

anave

ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DOS PROFISSIONAIS
DE VENDA EM CELULOSE
PAPEL E DERIVADOS

Ano 14 nº 58

AUSTRALIA

10



UUJ 142078

Vendedor:

UUJ 142078

Força Matriz

O talento, a criatividade, a dedicação e a eficiência dos profissionais de vendas de papel e celulose na década de 80 contribuíram para o setor prosperar interna e externamente.

Estamos no início de uma nova década.

BANCO CENTRAL DO BRASIL
A 0271099534 A

Momento de transição. Expectativa de muitas mudanças.

Porém, para o profissional de vendas o desafio permanece.

200

Vender e gerar riquezas.



BANCO CENTRAL DO BRASIL

A 1251035309 A

100

100 CEM CRUZADOS NOVOS



A 1251035309 A

Fast-food do papel

É isso mesmo. A Maluhy, uma das maiores distribuidoras de papéis do país, está entregando rapidamente para todo o Brasil o papel TERMOCOPY, para uso em fac-símile nacional ou importado.

Para acompanhar a velocidade da tecnologia japonesa e a qualidade da Papel Simão, fabricante do TERMOCOPY no Brasil, a Maluhy tradicional distribuidora de papéis, oferece a seus clientes, mais este serviço fast-food.

COMO SURTIU O FAC SÍMILE

Os japoneses, com os seus complicados ideogramas, estavam com enorme dificuldade de se comunicar com o mundo. Enquanto o telex fazia o meio de comunicação entre os povos, os japoneses procuravam uma solução da comunicação de seus caracteres. E após muitas experiências, desenvolveram o sistema FAX, que hoje é sem dúvida o meio de comunicação comercial mais completo e inovador deste século.



TERMOCOPY

PAPEL PARA FAX

DISTRIBUIDOR



WALDOMIRO MALUHY & CIA.

COMÉRCIO DE PAPEIS

RUA DO GASÔMETRO, 931 - SP - 03004
PBX (011) 292 6977 - DDG (011) 800 2000
TELEX 1163329 FAX (011) 292-6362

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 Líbano 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.
 Fornecedor de Papel Forpal S/A
 Gráfica Linel Ltda.
 Gretisa S/A Fábrica de Papel
 Hóbrás Indústria de Papéis Ltda.
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.
 Ind. de Papéis Santo Amaro S/A
 Ind. de Papel Gordinho Braune Ltda.
 Indústrias Bonet S/A
 Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A
 Indústrias de Papel Simão S/A
 Kassuga do Brasil Indústria de Papel Ltda.
 Madeireira Miguel Forte S/A
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.
 Metrôpole Comércio de Papéis Ltda.
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.
 Papel e Celulose Catarinense S/A
 Papyrus Indústria de Papel S/A
 PISA — Papel de Imprensa S/A
 Propasa Produtos de Papel S/A
 Ripasa S/A Celulose e Papel
 Samab — Cia. Ind. Com. 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.

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
 Cia. Canoinhas de Papel
 Fisfer Indústrias Gráficas Ltda.
 Ibema — Cia. Brasileira de Papel
 Ind. de Artefatos de Papel Imperial Ltda.
 Ipanema Produtos de Papel Ltda.
 Koplik do Brasil Com. de Produtos Florestais
 Leone Consultoria Industrial Ltda.
 Macropel Com. Papéis Ltda.
 Maridemi 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

anave

Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados

ANO 14 — Nº 58 — Publicação Bimestral = Janeiro/Fevereiro — 1990
 Mês de Circulação: Fevereiro/1990

NOSSA CAPA



Criação e Produção:
 Grafite Propaganda e
 Publicidade Ltda.

INDICE

Gente.....	04
Eventos.....	06
Empresas e Negócios.....	07
Destaque do Ano.....	07
Editorial.....	08
O Desempenho do Setor.....	11
O Profissional de Vendas do Setor de Papel.....	12
Quem é Quem.....	16
Brindes: Algo mais que Uma tradição.....	18
O Papel como Suporte para Impressão.....	23
Visita à Ripasa.....	26
Festa no Dia do Vendedor.....	27
Ministro Saulo Ramos prestigia a ANAVE.....	30
Matarazzo/Plexpel Campeã.....	33
Livros.....	37
Ponto de Vista.....	38

I PRÊMIO CANSON DE ARTE COM PAPEL

A artista Elizabeth Turkieniez, do Rio Grande do Sul, conquistou o primeiro lugar do Prêmio Canson de Arte com Papel, ficando com a segunda classificação Chaves Francisco, do Ceará. Eles terão como prêmio uma viagem à França, incluindo no roteiro Paris, região da Bretanha e o vale do Loire.

Os premiados foram anunciados por Michel Giordani, diretor geral da Canson do Brasil, subsidiária da empresa francesa Canson Mongolfier, tradicional fabricante de papéis artísticos e técnicos. Ele disse ser objetivo da empresa divulgar as artes plásticas no Brasil através de concursos como o desenvolvido pela primeira vez em 1989 e que passará a ser realizado anualmente.

