS, FALE COM
A AGASSETTE.**

A Agassete fabrica papéis de presente lisos e estampados, em resmas e bobinas.

Sua linha de produção cuidadíssima também inclui o papel dobradura para forrações e fins escolares, o cartão colorido e sacolas fantasia, tudo em cores e padrões exclusivos.

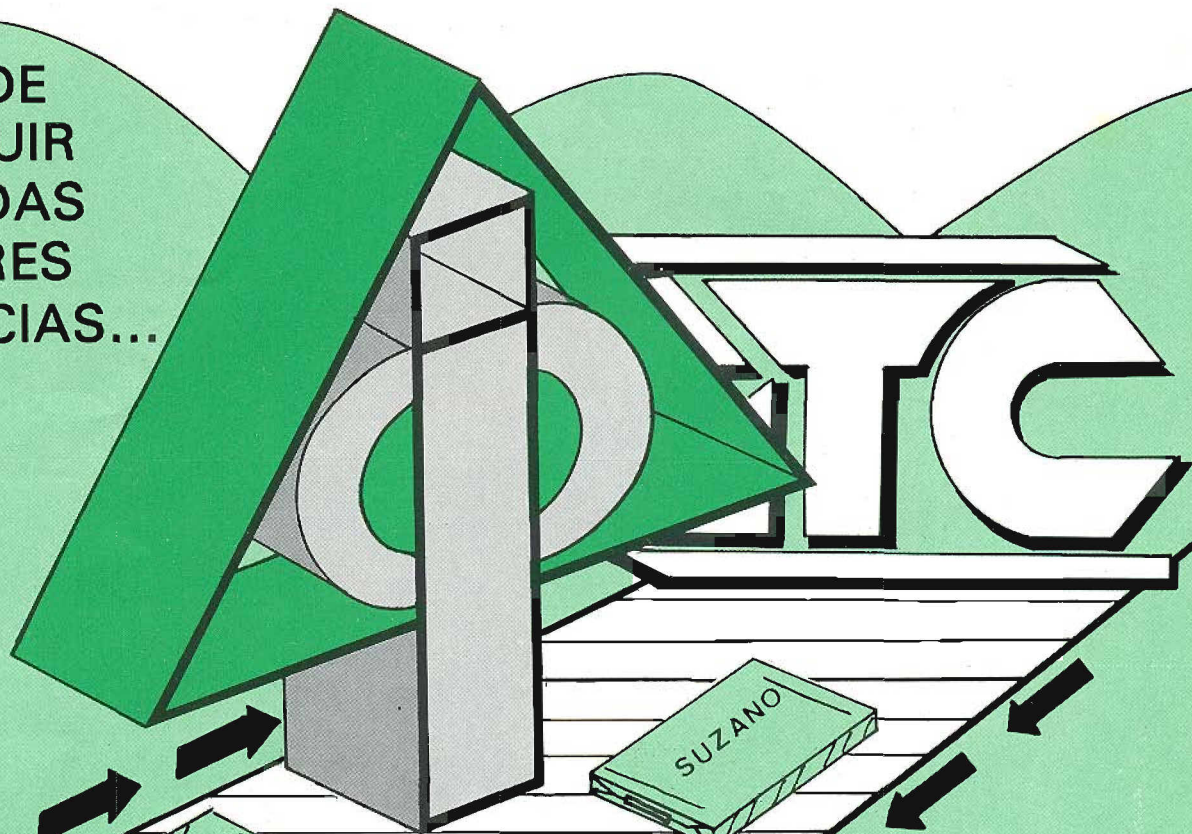
A Agassete também fornece os suportes expositores para resmas e bobinas de qualquer tamanho e seus papéis fantasia podem vir em embalagens de plástico ou celofane para atacadistas.



AGASSETTE
Comércio e Indústria Ltda.
R. Cel. Emídio Piedade, 273 - Pari - S. Paulo
Tels.: 292.6377
TELEX: (011) 60464 HSET BR

A IPÊ INCORPOROU A GTC

ALÉM DE
DISTRIBUIR
PAPÉIS DAS
MELHORES
ROCEDÊNCIAS...



...AGORA
TAMBÉM PRODUZ
MATERIAIS COM
ALTA QUALIDADE!

*Papéis para escrever e imprimir em geral - Cadernos, blocos, papel almaço e padronizados - Bobinas para calculadoras eletrônicas - Cartolinas - Papéis para embalagem
Papéis para cópias xerográficas - Papéis para telex e computadores - Papéis cortados em geral.*



IPÊ IND. E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.

Rua José Magnani - 235 - Diadema - SP Cep: 09920
- SEDE PRÓPRIA

TEL (9011) 456-6799

TELEX IPEI-BR 011-46027

PATROCINADORES

Quem é Quem

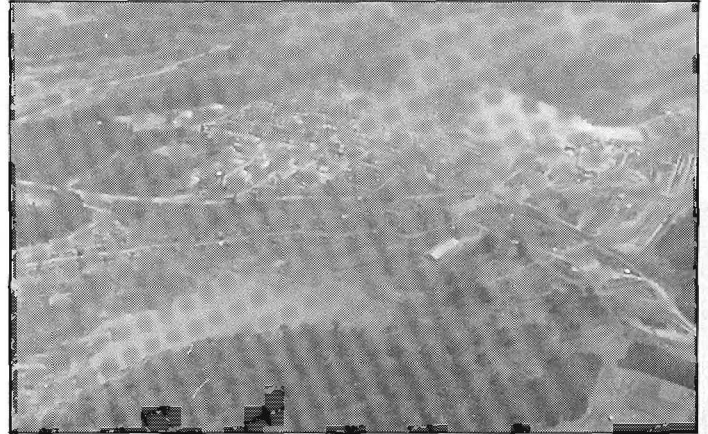
Dando prosseguimento ao trabalho de divulgação das empresas associadas como patrocinadoras da ANAVE, continuamos a publicar o perfil de cada uma, por ordem de inscrição.

Por iniciativa de um grupo de empresários gaúchos, tendo à frente os diretores da Companhia Vinícola Rio Grandense S/A, surgiu em 1940, em Irani, no Planalto de Palmas (SC), a Celulose Irani S/A, uma sociedade destinada à exploração da indústria de celulose e pasta mecânica de pinho, matérias-primas que em virtude da guerra se tornaram escassas e de difícil importação.

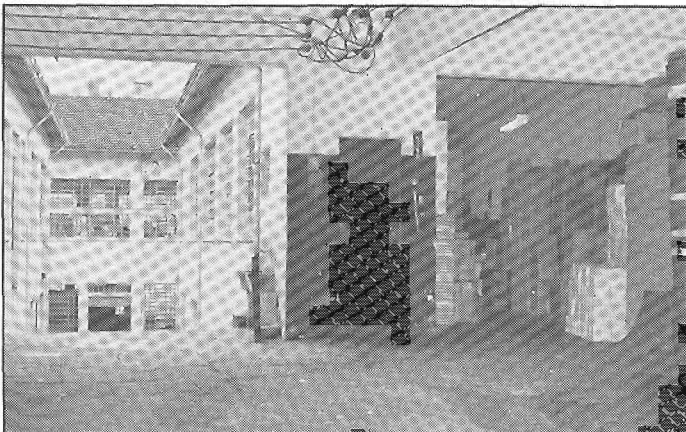
Assim, em 1943, teve início a primeira produção de papel: 10 t/dia, com celulose importada.

Em 1976, entra em operação a máquina Voith para papéis de alta qualidade, Kraft Monolúcido de baixa gramatura.

Hoje, a Celulose Irani ocupa uma área de aproximadamente 40.000 hectares, grande parte reflorestada com Pinus e Eucalipto, produzindo em média 1.200 t de papel imprensa e jornal por mês e 2.400 t de kraft de baixa gramatura com especificações especiais.



CELULOSE IRANI S/A, localizada à rua Siqueira Campos, 1184 – 14º andar – Porto Alegre/RS – fone: (0512) 26-9866, associada à ANAVE desde setembro de 1975.



CASTIONI & CIA. LTDA., localizada à av. Bosque da Saúde, 546, – São Paulo/SP – fone: (011) 577-8466, associada à ANAVE desde outubro de 1975.

Bernardo Joelsas, um dos sócios majoritários da empresa, fundou, com a participação de seus cunhados: Joankiel Pitliuk, Oscar Petlik, Isac Kier (já falecido), Wolf Pitliuk e Jaime Pitlik (já falecido), em 7 de junho de 1955, a Fornecedora de Papel Forpal, empresa oriunda de um depósito de aparas de papel.

Com 32 anos de existência a empresa progrediu muito, hoje ocupa uma área de 3.000 m² em São Paulo, e fornece para a Grande São Paulo, Paraná e Santa Catarina.

Até 1972 a Forpal comercializava apenas papéis para embalagem, a partir daí passou a comercializar também papéis para imprimir e escrever.

A empresa continua com grandes planos para o futuro, porém, são planos que não vão alterar a atenção que a Forpal oferece à sua clientela.

Desde a sua fundação, em 16 de janeiro de 1951, a Castioni & Cia. Ltda., está estabelecida em prédio próprio, ocupando uma área construída de 2.370 m².

Opera no ramo de artefatos de celofane, papel e papelão, sendo seus principais produtos fabricados: pratos, bandejas, copos, forminhas, guardanapos e produtos especiais para embalagem.



FORNECEDORA DE PAPEL FORPAL S/A, localizada à rua Euclides Pacheco, 483 – São Paulo/SP – fone: (011) 296-0714, associada à ANAVE desde outubro de 1976.

Desenvolver e incentivar o hábito da leitura é o objetivo de um projeto que tem o apoio da Ripasa S/A e da Fundação Roberto Marinho.

Viagem rumo ao conhecimento



Ripasa e Fundação Roberto Marinho unem-se para incentivar o hábito da leitura. (Da esq.p/dir.: Walter Derani; Osmar Zogbi; Celso Furtado, ministro da Cultura; Abrahão Zarzur; Wladimir Murtinho, presidente do Instituto Nacional do Livro e Carlos Alberto Raça, superintendente de projetos da Fundação Roberto Marinho).

No Brasil, um país de 130 milhões de habitantes, dos quais 40% são analfabetos e onde as instituições de ensino são, por vários motivos, consideradas ineficientes, difundir cultura deve ser uma meta não só do governo, mas de todos os segmentos da sociedade.

Portanto, a iniciativa privada, além da contribuição que dá ao nível econômico da Nação, deve ter uma participação mais direta no desenvolvimento social.

