

anave

ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DOS PROFISSIONAIS
DE VENDA EM CELULOSE,
PAPEL E DERIVADOS.

Ano 14

nº 56



Destaque
do Ano
Anave

MAX HEINZ GUNTHER SCHRAPPE
*Presidente da ABIGRAF Nacional
e do SINDIGRAF*

ANTONIO ERMÍRIO DE MORAES
Superintendente do Grupo Votorantim

VIP

VERY IMPORTANT PAPER

É para atender as exigências de pessoas muito especiais e sensíveis, que buscam a perfeição em tudo que fazem, que a Maluhy distribui sua linha de papéis importados.

Papéis que valorizam o trabalho do artista. Perfeitamente adequados para todas as técnicas úmidas ou secas, como aquarela, guache, acrílico, lavis, nankim, lápis, carvão e crayon.

Papéis Importados Maluhy. Somente para Very Important Persons.



WALDOMIRO MALUHY & CIA.
COMÉRCIO DE PAPEIS

Rua do Gasômetro, 931 03004 - São Paulo - SP
Tel.: (011) 292-6977 - DDG (011) 800-2000
Telex: 1163329 WMEC BR

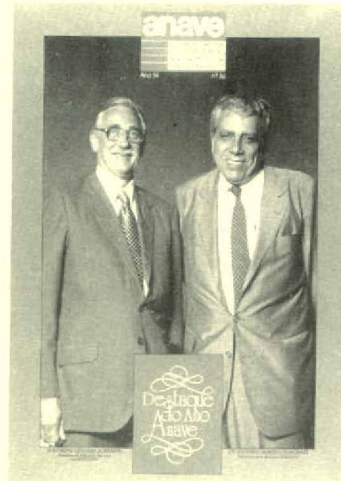
Associados Patrocinadores

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.
 Comercial N. Sra. do Libano Ltda.
 Comercial de Papéis Rio Bonito Ltda.
 Comércio de Papéis 25 de Março 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.
 Fornecedora de Papel Forpal S/A
 Gráfica Linel Ltda.
 Gretisa S/A Fábrica de Papel
 Hobrás Indústria de Papéis Ltda.
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.
 Ind. de 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.
 Macropel Com. Papéis Ltda.
 Madeireira Miguel Forte S/A
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.
 Metrópole Comércio de Papéis Ltda.
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.
 Papel e Celulose Catarinense S/A
 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.
 SPP Nemo S/A Comercial Exportadora
 Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica
 Waldomiro Maluhy & Cia.
 Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

anave

ASSOCIAÇÃO NACIONAL
 DOS PROFISSIONAIS
 DE VENDA EM CELULOSE,
 PAPEL E DERIVADOS.

Ano 14 Nº 56 Fevereiro/Março 1989



Grafite Propaganda e Publicidade Ltda.

NOSSA CAPA

O Prêmio Destaque do Ano foi criado pela ANAVE em 1987, para ser concedido anualmente a empresas e personalidades que destacaram-se colaborando para o fortalecimento e desenvolvimento do setor de celulose e papel, bem como de toda a Nação.

Nada melhor para ilustrar a capa desta edição, na qual apresentamos os Destaques de 1988, do que os escolhidos na Categoria Personalidade do Ano: empresário Antonio Ermírio de Moraes e Max Heinz Gunther Schrappe, presidente do Sindigraf/Abigraf.

ÍNDICE

Associados Colaboradores

ABC — Abril Listas Telefônicas S/A
 All Coating's Ind. Com. Revestimentos S/A
 ANAP — Assoc. Nac. dos Aparistas de Papel
 Asahi Indústria de Papelão Ondulado Ltda.
 Brasilcote Indústria de Papéis Ltda.
 Celulose Cambará S/A
 Fisfer Indústrias Gráficas Ltda.
 Ibema — Cia. Brasileira de Papel
 Ind. de Artefatos de Papel Imperial Ltda.
 Ipanema Produtos de Papel Ltda.
 Leone Consultoria Industrial Ltda.
 Marideni Emb. e Artes Gráficas Ltda.
 Papéis Pama Indústria e Comércio Ltda.
 Papéis Paraná Ltda.
 Regispel Ind. Com. de Bobinas Ltda.
 Santa Lúcia Com. Benef. de Papéis Ltda.
 São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.
 Trombini Embalagens S/A

Gente	4
Empresas e Negócios	6
Eventos	6
Editorial	8
Prêmio Destaque do Ano — 1988	12
Categoria Personalidade do Ano (extra setor)	14
Categoria Personalidade do Ano (setor)	18
Categoria Empresa do Ano	20
Categoria Vendedor do Ano	24
Categoria Anúncio do Ano	26
Quem é Quem	27
A Festa de Premiação	28
Relevo Araujo: Uma Gráfica Diferente	34
A Importância da Comunicação Empresarial	36
Livros	37
Ponto de Vista	38

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; manilhinha;
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)

GENTE

**MURILO PASSOS
INDICADO PARA
PRESIDIR A CENIBRA**

Murilo Cesar Lemos dos Santos Passos, funcionário de carreira da CVRD — Cia Vale do Rio Doce, assumiu em fevereiro a presidência da Florestas Rio Doce S/A, tendo sido indicado também para presidir a Cenibra — Celulose Nipo Brasileira S/A, cargo antes ocupado por Ricardo Figueiredo. Ele deixou a diretoria da Madeira e Celulose da Companhia, face a redução do número de diretores em todas as estatais e sociedades de economia mista, determinada pelo decreto 97.460, de 13/01/89. Ao ser empossado como presidente da Florestas Rio Doce ele deixou claro o propósito de dar prosseguimento ao projeto de modernização da CVRD.

Junto com Murilo Passos foram empossados os diretores Jesus Trindade Barreto, de patrimônio e comercial e Marcos Wellington de Castro Tito, de Finanças e Controle. O ex-presidente da empresa, Carlos Eugênio Thibau, foi eleito membro do Conselho de Administração.

**ASSUME O
PRESIDENTE DA
INPACEL**

A Inpacel, indústria que o Grupo Bamerindus está construindo em Arapoti, no Paraná, destinada à produção de celulose e papel, será presidida por José Carlos Gomes de Carvalho. O ex-presidente da Associação Brasileira de Revendedores de Veículos (Abrave) e ex-secretário da Indústria e Comércio do Paraná, foi escolhido pela direção do Conglomerado Bamerindus e já tomou posse.

Na fábrica de Arapoti, com inauguração prevista para 1990, o Bamerindus está realizando um investimento global de US\$ 250 milhões, com recursos próprios, o maior já feito de uma só vez no Paraná.

**RIPASA CRIA
NOVAS DIRETORIAS**

A Ripasa S/A Celulose e Papel realizou, em fevereiro, uma reestruturação a nível de diretoria, visando maior agilidade para enfrentar o futuro. As mudanças estão concentradas principalmente na área comercial e de marke-



Walter Derani, diretor comercial da Ripasa, fala sobre a reestruturação na diretoria da empresa.

ting, lideradas por Walter Zarzur Derani. Foram criadas a Diretoria de Comércio Exterior e Vendas e a Diretoria Adjunta de Marketing.

A Diretoria de Comércio Exterior e Vendas, que atende tanto o mercado interno quanto externo, tem à frente Carlos Augusto Carneiro Jardim, anteriormente diretor da Rilisa Trading, empresa que implementa as exportações do Conglomerado Ripasa.

A Diretoria Adjunta de Marketing centraliza a estratégia e a política mercadológica. Para responder por ela, foi contratado Manoel Henrique Golegá Plácido, que nos últimos 15 anos desenvolveu atividades de planejamento mercadológico em empresas como a Rhodia S/A e Cia. Belgo Mineira.

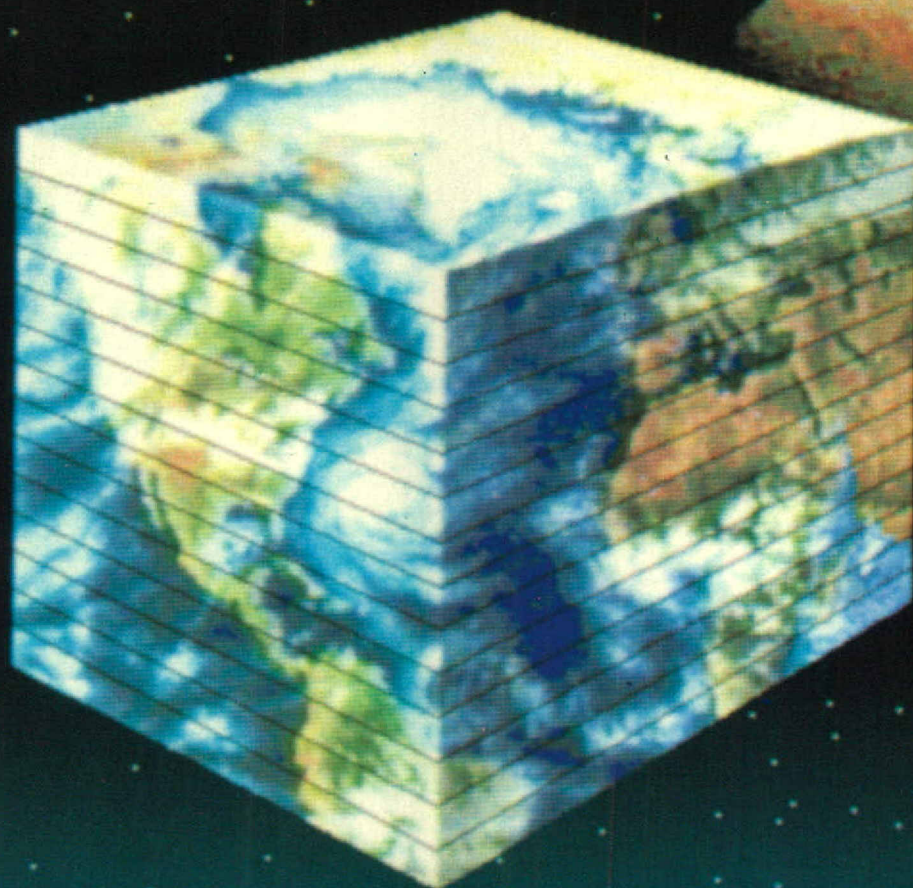
Walter Derani afirmou que com estas mudanças a Ripasa prepara-se para uma nova era que começa a emergir no Brasil. “Estamos antevendo novos tempos para a Nação, para nosso setor e para a empresa — disse ele — queremos nos antecipar, criando uma nova estrutura, mais ágil e mais atuante”.

**SANTA THEREZINHA
CONTRATA NOVO
GERENTE DE VENDAS**

Procurando manter o atendimento dos clientes do mercado de papéis especiais, a Santa Therezinha S/A, com a aposentadoria de Arlindo Lucchesi, contratou, para gerente nacional de vendas, o químico Clayrton Sanchez, profundo conhecedor do mercado, com muitos anos de experiência no ramo.

A meta de Clayrton Sanchez é atender cada vez melhor as necessidades específicas dos clientes de papéis especiais da Santa Therezinha S/A, desenvolvendo, inclusive, novos produtos. ●

A Champion faz
um mundo de papel
para todo o mundo.



CHAMPION-BRASIL



EVENTOS

SABIN ESPERA AUXÍLIO DO SETOR DE PAPEL E CELULOSE

A Sabin — Sociedade dos Amigos da Biblioteca Nacional — para atingir seu objetivo de apoiar a biblioteca na consecução de sua missão maior — a preservação da memória impressa no País e da humanidade — contou em 1987 e 1988 com o apoio de grandes indústrias de papel e celulose. Dentre elas, a Cia. Industrial de Papel Pirahy, Indústria de Papel e Celulose de Salto, Indústrias de Papel Simão S/A e SPP NEMO Comercial e Exportadora, cuja contribuição chegou a mais de duas toneladas de papéis especiais destinados às áreas de conservação, preservação e restauração.

Mas a Biblioteca Nacional, oitava biblioteca do mundo segundo a Unesco, ainda precisa muito mais. Por isso, a Sabin espera, em 1989, continuar a receber o auxílio das indústrias de papel e celulose. Entre em contato com ela. Sociedade de Amigos da Biblioteca Nacional — Av. Rio Branco, 219 — CEP 20042 — Rio de Janeiro — RJ. Telefones: (021) 220-3689 e 240-9229. Telex: 2122941BNRJ — BR.

CONGRESSO DISCUTE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA GRÁFICA MUNDIAL

O Rio de Janeiro será a sede, de 6 a 10 de maio próximo, do 4º World Print Congress. O evento, considerado o mais importante do setor, vem se consagrando mundialmente, como uma excelente oportunidade para o intercâmbio de idéias entre os profissionais gráficos. Além de destacar-se como o lugar ideal para a aquisição de informações atualizadas sobre os avanços tecnológicos da indústria gráfica.

O 4º WPC organizado pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica e sob a orientação do Comitê Internacio-

nal, contará com mais de 1000 participantes. De acordo com Peri Bomeisel, presidente do Comitê Nacional, a importância do Congresso está na oportunidade que o empresariado do setor terá de conhecer os outros mercados, o que, segundo ele, possibilitará o fornecimento de subsídios para futuras tomadas de posição.

Já, Roy Takaham Ariga, presidente da Divisão Internacional e representante da Federação Japonesa da Indústria de Impressão, acredita que o evento estimulará o intercâmbio de idéias entre as nações em desenvolvimento. Para ele, o Congresso será o gerador de tendências tecnológicas no campo das artes gráficas e no desenvolvimento dos recursos humanos deste segmento, “porque a área gráfica, apesar da automação crescente, ainda é um setor carente de mão-de-obra”. Ariga acredita que o painel sobre administração versus força de trabalho será o ponto alto do evento.

O presidente da Abigraf Nacional, Max Schrappe, alertou sobre a atual situação do reflorestamento no Brasil: “O país é hoje uma fonte mundial de papel, celulose e cartão”. Para exemplificar, ele citou a Austrália, onde o período entre o plantio e o corte do eucalipto é de oito anos. No Brasil, esse processo é realizado em apenas quatro anos, devido ao clima.

Por fim, Richard Uribe, secretário geral do WPC, acrescentou que o evento objetiva principalmente projetar a América Latina para o mundo, além de apresentar o balanço das necessidades de cada país. Pela primeira vez, o World Print Congress receberá os presidentes das 40 organizações da indústria gráfica, espalhadas pelo mundo.

A taxa de inscrição para os participantes deste evento é de US\$ 350,00 e para acompanhantes é de US\$ 150,00, incluído pacote social e turístico.

EMPRESAS E NEGÓCIOS

KLABIN PRETENDE FATURAR MAIS DE US\$ 700 MILHÕES NESTE ANO

A IKPC — Inds. Klabin de Papel e Celulose — estima que seu faturamento neste ano será superior a US\$ 700 milhões. Do total, US\$ 500 milhões serão decorrentes de vendas para o mercado interno e o restante de vendas ao mercado internacional.

Em 1989, a Klabin deverá investir US\$ 173 milhões e, de 1990 a 1992, os investimentos deverão superar a cifra de US\$ 433 milhões. O projeto global de ampliação da capacidade produtiva da empresa e controladas está orçado em US\$ 894,5 milhões e absorverá cerca de US\$ 580 milhões em recursos próprios, sendo o restante obtido via BNDES.

PROJETADA UMA NOVA FABRICA NO SUL DO PAIS

A Jaakko Poyry Engenharia desenvolveu um estudo demonstrando ser viável a construção de uma fábrica de papel e celulose a ser instalada na zona Sul do estado do Rio Grande do Sul, em uma área de 81 mil hectares de florestas.

O estudo custou 28 mil OTNs e foi custeado pelo governo do Rio Grande do Sul, numa iniciativa pioneira da Central de Projetos, em conjunto com a Secretaria de Coordenação e Planejamento.