Além dos dois primeiros colocados, mais cinco artistas foram premiados: Patrícia Fiuza, de São Paulo (3º lugar) e Patrícia Golombek, de São Paulo, (4º lugar), que receberam uma passagem para Paris; Laurita Salles (5º lugar), Germana Monte-Mor Alves de Moraes (6º lugar) e Marilane Martins (7º lugar), premiados com kits de papel Canson.

As obras dos sete artistas serão expostas no Grand Palais de Paris, dentro do Salon du Dessin et de la Peinture à Lèau.

Participaram do concurso 800 artistas amadores, com 2400 obras em papel. O prêmio teve apoio da Air France e do Departamento Oficial de Turismo da França.

MIGUEL MALUHY NETO ASSUME SINDICATO DO COMÉRCIO ATACADISTA DO PAPEL E PAPELÃO DE SÃO PAULO

Miguel Maluhy Neto, um dos diretores da Waldomiro Maluhy & Cia, tradicional distribuidora de papéis, com sede em São Paulo, é o novo presidente do Sindicato do Comércio Atacadista do Papel e Papelão de São



Miguel Maluhy Neto (à dir.), ao assumir a presidência do Sindicato do Comércio Atacadista de Papel e Papelão de São Paulo, recebe os cumprimentos de Waldemar Escobar, ex-presidente da entidade.

Paulo.

Ele tomou posse em solenidade realizada no Nacional Club, em 23 de novembro, quando apresentou os demais integrantes da Diretoria da entidade: Waldemar Escobar, diretor da Metrôpole Com. Papéis Ltda, como 1º vice-presidente; Nicolau Antonio Marino, diretor da Marino Comércio de Papéis Ltda, como 2º vice-presidente; Vitor Paulo de Andrade, diretor da Rio Branco Com. Papéis Ltda, como 1º secretário; Archivaldo Reche, diretor da Plexpel Com. Ind. de Papel, 2º Secretário; Nicola Labate, diretor da São Vito Ind. Com. Papéis Ltda, 1º Tesoureiro e Bernardo Joelsas, diretor da Fornecedora de Papel Forpal, 2º Tesoureiro.

Miguel Maluhy Neto, que cumprirá mandato de três anos, está sucedendo Waldemar Escobar, fundador e diretor da Metrôpole Com. Papéis Ltda. Ao assumir a presidência, Maluhy Neto declarou:

— Pretendo manter esta entidade como um elo entre distribuidores e fabricantes de papel. Intermediar as relações entre estes dois importantes segmentos é o compromisso fundamental que assumo e é através do diálogo, que acreditamos o melhor caminho. Deste Sindicato também partirão as normas que vão reger as transações mercadológicas entre nós distribuidores e nossos clientes.

SZACHER É O NOVO PRESIDENTE DA ABTCP

O engenheiro químico Maurício Luiz Szacher foi eleito presidente da ABTCP — Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel — que objetiva promover o intercâmbio de experiências e conhecimentos nos segmentos que compõe o setor de papel e celulose no País. Szacher atualmente é assessor da diretoria industrial e coordenador geral do Programa de Qualidade das Indústrias de Papel Simão S/A.

Formado em engenharia química pela Escola Superior de Química Oswaldo Cruz, pós graduado em administração e marketing industrial pela Escola de Engenharia Mauá, Szacher é também especialista em Celulose e Papel pela "Sveriges Skogindustriforbund", da Suécia, e em Qualidade, pelo "Juran Institute", dos Estados Unidos.

À frente da ABTCP até 1991, Szacher pretende congrega todos os técnicos brasileiros de papel e celulose, para que as experiências de cada um — em pesquisa, tecnologia, controle de qualidade, medicina, novos processos e segurança no trabalho — possam contribuir para o aprimoramento do setor e da sociedade como um todo. Considera ainda que a valorização profissional da área faz-se cada vez mais necessária, em decorrência do rápido avanço tecnológico. ●



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

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.



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

V CONGRESSO BRASILEIRO DE EMBALAGEM

A ABRE — Associação Brasileira de Embalagem promoveu, de 27 de novembro a 01 de dezembro, o V CONGRESSO BRASILEIRO DE EMBALAGEM, no Maksoud Plaza, em São Paulo.

O Congresso teve como objetivo divulgar, atualizar e ampliar os conhecimentos tecnológicos e mercadológicos relacionados com embalagem e acondicionamento, suas matérias-primas e componentes, máquinas e equipamentos, abrangendo a situação brasileira e no exterior.

Maiores possibilidades da embalagem e cartão para alimentos e desenvolvimento de embalagens de papelão ondulado para acondicionar produtos destinados ao consumidor final, foram alguns dos temas analisados.

TILIBRA RECEBE TROFÉU MÉRITO LOJISTA

A Confederação Nacional dos Diretores Lojistas conferiu à Tilibra Indústria Gráfica o prêmio "Mérito Lojista". Esta é a quarta vez que a empresa recebe o prêmio, conferido anualmente àquelas que se destacam em cada setor pelo seu atendimento ao varejo e qualidade de seus produtos.