Foi com esta convicção que a Ripasa S/A Celulose e Papel, em conjunto com a Fundação Roberto Marinho, assinou, no dia 10 de outubro, um convê-

nio para estimular o hábito da leitura entre os jovens, considerado seguramente, um dos mais significativos e gratificantes projetos culturais já idealizados no Brasil. O "Viagem da Leitura — explica Walter Derani, diretor comercial do Grupo Ripasa — é um exemplo de como o empresariado pode estar presente numa ação fora de sua precípua atividade econômica, de cunho social e cultural."

Trata-se de um projeto que conta com a participação do Ministério da Cultura, através do Instituto Nacional do Livro e que, por ser muito oneroso, só pode ser viabilizado porque conta com o incentivo da Lei Sarney, que

permite às empresas descontar do imposto de renda devido uma parte dos investimentos feitos em projetos culturais.

DEMOCRATIZAR A LEITURA

O "Viagem da Leitura" tem como um dos principais objetivos ampliar os acervos das bibliotecas públicas brasileiras, especialmente no setor destinado a crianças e jovens. Constituindo-se em um primeiro passo no sentido de se democratizar a leitura, pois, conforme revelou, na assinatura do convênio o presidente do Grupo Ripasa, Abrahão Zarzur, "o acesso aos livros, assim co-



papirus

**DBC-DUPLEX BRANCO COUCHÉ
CTL-CARTÃO MARRON**

papirus indústria de papel s.a.

01452 - Av. Brig. Faria Lima, 1058 - 9º/10º and. Cx. Postal 4523 - São Paulo
Telex 11 - 83058 - PAPI - BR - Telefone (011) 813-1011

mo o acesso à arte, não pode ser um privilégio. Livros e obras de arte são duas das mais gratificantes manifestações do ser humano.”

Através do projeto, serão doados 180 mil livros por ano, a cerca de 3 mil bibliotecas públicas de todo o país. Serão remetidos trimestralmente 15 livros, perfazendo-se 60 títulos por ano e a primeira remessa se concretizará em meados de janeiro de 1988.

A valorização do bibliotecário, através de cursos de complementação profissional, encontros, seminários e debates; bem como a valorização da literatura juvenil, seus autores e ilustradores, também são propostas deste projeto, que pretende despertar nos jovens o gosto pela leitura e o hábito de frequentar bibliotecas.

Uma intensa campanha de comunicação veiculada pela Rede Globo de Televisão estará informando sobre a existência dos livros, convidando o jovem a retirá-los nas bibliotecas públicas e revalorizando estas instituições enquanto centros vivos de cultura e lazer.

Ao mesmo tempo, uma equipe da Ripasa, formada por profissionais de marketing e comunicação, estará coor-

denando a divulgação internamente, estimulando a participação dos funcionários da empresa e de seus filhos.

As duas equipes (Ripasa e Fundação Roberto Marinho) discutem atualmente os eventos externos, entre eles, exposições, seminários, debates em bibliotecas públicas, concurso de críticas e criação de peças de teatro utilizando textos dos livros.

A REDE OFICIAL DE BIBLIOTECAS

Segundo dados do Guia das Bibliotecas Públicas Brasileiras, editado pelo Instituto Nacional do Livro em 1983, em todo o Brasil existem 3.343 bibliotecas públicas. Um número razoável, porém, o que ainda deixa muito a desejar são as condições destas instituições.

Algumas estão instaladas em prédios adequados, possuem um acervo de bom nível e contam com o trabalho de pessoal especializado. Entretanto, uma grande parte delas enfrenta sérios problemas, tais como, falta de verbas para renovar o acervo e falta de um espaço independente para atendimento ao público infanto-juvenil. O “Viagem da Leitura” se apresenta como uma alter-

nativa de solução, conforme comenta Abrahão Zarzur, presidente do Grupo Ripasa, “não é o projeto que vai resolver o problema da ausência do hábito da leitura entre os jovens e, por si só, alterar o mercado editorial brasileiro. Mas ele será, com certeza, uma importante alavanca”.

Pela repercussão da assinatura do convênio e pelo entusiasmo da diretoria da Ripasa e de seus funcionários, já se pode prever que o interesse entre os jovens em participar deste evento será muito grande, pois, para Osmar Zogbi, superintendente do conglomerado Ripasa, esta viagem “é a maior de que o ser humano é capaz”, ele explica:

— O livro permite a cada indivíduo um mergulho em si mesmo e, quando o leitor vem à tona, descortina cada vez mais, com mais riqueza de detalhes, o mundo e a vida. Quanto maior for o mergulho, quanto mais o leitor aprimorar seu hábito de leitura, tanto melhores e maiores serão as possibilidades de compreender o mundo e vivê-lo intensamente, porque o livro é o veículo para uma das maiores viagens, talvez a maior de que o ser humano é capaz: a viagem em direção ao conhecimento”●

A Morte do livro universitário de química

Trabalho apresentado na 9ª Conferência Internacional sobre o Ensino da Química, realizada em julho de 1987, na USP, de autoria do professor Ricardo Feltre, do Instituto de Química da USP; diretor presidente da Editora Moderna e 1º Vice-Presidente da Câmara Brasileira do Livro.

Para escrever um livro, um autor depende bastante tempo e trabalho. O editor investe um certo capital na produção e divulgação do livro. A venda é, em geral, demorada, tanto para o editor como para o livreiro. Consequentemente, o retorno do trabalho e do capital é muito lento, fato que se agrava ainda mais pela elevada taxa de inflação existente no Brasil. Na realidade, um livro só dá dividendos ao autor, editor e livreiro a partir do instante em que atinja uma venda mínima por ano. Abaixo de certo limiar, dá prejuízo, e é por isso que se costuma dizer que a edição de um livro é sempre uma empreitada de risco.

No Brasil, as cópias reprográficas frequentemente anulam a vendagem mínima que um livro necessita para sobreviver. A multiplicação de milhares de cópias de uma mesma obra caracteriza-se como verdadeiro crime de furto do trabalho dos autores, editores e livreiros. Educacionalmente, o



Feltre defende o livro.

problema também é grave, pois muitos alunos completam seus cursos superiores sem nunca terem estudado em livros.

Através do depoimento de professores, bibliotecários e editores constata-se também uma diminuição progressiva de obras traduzidas para o nosso idioma. Várias editoras es-

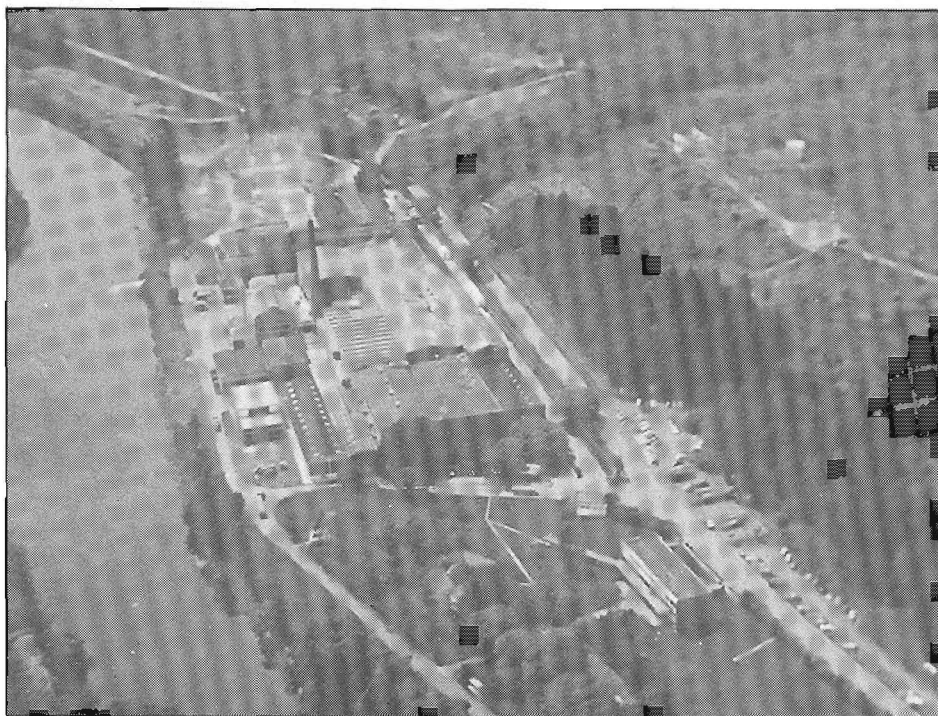
trangeiras, possuidoras de vasto acervo editorial, que haviam instalado filiais no Brasil, se retraíram, principalmente a partir de 1982 e 83. Diminuiu, nos últimos anos, o número de livrarias especializadas na venda de livros de Química para o curso superior, e aquelas que permaneceram no mercado oferecem um catálogo bastante reduzido. No dizer de livreiros importadores, evita-se mandar livros para demonstração a professores e bibliotecas, como se fazia antigamente, pois em geral os exemplares voltam deformados pela sua compressão sobre a máquina copiadora.

Apesar de nossas estatísticas serem falhas e incompletas, acredita-se que anualmente cerca de 3.000.000 de livros universitários em geral deixam de serem vendidos no Brasil.

Além de constituir-se em um problema econômico-financeiro que afeta autores, tradutores, editores e livreiros, a reprodução de livros acaba se transformando em um problema cultural e de desenvolvimento do país, pois afeta profundamente nossas pesquisas científicas e tecnológicas, já que determina uma diminuição e empobrecimento da bibliografia disponível no Brasil.

Com visão futurística, o grupo Papel Simão lança no mercado o "Termocopy", o primeiro papel para impressão térmica produzido no Brasil.

Simão lança o papel termocopy



Na unidade Piracicaba são produzidos os papéis químicos e especiais.

Fundado em 1925, o grupo Papel Simão é, hoje, um dos maiores produtores brasileiros de papéis para imprimir e escrever. Porém, desde 1980, quando o grupo incorporou a Indústria de Papel de Piracicaba, com uma visão mercadológica futurística, vem desenvolvendo vários estudos voltados para os diversos tipos de papéis especiais e químicos.

Estes estudos visam, principalmente, acompanhar a tendência mundial da evolução tecnológica da indústria gráfica e da informática, pois o Brasil já possui hoje máquinas de avançada tecnologia gráfica, máquinas microprocessadas à base de computadores, assim renovando e acompanhando a evolução da tecnologia gráfica mundial, em paralelo à tecnologia de teleinformática e telecomunicação.

Por que 1980 é o ano-base? Porque

nesta época o grupo Papel Simão também, adquiriu, da Nashua Corporation dos EUA um pacote tecnológico, com um investimento original de 10 milhões de dólares, em equipamentos, tecnologia, recursos humanos, etc, e, que contemplava com três papéis químicos especiais:

O Extracopy (papel autocopiativo), o Adeplan (papel base gomado a seco para etiquetas adesivas) e o Termocopy (papel térmico).