Segundo o levantamento, a fábrica levaria três anos para estar construída e a produção diária prevista é de 780 toneladas de celulose de pinus fibra longa e 750 toneladas de papel kraft liner. O investimento previsto, de US\$ 424 milhões, seria conseguido em partes através de financiamento junto ao BNDES (60%), sendo o restante por conta dos empreendedores do projeto. ●

ANUNCIE NA REVISTA ANAVE

Uma publicação da Associação Nacional dos Profissionais
de Venda em Celulose, Papel e Derivados.

Rua Alabastro nº 165 — São Paulo — SP — CEP 01531 — Fone (011) 279-8570



QUANDO VOCÊ QUISER.
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

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

Caetano Labbate
(São Vito Ind. Com. de Papéis Ltda.)

Vice-Presidentes:

Daltro Lopes de Souza

(Inds. Papel Simão S/A)

Marco Antonio Palazzo Roman Novaes

(Agassete Com. Ind. Ltda)

Raimundo de Castro Costa

(Cia. De Zorzi de Papéis)

1º Diretor Secretário:

José Abreu Valente

(Cia. Industrial de Papel Pirahy)

2º Diretor Secretário:

Ericu Antonio Graziani

(Cia. Industrial Paulista de Papéis e Papelão)

1º Diretor Tesoureiro:

Clayton Fernando Cafaro

(Inds. Matarazzo de Papéis S/A)

2º Diretor Tesoureiro:

Nicolau César Coimbra

(Santa Maria Cia. de Papel e Celulose)

1º Diretor de Relações Públicas:

Milton Montes

(Inds. Papel Simão S/A)

1º Diretor Social:

Elcio Fernando Modro

(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

2º Diretor Social

Vicente de Paula Ornellas

(Metrópole Comércio de Papéis Ltda.)

1º Diretor Cultural:

Cláudio Thomé Haddad

(KSR Comércio e Indústria de Papel S/A)

1º Diretor de Divulgação:

Wagner Alberto Assumpção

(Ripasa S/A Celulose e Papel)

2º Diretor de Divulgação:

Soraia de Fátima Camilo Zuri

(Ripasa S/A Celulose e Papel)

1º Diretor de Patrimônio:

Carlos Pontinha Pereira

(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente:

Alberto Fabiano Pires

Vice-Presidente:

José Carlos Francez

(Inds. Papel Simão S/A) (Ripasa S/A Celulose e Papel)

Secretário:

Luiz Gonzaga de Souza

(Inds. Matarazzo de Papéis S/A)

Conselheiros:

Agenor Gonzaga Cesar (Representante Autônomo);

Antenor Geraldo (Banco Brasileiro de Descontos S/A);

Antonio Carlos Rigotti (TBD Com. Distribuidora

Ltda.); Carlos Alberto Madi (Sam David Ind. e Com.

de Papéis Ltda); Dirceu de Barros Milanese (Milapel

Representações S/C Ltda.); Donald Soares (Cia. San-

tista de Papel); Eunice Inácio Cláudio (Buonano S/A

Distribuidora de Papéis); Fernando Maluf (Ripasa S/A

Celulose e Papel); Francisco de Barros Barreto (Inds.

Matarazzo de Papéis S/A); Gilberto Mauro Pinheiro

(Mauro Pinheiro Com. Pap. Ltda.); Jairo Joelsas

(Formakraft Ind. Com. Papel Ltda.); José Aidar Filho

(Propasa Produtos de Papel S/A); José Alfredo Rodrigues

(Inds. de Papel Simão S/A); José Américo Pinto

Lopes (Inds. Matarazzo de Papéis S/A); José Batista

Salvador (Representante Autônomo); José Tayar

(Representante Autônomo); Marcos Salerno (Inds. Papel

Simão S/A); Mario Miranda Pinheiro Filho

(Agaprint Informática Ltda.); Odivaldo Siviero (Rilisa

Trading S/A); Olivio Augusto Ferreira (Silfer Com.

Ind. Papéis Ltda); Oswaldo Ferrari (Papéis e Papelaria

O Grande São Paulo) Pascoal Spera (Representações

Spera S/A); Rosemary Vernice da Silva (Wexpel Ind.

Com. Ltda.); Roseryl Braz dos Anjos (Waldomiro Ma-

luchy & Cia); Wilson Aparecido de Oliveira (Papéis Madi

S/A); Waldir Gomes (Champion Papel e Celulose S/A).

Conselheiros Vitalícios:

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

Antonio Pulchinelli (Cia. De Zorzi de Papéis); Antonio

Roberto Lemos de Almeida (Inds. de Papel Simão

S/A); Armando Mellagi (Inds. Bonet S/A); Ciro Torci-

nelli de Toledo (Carvalho S/A Com. Papéis); Neuvir A.

V. Colombo Martini (Ipanema Prods. de Papéis Ltda.);

Paulo Vieira de Sousa (Representante Autônomo);

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

EDITORIAL

Evento de importância fundamental no relacionamento da ANAVE com o mundo empresarial, face às conotações intrínsecas, o "Destaque do Ano ANAVE — 1988" está presente em nossas páginas. Agradecemos a todos que prestigiaram e apoiaram o evento, com estes e com todos os nossos associados partilhámos a alegria do êxito alcançado.

Presentes, também nesta edição, assuntos gerais e de interesse de nossos leitores.

Os objetivos traçados pela atual Diretoria Executiva vêm sendo realizados com inegável sucesso e repercussão. Próximo passo no objetivo maior de uma ANAVE sólida e reconhecida dentro e fora do setor, é o 14º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Industrial Gráfico, a realizar-se entre os dias 31 de maio e 02 de junho próximos.

Durante o Fórum, serão realizadas palestras sobre os diversos segmentos que integram o setor de papel e celulose, seguidas de debates e, como consequência, poderão ser traçados quadros das perspectivas destes setores, servindo de base para as tomadas de decisões dos empresários e profissionais, sendo, portanto, de reconhecida importância.

A Diretoria.

EXPEDIENTE

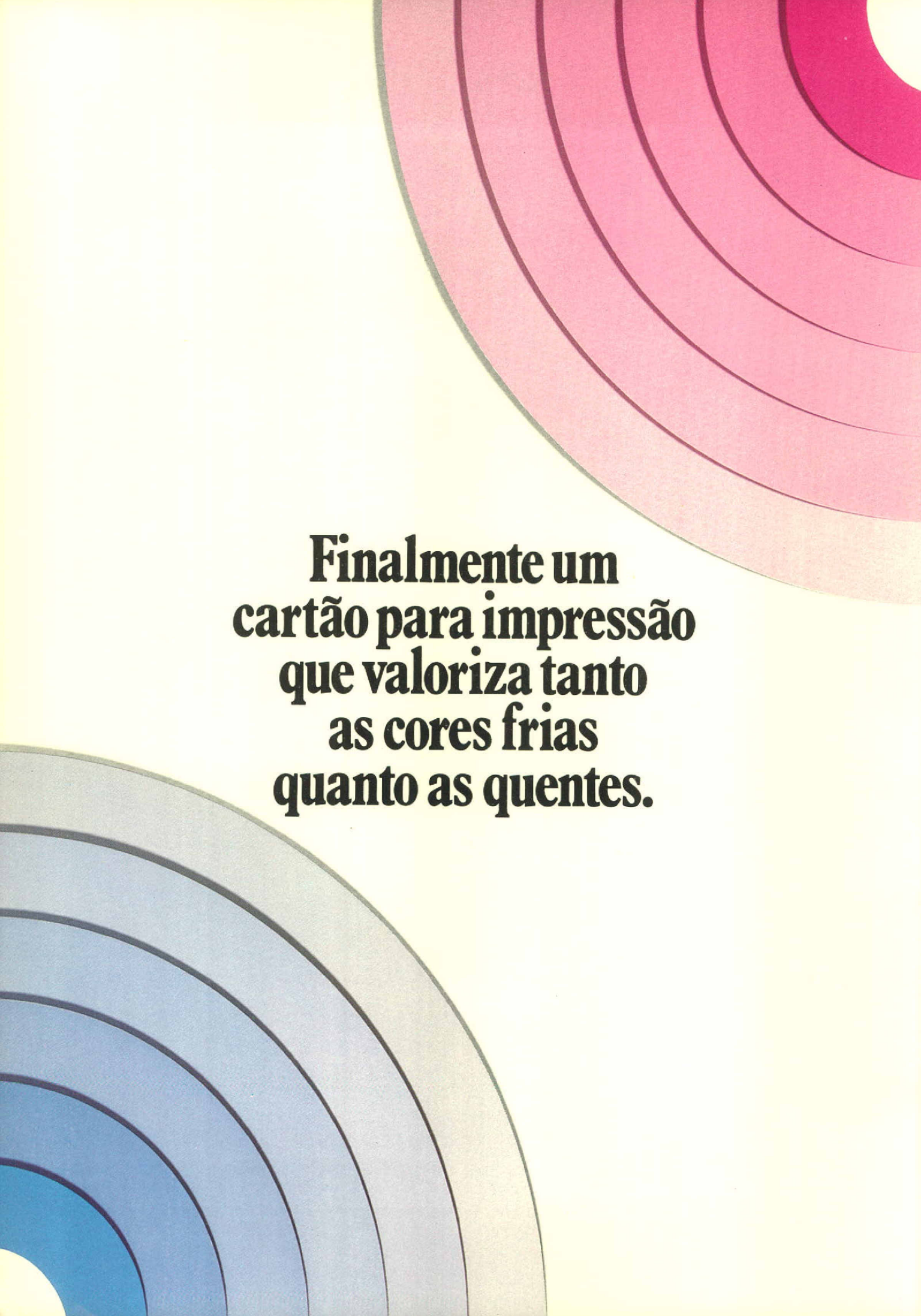
REVISTA ANAVE — Órgão Oficial de Divulgação da ANAVE — Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados, registrada no 5º Cartório de Registro de Títulos e Documentos sob nº 4851 — Livro A.

Diretor Responsável:
Wagner Alberto Assumpção

Comissão Editorial:
Gracia Martin
Soraia de Fátima Camilo Zuri
Wagner Alberto Assumpção

Editora Responsável:
Gracia Martin — Reg. Prof. 14.051

Colaboradores:
Elcio Fernando Modro
Nicolau Cesar Coimbra
Capa: Grafite Propaganda e Publicidade Ltda.
Fones: (011) 278-7922 — 270-5191
Produção:
Stúdio A C — Fone: 209-6854
Redação e Publicidade:
R. Alabastro nº 165 — Aclimação
São Paulo — SP — Fone: (011) 279-8570
Impressão:
Ind. Com. Gráfica Conselheiro Ltda.
Tiragem: 10 mil exemplares
Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários.

The background features two large, partial circular patterns. The upper right pattern consists of concentric circles in shades of pink and magenta. The lower left pattern consists of concentric circles in shades of blue and grey. The text is centered in the white space between these two patterns.

**Finalmente um
cartão para impressão
que valoriza tanto
as cores frias
quanto as quentes.**



Novo cartão Ripasa o

Até hoje, na hora de escolher cartões para impressão, você só tinha duas opções. Ou ficava com um cartão de matiz azulado e valorizava as cores frias, ou escolhia um cartão de matiz amarelado e acabava realçando as cores quentes. Mas agora você tem muito mais. A Ripasa está lançando um novo conceito de matiz no mercado brasileiro de cartões para impressão: o matiz ba-

lançado. Com ele, o cartão ganha um "coating" mais equilibrado, capaz de valorizar todas as tonalidades de cores, das mais frias às mais quentes. E o resultado final é sempre uma impressão com maior contraste de reprodução, com mais impacto, mais atraente e agradável ao olho humano. Exatamente como devem ser as embalagens de produtos alimentícios, autopeças, cos-



om matiz balanceado.

méticos, brinquedos e uma infinidade de outros artigos. Mas se, com o matiz balanceado, o cartão Ripasa muda tanto em termos de padrão de qualidade, no que diz respeito à produtividade em máquina, ele continua o mesmo: sempre apresentando os mais altos índices do mercado. Por isso, da próxima vez que você tiver de especificar e encomendar cartões para impressão de qual-

quer gramatura, faça uma escolha equilibrada: Ripasa com matiz balanceado.

Para conhecer mais sobre o cartão Ripasa com matiz balanceado ou obter amostras, ligue para (011) 228-5544 - ramais 333/257/290.



Prêmio Destaque do Ano — 1988

A ANAVE criou em 1987 o Prêmio Destaque do Ano.

Foi uma iniciativa bem sucedida, de ampla repercussão, apoiada por todos os segmentos que integram o setor de celulose e papel. Nesta segunda edição, a premiação alcança ainda maior amplitude.

As empresas e personalidades premiadas, que apresentamos nas páginas seguintes, testemunham o sucesso deste evento.

O prêmio tem como principal objetivo estimular o aperfeiçoamento das iniciativas de personalidades e empresas em benefício do setor e da Nação como um todo. Quando de seu lançamento, em março de 1987, recebeu imediato apoio de todos os segmentos que integram a área de celulose e papel, incentivo que foi uma constante em todos os momentos, transformando a festa dos destaques de 1987 em um acontecimento de repercussão nacional e de relevante importância.

A história seguiu sua trajetória. Seguiram-se os preceitos regulamentares, tendo a rotina do "Destaque do Ano" 1988 iniciado em outubro do ano passado, mês em que comemora-se o "Dia Pan-Americano do Vendedor" — 1º de Outubro. Foi a partir dessa data, até o final de dezembro, que foram acolhidas as indicações dos associados que serviram de base para a escolha dos premiados.

As categorias regulamentares estão assim definidas:

EMPRESA DO ANO — escolhida dentre as empresas do setor de celulose, papel e derivados, considerando-se a atuação em diversas áreas e outros aspectos do desenvolvimento empresarial;

PERSONALIDADE DO ANO — Serão escolhidas duas personalidades, uma pertencente e outra não pertencente ao setor, observando-se a atuação relevante das mesmas no que diz respeito a aspectos sociais, tecnológicos, econômicos e de comercialização;

VENDEDOR DO ANO — Será escolhido um profissional de vendas que atue no setor de papel, celulose e derivados, considerando-se eficiência e conhecimento técnico, entre outros aspectos.

ANÚNCIO DO ANO — Será escolhido o anúncio impresso veiculado por empresa do setor, que melhor atenda

EMPRESA DO ANO:
RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL
MENÇÃO HONROSA:
Aracruz Celulose S.A.
Gonçalves S.A. Ind. Gráfica

PERSONALIDADE DO ANO
(Setor)

MAX HEINZ GUNTHER SCHRAPPE (Presidente do Sindigraf/ Abigraf — Sindicato da Indústria Gráfica e Associação Brasileira da Indústria Gráfica)

MENÇÃO HONROSA:

Max Feffer (Diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose)
Lenomir Trombini (Diretor Presidente da Facelpa — Fábrica de Celulose e Papel S.A.)

PERSONALIDADE DO ANO (Extra Setor):

ANTONIO ERMÍRIO DE MORAES (Diretor Superintendente da S.A. Indústrias Votorantim)

MENÇÃO HONROSA:

Boris Tabacof (Presidente do Banespa S.A.)
José Eduardo Vieira (Diretor Presidente do Banco Bamerindus do Brasil S.A.)

VENDEDOR DO ANO:

CAIO COUBE (Diretor de Vendas e Marketing da Tilibra S.A. Comércio e Indústria Gráfica)

MENÇÃO HONROSA:

Arlindo Lucchesi (Representante Autônomo)
Raul Francisco Comerlato (Gerente Nacional de Vendas da Riocell — Rio Grande Cia. de Celulose do Sul)

ANÚNCIO DO ANO:

"CHEGOU TERMO-COPY" (INDS. PAPEL SIMÃO S.A.)