EXTRACOPY

O primeiro papel especial a ser desenvolvido no Brasil foi o Extracopy, em função da exigência do mercado, pois com o advento da informática o País não poderia mais importar este tipo de papel, que é um papel químico, autocopiativo, isto é, dispensa o uso de

carbono para a elaboração de cópias no mesmo formulário.

Produto que se destina aos formulários contínuos de computador e às bobinas de papel para telex, o Extracopy é um papel autocopiativo fabricado no Brasil, que já se firmou no mercado internacional, sendo exportado para a Europa, América Latina e EUA.

O Extracopy foi desenvolvido basicamente para dois setores, o bancário e o de teleinformática. Para o setor bancário, já existem dois subprodutos do Extracopy para usos específicos: o Slipcopy (para extratos de contas e créditos correntes) e o Self CB, para os caixas bancários automáticos (24 horas) que também é utilizado na automação comercial. Para o setor de telecomunicações, foi desenvolvido o papel Telexcopy destinado a teleimpresoras/telex.

TERMOCOPY

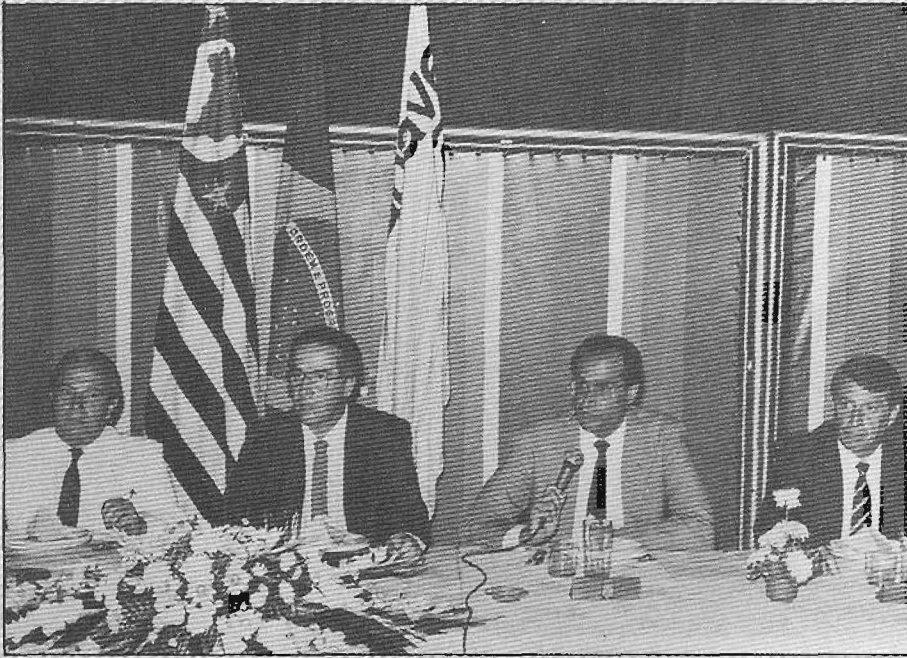
O Termocopy é um papel utilizado para transmissão e recepção de mensagens escritas, através das máquinas fac-símile e terá nas máquinas de telex um mercado em potencial.

É um papel químico especial de alta sensibilidade e nitidez, para a reprodução de sinais análogos ou digitais gerados por dispositivos termo-eletrônicos de processamento e transmissão de dados, instalados em: calculadoras eletrônicas, impressoras de computadores, terminais de dados, instrumentação de laboratório, eletrocardiografos e similares utilizados na área médica, balanças eletrônicas emissores de etiquetas em código de barras e máquinas fac-símile.

Dos segmentos citados, dois destacam-se no mercado mundial: o de impressoras térmicas de computadores com 33% de participação, e o de máquinas fac-símiles (ou máquinas FAX) com 33,8% de participação.

O rápido desenvolvimento de im-▷

Anave homenageia Raul Calfat



O presidente do Grupo Papel Simão, Raul Calfat, foi o convidado de honra do almoço realizado em 4 de novembro passado, no "Big House", organizado pela Diretoria Executiva da Anave.

O evento teve a participação de um grande número de convidados, dentre eles, empresários e representantes de diversas entidades representativas dos segmentos ligados ao setor de celulose e papel.

Na ocasião, Raul Calfat falou sobre as perspectivas do setor em função da conjuntura econômica. Segundo ele, "a celulose continuará a ser exportada sem grandes dificuldades nos níveis atuais e haverá um redirecionamento das exportações de papel."

Calfat disse que a curto prazo deverá se registrar no mercado interno uma aceleração da demanda, consequência da recuperação do poder aquisitivo por parte do consumidor; porém, alertou para o fato de que esta é uma situação passageira, pois haverá também uma aceleração inflacionária com suas naturais consequências. "O que se espera é uma espécie de bolha de consumo", comparou.

Ele enfatizou também, que com o aquecimento da demanda o consumidor poderá ter problemas para adquirir papel, isto porque registrou-se uma mudança de comportamento por parte dos fabricantes de papel. "Nas

crises anteriores — explicou Calfat — o fabricante de papel ou aviltava os preços exercendo poder de pressão, ou estocava e aguardava um momento mais favorável para realizar a venda. Isto não ocorreu este ano. O fabricante se conscientizou de que é muito caro manter estoques e passou a adequar a produção à demanda."

Em função da conjuntura econômica a nível internacional, pode-se esperar para o próximo ano a adoção de medidas contencionistas, principal-

mente por parte dos Estados Unidos, com a recessão estendendo-se também à Europa e Japão, com reflexos nos países em desenvolvimento.

Todavia, o setor de celulose e papel, na opinião de Calfat, não terá reduzidas suas exportações. "O setor deve continuar a ser favorecido por sua competitividade a nível internacional", afirmou.

Além da competitividade, os principais concorrentes do Brasil no mercado internacional são países escandinavos, os quais tiveram suas moedas valorizadas em função do dólar e, por este motivo, vão perder capacidade de competição em relação ao Brasil em todos os mercados da Europa.

Especificamente com relação ao papel, o presidente do Grupo Papel Simão admite que haverá uma redução de demanda nos Estados Unidos e conseqüentemente um excesso de oferta que poderá aviltar os preços, assim, haverá um redirecionamento das exportações brasileiras de papel.

Ao final da mensagem, considerada de extrema importância para o profissional de vendas que atua na área de papel e celulose e que precisa posicionar-se perante a clientela, Raul Calfat foi aplaudido pelo público e recebeu os cumprimentos de Neuvir Colombo Martini, presidente da ANAVE, que ofereceu ao ilustre convidado um cartão de prata simbolizando os agradecimentos de nossa associação.





Couther Voith é a máquina utilizada no revestimento de papéis químicos.

pressoras térmicas de computadores deve-se ao fato de que estas têm menores dimensões, sem partes móveis, produzindo uma impressão silenciosa, nítida e mais rápida do que as impressoras convencionais de agulhas.

Entretanto, o "case" de marketing que maior repercussão vem causando neste mercado é o das máquinas fac-símiles, com um crescimento mundial em torno de 40% ao ano e com perspectivas de manutenção desta taxa até 1990.

AS MÁQUINAS FAX

A necessidade de inter-comunicação com suas subsidiárias instaladas no ocidente, a inexistência de máquinas de datilografia ou telex com capacidade para produzir a escrita caligráfica dos ideogramas, fez com que os japoneses desenvolvessem a tecnologia de transmissão fac-símile.

Na realidade, essa tecnologia foi descoberta em 1842, por Alexandre Bain, um relojoeiro escocês, que magnetizando um pêndulo e fazendo-o passar sobre letras, conseguiu retransmiti-las sobre papel através de um transmissor de telégrafo, também recém-inventado àquela época.

Nos anos 60, a transmissão Fax começou a se desenvolver, com o advento do micro-processador. Nos anos 70 acompanhando a evolução da eletrônica, máquinas de transmissão fac-símile passaram a fazer parte dos equipamentos de escritórios, ao lado de máquinas de telex, impressoras de computadores, máquinas de datilografia e os primeiros terminais para automação de escritórios. O grande obstáculo, porém, era

o tamanho das máquinas fac-símile e a baixíssima velocidade de transmissão.

Considerando a capacidade dos japoneses em microinformática, eles conseguiram reduzir as dimensões dessa máquina de tal forma que hoje ela tem o formato pequeno (do tamanho de um papel ofício) e tanto recebe quanto transmite mensagens em 20 segundos.

A transmissão pode ser feita com original escrito à mão, datilografado, se for página de revista ou jornal, enfim, o que estiver grafado em um papel, ela transmite. Não existindo um limite de distância, nem mínimo, nem máximo, pois sua transmissão é feita através de micro ondas telefônicas, se você pode se intercomunicar com o Japão, você pode utilizar a máquina fax, pois ela utiliza o mesmo canal do telefone, e é esta uma das finalidades do papel térmico.

O Japão domina a produção mundial de máquinas fax, havendo em 1987, 1.155.000 máquinas instaladas naquele país, comparadas às 565.000 instaladas nos EUA. A população mundial de máquinas fax, em 1987, es-



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

tá estimada em dois milhões de unidades, estando previstas para 1990 aproximadamente cinco milhões de máquinas, com um crescimento projetado de 38% ao ano.

Assim, o usuário de uma máquina fax tem a possibilidade de comunicar-se com os dois milhões de máquinas instaladas no mundo, com o simples toque de algumas teclas e ao preço de uma comunicação telefônica.

O Brasil tem hoje aproximadamente seis mil máquinas instaladas e com crescimento da ordem de trinta mil máquinas instaladas até 1990.

Há no Brasil duas empresas produzindo, atualmente, máquinas fax: a Itaotec, com tecnologia da Canon e a Milmar, com tecnologia da Ricoh.

De 80 a 87 houve um desenvolvimento muito grande das máquinas e do consumo de papel. Para se ter uma idéia o papel térmico cresce no mundo, a taxa de 47% ao ano, é o que nos afirma Daltro Lopes de Souza, superintendente de marketing do grupo.

Ainda, segundo ele, o Brasil tem hoje um consumo em torno de 220 t/ano, o crescimento está atrelado ao desenvolvimento, no Brasil, das máquinas fax e das demais utilizações.

Pois ao lado das máquinas fax, que consomem atualmente 100 t/ano de papel térmico, outro importante segmento no Brasil é o dos equipamentos médicos, principalmente os eletrocardiógrafos. Há uma população de 50.000 máquinas ECG em operação, consumindo atualmente, 120 t/ano de papel térmico.

Para a codificação no chamado "código de barras", também é necessária uma impressão muito segura, onde a impressora térmica tem essa autoresolução, sendo este mais um caminho para o papel térmico. No Brasil já está em fase de implantação a etiquetagem de produtos através do "código de barras".