MENÇÃO HONROSA:

"Vip-Very Important Paper" (Waldomiro Maluhy & Cia.)
"Existe uma coisa que a Klabin respeita tanto quanto a Qualidade: o Verde" (IKPC — Indústrias Klabin de Papel e Celulose S.A.)

aos requisitos de objetividade, aparência e ineditismo, entre outros.

A Comissão de Premiação, constituída por cinco membros, sendo três conselheiros natos, um conselheiro em exercício e um integrante da Diretoria Executiva, analisou as indicações e escolheu três representantes para cada categoria. O Conselho Deliberativo, em reunião conjunta com a Diretoria Executiva, escolheu um vencedor para cada categoria, destacando as outras

duas indicações com Menção Honrosa.

A Diretoria Executiva fez questão de ressaltar que o apoio e incentivo recebido de todos os setores ligados à ANAVE foi decisivo para o sucesso desta premiação dos Destaques de 1988 e, na páginas seguintes, publicamos um pouco da história das empresas e das personalidades premiadas, encerrando com a festa de premiação, realizada em 27 de março, no Maksoud Plaza, em São Paulo.

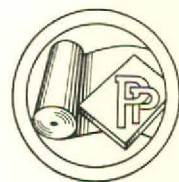
PLEXPEL FAZ a sua melhor jogada

Entre neste jogo, quem dá as cartas é a Plexpel.
Com isto V. pode se tranquilizar, pois recebe a melhor
cartada no setor de segurança de documentos importantes
como: duplicatas, recibos, promissórias, passagens, com
as vantagens do papel segurança SECURITY.

SECURITY tem cores variadas,
firmes, abrangendo maior área
de impressão, dificultando ainda
mais qualquer alteração dos
documentos.

Com formato de 66x96 cm.
acondicionados em pacotes de
250 folhas, SECURITY chega
para V. ganhar o jogo, ou seja,
ganhar a confiança dos seus
clientes.

Utilize as boas jogadas da
Plexpel, ela tem tudo para V.
ganhar, e o seu coringa está no
atendimento personalizado e
entrega imediata.



**Plexpel Comércio e
Indústria de Papel Ltda.**

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

Antonio Ermírio de Moraes Personalidade do Ano 1988

Escolhido entre as indicações dos associados da ANAVE, o empresário Antonio Ermírio de Moraes foi agraciado com o Prêmio Destaque do Ano, na categoria Personalidade do Ano (extra setor).

Antonio Ermírio de Moraes é diretor superintendente da S/A Indústrias Votorantim, sendo responsável por todo o setor metalúrgico e mecânico das empresas deste que é o maior grupo nacional privado, com mais de 50 empresas e cerca de 60 mil funcionários, em atividades nos mais variados setores, tais como: cimento, alumínio, tecidos e papel.

A participação da Votorantim no setor de papel se deu a partir de maio do ano passado, quando o grupo adquiriu o controle acionário da Celpag, no leilão de ações realizado pelo BNDES.

Talvez este tenha sido um dos motivos que levou Antonio Ermírio de Moraes a merecer o título de Personalidade do Ano-1988, mas, sem dúvida, seu perfil de homem público e cidadão brasileiro também o favoreceu.

Ele iniciou na Votorantim aos 21 anos, logo após ter concluído seu curso de engenharia metalúrgica na Colorado School of Mines, no Estado do Colorado, nos Estados Unidos.

Bem sucedido dirigente do setor privado e conseqüentemente cidadão preocupado com o destino da Nação, ele enveredou pelo caminho da política, tendo sido candidato a governador do estado de São Paulo em 1986, pelo PTB.

Quando candidato, a imprensa brasileira, por inúmeras vezes, traçou seu perfil, qualificando-o de homem íntegro, trabalhador, rico, mas de hábitos simples e com forte espírito de liderança.

A disputa não lhe valeu o cargo, mas popularizou suas opiniões sobre a vida política e econômica da Nação e lhe trouxe mais uma bagagem de experiências.

Ele foi, por 10 anos consecutivos, escolhido como líder empresarial pelo Fórum da Gazeta Mercantil. Recebeu, em 1974, a Medalha de Mérito "George R. Brown", da Colorado School of Mines". Em 1977, foi eleito o "Homem de Visão do Ano", pela Revista Visão. Em 1980, o Instituto de Engenharia de São Paulo outorgou-lhe o título "Engenheiro do Ano". Em 1983, foi eleito "Senhor 83", pela Re-



Fotos: Joel Soares

Antonio Ermírio de Moraes — "Personalidade do Ano — 1988".

vista Senhor e recebeu o título de "Cidadão Emérito da Cidade de São Paulo".

Convive também no ambiente médico hospitalar, tendo começado na administração da Cruz Vermelha e da Cruz Verde e sendo, desde 1971, o presidente administrativo da Real e Beneficente Sociedade Portuguesa de Beneficência, onde trabalha nos fins de semana, desde 1967.

Esta síntese das atividades de Antonio Ermírio de Moraes é suficiente para fazê-lo merecedor da homenagem do setor de papel e celulose, através da

ANAVE, mas vale lembrar que certa vez, ele comparou:

— Administrar um conglomerado industrial como o Votorantim, é como administrar um País, com todas as suas responsabilidades. O que sinto faltar nos homens públicos é o espírito da iniciativa privada: ter os seus gastos controlados e só investir quando possível.

Não é por acaso que Antonio Ermírio de Moraes tem sido apontado como um dos homens bem intencionados do Brasil e seu nome é um dos mais cotados entre os presidenciáveis nas pesquisas de opinião. ●



Após a entrega dos prêmios, os convidados reuniram-se em um jantar festivo.

Boris Tabacof homenageado com Menção Honrosa



Foto: Fernando Tozi

Tabacof, hoje, é presidente do Banespa

Boris Tabacof é engenheiro civil. No setor de papel e celulose ele teve oportunidade de demonstrar todo seu potencial como executivo eficiente de reconhecida competência, atuando por mais de dez anos na diretoria da Cia. Suzano de Papel e Celulose (Grupo Suzano Feffer), uma das maiores indústrias integradas de celulose e papel do Brasil e principal produtora de cartões e papéis para imprimir e escrever.

Ele foi indicado por vários associados para ser eleito Personalidade do Ano pertencente ao setor. Porém, estando hoje na presidência do Banespa a ANAVE decidiu conceder-lhe Menção Honrosa na categoria Personalidade do Ano (extra setor).

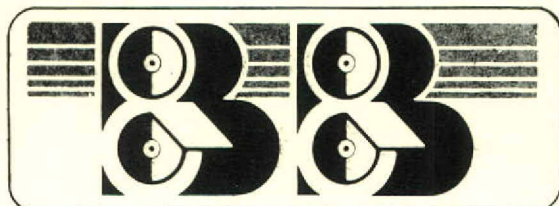
Ele deixou a diretoria da Cia. Suzano no final de 1988 para assumir, a partir de janeiro deste ano, a presidência do Banco do Estado de São Paulo S/A.

De 1970 a 1975, Boris Tabacof foi diretor superintendente do Grupo Saffra e, em 1988, ocupou também a vice-presidência do Grupo Sharp. Sempre muito bem sucedido em suas iniciativas no setor privado, destaca-se em diversos segmentos, desde o ramo imobiliário até o mercado financeiro, passando pelos setores de construção civil, incorporações, supermercados e indústria. Participou de missões econômicas no exterior e já exerceu cargos diretivos em associações empresariais.

Na administração pública do Estado da Bahia, Boris Tabacof foi secretário da Fazenda nos governos Lomanto Júnior e Luiz Vianna Filho.

Atualmente é membro do Conselho de Administração da Cia. Suzano de Papel e Celulose, da Bahia Sul Celulose S/A e de outras empresas, especialmente na área de petroquímica.

Por sua competência profissional e por sua postura como líder empresarial, Boris Tabacof foi por diversas vezes homenageado. Por três anos consecutivos (1984 — 1985 e 1986) a revista da Bolsa de Valores do Rio de Janeiro concedeu a ele o prêmio "Os Bem Sucedidos"; em 1984, recebeu o Prêmio Mauá, outorgado pela Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, em conjunto com o Jornal do Brasil e a Associação Brasileira de Companhias Abertas. A estas distinções soma-se agora a homenagem da ANAVE, que, em nome de todo o setor de celulose e papel, concedeu-lhe Menção Honrosa na categoria Personalidade do Ano — 1988.



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

- 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

Menção Honrosa para José Eduardo Vieira



Vieira, presidente do Bamerindus

José Eduardo de Andrade Vieira, paranaense de Tomazina, iniciou sua carreira no Bamerindus aos 18 anos de idade, começando como auxiliar e passando por diversos cargos administrativos até chegar, em 1974, à vice-presidência do grupo. Nos anos de 1979 e 1980, ele passou a maior parte do tempo no exterior, preparando o Bamerindus para entrar no mercado internacional.

Em agosto de 1981, José Eduardo assume a presidência, iniciando uma transformação no Bamerindus, com

Na categoria Personalidade do Ano (extra setor), José Eduardo de Andrade Vieira, presidente do Banco Bamerindus do Brasil, foi premiado com Menção Honrosa.

diversas incorporações de outras instituições financeiras de menor porte. O Banco passou a ter uma dimensão nacional e uma participação maior no mercado do estado de São Paulo, onde ampliou ainda mais sua presença com a recente incorporação do Banco F. Barreto e suas 31 agências.

A posição que hoje ocupa a Rede Bamerindus é o melhor exemplo da competência de José Eduardo.

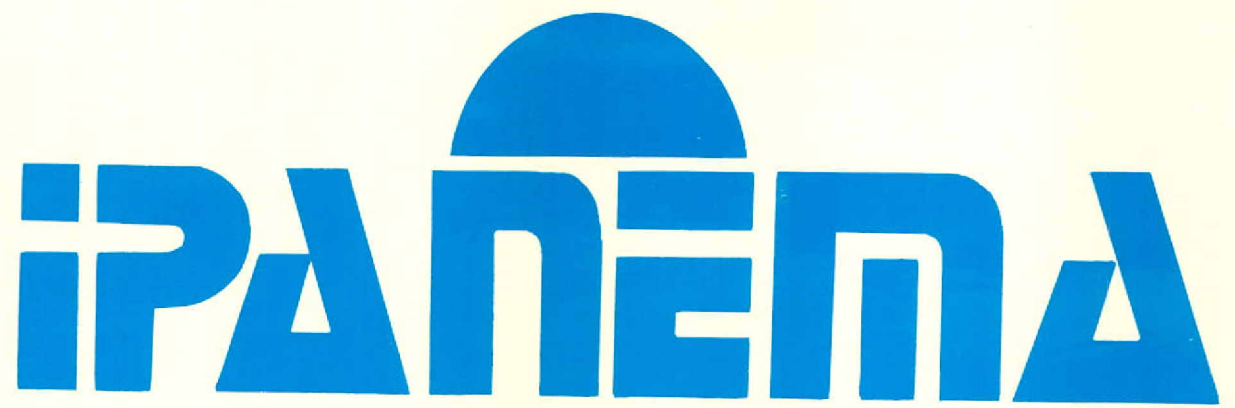
O Bamerindus é o terceiro maior banco privado brasileiro em recursos captados junto ao público e em número de agências. Desde o ano passado, é o primeiro em captação de Open Market e em arrecadação de Tributos Federais e o terceiro em captação de Poupança. Este desempenho, é sem dúvida, o resultado de uma política ousada e inovadora, que tem como objetivo permanente o melhor atendimento ao cliente.

O nome de José Eduardo tornou-se mais conhecido no setor de papel e celulose a partir de 1983, quando o Grupo Bamerindus adquiriu a Indústria de Papel e Celulose Arapoti (Inpacel), localizada em Curitiba.

Na Inpacel, o Bamerindus está dando mais uma vez demonstração de sua política expansionista. A fábrica está sendo construída em Arapoti (167 km de Curitiba), entrará em operação no final de 1990, e representa um investimento de US\$ 250 milhões, com metade financiado pelo BNDES e o restante sendo bancado pelo Bamerindus. A matéria-prima a ser utilizada pela Inpacel pertence a três fazendas do Bamerindus de 25 mil hectares. Será a primeira fábrica paranaense a contar com sistema próprio de geração de energia e vai gerar cerca de 500 empregos diretos e outros mil indiretos.

GraSite[®]
propaganda e publicidade merchandising

Rua Mesquita, 121 (Terreo) - Fone: 278-7342 - CEP 01544 - São Paulo - SP.



IPANEMA

Schrappe premiado como Personalidade do Ano 1988

A Personalidade do Ano — 1988, tem sua atuação intimamente ligada ao segmento gráfico industrial, setor no qual destaca-se por sua competência e espírito de liderança. Muito bem cotado entre as indicações dos associados, o título oferecido a MAX SCHRAPPE é uma homenagem de toda a comunidade gráfica e papeleira do Brasil.

Seu perfil de empresário bem sucedido e de líder classista já lhe valeu diversas homenagens, sendo mais recente sua escolha como “El Hombre de las Américas de 1989”, título que lhe foi outorgado pela PISF — Printing Industry of South Flórida. Foi eleito sucessivamente nos anos de 1985 — 86 — 87 e 88 “Líder Empresarial do Setor Gráfico”, através do voto livre de todos empresários brasileiros.

Max Heinz Gunther Schrappe descende de tradicional família de industriais gráficos e este foi fator decisivo para que ele se tornasse tão competente em suas atividades. Muito cedo, com apenas 16 anos, seus pais o mandaram para a Alemanha, onde teve oportunidade de conhecer o que havia de mais moderno naquela época em termos gráficos. Somente sete anos depois ele retornou ao Brasil para colocar em prática sua experiência na Impressora Paranaense, onde ocupa atualmente o cargo de vice-presidente do Conselho de Administração.

Sua vida profissional está intimamente ligada à Impressora Paranaense, que no ano passado completou seu primeiro centenário de atividades; a empresa possui três unidades produtivas, localizadas nas cidades de Curitiba, São Paulo e Blumenau. Ocupa um total de 34.700m² de área construída, onde estão empregadas mais de 1.500 pessoas; suas principais linhas de produção são as de embalagens e rótulos. Hoje, a principal produção da Paranaense sai da unidade localizada em São Paulo. Esta filial foi totalmente implantada por Max Schrappe, no ano de 1960 e a expansão ocorreu de forma vertiginosa.

O empresário paranaense tem em suas atribuições profissionais um leque de grande abrangência. Além da atuação na Impressora Paranaense, Schrappe faz parte da diretoria da Sociedade Comercial e Representações Gráficas Ltda. e da SACA — Comércio e Administração Ltda., sendo também conselheiro no Brasil da empresa química suíça Firmenich & Cia. Ltda.



Fotos: Joel Soares

Após a premiação, os convidados reuniram-se em um jantar de confraternização.

Seu interesse pelo setor gráfico o aproximou das atividades classistas. Tendo assistido à fundação da Abigraf — Associação Brasileira da Indústria Gráfica — em 1965, quando foi realizado o I Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica, Schrappe sempre acompanhou de perto as atividades da entidade, hoje considerada a de maior representatividade entre os gráficos brasileiros. A Abigraf reúne 18 regionais, soma cerca de 2600 empresas gráficas associadas e tem como seu presidente a nível nacional o próprio Max Schrappe. Ele também preside o Sindigraf — Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de São Paulo e o Conselho Diretor da ABTG — Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica.

Em 1987 Max Schrappe estava entre os indicados para receber o Prêmio “Destaque do Ano — ANAVE” e foi distinguido com Menção Honrosa. Agora seu nome novamente surgiu entre as indicações, com cotação ainda maior e não poderia ter sido outro o resultado: ele é a PERSONALIDADE DO ANO — 1988.



Schrappe destaca-se como bem sucedido empresário do setor gráfico.

Max Feffer homenageado com Menção Honrosa



Para Max Feffer, Menção Honrosa.