Assim, o grupo Papel Simão demonstra mais uma vez sua visão mercadológica voltada para segmentos de mercado com demanda reprimida e potencial expressivo, tanto no plano interno quanto no externo.

Apesar de todo este desenvolvimento tecnológico, o grupo, segundo Daltro Lopes de Souza, "continua pesquisando novos tipos de papéis especiais, de diferentes procedências, voltados não só para o mercado interno, como também para a exportação, pois hoje já competimos com o autocopiativo a nível mundial em igualdade de condições com qualquer produtor.

O papel térmico Termocopy utilizará como canais de distribuição os próprios fabricantes de máquinas fax e outros distribuidores."

Grupo Papel Simão



Em Jacaréi (SP) está localizada uma das unidades produtoras de papel e celulose.

O grupo Papel Simão, único fabricante de papel-moeda no Hemisfério Sul, atingiu faturamento bruto de Cz\$ 5,7 bilhões no primeiro semestre de 1987 e um lucro bruto de Cz\$ 1,32 bilhões, totalizando uma produção, no final de 1987, estimada em 250 mil toneladas de papel para escrever e imprimir.

Com um total de sete empresas, o grupo é formado por: Indústrias de Papel Simão S/A, que além da fábrica do Ipiranga possui uma unidade fabricante de papel e celulose em Jacaréi e outra, de papel, em Mogi das Cruzes; Indústria de Papel e Celulose de Salto S/A; Indústria de Papel Piracicaba S/A; Agroflorestal Simão S/A; Florin Florestamento Integrado S/A; Caulisa Indústria de Caulim S/A, na Paraíba; e KSR Comércio e Indústria de Papel S/A, uma trading company, com filiais espalhadas por todo o Brasil, e atuando em mais de 60 países, o que torna o grupo um dos maiores exportadores de papéis para imprimir e escrever.

O grupo produz papéis commodities (para transformação em cadernos, formulários contínuos, livros, embalagens flexíveis, couchê para revistas e para miolo de revistas), especiais (top print, impressão a laser, para copos descartáveis, heliografia, para cheque e vergê), químicos (extracopy, adeplan e termocopy).

Atualmente com seus planos de expansão e projetos de melhoria, a pequena indústria que iniciou sua atua-

ção no mercado há 62 anos figura na lista dos cinco maiores conglomerados brasileiros do setor papelero e de celulose.

O MEIO AMBIENTE

Uma empresa de tal porte não poderia deixar de lado a preocupação com a qualidade de vida do homem e a preservação do meio ambiente no plantio de eucalipto, desenvolvendo projetos cada vez mais avançados para o tratamento dos efluentes líquidos, aterro de resíduos sólidos industriais e sistema de oxidação de vapores de licor negro, na Unidade de Jacaréi.

A Papel Simão, através de investimentos que só na implantação consumiram recursos de mais de 7 milhões de dólares, vem mantendo sua emissão de poluentes muito abaixo dos padrões exigidos pela Cetesb, contribuindo assim para uma vida mais sadia e natural, não só de seus funcionários como de toda comunidade.

Recentemente a empresa patrocinou a "Cartilha de Educação Ambiental — Água, Lixo e Meio Ambiente", editada pela Cetesb e distribuída aos jovens da 5ª série da Rede Oficial de Ensino.

Este manual que faz parte de uma série a ser publicada dentro do Programa de Educação Ambiental, visa à informação de toda a população dos mais sérios problemas ambientais verificados no Estado de São Paulo.

IPANEMA
BRASIL
1984



IPANEMA
E.E.U.U.
1987



A ANAVE prestou sua homenagem aos vendedores do setor, realizando bingo, torneios de futebol de salão e bocha, além de uma gincana para alegrar a garotada.

A festa do dia do vendedor

Em clima de muita alegria e descontração, aconteceu, no último dia 03 de outubro, no Clube de Campo Mairiporã, a grandiosa festa em comemoração ao Dia do Vendedor — 1º de outubro.

Este ano a festa superou todas as expectativas e contou com a presença de aproximadamente 650 convidados, entre adultos e crianças, os quais além de saborear um apetitoso churrasco regado à chopp e refrigerante, também se divertiram participando das muitas atividades programadas, tais como: futebol de salão, torneio de bocha, gincana para as crianças e um bingo muito concorrido.

Na portaria do clube foram oferecidas canecas comemorativas e distribuídos alguns brindes a todos os presentes.

Foi este também, o dia escolhido para marcar o encerramento da primeira etapa da Campanha "Apresente um Amigo". A Diretoria da ANAVE ofereceu ao sócio Rosenyl Braz dos Anjos um cartão de prata como forma de agradecimento, por ter apresentado o maior número de novos sócios desde o lançamento da campanha (30), que tem como meta os mil associados.

Este foi apenas um dos muitos acontecimentos registrados nesta confrater-



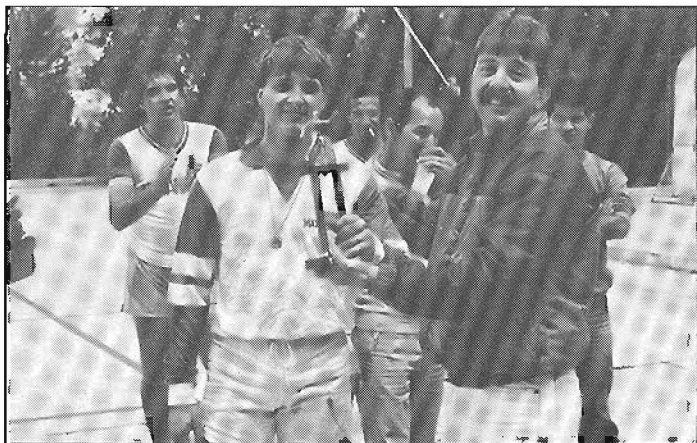
Uma alegre confraternização marcou a passagem do dia do vendedor.

nização, uma justa homenagem aos profissionais de vendas do setor.

TORNEIOS

O II Torneio de Futebol de Salão do Dia do Vendedor foi disputado pela

manhã, com as seguintes equipes: Simão (Manrique, João Roberto, Alfredo, Hélio, Ivan, Edemir e Edson), Matarazzo (Carlos, Luiz Gonzaga, Jorginho, Gino, Eduardo, Jair e Agnaldo), Rilisa (Egon, Humberto, Pedro, Wander, Edilson, Piva e Sérgio) e São Vito



A equipe da Matarazzo é bi-campeã em futebol de salão.



Um dos grandes momentos do torneio de bocha.



A família Labbate organizou as gincanas...



...que animaram a criançada.

(Odin, César, Arnaldo, Cláudio e Salvador).

O primeiro jogo aconteceu entre Simão e Rilisa, onde a vitória coube à equipe da Simão, com um placar de 2 X 0.

A segunda partida, reunindo as equipes da Matarazzo e São Vito, ficou marcada pela sucessão de belas jogadas e indefinição, pois apenas nos últimos minutos do jogo, a Matarazzo sagrou-se vitoriosa com o marcador de 4 X 3.

Porém, a partida que trouxe as maiores emoções foi realizada entre Matarazzo (4) X Simão (2), foi uma final empolgante, que mais uma vez levou a Matarazzo à conquista do título, tornando-se bi-campeã do Torneio de Futebol de Salão do Dia do Vendedor.

Ainda dentro do torneio de futebol de salão merecem ser lembrados: Manrique da Simão, como o goleiro menos vazado e Gino da Matarazzo, como o artilheiro do campeonato.

A entrega da medalha de ouro e do troféu à equipe campeã foi feita pelo diretor cultural Marcos Salerno, assim como a entrega da medalha de prata ao segundo colocado.

Também pela manhã, foi realizado o primeiro sensacional Torneio de Bôcha, que teve a dupla formada por Pas-



A emoção durante o bingo.

coal Spera e Reynaldo Scapin, como vitoriosa.

Para alegria da garotada foram realizadas várias brincadeiras e gincanas, organizadas pelo vice-presidente Caetano Labbate e sua família, com distribuição de prêmios a todas as 182 crianças inscritas, as quais foram selecionadas por grupos de idade participando da corrida de saco, da procura da azeitona na farinha, da mordida da maçã, entre outras, o que fez a realização da criançada.

BINGO

Em todos os eventos a motivação era para competir e não para vencer, porém, ganhar passou a ser muito importante quando teve início o Bingo. Era tudo uma questão de sorte, assim todos fizeram questão de ter a cartelinha na mão para tentar uma das seguintes prendas: uma cadeira de praia e um

guarda-sol; um relógio de parede; um ventilador; um rádio relógio CCE e um secador e modelador de cabelos.

Alegre mesmo ficou o convidado que, na última rodada, conseguiu completar toda a cartela e ganhou um Conjunto Micro-System da Phillips.

AGRADECIMENTOS

A Diretoria Executiva registra seus agradecimentos a todos que aceitaram o convite para a confraternização do Dia do Vendedor e compareceram com seus familiares para prestigiar o evento.

O sucesso também não seria completo sem o apoio das seguintes empresas: Agassete, Contip, De Paula Representações, Ipanema, Ipê, Lecipel, Lubianni, Matarazzo, Metrôpole, Papéis B. B., Papel Simão, Propasa, Rio Branco, São Vito, Silfer, Suzano e TBD — Com. ●

Convite ao lazer

O contato com a natureza e a prática de esportes são fundamentais para os seres humanos e em grandes centros como São Paulo são poucas as opções de lazer. Para atender a este público, foram criados os clubes de lazer, dentre os quais destaca-se o Clube de Campo Mairiporã, localizado na Rodovia Fernão Dias, km 35,5.

Bem próximo de São Paulo, o Clube de Campo Mairiporã oferece a seus sócios, dentre outros atrativos, piscinas, salões de jogos, salão de festas, três restaurantes, duas quadras poliesportivas, quatro quadras de tênis, lago piscoso, com barcos para recreação náutica, cerca de 200 quiosques estão espalhados em torno de um belo bosque e em toda a área a

paisagem repleta de muito verde convida ao descanso e à descontração.

Aqueles que queiram conhecer o clube poderão passar um dia agradável em visita às suas dependências, aproveitando o convite da diretoria para que o façam em qualquer fim-de-semana deste verão.

Informações com o Sr. Rogério ou Leônio no próprio Clube ou em São Paulo, na Rua Araújo, nº 70 — 12º andar (próximo à Pça da República).

A Diretoria Executiva da ANAVE aproveita esta oportunidade para externar seu agradecimento aos diretores do Clube pela cessão de suas dependências para a realização da Confraternização do Dia do Vendedor.

Para falar sobre os tipos e características dos papéis, a ANAVE convidou Clayrton Sanchez, que encerrou o ciclo de palestras programado para este ano.