Seu nome está ligado a um dos mais importantes acontecimentos do setor de papel e celulose do Brasil. Max Feffer foi quem liderou um grupo de cientistas na pesquisa do processo para fabricação de celulose, utilizando de forma inovadora, o eucalipto, no início da década de 50.

Essas pesquisas foram realizadas nos laboratórios da Indústria de Papel Leon Feffer S/A e os surpreendentes resultados encontrados foram confirmados na Universidade da Flórida, em Gainesville, delas resultando o processo pioneiro usado pela Cia. Suzano de Papel e Celulose para produção de celulose, a partir de 1957.

O grupo Feffer tornou-se, em 1961, a primeira empresa a fabricar em esca-

Max Feffer, vice-presidente executivo da Cia. Suzano de Papel e Celulose teve seu nome citado entre as indicações dos associados da ANAVE e recebeu destaque com Menção Honrosa na categoria Personalidade do Ano — 1988.

la industrial, papel 100% celulose de eucalipto, que é hoje reconhecido como da mais alta qualidade, modificando a tecnologia mundial desse setor e viabilizando o enorme potencial exportador brasileiro.

No âmbito empresarial é reconhecidamente um executivo competente. Além de participar da Cia. Suzano de Papel e Celulose, como vice-presidente executivo, ele é vice-presidente da SPP Nemo S/A Coml. Exportadora; da Agaprint Informática; da Nemofeffer S/A e da Bahia Sul Celulose S/A, participando também de várias outras empresas especialmente ligadas ao setor petroquímico.

Max Feffer sempre esteve atento e atuante nas atividades classistas desenvolvidas no setor de papel e celulose, já tendo ocupado cargos a nível de diretoria na Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose; Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para Papel no Estado de São Paulo; na Sociedade Brasileira de Silvicultura e em várias outras entida-

des. Atualmente, é membro do Conselho Diretor da Abrasca — Associação Brasileira das Companhias de Capital Aberto e da sessão brasileira do CE-BEU — Conselho Empresarial Brasil — Estados Unidos.

No setor público, ele foi secretário do estado da Cultura, Ciência e Tecnologia de São Paulo, de 76 a 79; tendo participado também do Fibase Insumos Básicos S/A, como membro do Conselho de Administração (74/78) e do Conselho Consultivo (78/82); foi ainda, membro do Conselho de Administração da Cesp — Cia. Energética de São Paulo (77/79).

Empresário bem sucedido em suas iniciativas, Max Feffer tem sido alvo de muitas homenagens, valendo destacar que, em 1987, ele foi agraciado com a Medalha Navarro de Andrade, concedida pela SBS — Sociedade Brasileira de Silvicultura. Ao homenageá-lo, a ANAVE atende aos anseios de toda a classe que congrega e que o indicou como Personalidade do Ano — 1988. ●

Menção honrosa para Lenomir Trombini



Trombini: um dos homenageados.

Lenomir Trombini é um dos executivos que está à frente do Grupo Industrial Trombini, constituído por 12 empresas, instaladas em seis estados brasileiros: Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul; Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Ele ingressou no Grupo, de estrutura totalmente familiar, no ano de 1959 e, embora dedicando-se

Na categoria Personalidade do Ano, o empresário Lenomir Trombini, foi homenageado recebendo da ANAVE um Diploma de Menção Honrosa.

um pouco à atividade pecuarista, também dominada pelo grupo, ele concentra grande parte de suas atividades nas unidades industriais, intimamente relacionadas com o setor de papel e celulose.

Nas funções desenvolvidas, ele ocupa o cargo de diretor presidente da Morro Verde S/A e da Facelpa — Fábrica de Celulose e Papel S/A, empresa que produz celulose e papel para embalagens, com fábricas em Curitiba, Palmeira, Fraiburgo, Rio dos Patos, Canela e Caxias do Sul; é vice-presidente da Curipel S/A Ind. de Artefatos de Papel, que produz sacos multifolhados e simples, além de artefatos de papel, com indústrias em Curitiba e Porto Alegre. Faz parte da diretoria das se-

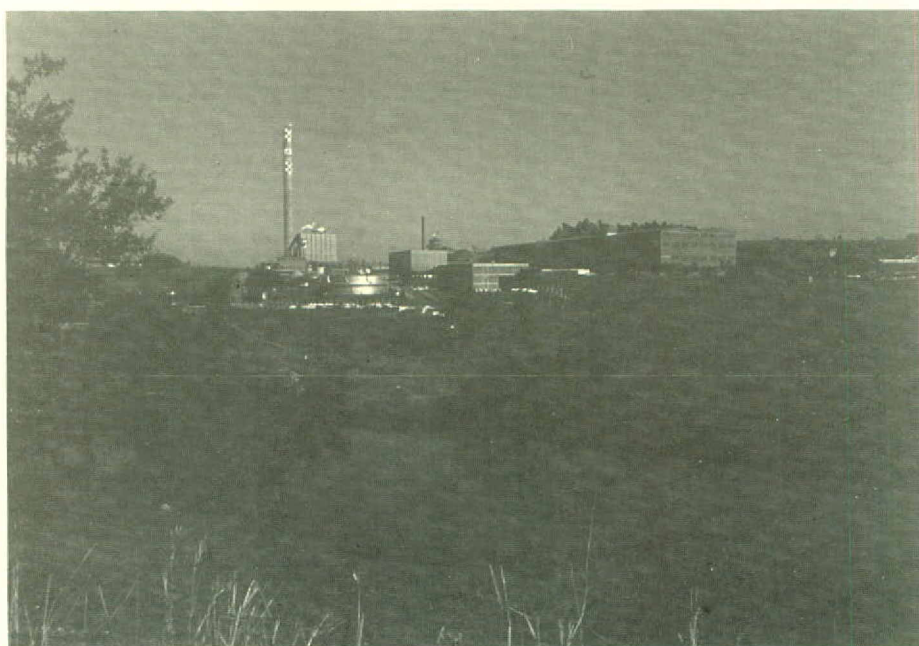
guintes empresas: Trombini S/A Administração e Participação; Trombini Florestal S/A e Trombini Embalagens S/A; atua também como gerente na Pecuária Trombini Ltda; Agrícola Trombini S/A e Madelamina Ind. Com. de Madeiras Ltda.

Paralelamente às atividades empresariais, Lenomir Trombini participa da Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, como vice-presidente; cargo que ocupa também no Sindicato do Papel do Paraná e no Sindicato do Papel de Santa Catarina.

Lenomir Trombini teve a indicação de significativo número de associados e a ANAVE o destacou com Menção Honrosa na categoria Personalidade do Ano. ●

Ripasa é a Empresa do Ano

No ano de 1988, a Ripasa decidiu desenvolver uma campanha institucional indireta, de grande alcance social, e nasceu o "Viagem da Leitura". Este foi o ponto fundamental que levou a empresa a merecer o Prêmio Destaque do Ano — ANAVE, na categoria Empresa do Ano.



Ripasa I, em Limeira, às margens do Rio Piracicaba

Dentre as muitas empresas do setor, a RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL foi uma das que recebeu grande número de indicações dos associados e terminou classificada como a Empresa do Ano — 1988.

Para traçar um rápido perfil da homenageada, ouvimos o diretor superintendente do Conglomerado Ripasa, Osmar Zogbi, que em poucas palavras revelou:

— A Ripasa atingiu uma posição de destaque na economia brasileira, constituindo-se em uma das mais importantes empresas do setor de celulose e papel. Paralelamente, conquistamos a confiança de importadores de mais de 60 países, em todos os continentes. Nossa preocupação com pesquisa e desenvolvimento se concretiza na colocação no mercado da maior linha de produtos fabricados por uma organização do setor. A Ripasa comercializa sementes de eucalipto, celulose de fibra curta, cerca de 100 tipos de papéis, cartões e cartolinas, utilizados na confecção de livros, embalagens, formulários contínuos, produtos elétricos, lixas, copos, bandejas, etc.

O Conglomerado é composto por cinco unidades industriais, localizadas

no estado de São Paulo, onde estão instaladas uma planta industrial de celulose, seis máquinas produtoras de papel e seis máquinas produtoras de cartão. A capacidade instalada da empresa é de 264 mil ton/ano de celulose, 162 mil ton/ano de papéis para imprimir e escrever e cartolinas e 102 mil ton/ano de cartão. A área florestal, constituída por sete parques florestais, ocupa 60.527 hectares, localizados no centro do estado de São Paulo, de norte a sul, implantados a uma distância média de 200 km. da fábrica de celulose. A área reflorestada já atinge 42.369 hectares.

Com 5.565 empregos diretos nas áreas industriais, florestal e administrativa, as atividades do Conglomerado Ripasa demandam a ocupação de mais de 14 mil pessoas.

Segundo o Relatório Estatístico Anual de 1987, da Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, a Ripasa S/A Celulose e Papel tem no mercado brasileiro a seguinte colocação:

— Primeiro fornecedor de celulose de fibra curta para o mercado interno, sendo responsável por 23,9% do abastecimento total;

— Primeiro exportador de cartões e

cartolinas, respondendo por 37,8% das exportações nacionais;

— Segundo produtor de cartões e cartolinas, com 22,5% da produção nacional;

— Terceiro produtor integrado de celulose de fibra curta; registrando 9,7% da produção brasileira;

— Quarto exportador de papéis para imprimir e escrever, com 15,8% das exportações nacionais;

— Quarto exportador de papéis especiais, com 4,9% das exportações do Brasil.

O VIAGEM DA LEITURA

O Viagem da Leitura entra em seu segundo ano em 1989, representando a concretização de um dos objetivos da Ripasa, o de utilizar a publicidade institucional através de ações de grande alcance social como contribuição da iniciativa privada para melhoria das condições culturais e sociais do País.

Durante o ano de 1988, o Projeto Viagem da Leitura editou 64 títulos, cada um com uma tiragem de 5 mil exemplares, foram, ao todo, 320 mil livros, distribuídos a bibliotecas de todo o Brasil. Graças a este projeto, a Ripasa tornou-se conhecida nacionalmente e mereceu o reconhecimento de toda a comunidade brasileira, tendo inclusive sido agraciada com o Prêmio Eco, de contribuição empresarial à comunidade, promovido pela Câmara do Comércio para o Brasil.

Abraão Zarzur, presidente da Ripasa, conta como nasceu o "Viagem da Leitura":

— Desejávamos desenvolver uma campanha institucional indireta, de grande alcance social; queríamos nos tornar mais conhecidos no mercado como um todo; pretendíamos participar de um projeto que estivesse ligado ao setor de celulose e papel, do qual participamos. Raciocinamos que um Projeto na área de literatura poderia ser muito interessante e resolvemos investir institucionalmente na valorização desse segmento. Entramos em contato com a Fundação Roberto Marinho, expusemos nossa intenção, e eles nos



O projeto estimula os jovens a dar asas à imaginação.

apresentaram o Projeto Viagem da Leitura.

Tendo como seu principal objetivo criar e estimular o hábito de leitura entre os jovens, o projeto ganhou ainda maior importância diante do fato de que a faixa etária intermediária entre 10 e 17 anos apresenta algumas carências, não só pela própria dificuldade de se definir o que é leitura juvenil, mas também porque falta um significativo

incentivo à criação e desenvolvimento do gosto pela leitura entre os jovens.

Assim, ao objetivo principal do "Viagem da Leitura" somaram-se outros também relevantes: valorizar a literatura juvenil, seus autores e ilustradores; ampliar o acervo das bibliotecas públicas, sobretudo nas áreas destinadas a jovens; promover a valorização da profissão do bibliotecário; proporcionar a esse profissional material im-

presso de orientação e divulgação para que possa desenvolver melhor seu trabalho.

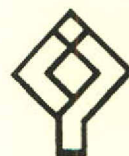
O Viagem da Leitura é um projeto atento a cada detalhe e talvez seja este um dos motivos de seu sucesso. A divulgação visando estimular o hábito da leitura entre os jovens vem sendo realizada pela Rede Globo, pois está presente o apoio da Fundação Roberto Marinho; a escolha dos títulos é realizada por uma comissão de especialistas da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil. Paralelamente, o Instituto Nacional do Livro desenvolve uma série de eventos técnicos destinados aos bibliotecários e o Projeto conta ainda com a colaboração da Comissão Brasileira de Bibliotecas Públicas e Escolares.

Mas, foi na Ripasa que a idéia surgiu e é esta empresa que desenvolve todo o projeto, dando um exemplo de como a iniciativa privada pode contribuir para o progresso social, indo além de sua contribuição específica como organização econômica, geradora de empregos e de motor da economia. Por tudo isto, não poderia ser outra a EMPRESA DO ANO homenageada pela ANAVE, senão a RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL. ●



SAMDAVID

INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.



PAPÉIS CORTADOS EM QUALQUER FORMATO

**CARBONO — COUCHE
DUPLIX — 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

Menção Honrosa para Aracruz Celulose

A maior exportadora mundial de celulose, localizada no litoral norte do Espírito Santo, estava entre as empresas indicadas pelos associados da ANAVE e foi homenageada com "Menção Honrosa" na categoria Empresa do Ano.

A ARACRUZ CELULOSE S/A é a principal produtora brasileira e maior exportadora mundial de celulose fibra curta.

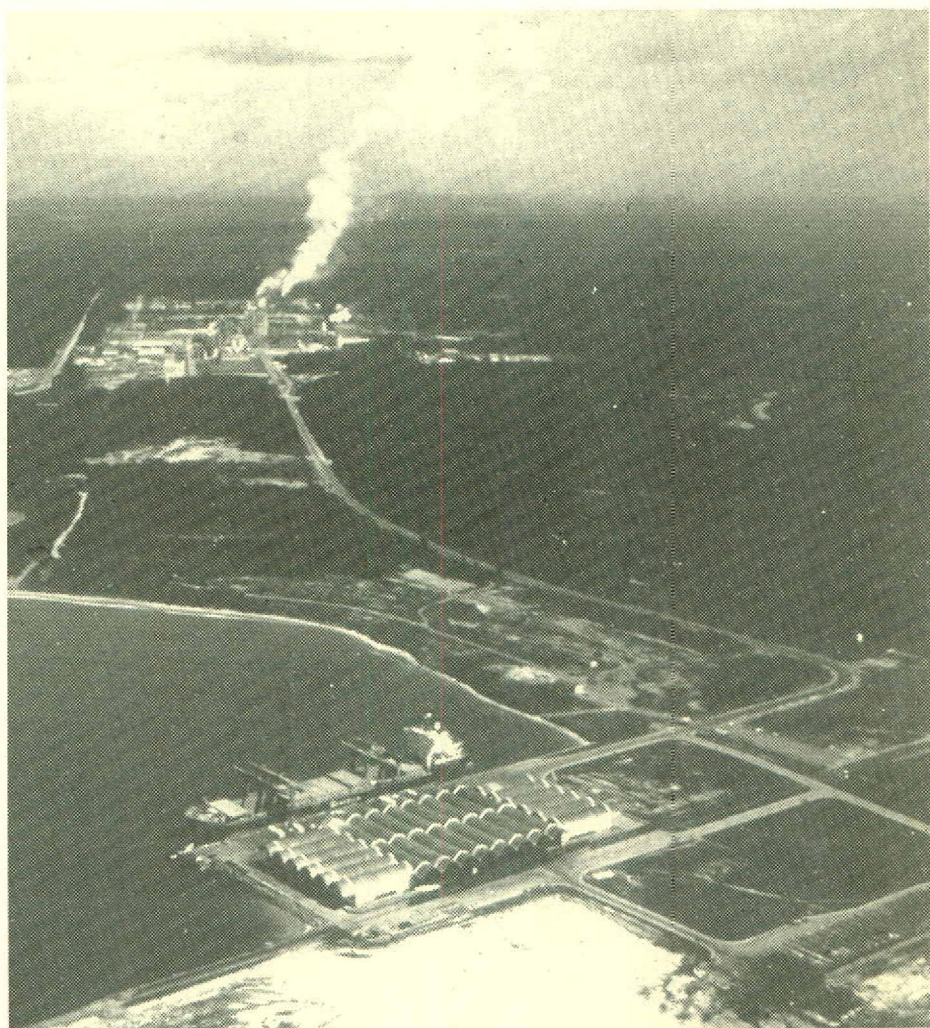
No ano de 1988, a empresa, que obedece a um conceito integrado, possuindo florestas, que garantem a auto suficiência em madeira; fábrica de celulose; plantas eletroquímicas; terminal portuário e bairro residencial, onde mora parte de seus 7 mil empregados, completou 10 anos de operações industriais. No período foram realizadas vendas equivalentes a US\$ 310,5 milhões, tendo se registrado o maior faturamento anual desde o início das operações comerciais. O lucro da Aracruz em 1988 foi de NCZ\$ 96,772 milhões.