O mundo do papel

Para abordar o tema "Papel: tipos e características", o Departamento Cultural da ANAVE promoveu, no último dia 25 de novembro, a palestra apresentada pelo químico e administrador de empresas Clayrton Sanchez, sócio-fundador da ABCP — Associação Técnica Brasileira de Celulose e Papel, gerente-comercial da Klabin Fabricadora de Papéis S/A, consultor da Resmapel Conversões e Com. de Papel Ltda., além de ser co-autor do livro "Métodos e Ensaios nas Indústrias de Celulose e Papel" ao lado de Alfred Halward, e sócio da ANAVE.

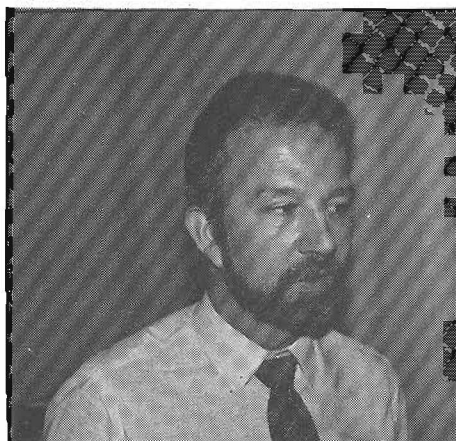
Um dos pontos mais importantes abordados por Clayrton Sanchez é que a fabricação de papel está apoiada no tripé: equipamento técnico adequado, matéria-prima de boa qualidade e profissionais eficientes e capacitados.

Sem estes três fatores é muito difícil conseguir-se a transformação da fibra em papel, ou ainda, fazer exatamente o papel que o comprador necessita. Segundo Clayrton, "não adianta comprar a celulose mais bonita, a melhor matéria-prima, se, por exemplo, a água disponível é ruim, não possui tratamento adequado, ou os cilindros da minha prensa não estão absolutamente retificados. Assim tudo que é utilizado, desde a mão-de-obra até o final da linha, todos os elementos são importantes"

MATÉRIA-PRIMA

Dentro da especificação matéria-prima podemos listar as principais: celulose química, pasta mecânica, aparas, pigmentos (com destaque para o caulim), água, cola de breu, sulfato de alumínio, anilinas, branqueadores óticos, fungicidas, bactericidas, agentes de resistência úmido.

A celulose química é o componente básico para a fabricação do papel e é extraída da madeira, porém, para a fabricação do papel o processo de obtenção da celulose parte do princípio de



que a madeira possui alguns componentes adequados e outros inadequados, assim os inadequados são retirados por um processo de dissolução química, um licor químico vai reagir com as impurezas, eliminando-as até a obtenção da celulose pura.

A celulose assim obtida tem uma cor amarronzada e é utilizada para a fabricação de papéis escuros, o kraft por exemplo. Porém, para alguns tipos de papéis, os de impressão por exemplo, ela passa por um processo de branqueamento, o que essencialmente retira algumas impurezas que dão à celulose a cor escura.

A celulose pode vir basicamente de duas origens principais:

— das coníferas, cujo exemplo brasileiro maior é toda a linha de pinus, que produz madeira macia, são as chamadas fibras longas. Normalmente a celulose de fibra longa, ou celulose de pinho possui até 3 mm de comprimento cada uma.

— das folhudas, são árvores de folhas, cujo exemplo principal é o eucalipto, que é uma madeira assemelhada ao pinheiro mas que produz a chamada fibra curta, com até 1 mm de comprimento cada uma. O mundo deve muito do desenvolvimento do eucalipto como matéria-prima ao Brasil, por esta razão a produção de papéis com 100% de ce-

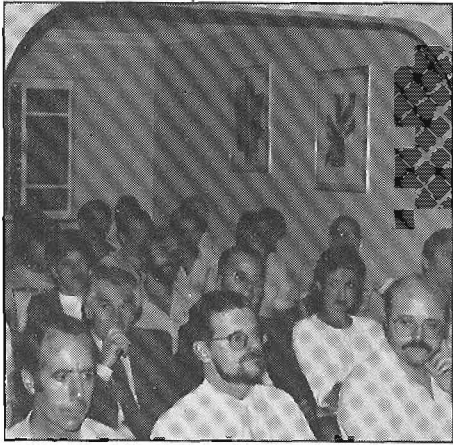
lulose de eucalipto tornou-se uma realidade há muitos anos. Interessante citar que o eucalipto demora a crescer cerca de 25 anos no Canadá, ao passo que no Brasil esse tempo é reduzido para 6 a 7 anos.

Durante sua explanação, Clayrton nos falou que para a obtenção de pasta celulósica são utilizados basicamente dois processos: mecânico e químico.

O produto do processo mecânico chama-se *pasta mecânica*, pasta de madeira, ou simplesmente madeira, cuja característica principal é dar ao fabricante um rendimento muito maior, ajudando a baratear o produto final. É utilizado por exemplo na fabricação do papel jornal, caixa de sapato, forro de cartão duplex, entre outros.

O produto do processo químico chama-se *pasta química*, polpa ou simplesmente celulose, onde o procedimento utilizado é o cozimento da madeira. "Imaginem uma panela de pressão funcionando como um digestor, coloque dentro os cavacos de madeira que devem ser cortados todos do mesmo tamanho e na medida padrão, pois se for maior do que o tamanho padrão, o tempo de cozimento será maior e se for menor, gasta-se mais energia para cortar. Acrescente aos cavacos o licor de cozimento, ou soda cáustica, ou enxofre, ou bisulfito de cálcio (no processo ácido) aqueça-se esta mistura e espere de duas a três horas, isto se estiver sendo utilizado um digestor descontínuo, rotativo ou fixo e trabalhando a uma temperatura de aproximadamente 160° C".

Porém, você pode abreviar este tempo de cozimento e obter a chamada *pasta de alto rendimento*, que é um material com maior rendimento, pois não solubilizou todas as impurezas que deveria ter solubilizado, mas só pode ser utilizado com sucesso em alguns tipos de papéis. Por exemplo, no papel kraft liner eu posso utilizar a pasta de alto rendimento, pois a necessidade promordial é a resistência e não a alvu-



20% de carga para substituir a celulose.

Segundo nosso palestrista, não existe papel sem carga, pois a própria árvore, que se alimenta do solo onde está plantada, normalmente puxa desse solo sais minerais, portanto até o papel feito apenas com celulose pura vai ter até 2% de cinza (ou carga), pois a própria celulose traz esta porcentagem com ela.

Uma matéria-prima que, também vem sendo muito utilizada são as aparas, o Brasil hoje recupera aproximadamente 30 a 35% dos papéis usados, isto acontece por absoluta falta de celulose e por ser uma opção mais barata. Assim, dependendo dos recursos do fabricante, ou do grau de tratamento dado às aparas o produto final será melhor ou pior.

“Existem fábricas que qualquer aparas que chegar vai direto para a máquina, sem nenhum sistema de depuração, permanecendo, portanto, toda e qualquer impureza (ferro, madeira, plástico, areia e etc.). E é desta matéria-prima que encontramos no mercado por exemplo o papel kraft que só de pegar desmancha, parece querer se quebrar todo”, este foi um dos exemplos utilizados por Clayrton durante sua exposição sobre aparas.

PAPÉIS PARA IMPRIMIR E ESCREVER

Quando temos em vista um papel especificamente para ser utilizado em impressão, devemos considerar algumas características como sendo as ideais: economia em preço; uniformidade em espessura, lisura, corpo, etc.; flexibilidade; inexistência de 2 lados (acabamento e cor); superfície livre de problemas (poeira, espuma, resistência a arrancamento); isento de defeitos físicos (rasgos, tela, feltro); boa resistência mecânica (tração dobras); estabilidade dimensional; durabilidade e resistência à fadiga; opacidade suficiente para se evitar de ver através do papel; livre de eletricidade estática; colagem suficiente para permitir impressão com tintas a base de óleo.

Para uma melhor visualização dos diversos papéis de impressão imaginemos uma pirâmide onde no topo está o papel couchê e na base o papel jornal, existindo entre a base e o topo vários degraus: apergaminhado, ilustração, monolúcido, couchê entre tantos outros (vide quadrô).”

Segundo Clayrton “a operação de fazer um couchê se assemelha muito a um pedreiro que acabou de erguer uma parede e deseja pintá-la, se ele colocar

ra. Já, se você precisa produzir papel branco, interromper o processo de cozimento vai prejudicar e muito, pois a celulose sairá até mais escura e o processo de branquear é muito mais dispendioso que o ato de cozer.

Para que haja barateamento também na confecção do papel branco para imprimir e escrever, o que está sendo muito utilizado hoje são as chamadas *cargas minerais*, que vem a ser a adição na massa ou na superfície do papel ainda úmido, de caulim, o que melhora a qualidade do produto final. No Brasil o exemplo maior é a utilização de 15 a



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 ofício 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

uma tinta sobre os tijolos, não ficará muito bonito, mas se antes ele der uma mão de massa grossa, outra de massa fina, lixar e aí sim aplicar a tinta, a parede ficará tinindo; então, o processo de fabricação do couchê é exatamente isto, quanto melhor o suporte que está recebendo a tinta, melhor o produto final."

No Brasil não existe classificação pa-

ra os diversos tipos de couchê, mas no exterior é comum encontrarmos o couchê nível A, B ou C (ou nº 1, 2 e 3). Existindo ainda dentro da classificação couchê um papel chamado LWC (Light Weight Coating), que é um couchê de baixo peso (60 g/m² de peso final) utilizado na confecção de revistas. É um papel feito a base de celulose e pasta mecânica, isto para baratear o

produto final e atender requisitos técnicos.

É muito importante para o fabricante de papel saber para que fim se destina determinada encomenda, pois para cada processo de impressão são utilizados papéis diferentes, por exemplo, o papel que vai ser utilizado para a impressão em folhas na máquina off-set é diferente do papel que vai ser utilizado

Identificação dos papéis

PAPÉIS PARA IMPRESSÃO ACETINADOS:

Papéis que se caracterizam pelo acabamento com brilho em ambas as faces, sem revestimento "couchê", fruto do processamento em supercalandradra. Vide subitens para melhor classificação:

a) ACETINADO DE 1ª:

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, supercalandrado, com baixa carga mineral (até 10%), com ou sem linhas d'água e brilho característico em ambas as faces. Usado normalmente para impressão.

b) ACETINADO DE 2ª:

Papel semelhante ao "Acetinado de 1ª", contendo, porém, aparas ou pasta mecânica. Usado essencialmente para impressão.

c) ACETINADO CORES (B. FINO — A-36):

Papel semelhante ao "Acetinado de 2ª", apresentado em cores características e geralmente com 40 gr/m². Usado para impressão comercial.

d) ILUSTRAÇÃO:

Papel acetinado, fabricado essencialmente com pastas branqueadas, com carga mineral geralmente superior a 10%, resultando em uma absorção de tinta maior que a do "Acetinado de 1ª", supercalandrado. Usado para impressão de revistas e similares, especialmente em rotogravuras.