Do ponto de vista operacional, a empresa obteve expressivo desempenho em 1988. Em setembro, foi atingida a marca de 4 milhões de toneladas de celulose produzidas em dez anos de operação, um recorde mundial em fábricas de celulose.

Sem qualquer interferência nas operações normais da atual linha de produção, foi dado prosseguimento ao Projeto de Duplicação da produção da Aracruz, um investimento de mais de US\$ 1 bilhão, com conclusão prevista para 1991. Até dezembro haviam sido executados 27,4% do projeto sem que se verificassem atrasos significativos no cronograma de implantação ou qualquer desvio maior no orçamento.

Ao longo de 1988 foram instalados diversos equipamentos referentes ao Projeto de Otimização da atual linha de produção. Esse investimento, no valor de US\$ 20 milhões, será completado por ocasião da parada geral da fábrica programada para abril próximo, permitindo o incremento da capacidade de produção para 500 mil toneladas anuais, além de acrescentar importantes melhorias no processo de controle ambiental.

É válido destacar também a consolidação, em 1988, da terceira base florestal da empresa, no sul da Bahia. Devido à decisão de expandir a produção e à impossibilidade legal de obter extensões adicionais de áreas no Espírito Santo, a Aracruz adquiriu 67.121 ha naquela região, que estão sendo reflo-



Aracruz Celulose: a maior exportadora mundial de celulose fibra curta

restados.

Mas, neste rápido comentário sobre o desempenho da Aracruz em 1988 falta destacar um acontecimento de relevante importância para o futuro da empresa, o qual foi um fator decisivo para que a ARACRUZ merecesse destaque junto aos associados da ANAVE, o novo acordo de acionistas.

A decisão de privatizar a Aracruz tornou-se realidade em janeiro de 1988, quando o BNDES — Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social decidiu vender 18.138.793 ações ordinárias da empresa, correspondentes a 26,225% do seu capital votante, a venda consolidou-se em maio, através de leilão público, na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro.

Segundo a diretoria da empresa, “a entrada de mais um grupo nacional e privado na equação de controle da Aracruz, partilhado igualmente pelos grupos Lorentzen, Safra e Souza Cruz, cada um detendo 26,225% do capital votante, trouxe um importante apoio e reforçou o modelo corporativo da companhia”.

Outro evento relevante foi a decisão do BNDES de oferecer ao público ações preferenciais da Aracruz, permitindo uma maior pulverização do capital junto aos investidores. A operação, realizada em junho de 1988, colocou 4.850.000 ações preferenciais junto a 7.860 novos investidores, ampliando substancialmente o número de acionistas da Aracruz Celulose S/A. ●

Menção Honrosa para Gonçalves S/A Indústria Gráfica

Às vésperas de comemorar seus 50 anos de fundação, a Gonçalves S/A Indústria Gráfica prepara-se para inaugurar novas instalações, em Alphaville, São Paulo, e é neste momento que a empresa recebe o Prêmio Destaque do Ano — ANAVE.

A Gonçalves S/A Indústria Gráfica foi indicada pelos associados da ANAVE como uma das que mais se destacou em 1988 no segmento de impressão de embalagens. Assim, na categoria "Empresa do Ano", a empresa foi homenageada, recebendo um Diploma de Menção Honrosa.

Quem conhece a história desta gráfica sabe que foi o entusiasmo pelo trabalho e a disposição de seus dirigentes para enfrentar os desafios que a fizeram evoluir e chegar a atual posição.

Uma modesta tipografia fundada por Humberto Gonçalves no bairro Belém, em São Paulo, foi o embrião da Gonçalves S/A Indústria Gráfica. Cinquenta anos já se passaram e parece que foi ontem que tudo começou. Desde a fundação, a empresa passou por diversos estágios de desenvolvimento, tendo conseguido sua maior evolução a partir do início da década de 60, quando a diretoria optou pela especialização e passou a atender principalmente o segmento de embalagens, tornando-se potencial fornecedora das indústrias de cosméticos e produtos farmacêuticos.

Naquela época a gráfica já era administrada pelos irmãos José e Milton, filhos de Humberto Gonçalves, que haviam começado a participar da sociedade em 1945, a convite do pai.

O fundador ainda permaneceu na empresa por mais alguns anos, até 1951, quando já com idade avançada e cansado dos vários anos de dedicação ao trabalho, decidiu retirar-se definitivamente, deixando aos filhos o legado de dar prosseguimento ao empreendimento que com tanto zelo e esforço havia iniciado.

Coincide também com o início da década de 60 a entrada de Paulo Gonçalves, neto do fundador, hoje diretor comercial da gráfica.

Conquistando um espaço cada vez maior no mercado, no fim dos anos 50, a antes tímida tipografia já se encontrava em um novo endereço, ocupando um espaço de 240m², três vezes superior a antiga sede e já contava com máquinas automáticas de impressão tipográfica e off-set.

Após a especialização no setor de embalagens leves, a Gonçalves S/A



Fotos: Joel Soares

José Gonçalves (à esq.) é o presidente da Gráfica Gonçalves. À direita, Paulo Gonçalves, diretor financeiro da empresa.

viu-se na contingência de aperfeiçoar novamente seus equipamentos e foram realizados alguns investimentos, que embora ainda modestos, capacitaram a empresa a atender sua finalidade principal.

A partir daí, a evolução deu-se rapidamente, em 1966 a empresa já estava sendo instalada em sede própria, na Rua Visconde de Paranaíba nº 3028, ocupando 2000 m².

Atualmente, a Gonçalves S/A é uma das empresas de maior expressão no ramo gráfico. Com um eficiente esquema

de produção, conta com equipamentos automatizados nacionais e importados, nos setores de fotolito, impressão e acabamento, além e eficientes recursos humanos.

Criterioso controle de qualidade e um esquema de pronto atendimento a fizeram merecedora da confiança de um expressivo número de clientes.

Neste ano, a empresa prepara-se para um auspicioso acontecimento: a inauguração das novas instalações, mais amplas e modernas, localizadas em Alphaville(SP).



Numerosos convidados assistiram à homenagem.

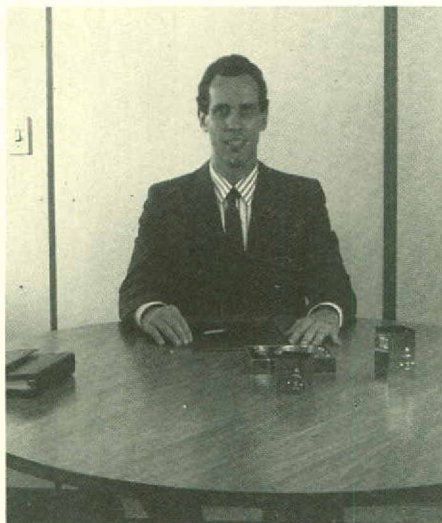
Caio Coube é o Vendedor do Ano 1988

Ele é diretor de uma das principais gráficas do país, a Tilibra. No ano passado, a empresa comemorou seu 60º aniversário de fundação e uma política de comercialização bastante ostensiva marcou a passagem deste marco histórico da empresa.

Caio Coube é diretor de vendas e marketing da terceira maior indústria gráfica brasileira, empresa líder no segmento de pautados, a Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica.

Ele ingressou na empresa em 1980, como assistente de vendas e, assumiu a gerência de marketing em 1985, cargo que ocupou até o início do ano passado, quando passou a acumular também a diretoria de vendas.

Denotando um alto espírito de liderança, Caio Coube tem administrado de maneira eficaz a colocação no mercado dos produtos industrializados pela Tilibra, que engloba um mix de aproximadamente 550 itens, incluindo-se, entre eles, cadernos, agendas vastas, blocos, guias oficiais e livros fis-



Caio Coube, o "Vendedor do Ano".

cais.

O Vendedor do Ano é também vice-presidente das Lojas Tilibra, com sede em Bauru e seis lojas no oeste do estado de São Paulo: Bauru, São José do Rio Preto, Araçatuba, Lins, Marília e Adamantina. São lojas de departamentos, com seções de confecções, papelaria, brinquedos, etc..., as quais podem ser consideradas mais um instrumento utilizado na dinâmica política de comercialização exercida pela indústria.

Caio Coube foi diretor regional da Delegacia de Bauru do Ciesp — Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, de 1984 a 1987. É formado em administração de Empresas, pela Fundação Getúlio Vargas (SP) e frequentou diversos cursos de complementação. ●

Lucchesi em destaque como Vendedor do Ano 1988

Arlindo Lucchesi, representante comercial, foi um dos profissionais que recebeu maior número de indicações para "Vendedor do Ano" e a ANAVE ofereceu a ele o Diploma de Menção Honrosa nesta categoria.

O Prêmio que a ANAVE ofereceu a Arlindo Lucchesi chegou em um momento bastante oportuno, quando ele está deixando a Fábrica de Papel Santa Therezinha, empresa onde trabalhou por 45 anos, para dedicar-se à atividade de representante comercial, através da Lucchesi Representações Comerciais Ltda., fundada em fevereiro passado, em São Paulo.

Embora formado contador pelo Liceu Acadêmico de São Paulo, hoje Faculdade Carlos Pasquale, foi no setor comercial da Santa Therezinha que teve oportunidade de demonstrar todo seu potencial como profissional de vendas. Arlindo Lucchesi ingressou na Santa Therezinha em 1943 e desde 1965

Foto: Joel Soares



Lucchesi, a partir deste ano, exerce a atividade de representante comercial.

ocupou a gerência de vendas de papéis especiais.

Foi uma longa carreira, em que tornou-se uma das pessoas mais conhecidas do setor de papel e celulose, tendo sido inclusive um dos fundadores da ANAVE e atuando como participante do GT-23 da ANFPC (Papéis Especiais).

Arlindo Lucchesi, em mais de quatro décadas de atividades, conquistou muitos amigos. Foi a estima desses companheiros e sua postura profissional que o fizeram merecedor da homenagem prestada pela ANAVE, que lhe conferiu diploma de Menção Honrosa como "Vendedor do Ano". ●

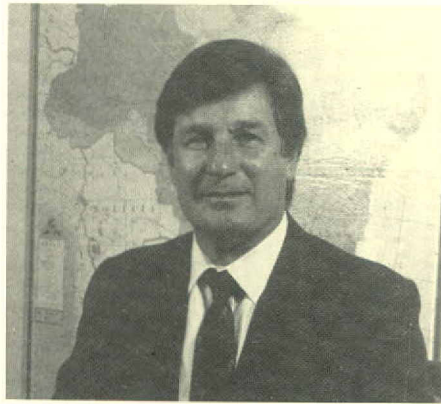
Comerlato recebe Diploma de Menção Honrosa

Raul Francisco Comerlato foi homenageado com Diploma de Menção Honrosa em reconhecimento por sua atuação na Riocell S/A, onde ocupa atualmente o cargo de gerente de vendas de papel e celulose para o Brasil.

A decisão da ANAVE de homenagear Raul Francisco Comerlato com o Prêmio Destaque do Ano — 1988, além de estar fundamentada nas indicações dos associados, foi motivada na forma como ele conduziu suas atividades como gerente de vendas de papel e celulose para o mercado interno, frente à Riocell — Cia. de Celulose do Sul.

Ele iniciou atividades no setor de celulose e papel em 1952, quando ingressou na Celupa — Cia. Ind. Cel. e Papel Guaíba. Nessa empresa, entre outras atividades, promoveu a reestruturação do sistema comercial e a renovação e ampliação do corpo de representantes.

Nos anos seguintes, trabalhou na Otávio Rabello Cezar & Cia. (53/61); Linck Maqs. Ltda.; agente "case", "Deutz", "Massey Ferguson" e Wyllis (61/70); Grupo Chaves Barcellos; S.A.



Comerlato já visitou todos os clientes da Riocell, no Brasil.

Lanificio São Pedro e Agroindústria Guaibarroz S.A.

No ano de 1981, Comerlato iniciou atividades no Grupo Riocell, como agente administrativo e financeiro da

Florestal Guaíba, onde procedeu à implantação da empresa responsável pela administração da área florestal da Riocell.

Em 1985, ele passou a gerente de vendas de celulose no Brasil, na Riocell S.A. e, no ano seguinte, assumiu a gerência da fábrica de papel da Cia. Pauleira do Sul, outra empresa do Grupo Riocell.

Desde 1987, Comerlato ocupa o cargo de gerente de vendas de papel e celulose para o Brasil, na Riocell.

Profundo conhecedor do mercado, Raul Francisco Comerlato vem demonstrando grande competência frente à gerência comercial da Riocell, vale destacar que ele foi o primeiro gerente da empresa que visitou todos os clientes do mercado interno, conduzindo de forma bastante positiva a política comercial da empresa. ●

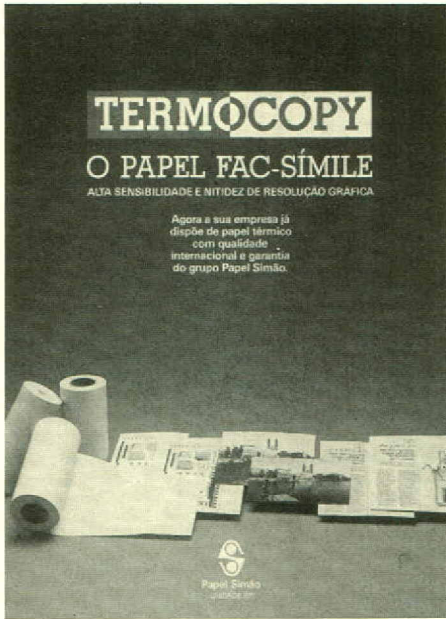
SAIBA TUDO SOBRE O MERCADO DE PAPEL E CELULOSE

O comportamento e as perspectivas do setor de papel e celulose em seus diversos segmentos serão analisados durante este 14º FÓRUM DE ANÁLISE, evento promovido anualmente pela ANAVE e que neste ano será realizado nos dias 31 de maio — 01 e 02 de junho, no Anhembi, em São Paulo.

Informações e Inscrições: Sede da ANAVE

**R. Alabastro nº 165 — Aclimação — CEP 01531
São Paulo — SP — Fone: (011) 279-8570.**

Simão vencedora com o anúncio do ano



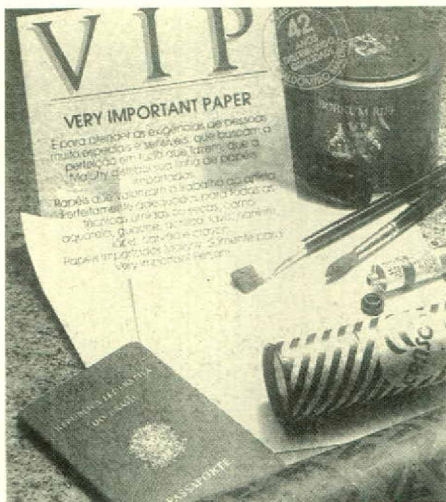
Pela veiculação de um anúncio que divulga o papel termocopy, desenvolvido especificamente para ser utilizado em máquinas fax, a Simão ganhou o Prêmio, como Vencedora da categoria Anúncio do ano.