BÍBLIAS:

Papel fabricado com pasta química branqueada, gramatura máxima de 50 g/m², com alto teor de carga mineral e elevada opacidade. Usado para impressão de bíblias e similares, podendo conter ou não linhas d'água.

BOUFFANT:

a) BOUFFANT DE 1ª:

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, não colado, com alta carga mineral (mais de 10%), bem encorpado e absorvente. Usado para impressão de livros, serviços tipográficos e cópias mimeográ-

ficas, podendo ter ou não linhas d'água.

b) BOUFFANT DE 2ª:

Papel para impressão, semelhante ao "Bouffant de 1ª", porém contendo pasta mecânica.

COUCHÊ:

Papel para impressão, que possui o máximo das qualidades necessárias para a reprodução perfeita de "clichês", resultante do seu revestimento com cargas minerais em uma ou duas faces. Vide subitens para melhor classificação:

a) BASE PARA COUCHÊ:

Papel fabricado para ser revestido em sua superfície com cargas minerais na máquina de revestir.

b) COUCHÊ FORA DE MÁQUINA:

Papel "Base para Couchê" (suporte) revestido com cargas minerais aglutinadas com colas, em uma ou nas duas faces, na máquina de revestir.

c) COUCHÊ DE MÁQUINA:

Papel fabricado e revestido totalmente na própria máquina de papel, em uma ou nas duas faces.

IMPREENSA:

Papel para impressão de jornais e periódicos, fabricado principalmente com pasta mecânica ou mecanoquímica, com 45 a 56 g/m², com ou sem linhas d'água no padrão fiscal, com ou sem colagem superficial.

JORNAL:

Papel para impressão, similar ao "Imprensa", porém, sem limitação de gramatura, alisado ou monolúcido. Usado para impressos comerciais, blocos de rascunho, etc.

MIMEÓGRAFO — (Excluído, classificar em "Bouffant"):

MONOLÚCIDO:

Papel caracterizado pelo brilho em uma das suas faces, obtido em máquinas dotadas de cilindro monolúcido. Vide subitens para melhor classificação:

a) MONOLÚCIDO DE 1ª:

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, com bri-

lho em uma das faces. Usado para rótulos, cartazes, sacolas, embalagens e papéis fantasia.

b) MONOLÚCIDO DE 2ª:

Papel semelhante ao "Monolúcido de 1ª", porém contendo pasta mecânica ou aparas.

OFFSET:

Papel para impressão, fabricado essencialmente com pasta química branqueada com elevada resistência da superfície. Usado geralmente para impressão em "Offset".

PAPÉIS PARA ESCREVER:

APERGAMINHADO:

a) APERGAMINHADO COM MARCA (BOND COM MARCA):

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, com marca d'água, alisado, colado e com boa opacidade. Usado geralmente para correspondência.

b) APERGAMINHADO (BOND):

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, alisado, colado e com boa opacidade. Usado para correspondência em geral, formulários, impressos, cadernos escolares e envelopes.

c) SUPER BOND (BOND CORES):

Papel semelhante ao Apergaminhado, porém, em cores. Usado para os mesmos fins que aquele.

CORRESPONDÊNCIA AÉREA:

Papel fabricado com pasta química branqueada, com gramatura de 35 a 40 g/m², de elevada opacidade, com ou sem marca d'água. Usado essencialmente em correspondência aérea.

2ªs VIAS (FLOR POST):

Papel fabricado essencialmente com pasta química branqueada, geralmente com gramatura até 32 g/m², branco ou em cores. Usado geralmente para segundas-vias em correspondência ou formulários impressos.

(na próxima edição continuaremos a publicar a identificação dos papéis, abrangendo: papéis para embalagens, fins sanitários, cartões e cartolinas, papelão e especiais).

para a impressão off-set em bobinas.

Com relação à impressão, podemos dizer que os papéis para imprimir e escrever podem ser impressos pelos seguintes processos: off-set, rotogravura e flexografia.

Para a impressão em rotogravura, os papéis têm que ter uma maciez excelente e não precisam ter colagem tão forte quanto no papel utilizado em impressão off-set.

Já o processo flexográfico é uma evolução do processo tipográfico, só que na tipografia a matriz é de chumbo e na flexografia a matriz é de um material flexível (borracha ou qualquer outro produto sintético). Este processo, por ser um dos mais baratos tem-se desenvolvido bastante e em nossa opinião tem um futuro bastante promissor.

PAPÉL PARA EMBALAGEM

O papel para embalagem necessita de boa resistência ao estouro, ao rasgo, ao empilhamento e boa tração.

São papéis que representam por volta de 50% da produção brasileira, sendo composto por três produtos fundamentais: o papel kraft, responsável pela linha de embalagem para confecção de sacos, a linha de miolo e a linha li-

ner, onde nestes dois últimos segmentos o Brasil é um grande exportador.

PAPÉIS SANITÁRIOS

O Brasil gasta hoje, perto de 1 kg por pessoa/ano de papéis sanitários. Está é o grande mercado em potencial do Brasil (lenço de papel, guardanapo, fraldas descartáveis, absorventes feminino, toalhas de papel, entre tantos outros).

São papéis fundamentalmente macios, com boa absorção, certa resistência mecânica e em alguns casos tem que ter resistência a úmido, como por exemplo o guardanapo e o lenço de papel.

Os papéis sanitários são feitos em máquinas chamadas "Yankes", cuja a característica fundamental é que possui apenas um cilindro secador, são em geral máquinas pequenas e que já produzem o papel crepado.

CARTÕES

Para se distinguir o que é papel do que é cartão, existem duas linhas de classificação: a primeira é a que considera a gramatura, todo produto de 200 a 450 g/m² é chamado cartão, acima disto é o papelão e abaixo o papel. A

outra classificação associa o nome à espessura, essa é a utilizada pelos americanos.

PAPÉIS ESPECIAIS

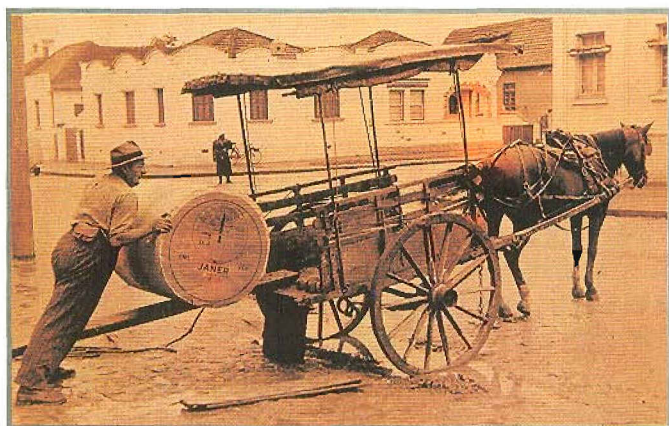
Dentre os papéis especiais podemos destacar o papel para embalar sabonete, pois este produto não pode ser embalado em papel comum, porque é um produto graxo que tem tendência a desenvolver fungos e bactérias e fica manchado em contato com o ferro, o que não é agradável à vista. Portanto, o papel para sabonete deve ter o teor de ferro limitado e em sua fórmula deve constar um bactericida, para prevenir a entrada de fungos e bactérias.

Ainda dentro desta linha merece ser destacado o papel filtro, (de café, por exemplo), pois é um papel utilizado na alimentação, não podendo ter nenhum material químico que reaja a temperatura de 100°C, sendo portanto utilizadas matérias-primas puras e nenhum aditivo que possa ser solubilizado quando da sua utilização.

Em síntese foram estas as considerações apresentadas por Clayrton Sanchez, que ministrou sua palestra para um público significativo, o qual elegeu o palestrista pela brilhante explanação. ●

Companhia T. Janér.

Quem compra papel, conhece esse nome.



Papel para imprensa,
editoras e
consumo gráfico.

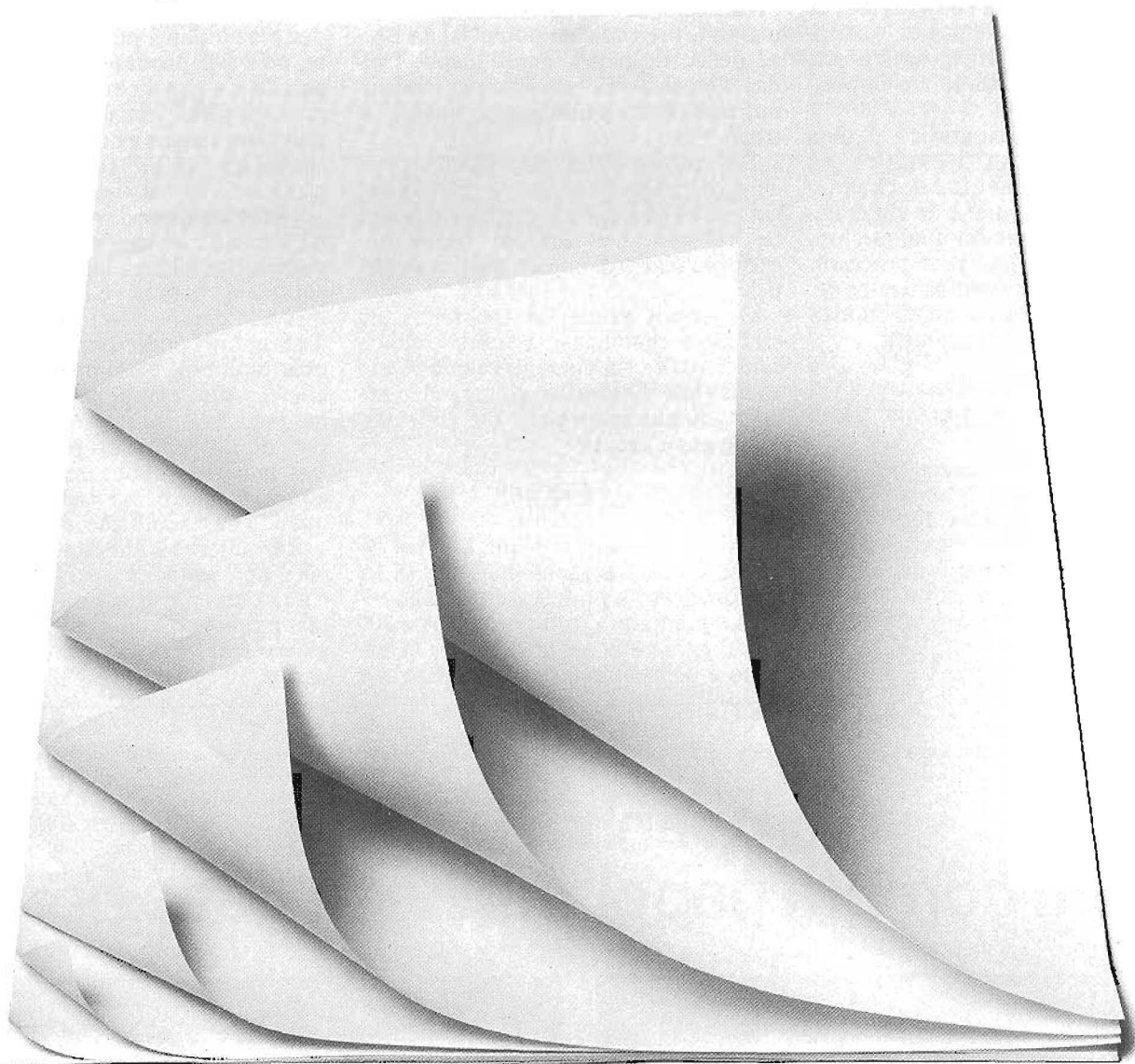


Cia T. Janér Com. Ind.
Avenida Henry Ford, 811
Caixa Postal 3593
Telex 011 22945- S. Paulo



273-6011

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

Neste artigo o autor recomenda: "Se você é vendedor, e não apenas está vendedor, cuide da imagem desta maravilhosa profissão."