Tradicional fabricante de papéis para imprimir e escrever, a Papel Simão fez investimentos da ordem de 10 milhões de dólares na instalação de um complexo industrial para produção de papéis químicos e especiais, em sua unidade de Piracicaba, foi lá que nasceu o Termocopy, "um sofisticado papel fax, com revestimento termoquímico", que foi lançado no mercado brasileiro no início de 1988, através de uma ostensiva campanha publicitária dirigida às empresas que utilizam a

máquina fac-símil, também conhecida como máquina FAX, a qual exige a utilização de um papel térmico compatível e de qualidade e que, até aquele momento, dependiam de papel importado.

Não obstante a qualidade do papel Termocopy, a peça elaborada é bastante objetiva, anunciando que "Chegou Termocopy" e enumerando todas as vantagens oferecidas ao consumidor consegue reforçar a qualidade e garantia do produto. ●

Maluhy premiada com Anúncio do Ano



A Waldomiro Maluhy & Cia., uma das maiores distribuidoras de papéis do país, recebeu o Prêmio Destaque do Ano pela veiculação de um anúncio que divulga sua linha de papéis importados.

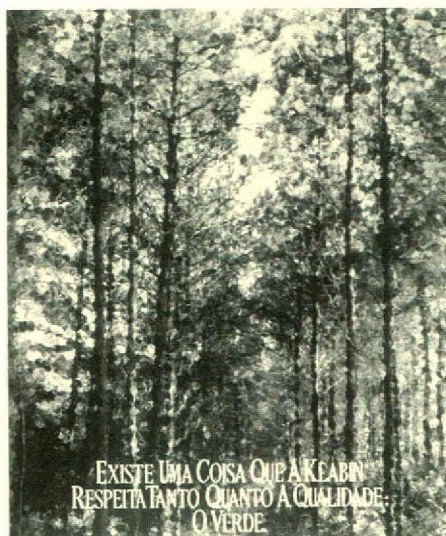
O anúncio da Maluhy, com o título "Vip: Very Important Paper", divulga a linha de papéis importados comercializados por esta que é uma das maiores distribuidoras de papéis do país.

A criatividade desta peça promocional foi um dos fatores que motivou a sua indicação nesta categoria, como

demonstra a versão original com que foi designada a sigla "VIP", que inicialmente significa Very Important Persons.

Também tiveram influência os objetos colocados no anúncio, os quais dão um ar de requinte, que ressalta a qualidade dos papéis e valoriza-os ainda mais. ●

Klabin em destaque



A premiação da IKPC — Indústrias Klabin de Papel e Celulose veio na forma de Menção Honrosa, na categoria "Anúncio do Ano", mais uma vez, a empresa, já premiada em 1987, conseguiu impressionar com sua campanha institucional que incentiva a preservação do meio ambiente.

Sendo a maior empresa da América Latina no setor de papel e celulose e a 59ª entre as maiores do mundo, com o desenvolvimento do tema ecológico, tão evidenciado hoje em dia, a Klabin faz a mídia de suas indústrias.

Foi muito importante e possivelmente fator decisivo na escolha do anúncio, a Klabin ter ressaltado sua

preocupação com o reflorestamento numa época tão difícil para o verde.

A ilustração escolhida foi perfeita para o objetivo do anúncio e o slogan "Existe uma coisa que a Klabin respeita tanto quanto a qualidade: o Verde", também foi muito apropriado.

A mensagem certamente atingiu seu objetivo. ●

(Para análise técnica dos anúncios, a Comissão Julgadora contou com a colaboração da ADEX PROPAGANDA e de seu diretor Alfredo Rheingantz)

Quem é Quem

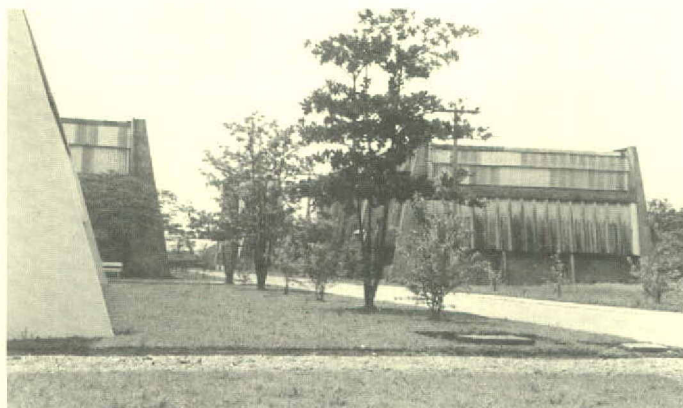
Dando prosseguimento ao trabalho de divulgação das empresas associadas como patrocinadoras da ANAVE, continuamos a publicar o perfil de cada uma, por ordem de inscrição.

A Kassuga dedica-se exclusivamente à fabricação de álbuns para fotografias de todos os tipos e modelos, tendo sido pioneira, no Brasil, na produção daqueles que dispensam o uso de colas e cantoneiras.

A empresa teve origem com a constituição, em 1973, da Kassuga Seishi Kogyo Co. Ltd., do Japão e, em 1975, iniciou a produção de álbuns para fotografias do tipo magi-magnet, inédito no país.

Em 1985, a empresa foi adquirida pela KSG — Administrações, Participações e Representações Ltda., constituída pelos antigos funcionários da Kassuga.

Os produtos fabricados pela Kassuga são distribuídos no mercado interno através de revendedores independentes altamente qualificados, e também são exportados para todos os países da América Latina.



KASSUGA DO BRASIL INDÚSTRIA DE PAPEL LTDA., localizada à Alameda Santos, 1470 — 5º andar — Conj. 503/506 — São Paulo — SP — Fone: (011) 285-6483, associada à ANAVE desde janeiro de 1981.



SAMAB CIA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL, localizada à R. da Candelária nº 9 — 6º andar. Rio de Janeiro. R.J. — Fone: (021)203-1320, associada à ANAVE desde março de 1982.

Contando com uma rede de 17 filiais e de depósitos estrategicamente localizados de norte a sul do país, uma estrutura de apoio em máquinas de conversão — ensasmadeiras e rebobinadeiras — e um corpo de cerca de 700 funcionários e técnicos, empenha-se a SAMAB em manter sua posição na comercialização de papéis para impressão, conquistada e consolidada ao longo de mais de 60 anos, sempre buscando harmonizar e conciliar os interesses de fabricantes e consumidores.

A atividade básica da SAMAB consiste na distribuição de papel para a imprensa — jornais, revistas e livros — e de papel Cham-ex. Seus principais fornecedores são Klabin, Pisa, Facelpa/Trombini, Champion, Suzano, Pirahy e Santa Maria. Supletivamente, a SAMAB importa e agen-

cia vendas de produtores zonais como o Chile, a Argentina e o México e de produtores extrazonais como a Finlândia, o Canadá, a Itália, a Noruega e os Estados Unidos da América.

A SAMAB agencia vendas de celulose chilena “LAJA” (CMPC), de papéis e cartões dielétricos da Tervakoski (Finlândia), da Whiteley e Tullis Russell (Grã-Bretanha) e representa os interesses da Associação Finlandesa dos Fabricantes de Celulose — FINNCELL e de fabricantes Finlandeses produtores de cartões e outros diversificados tipos de papéis assim como suas manufaturas.

A SAMAB movimentava anualmente cerca de 300 a 350 mil toneladas das quais 60 a 65% por conta própria e 35 a 40% como agente, atendendo a mais de 3.000 clientes regulares. Um moderno Centro de Processamento de Dados instalado na Matriz no Rio de Janeiro e interligado com as principais filiais possibilita um rápido e eficiente serviço de atendimento aos clientes.

A principal filial da SAMAB está localizada na capital de São Paulo e tem abrangência não só sobre as demais filiais nesse estado: Santos, Campinas, Ribeirão Preto, Bauru e São José dos Campos, mas também sobre as filiais de Campo Grande, Curitiba e Porto Alegre. Essa área representa cerca de 50% do volume de vendas. Na filial de São Paulo opera a Gerência de Exportação da empresa.

A matriz no Rio de Janeiro centraliza os setores administrativo e financeiro e tem abrangência direta sobre as filiais Rio, Brasília, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Belém e Manaus.

Juntando-se ao esforço exportador do país, a SAMAB adquiriu o status de “Trading Company” e vem há cerca de 10 anos atuando no mercado internacional de papéis e cartões, celulose em menor escala, seja diretamente do Brasil seja através de suas subsidiárias e coligadas na Alemanha, Inglaterra e Costa Rica.

A festa de premiação

A ANAVE realizou na noite de 27 de março a solenidade de entrega dos prêmios aos Destaques do Ano — 1988.

Os homenageados partilharam a alegria e emoção da festa com o significativo público presente ao evento, um grande sucesso.

Fotos: Joel Soares



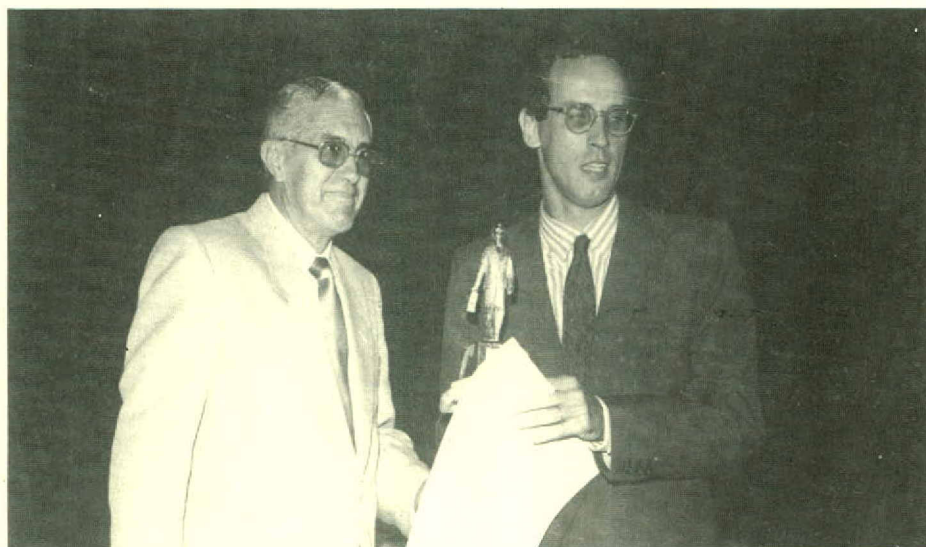
Mesa de honra que presidiu a solenidade.

A solenidade de premiação foi aberta pelo presidente da Diretoria Executiva, Caetano Labbate, que falou sobre a importância do Prêmio Destaque do Ano, criado pela ANAVE, que tem como objetivo “destacar o mérito das empresas do setor e dos profissionais que participam de suas atividades, incentivando-os a prosseguir com dedicação cada vez maior” e agradeceu a todos que compareceram para assistir à entrega dos prêmios. Ele comentou também, um pouco sobre a história da ANAVE, fundada há 19 anos, destacando que nesta gestão teve início a campanha visando a aquisição de uma sede própria para a associação. Referindo-se à campanha, disse ele:

“Respaldados no amplo apoio com as doações recebidas até o momento, e de outras que temos certeza não faltarão no prosseguimento desta iniciativa, temos confiança que este sonho se transformará em realidade ainda durante esta gestão”.

Após anunciada a Comissão de Premiação, constituída por José Tayar, na qualidade de presidente e pelos conselheiros vitalícios Paulo Vieira de Sousa, Sílvio Gonçalves e Neuvir Colombo Martini, além de Daltro Lopes de Souza, integrante da diretoria da ANAVE, teve início a entrega dos prêmios.

Para fazer a entrega dos diplomas e do troféu na categoria “Vendedor do Ano”, foi convidado Waldemar Escobar, presidente do Sindicato do Comércio Atacadista do Papel e Papelão do Estado de São Paulo. Receberam o Diploma de Menção Honrosa, Arlindo Lucchesi, representante comercial e Raul Comerlato, gerente nacional de vendas da Riocell — Rio Grande Cia. de Celulose do Sul. Caio Márcio Viotto Coube, o “Vendedor do Ano”, que é diretor de vendas e marketing da Tilibra S/A, recebeu o Troféu Destaque do Ano — 1988 e, demonstrando-se muito alegre, agradeceu à ANAVE pelo prêmio que considerou “gratificante e inesperado”,



Caio Coube (à dir.), o “Vendedor do Ano”.

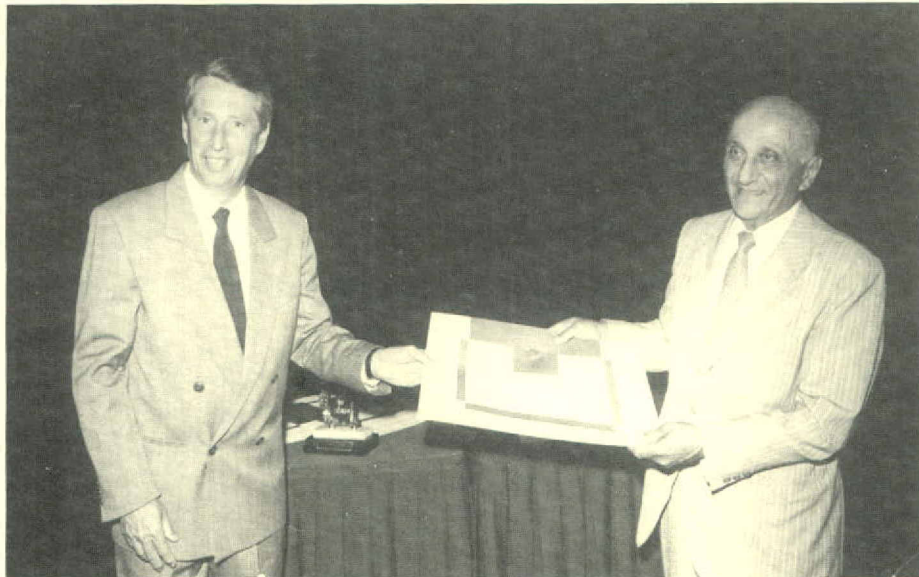


Lucchesi (à dir.) recebe Diploma de Menção Honrosa.



Menção Honrosa para Comerlato (à dir.)

A segunda categoria premiada foi “Empresa do Ano” e o troféu da Ripasa S/A Celulose e Papel foi entregue pelo presidente do Conselho Deliberativo da ANAVE, Alberto Fabiano Pires, ao diretor da Ripasa, Abraão Zarzur, que agradeceu a homenagem, considerada “um incentivo à iniciativa privada”, recordando que no ano de 1987 a empresa também foi agraciada pela veiculação do “Anúncio do Ano”. O Diploma de Menção Honrosa oferecido à Aracruz Celulose S/A, foi recebido pelo gerente comercial da empresa, César Thomé e a Gonçalves S/A Indústria Gráfica foi representada por José Gonçalves, seu diretor presidente.



Abraão Zarzur (à dir.) recebe o troféu conquistado pela Ripasa.



César Thomé (à dir.) recebe o Diploma de Menção Honrosa concedido à Aracruz.



José Gonçalves (à dir.) recebe o Diploma de Menção Honrosa oferecido à Gonçalves S/A Ind. Gráfica.



Raul Calfat (à dir.) recebe o prêmio oferecido à Papel Simão.

O presidente da APFPC — Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose, Osmar Zogbi, foi convidado a fazer a entrega do troféu e dos diplomas aos vencedores da categoria “Anúncio do Ano”. A Indústria de Papel Simão, premiada pela veiculação do anúncio “Chegou Termocopy”, foi representada por Raul Calfat, presidente do Grupo Papel Simão, que recebeu o troféu e agradeceu, ocasião em que falou sobre as atividades da Unidade Piracicaba, onde o papel termocopy foi desenvolvido e sobre as características do produto. Nesta categoria também foram homenageadas a Waldomiro Maluhy & Cia., representada pelo diretor Milton Maluhy e a IKPC — Inds. Klabin de Papel e Celulose, representada por Jahir de Castro, diretor de comercialização da empresa. ▶



Milton Maluhy (à dir.) recebe o Diploma oferecido à Maluhy.



Jahir de Castro (à dir.) recebe o prêmio concedido à Klabin.

Na categoria "Personalidade do Ano" pertencente ao setor, foram entregues, por José Tayar, os Diplomas de Menção Honrosa a Lenomir Trombini, diretor presidente da Facelpa — Fábrica de Celulose e Papel S/A e para Max Feffer, diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose, no evento representado por Aureliano Ieno Costa, diretor administrativo da empresa. Em seguida o empresário Max Heinz Gunther Schrappe, presidente do Sindigraf e da Abigraf, recebeu o troféu "Personalidade do Ano — 1988". Schrappe discursou enfatizando a necessidade da integração entre os diferentes segmentos empresariais, "passo importante na solução dos problemas".



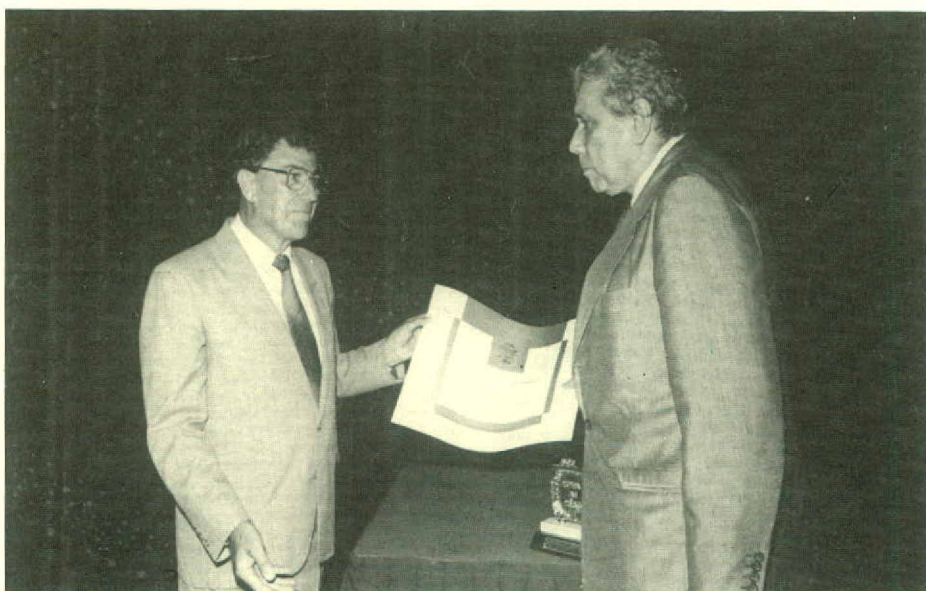
Schrappe (à dir.) recebe o troféu "Personalidade do Ano — 88".



Aureliano Costa (à dir.) representou Max Feffer.



Lenomir Trombini (à dir.) homenageado com Menção Honrosa



Ermírio de Moraes (à dir.) recebe o troféu "Personalidade do Ano".

Na última categoria premiada, o empresário Antonio Ermírio de Moraes, eleito "Personalidade do Ano — 1988" (extra setor) recebeu o troféu entregue por Caetano Labbate, presidente da diretoria executiva da ANAVE. Ermírio de Moraes agradeceu emocionado e manifestou sua confiança no Brasil "um país viável", que bem administrado encontrará seu caminho.

Na categoria Personalidade do Ano (extra setor) foram também agraciados com Menção Honrosa o presidente do Banespa, Boris Tabacof, na ocasião representado por Carlos Aureliano da Cunha, assessor dele e José Eduardo Vieira, presidente do Banco Bamerindus do Brasil.

Após a solenidade, os premiados e convidados comemoraram no jantar de confraternização que se estendeu até altas horas, em clima de alegria e descontração.



Tabacof, representado por Carlos da Cunha (à dir.)



Vieira recebe "Menção Honrosa".

PLEXPEL

uma empresa
dedicada a
sua impressão.

Sabe o que
você precisa
para fazer
cópias?

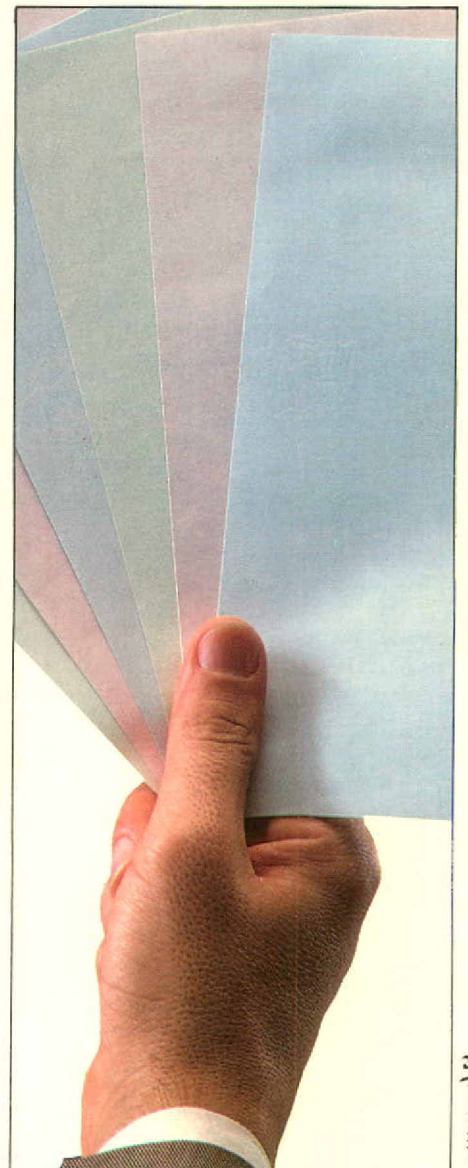
Nada.

É só usar
Papel Sincarbon.

SINCARBON
o papel autocopiativo da Matarazzo



Papel xerográfico Report, mais
um produto distribuído pela PLEXPEL.

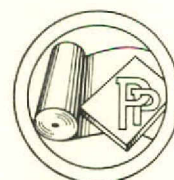


SECURITY - o papel segurança
industrializado pela PLEXPEL.

Que você encontra na PLEXPEL
Distribuidor Autorizado.

A PLEXPEL tem a linha mais
completa de produtos
para impressão.

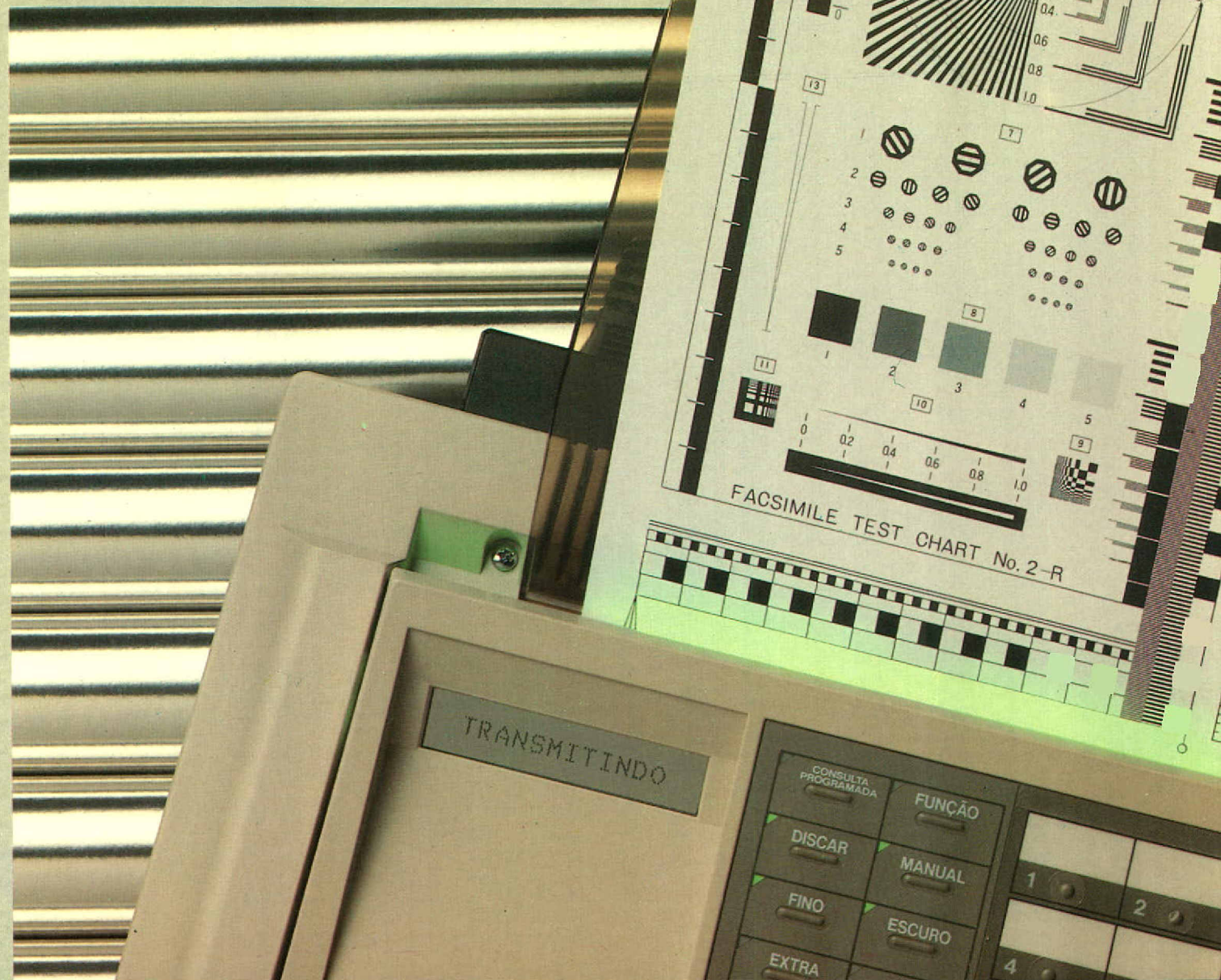
Adesivo - AG - Alta Alvura - Cartolinas
Duplex - Ficha Ouro - Flor Post - Jornal
Kraft - Monolúcido - Sulfite - Super Bond.



Plexpel Comércio e Indústria de Papel Ltda.

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

Chegou Te



O papel fax brasileiro

Um número cada vez maior de empresas está utilizando, em nosso País, um dos equipamentos mais incríveis que a microeletrônica gerou no campo das telecomunicações — a máquina fac-símile ou, simplesmente, máquina Fax. Rápida e eficiente, é capaz de transmitir com fidelidade, em segundos, qualquer tipo de original.

Fácil de operar, a Fax exige, entretanto, a utilização de papel térmico compatível e de qualidade, cujo suprimento até agora tem sido basicamente com papel importado, com todos os custos e incertezas de produtos que vêm de fora. Mas, agora isso mudou. Você já pode contar com Termocopy, o papel fax brasileiro, com tecnologia internacional.

Fabricado pela Papel Simão, maior produtor brasileiro de papéis químicos.

Veja aqui as vantagens do Termocopy

1. Por ser nacional, garantia de fornecimento e pronta-entrega.
2. Custo inferior ao dos papéis importados.



ermocopy.

TERMOCOPY[®]

de nível internacional

3. Compatibilidade com as máquinas Fax dos grupos G I, G II e G III.
4. Reprodução gráfica nítida e indelével.
5. Rigidez e características físico-químicas adequadas às condições ambientais brasileiras.
6. Excelente lisura — o que representa redução nos custos de manutenção da Fax.
7. Fabricado a partir de papel-base Simão, com alta densidade, "pre-coating" e estabilidade física exclusivas para o sistema Fax.
8. Garantia de qualidade internacional do maior fabricante brasileiro de papéis químicos e especiais. A Papel Simão é totalmente integrada, da árvore ao papel.



Papel Simão

INFORMAÇÕES: (011) 274-6066

Relevo Araujo: uma gráfica diferente

Com a diversificação da linha de produção, fruto de uma profunda reestruturação administrativa, a Relevo Araujo, antes a quinta gráfica em relevo do Brasil, é atualmente a maior da América Latina e não pretende parar por aí.



Em cada trabalho, um toque de requinte.

Especializada no segmento de impressão a relevo, a empresa fundada em 1946 por Mauro Araújo, tornou-se famosa em todo o Brasil pela qualidade e perfeição dos trabalhos executados. Passadas mais de quatro décadas, hoje, a Relevo Araújo é considerada a maior gráfica da América Latina em seu ramo de atividade.

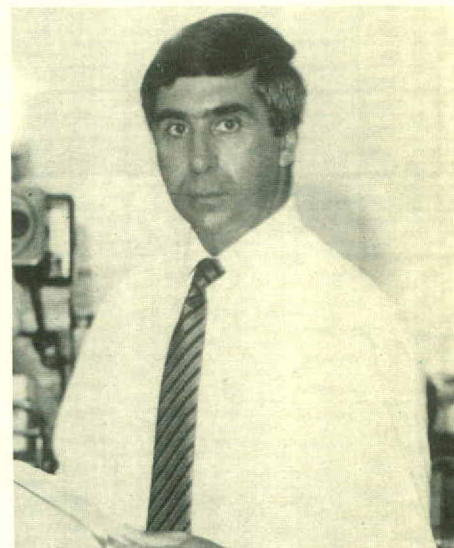
Para conquistar esta posição, somou-se à tradição conquistada nos muitos anos de trabalho, uma reestruturação administrativa, implantada a partir de 1976, quando Wladimir Astriani de Araújo assumiu a direção da empresa em consequência do falecimento de seu pai.

Wladimir de Araújo decidiu dinamizar e potencializar a gráfica que herdou. Optou por uma administração horizontal, investiu em novos equipamentos; decidiu diversificar a linha de produção e os resultados surgiram rapidamente.

Hoje, a linha de produção, antes limitada apenas à impressão em alto relevo, inclui também relevo americano, impressão offset, tipografia, hot-stamping e relevo a seco e, com o mesmo padrão de qualidade que imprime cartões de visitas e outros impressos de luxo para grandes empresas, a Relevo Araújo atende também as principais agências de publicidade do Brasil e, há

quatro anos, está na área de impressos de segurança, sendo a única fabricante de formulário contínuo sem emendas do Brasil. Neste segmento, a partir deste ano, a Relevo Araújo uniu-se à Calcografia Cheque de Luxo Banknote com o que pretende oferecer aos clientes um atendimento ainda melhor.

O faturamento em 88 atingiu a cifra de US\$ 2.600 mil, estando previsto um crescimento de 35% para este ano. O prédio em São Paulo, no bairro do Bom Retiro, ocupa uma área de 2000m², com parque gráfico, área de mecânica, eletro-eletrônica e administrativa e já existe a filial do Rio de Janeiro, criada em função de um mercado cada vez mais exigente em termos de prazo de entrega. Essa empresa, embora fazendo parte do grupo, funciona de uma forma independente, era uma gráfica tradicional, que a Relevo Araújo adquiriu e na qual implantou seu "Know-How".



Wladimir de Araujo prevê, para este ano, um crescimento de 35%

As marcas da nova administração são evidentes e fazem da Relevo Araújo uma gráfica "diferente". Para se ter uma idéia, "o investimento no planejamento visual da empresa e em promoção é de aproximadamente 6% do faturamento global."