Você é ou está vendedor?

A profissão de vendedor não tem, lamentavelmente, o reconhecimento social que merece e que, a nosso ver, precisa e tem o direito de adquirir. Isto é tão evidente que incomoda muito àqueles que se dedicam a esta maravilhosa profissão.

Se você não acredita, faça um pequeno teste. Pergunte a uma criança que seja filho de médico ou engenheiro ou comandante de avião, ou outra profissão: "O que o seu pai faz?" ela responderá orgulhosamente: "meu pai é médico, ou advogado, ou..." Faça a mesma pergunta a um filho de vendedor e veja se ele responde com o mesmo orgulho.

Por que isto ocorre? Por que esta importantíssima profissão, tão velha quanto o mundo, não tem o mesmo status das outras?

Qual empresa pode prescindir deste profissional? Há alguma atividade que se mantenha, sobreviva ou progrida, sem vendedor? Entretanto, há centenas ou milhares de empresas que não valorizam correta e adequadamente este indispensável profissional.

É quem teve oportunidade de exercer, ou de assistir o trabalho de vender, sabe o quanto é difícil e trabalhosa esta atividade; não é para qualquer um, pois exige muita dedicação e esforço.

É muito importante e interessante registrar, também, que nas empresas onde os vendedores têm espaço para progredir hierarquicamente, há mais negócios e progresso. Então por que não se supera este preconceito?

Entre outras causas, há o que em psicologia se conhece como projeção. Explico: ao vendedor cabe a função de realizar negócios através da oferta dos seus produtos ou serviços. Ao entrevistado cabe aceitar ou não o que lhe está sendo oferecido. O que ocorre é que, depois de comprar, algumas vezes, o entrevistado arrepende-se e como não pode dizer para si mesmo que cometeu um erro, diz que foi induzido ou enganado; isto é, projeta no vendedor a cul-

pa do que ocorreu. E contra isto nós vendedores nada, ou muito pouco, podemos fazer, pois simplesmente estávamos exercendo a nossa função.

Este é "um lado" da questão muito praticado e pouco reconhecido. E aí vai a imagem do profissional "pro beluléu". Na realidade isto é muito mais comum do que nos damos conta. O que não quer dizer que não haja também maus e desonestos vendedores; mas também há maus médicos, advogados, padres etc., e nem por isso estes deixam de ter mais prestígio do que nós vendedores.

Outro "lado" a ser registrado é que, lamentavelmente, muitas pessoas não praticam esta profissão com o zelo e o respeito que ela merece, fazendo dela apenas um meio de ganhar dinheiro. Ora, nós sabemos que todos, em todas as profissões, trabalham para obter o devido retorno, mas em vendas há algo muito mais importante e dignificante do que o dinheiro: há a realização pessoal; o sentimento, ou sensação do "eu sou capaz", que é representado pelo pedido, fruto único e exclusivo, muitas vezes, da pertinácia e do talento do profissional.

Acreditamos, entretanto, que o mal maior desta questão está mesmo nos próprios vendedores. É uma pena dizer e afirmar isto, mas é o que podemos constatar no nosso dia-a-dia.

O próprio vendedor não valoriza a sua profissão, e aí está um interessante paradoxo: tão capaz de realizar negócios e, no entanto, não tão capaz de valorizar o seu próprio, a sua profissão.

Infelizmente é raro encontrarmos profissionais de vendas que digam com "o peito cheio de orgulho": "Sou vendedor". Parece que não sentem orgulho pelo que fazem e são exatamente estes que tão vaidosamente defendem os produtos que vendem, "enchendo o peito" para falar deles aos clientes e amigos.

Tente falar mal do produto do vendedor e verá que ele "vira bicho", mas

se você falar mal do vendedor, verá que ele mesmo contará casos que corroboram a sua opinião.

Quer dizer: somos nós mesmos vendedores que não temos o devido zelo e respeito pela nossa profissão, da qual, aliás, deveríamos nos orgulhar muito.

A situação é tão "sem sentido" que as próprias empresas procuram outras formas e palavras para usar "vendedor" nos seus cartões de apresentação. Então temos: representante, corretor, propagandista, contato, relações públicas, etc.

Se fazemos desta atividade a nossa profissão, o nosso "ganha-pão", a nossa realização pessoal, por que não dizê-lo orgulhosamente?

É preciso que alguém ou alguns tenham a consciência da importância que representamos para todo e qualquer esquema de negócio. Não há sobrevivência sem vendedor. Não adianta ter apenas um bom produto ou uma boa campanha publicitária. Se não houver alguém que vá lá enfrentar as "feras" no mercado, os negócios não acontecem, ou não acontecem com a rapidez e a qualidade que nós (e só nós) somos capazes de fazer.

Então, por que este "cuidado" em se dizer vendedor? Por que não começarmos agora a valorizar para nós mesmos, em primeiro lugar, e depois para os nossos amigos e familiares, para os colegas e clientes, a nossa honrosa profissão?

Se você tem absoluta consciência e autocrítica de que faz de vendas a sua profissão; se você sabe que durante toda a sua vida a praticará; se você só se sente bem vendendo. Enfim: se você é vendedor, e não apenas está vendedor, cuide da imagem desta maravilhosa profissão. Valorize-a, dando a si mesmo o status e o valor que você tem. ●

Colaboração de nossa associada Silvana A. Pereira, da Ind. Matarazzo de Papéis S/A, extraída do jornal "O Estado de São Paulo", do dia 28/8/87, assinada pelo gerente de desenvolvimento da Oesp Gráfica — Eduardo Ferreira Botelho.

A ABCP realizou, de 16 a 20 de novembro,
em São Paulo,
o 20º Congresso Anual de Celulose e Papel.

As inovações tecnológicas



Mesa de honra no momento em que era executado o Hino Nacional.

Com o propósito de analisar e discutir as principais inovações tecnológicas observadas no setor nas áreas de fabricação de celulose, matérias-primas, papel, acabamento, energia, meio-ambiente, recursos humanos e outras, a ABCP — Associação Técnica Brasileira de Celulose e

Papel, realizou, de 16 a 20 de novembro, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo, o 20º Congresso Anual de Celulose e Papel.

O evento teve a participação de aproximadamente 1.500 profissionais e desenvolveu um programa técnico bastante amplo, envolvendo a apresenta-

ção de 110 trabalhos relacionados a fabricação de celulose, papel, tratamento de água e efluentes, pastas de alto rendimento, energia, etc.

Como parte da programação, foi realizado um Painel de Debates sobre Recursos Humanos, no qual diversos temas, dentre eles, "A formação de mão-de-obra básica na indústria de celulose e papel", e "O papel do supervisor de produção na prevenção de acidentes", foram apresentados, analisados e discutidos.

Paralelamente ao 20º Congresso, no Hall externo do Palácio das Convenções, foi realizada a 20ª EXPO'ABCP, que contou com a participação de 56 expositores de diversos segmentos industriais, apresentando seus mais recentes lançamentos para o setor de celulose e papel.

SOLENIDADE DE ABERTURA

A Solenidade de Abertura do 20º Congresso Anual de Celulose e Papel foi realizada em 16 de novembro, com a presença de numeroso público, inclusive autoridades do governo e representantes de entidades de outros países.

Após a execução do Hino Nacional Brasileiro, Gastão Campanaro, presidente da ABCP, dirigiu uma mensagem ao público, na qual destacou a importância de "uma ação decisiva na área tecnológica" e do congresso, que segundo ele, "é a continuidade de uma iniciativa que teve origem há 20 anos".

O convidado de honra do evento, Airton Soares, representante do ministro da ciência e tecnologia industrial do Ministério da Indústria e Comércio, falou sobre o momento econômico que vivemos e destacou a participação do setor de celulose e papel no desenvolvimento da nação. Finalizando, deu por aberto o Congresso e convidou a todos para a inauguração da 20ª EXPO'ABCP.

Fizeram parte da mesa de honra nesta solenidade as seguintes autoridades:



ESTRELA
ETIQUETAS ADESIVAS LTDA.

A ETIQUETA da sua EMPRESA é a
mais importante para a NOSSA, por isso
deixe-nos cuidar dela.

Rua Reliquia, 497 e 505 - Fone: 266-4610 - CEP 02517 - SP

Horácio Cherkassky presidente da ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose; Airtton Soares, representante do Ministro da Ciência e Tecnologia Industrial; José Tiacci Kirsten, secretário da Indústria e Comércio do Estado de São Paulo; Jamil Nicolau Aun, presidente do Sindicato da Indústria do Papel e Celulose no Estado de São Paulo; João Bignardi Netto, representando a APFPC — Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose; Armando Lorenzon, representante da ATIPCA — Asociación de Tecnicos de la Industria Papelera y Celulosica Argentina; Gastão Campanaro, presidente da ABCP; Oswaldo Croso, diretor de Congresso da ABCP e Maurício Luiz Zacher, diretor do 2º Congresso Brasileiro de Controle de Qualidade.



A abertura da 20ª EXPO'ABCP foi seguida de um coquetel.

2º CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTROLE DE QUALIDADE

No âmbito do 20º Congresso, foi também realizado o 2º Congresso Brasileiro de Controle de Qualidade, com o objetivo de divulgar os esforços que têm sido feitos no país no tocante à melhoria da qualidade e da produtividade.