No parque gráfico está outro exemplo da fase mais recente da empresa. Wladimir de Araújo procura incutir em seus funcionários a idéia de que a boa impressão causada no cliente começa com uma coisa simples: a limpeza e higiene. Com esta filosofia, consegue manter na oficina um agradável aspecto visual. Neste setor, além das máquinas tradicionais estão equipamentos sofisticados importados de vários países, que garantem o atendimento do pedido dentro do prazo exigido pelo cliente. De 1984 até 1987, o investimento em equipamentos foi de US\$ 1 milhão, o que representa muito em termos de impressão em alto relevo.

O potencial da Relevo Araújo chega a impressionar, tem capacidade para produzir em série 30 mil cartões em duas cores em relevo americano, utilizando para isso apenas uma máquina de origem inglesa. "Nossa tendência — comenta Wladimir de Araújo — é oferecer ao cliente um prazo de entrega cada vez mais curto e logicamente com isso conseguiremos maior produção e menor custo final".

Um aspecto curioso é que a manutenção de todos os equipamentos é realizada na própria Relevo Araújo, através do famoso "jeitinho brasileiro" e o diretor garante que com as adaptações às vezes a máquina fica até melhor do que era originalmente fabricada.

A mão-de-obra também é preparada



Máquinas modernas proporcionam maior agilidade.

de forma horizontalizada, numa trajetória que vai desde ajudante geral até impressor, pois Wladimir, que iniciou na Relevo Araújo como office-boy e passou por diferentes cargos até chegar na posição que hoje ocupa, acredita que há detalhes que só se aprendem no dia-a-dia. Entre matriz e filial somadas, ao todo, 200 empregados.

Para atender às exigências de clientes, principalmente multi-nacionais, a Relevo Araújo ainda necessita muitas vezes importar papel, mas consome

uma grande quantidade de papéis especiais, fabricados principalmente pela MD Nicolaus e pela Ind. de Papel de Salto (destinados a impressos de segurança). Com 12 vendedores em São Paulo e 6 na filial do Rio de Janeiro, seu segundo maior mercado; além de distribuidores em todo o Brasil, a Relevo Araújo oferece a este pessoal treinamento técnico especializado para orientar aos clientes e mantém um "show-room", na Zona Sul de São Paulo, onde o atendimento é direcionado a clientes daquela região.

Wladimir de Araújo não se considera um diretor superintendente, mas se define como um "diretor gerente", isto é, "aquele que faz de tudo um pouquinho" e, embora já esteja investindo em outros setores, ele revela um carinho especial por sua empresa: "gosto do trabalho que realizo aqui e acho que nosso sucesso maior se deve a isso", diz ele, que se mostra muito otimista em relação ao futuro:

— Sem grandes investimentos, apenas com redução dos prazos de entrega, melhorias de alguns equipamentos e remodelação de outros, este ano estamos prevendo um crescimento de 35% aproximadamente. Estamos neste prédio há oito anos e já estamos projetando mudanças, pois pelos novos investimentos, a curto prazo estaremos saturados. Acredito que mais ou menos dentro de cinco anos estaremos ocupando uma área de cerca de 10 mil metros quadrados em um outro local. ●



Na Relevo Araújo, perfeição é uma meta constante.

Contribuir para a integração do profissional de vendas com o mercado e orientá-lo quanto às características do produto vendido, é uma solução simples para um grande problema.

A importância da comunicação comercial

Por: Elcio Fernando Modro

O nicho do mercado é detectado; é identificado; é quantificado. O produto é pensado; a tecnologia está à mão; o parque industrial é adequado; a margem do produto é boa.

Se todas as condições mencionadas combinam, onde está o grande problema, por que ele aparece e se evidencia?

Vários fatores contribuem para isso e este fato, na realidade, é muito mais comum do que possa parecer.

Depois de obtida a perfeita integração entre as áreas industrial e comercial, inicia-se a trabalhar o mercado. É claro e compreensível que, pelo menos durante o teste de mercado, os passos sejam cautelosos e estudados. Embora o mercado seja ávido por novas marcas, novas alternativas e serviços diferenciados, o cuidado é necessário, pois o novo produto requer um peso específico e não pode, consequentemente, ter suas características colocadas para mais ou para menos, criando no cliente expectativas indesejáveis e distorcidas.

Dessa forma, toda a estratégia da comunicação comercial obedece o mesmo ritmo, o que somado à especialização e por que não dizer à verticalização da força de vendas, possibilita que apenas meio caminho seja percorrido. A outra metade do caminho é percorrida por outra força de vendas, que embora também especializada, não o é no mesmo nível e atua de forma horizontalizada.

Há que considerar-se aqui também, o grande número de produtos que o vendedor de revenda/distribuidor tem a colocar no mercado, e, assim sendo, a sua concentração e seus conhecimentos diluem-se na medida exata do maior ou menor número de produtos trabalhados.

Porém, na prática, ocorre exatamente

o contrário. A solução está simplesmente em igualar a especialização nos dois níveis. É extremamente difícil dialogar-se sem profundo conhecimento a respeito do que se está falando, principalmente se considerarmos que, de um lado possuímos profissionais de vendas de carreira, mas, por outro, pela própria característica de atuação, distanciamento das fábricas e mesmo heterogeneidade de formação cultural e profissional, a intensidade do conhecimento é menor. Dessa forma, numa visão otimista, de 100% de informação transmitida, apenas 30 ou 40% chega à ponta da linha. Isto não é justo nem para o produto; menos ainda para os profissionais de vendas e tampouco para o consumidor.

A solução, simples aliás, porém extremamente importante, ainda que trabalhosa, é fazer que o conhecimento expanda e fixe na mente destes profissionais. É absolutamente utópico pensar que uma ou várias pessoas possam entender uma determinada característica intrínseca do produto, se ele não conhecer da mesma forma todas as outras que compõe o todo. Ele só terá condições de argumentar bem a respeito daquilo que domina e, bem informado ele terá condições de trabalhar melhor o produto e ainda com maior intensidade. Isto é lógico e natural e faz parte das características do ser humano.

Estamos sugerindo aulas ou algo parecido a respeito de papel?

É isso mesmo.

Como se pode admitir dominar um ponto que isolado é absolutamente nada, esquecendo-se do todo. Não se vende parte de um produto, mas sim o todo. É compreensível que determinadas características sejam mais relevantes do que outras, mas ela sózinha, repeti-

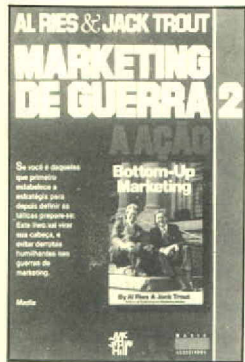
mos, é absolutamente nada. A identificação do uso final é a grande estratégia. Exemplificando, fatores tais como umidade, estabilidade dimensional, manutenção da tonalidade, entre outros, podem para alguns parecer irrelevantes, mas serão características altamente relevantes dependendo do fim a que se destina o papel.

Cumprida esta etapa, ou seja, igualladas as condições de especialização, aliada a outros fatores tais como, serviços pré, durante e pós venda; tanto de vendas como de marketing, basta que se analise o realizado versus o orçado. O resultado invariavelmente será bom. O teste de mercado estará terminado. Os passos seguintes serão mais ousados e pretenciosos. A participação no mercado terá aumentado. Os inputs de comunicação irão gerar respostas que serão suporte vigoroso das forças de vendas envolvidas, tudo na mesma sintonia.

O que começou delineando-se como um grande problema, terminou com uma simples solução. Somente requereu muito trabalho e a aceitação explícita do fato de que, após desenvolvida, além de não retornar jamais ao seu estado original, a mente humana tende a expandir-se positivamente. ●

Baseada nesta filosofia, a ANAVE, através da Diretoria Cultural, está elaborando uma programação de cursos específicos, rápidos e objetivos, de fácil compreensão e assimilação, para os vendedores interessados. As datas serão oportunamente divulgadas.

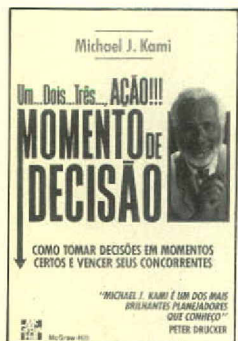
(O eng. Elcio Fernando Modro é do Depto. Comercial da Cia. Suzano de Papel e Celulose e membro da Diretoria Executiva da ANAVE)



**Marketing de Guerra — 2
A Ação**
Autores: Al Ries e Jack Trout
Tradução: Lars Gustav Erik
Unonius
Mc Graw — Hill — 1989

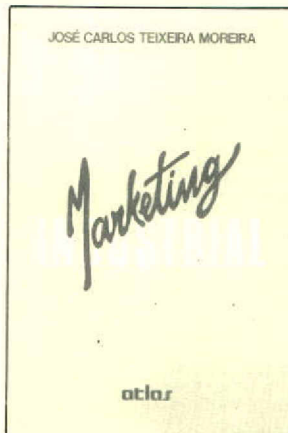
Dando continuidade ao tema abordado em Marketing de Guerra, lançado em 1986, os autores trazem como idéia central desta obra a reversão de um avançado conceito da moderna administração. Para eles, a tática deve ser definida antes da estratégia, ou seja, o “como fazer” (tática) deve preceder à determinação dos objetivos a alcançar.

Repleta de casos concretos, vividos também pelos próprios autores, esta obra, em linguagem didática e acessível, vem trazer ao executivo brasileiro uma visão atual e clara de como vencer os problemas do dia-a-dia, com métodos simples e objetivos.



**Um... Dois... Três..., Ação!
Momento de Decisão**
Autor: Michael J. Kami
Mc Graw — Hill — 1989

Um dos criadores do desenvolvimento estratégico da IBM nos anos 50, o autor, afamado consultor, sugere métodos de sobrevivência no mercado tomando-se as decisões em momentos adequados. Indicado como guia prático de conduta para executivos que se pautam pelo raciocínio, respeitando seus palpites, mas averiguando a realidade dos mesmos, sem ficarem paralisados em decorrência do exercício da análise.



Marketing Industrial
Autor: José Carlos Teixeira
Moreira
Editora Atlas S/A — 1989

O mais importante encontro internacional da indústria gráfica vai acontecer no Rio de Janeiro.

No 4º Congresso Mundial da Indústria Gráfica você vai ter a oportunidade de trocar idéias e conhecimentos com os empresários e especialistas de todos os continentes. Mais do que isso: você vai conhecer as novas tendências que antecipam a direção da indústria gráfica nos próximos anos. Você não pode ficar ausente. Participe! Isso só acontece a cada 4 anos. E aproveite para curtir um pouco mais as delícias do Rio.

Data: de 6 a 10/05/89
Local: Hotel Nacional

Rio 89

CAPITAL MUNDIAL DA INDÚSTRIA GRÁFICA

Promoção:



ABIGRAF

ABIGRAF — ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA
Rua Marquês de Itú, 70 - 12º andar
01270 — São Paulo/SP
Tel. (011) 231-4733 - Tx. 1136094 ABIG BR

Apoio: • International Confederation for Printing and Allied Industries • Printing Industries of America • Japan Master Printers Association • The Printing and Allied Trades Employer's Federation of Australia • Hong Kong Master Printers Association • Singapore Master Printers Association • The Printing Technology Association of China • All India Federation of Master Printers • Confederación Latino-Americana de La Industria Gráfica.



SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Gostaria de receber maiores informações sobre o 4º Congresso Mundial da Indústria Gráfica

Nome _____
Empresa _____
Endereço _____
Cidade/Estado _____ CEP _____
Telefone _____

Envie este formulário à Secretaria do Congresso, para o seguinte endereço:
EPI — CONSULTORIA & PLANEJAMENTO LTDA.
(Secretaria e Informações)
Al. Lorena, 1304 - cj. 1410/1411 - CEP 01424 — São Paulo/SP
Tel. (011) 64-4286/64-4710 - Tx. 1131790 EPIC BR

COLABORAÇÃO DESTE VEÍCULO

O mercado atual na visão do vendedor

Mais uma vez, o mercado de papel passa por uma fase de retração. O consumo sofreu uma drástica redução e o momento é muito mais propício a investimentos no mercado de capitais.

Um dos fatores que nos leva a sentir a redução nas vendas é que os clientes estão consumindo as mercadorias estocadas, mas, ao contrário do que vinham fazendo há alguns meses, deixaram de repor os estoques.

Para os profissionais de vendas, o momento é difícil. Somos cobrados com mais frequência por nossos gerentes e diretores. No momento da venda existe também o risco de "vender mal", pois o número de empresas que passam por dificuldades financeiras vem crescendo de forma assustadora.

Calma e atenção são essenciais aos profissionais de vendas neste período. Passa a ser de extrema importância visitar o cliente com maior frequência, porém, ser ponderado ao vender, pois ao forçar uma venda, o vendedor poderá se tornar chato e inconveniente, correndo o risco de perder o cliente e o amigo.

Pela experiência do dia-a-dia, baseados principalmente no diálogo com os clientes, os profissionais de vendas poderão fazer uma análise do comportamento dos diversos segmentos de mercado e, particularmente, tenho as seguintes impressões:

O setor editorial tem uma preocupação muito grande em relação às vendas, face à perda gradual do poder aquisitivo da população e o congelamento imposto pelo "Plano Verão", que nivelou os preços abaixo do desejado. Um editor comentou: "o período está muito bom para quem tem um sebo (loja que vende livros usados)".

Na área gráfica a situação também não é fácil.

Houve uma redução nos serviços, que trouxe, inclusive, ociosidade de equipamentos e, em especial, o revendedor foi afetado. Tive oportunidade de ouvir o comentário de um deles: "eu vendia em média 10/12 toneladas por dia, hoje, fico feliz quando consigo vender 3 a 4 e, assim mesmo, sou obrigado a praticar um preço bem próximo ao do fabricante".

Mas, e as nossas empresas?

A situação de nossas empresas é idêntica à situação geral do mercado. Entretanto, a exportação tem sido a saída para a retração nas vendas internas. É compreensível e aceitável este comportamento, pois a produção não pode ser paralizada e o produto acabado não pode ser estocado, sob pena de gerar prejuízos ainda superiores aos da paralização dos equipamentos.

Espera-se que a situação atual não seja duradoura, pois, pela lógica, o lucro deve ser conseguido partindo-se do produto e nunca do capital. Com o final deste período, e com as iniciativas que hoje as empresas de papel, papelão e produtos derivados estão tomando, os profissionais de vendas terão uma nova fase de dificuldades a ser enfrentada no mercado interno. Os clientes que hoje estão consumindo principalmente a mercadoria estocada, na nova fase, irão desejar repor os estoques que certamente estarão abaixo do normal, todavia, em face à adequação do consumo interno com o mercado externo, a disponibilidade de papel talvez não seja a esperada.

O profissional de vendas, hoje preocupado em vender, no futuro estará preocupado em conseguir o papel desejado pelos clientes, enfrentando novamente uma situação de desequilíbrio, já característica constante deste mercado.

O MERCADO DE PAPÉIS ESTÁ EM ALTA.



Saiba como lucrar com isso.

Não deixe seu dinheiro sujeito às oscilações imprevisíveis da economia nacional.

Nem ao vai-e-vem das marés do mercado.

Faça uma aplicação segura nos papéis mais rentáveis do mercado, os papéis São Vito.

São várias as opções de investimento que você

pode fazer: Off-Set, Couchê, Opaline, Cartão Duplex, Triplex e Supremo, Cartolina, Vergê Classic, Cham-ex e Sincarbon.

Otimize seus lucros sem arriscar seu capital. Afinal, investir nos papéis São Vito está sendo um dos melhores negócios do mercado.



SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.
Rua Sampaio Moreira, 200/226 - São Paulo - SP
Fone (011) 229-4477 - TELEX - 1126455