Diversos temas foram analisados no

contexto deste congresso, dentre eles: "O Movimento Brasileiro para o Melhoramento da Qualidade", "A Simplicidade como Meio de Desenvolvimento", "Qualidade Aplicada nas Áreas de Administração e Serviços Administrativos" e "Confiabilidade Metrológica nos Laboratórios do CTA — Centro Tecnológico Aeroespacial".

"A Semana do Papel", como foi de-

nominado o período em que estes eventos foram desenvolvidos, deixou mais uma vez patente, que o setor de celulose e papel já figura como 11º fabricante de papel e 8º de celulose no cenário mundial, tendo potencial para crescer ainda mais, com investimentos em tecnologia visando aumento da produção, aperfeiçoamento da qualidade e da mão-de-obra. ●

UMA EMPRESA QUE FAZ O SEU PAPEL.



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.

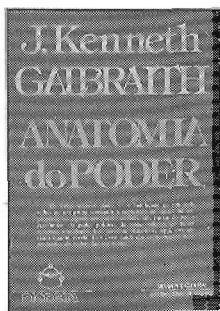
Consulte-nos pelos telefones ou peça um representante.



SANTA LÚCIA COMÉRCIO E BENEFICIAMENTO DE PAPÉIS LTDA.

01534 - Rua Muniz de Souza, 124

Tels.: (011) 279.8242 - 279.4091 - São Paulo - SP



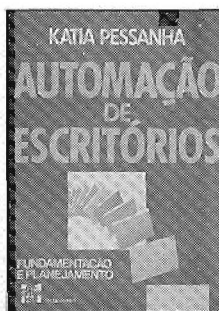
Anatomia do Poder
 Autor: J. Kenneth Galbraith
 Tradutor: Hilário Torloni
 Livraria Pioneira Editora, 1984

Poder, um dos temas preferidos pelo professor John Kenneth Galbraith, é o assunto que ilustra esta importante obra, fruto de longas experiências e estudos.

O autor aborda as fontes e a dialética do poder; o relacionamento do poder com o capitalismo; o poder militar, da religião e da imprensa, entre outros aspectos.

Um dos pontos mais interessantes analisado é a ilusão do poder, que tende a existir em políticos e outros

Galbraith é professor emérito de economia na Universidade de Harvard, ex-presidente da Associação Econômica Norte-Americana, ex-embaixador na Índia e assessor do presidente Kennedy.



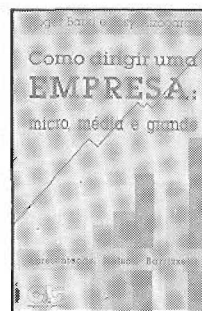
Automação de Escritórios — Fundamentação e Planejamento
 Autor: Katia Pessanha
 Editora McGraw-Hill, 1987

Katia Pessanha é consultora, pós-graduada em Análise de Sistemas e especializada em Automação de Escritórios.

Desde 1984 ministra seminários e cursos na Compucenter, escreve artigos sobre o tema e apresenta palestras em eventos de informática.

Com um texto claro e objetivo para profissionais, empresários e gerentes que queiram saber, aprender e tomar ciência do que é uma Automação de Escritório, Katia mostra as vantagens, fundamentação e planejamento para a implantação deste processo.

Ao final do texto, você estará apto a entender o que é Automação de Escritório e poderá seguramente tomar decisões quanto à sua implantação.



Como Dirigir uma Empresa: Micro, Média e Grande
 Autores: Roger Barki e Josy Alzogaray
 Editora Espaço e Tempo, 1987

Uma viagem agradável e elucidativa ao complexo mundo das empresas é o que Roger Barki e Josy Alzogaray proporcionam com seu livro "Como dirigir uma empresa: micro, média e grande".

A leitura das experiências vividas pelos autores permite uma visão realista dos problemas enfrentados no dia-a-dia das empresas e mostra, com clareza, os caminhos adequados que podem conduzir a um desfecho não só viável, mas exequível do ponto de vista empresarial.

É uma obra de fácil e proveitosa leitura tanto para empresários e dirigentes como para aqueles que se iniciam no aprendizado da delicada arte de administrar empresas e pessoas.

CÓPIAS QUE PARECEM ORIGINAIS

INDÚSTRIAS  DE PAPÉIS CARBONO LTDA.

RUA VIÚVA CLÁUDIO, 394 — PBX (021) — 201-1622
 END. TELEG "GUIWAT" — CX POSTAL 21223 — RIO DE JANEIRO — RJ

**PAPÉIS CARBONO PARA ESCRITA:
 À MÁQUINA, À MÃO E ONE TIME
 PAPEL AUTO COPIANTE SELF COPY
 TINTAS PARA: CARIMBO,
 FITA DE MÁQUINA E MIMEÓGRAFO.**



Muitas vezes, o repicar dos sinos do Natal lamentavelmente limita-se ao tilintar das máquinas registradoras.

A direção desta empresa entende que o Natal não é o faturamento que cresce no mês de dezembro, mas um estado de espírito que desperta a paz todos os dias. É esse Natal que desejamos para todos os nossos clientes, fornecedores e amigos.

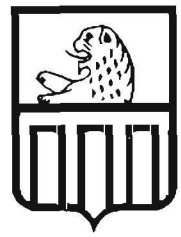
REPRESENTANTES EM TODAS AS CAPITALS DO PAÍS

PAPÉIS ESPECIAIS?

EXIJA

*Através de processos que se iniciam na obtenção da melhor matéria-prima, aperfeiçoamentos técnicos e na constante pesquisa e desenvolvimento de papéis especiais para as mais diversas aplicações, a De Zorzi assegura aos seus produtos um padrão de qualidade que vem conquistando os mercados mais exigentes: aqui e lá fora.
Exija também a qualidade De Zorzi em papéis especiais.
Sem dúvida.*

QUALIDADE DE ZORZI.



Cia. De Zorzi de Papéis

*Esc.: Rua Luiz Gama, 803 - Cambuci - Fone (011) 279-7822 - Tlx.: (011) 21218 - 01519 - São Paulo - SP
Fáb.: Fazenda Coruputuba - Fone (0122) 42-2122 - Tlx.: (0122) 353 CDZP - 12400 - Pindamonhangaba - SP*

1988 — Vamos acreditar!

1987 termina deixando marcas profundas da incerteza. As oscilações foram constantes.

Em todos os segmentos do mercado, os bons negócios foram tão acirradamente disputados que, algumas vezes, o ganhador enfim constatava que o negócio não teria sido tão bom.

Os mais antigos do setor, os quais já atravessaram crises semelhantes a que superamos, utilizaram-se de toda a experiência para estimular os mais novos e confirmar que, se for oferecida uma boa assistência ao cliente, em épocas de escassez de papel, será mais fácil superar um mercado de maior oferta.

Trabalhamos em um setor forte, com profissionais competentes. Um setor que apresentou um baixíssimo índice de concordatas e falências, apesar de tantas dificuldades proporcionadas, principalmente, por uma política econômica sem rumo definido.

O profissional de vendas foi diariamente desafiado e cobrado, deixando de ser um tirador de pedidos, como era taxado em 1986, para tornar-se o principal elemento da empresa. De acordo com as informações que ele colheu no mercado, os dirigentes decidiram estratégias a serem aplicadas.

Já no início do segundo semestre de 1987, surgiam as dúvidas para 1988:

O que teremos pela frente? Ninguém se arriscava a opinar sobre a situação, na época, tão distante, já que era quase impossível prever o que aconteceria no dia seguinte.

Felizmente, 1988 abre novas e positivas perspectivas

para o setor. As exportações de papel estão crescendo de forma acentuada, tanto para fabricantes, como para alguns setores de artefatos; a probabilidade de eleições em 1988, gerais ou não, deverá aquecer sensivelmente o mercado interno; a definição da Constituinte, que deverá ocorrer entre os meses de março/abril, trará a retomada dos investimentos por parte das empresas. Somado a estes fatores, o crescimento vegetativo natural e a certeza de que o pior já passou, deverão tornar nosso mercado equilibrado a níveis de oferta e demanda.

Alguns "leilões" de preços que registramos em 1987 deverão dar lugar, novamente, a orçamentos sérios e cuidadosos, baseados em reposição, reinvestimentos e outros tantos itens que devem ser levados em conta.

Anseio que a política de preços do governo defina-se como a de um país que deve aprender a conviver com uma inflação real e estável.

Existe a conscientização do empresário de que o salário está diretamente ligado ao poder de compra e, conseqüentemente, ao consumo.

Desta forma, as negociações salariais têm se tornado mais flexíveis e coerentes por parte das empresas.

Acredito que em 1988 teremos maiores condições de trabalhar com planejamento estratégico. A ampliação na linha de produtos poderá fortalecer a atuação das empresas no mercado.

Amigos, o ano que passou, serve como garantia de que, o ano que se inicia será melhor. Vamos, então, trabalhar para que este melhor, torne-se excelente.

Marcos Salerno (Indústrias de Papel Simão S/A)

**CORTE CERTO
NA MEDIDA CERTA**

CORTE EM GERAL
RESMAS E BOBINAS
PAPEL INDUSTRIAL, COMERCIAL E GRÁFICO

DAKORT

PAPÉIS INDUSTRIAIS LTDA.
R. Lord Cockrane, 1263
Ipiranga — CEP 04213
Tels.: (011) 273-4680 — 63-2891
São Paulo

"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.

ICE CARD RIPASA: DÁ ATÉ ÁGUA NA BOCA, MAS NÃO MOLHA NUNCA.



O melhor teste para o Ice Card Ripasa está nos supermercados; há dois anos alguns dos maiores produtores de alimentos congelados do Brasil usam o Ice Card que a Ripasa fabrica, e estão muitíssimos satisfeitos.

O Ice Card Ripasa, na versão Triplex, foi o 1.º cartão para supercongelados fabricado no País e fez tanto sucesso que mais dois produtos da linha Ice Card foram desenvolvidos pela Ripasa: o Ice Card Cristal e o novo lançamento, exclusivo da Ripasa, o Ice Card Kot de fundo escuro.

Em todos você encontra as qualidades mais procuradas em embalagens de supercongelados: flexibilidade, fácil vincagem, ótima impressão e extraordinária resistência à umidade, além da economia.

É por isso que os Ice Cards Ripasa facilitam a vida do gráfico convertido, do fabricante de congelados e dão até água na boca do consumidor.

Como você vê, são razões de sobra para tanto sucesso.

Então, exija sempre os Ice Cards Ripasa em suas embalagens e dê mais

um grande motivo para o consumidor preferir seu produto.

RIPASA

Ripasa S.A. Celulose e Papel
Cia. Santista de Papel
Limeira S.A. Ind. de Papel e Cartolina
Rilisa Trading S.A.
Largo São Bento, 64, 3.º a 7.º andares
Cep 01029, Telex: (011) 31177.
Tel.: (011) 228 5544 - São Paulo.