A Tilibra encerra a década de 80 com um grande salto de crescimento no mercado e a conquista de liderança no segmento de cadernos, com uma participação de 30%. A participação da Tilibra também aumentou nos segmentos de agendas, impressos padronizados e guias fiscais, sendo hoje considerado o mais completo fabricante de produtos de papelaria do país. O faturamento previsto para este ano é de US\$ 90 milhões, contra US\$ 58 milhões em 1988, o que representa um crescimento de 55%.

DRUPA 90: A PRESENÇA DO BRASIL

A Drupa 90 — Feira internacional de Impressão e Papel, que se realizará de 27 de abril a 10 de maio de 1990, em Dusseldorf, República Federal da Alemanha, reunirá 13 expositores brasileiros, que ocuparão uma área de 255 m², espaço que poderá ser ampliado em função de outras empresas interessadas em participar da feira, considerada a mais importante mostra de máquinas gráficas.

Além do Brasil, estarão participando da Drupa 90, que se encontra na sua décima edição, fabricantes de máquinas e equipamentos gráficos de outros 34 países e espera-se mais de 350 mil visitantes de todo o mundo.



A solenidade de abertura do Congresso reuniu aproximadamente 600 convidados.

Essa será a terceira vez que fabricantes brasileiros marcarão presença como expositores na Drupa e expositores que participaram em anos anteriores garantem que é um bom negócio. Maiores informações: Câmara de Comércio e Indústria Brasil — Alemanha, Rua Padre João Manoel, 923 — 7º andar — São Paulo — SP — Fone: (011) 282-7555.

FÁBRICA DE PAPEL DE SALTO FAZ CEM ANOS

Comemorando um século em 1989, a Indústria de Papel e Celulose de Salto coloca-se entre as principais deste setor, produzindo os mais avançados tipos de papéis, sendo produtora nacional exclusiva de papel fiduciário brasileiro, usado na produção de papel moeda.

Vale recordar um pouco da história desta fábrica pioneira. Foi fundada em 1889, ainda na época do Império. Foram fundadores: Antonio, Carlos e Adolpho Melchert. A fábrica passou por diversos donos, até que, em 1976, o controle acionário foi assumido pelo Grupo Papel Simão.

Em 1977, o Grupo Simão associou-se à empresa francesa Arjomari Prioux, que cedeu à fábrica tecnologia para a produção papéis especiais, industriais e fiduciários.

Além de papel fiduciário e de papéis de segurança, Salto concentra também a produção de papéis nobres do Grupo Simão; papéis industriais e é a maior fabricante de papel auto grau cirúrgico, destinado a embalagens médicas esterilizáveis — "O papel Medikal".

Graças ao investimento em tecnologia e recursos humanos, a Ind. de Papel e Celulose de Salto tem a qualidade de seus produtos reconhecida tanto no Brasil, como no mercado internacional.

Foram cem anos, e a história de Salto está apenas começando, pois a empresa demonstra que ainda tem muito a realizar e comemorar nos próximos anos.

SETOR DE PAPEL E CELULOSE PREOCUPADO COM A QUALIFICAÇÃO DA MÃO-DE-OBRA

As tendências tecnológicas do setor de papel e celulose foram analisadas e discutidas durante o 22º Congresso Anual da ABTCP — Associação Técnica Brasileira de Celulose e Papel — realizado de 20 a 24 de novembro, no Anhembi, em São Paulo.

O Congresso reuniu profissionais de todo o país e também do exterior, ficando patente, que papel e celulose necessita urgente da formação de mão-de-obra qualificada, para fazer frente aos projetos de ampliação da capacidade produtiva das indústrias do setor.

A preocupação em relação a este aspecto foi manifestada pelo presidente da ABTCP, Gastão Estevão Campanaro, no discurso oficializando a abertura do evento. Ele falou também sobre as atividades realizadas pela entidade, que, nos últimos três anos, dirigiu todo o seu trabalho no sentido da qualificação da mão-de-obra.

Na mesma solenidade, Horácio Cherkassky, presidente da ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose — enfatizou ser fundamental criar mão-de-obra adequada à expansão do setor e lembrou: "cabe à ABTCP esta responsabilidade".

À mesa de honra que presidiu a cerimônia de abertura do Congresso estavam presentes diversas autoridades, inclusive o presidente da ANAVE, Caetano Labbate.

Após a solenidade, todos os presentes foram convidados a participar da inauguração da 22ª EXPO'ABTCP — Exposição Industrial do setor de celulose e papel, que este ano, reuniu 75 empresas de diversos segmentos.



Gastão Campanaro (à esq.), ao lado de Horácio Cherkassky.

TOGA NOS ESTADOS UNIDOS

Desde setembro passado, a Bryce-Toga High Performance Packanging, "joint-venture" formada pela Toga — Ind. de Papéis de Arte José Tscherkassky (empresa brasileira) e a Bryce Corporation, norte-americana, está produzindo, nos Estados Unidos, embalagens flexíveis, roto-gravuras — para fabricar rótulos — e rótulos laminados.

A Toga exportava para países da América Latina desde 1976, e passou a exportar para os Estados Unidos em 1981. O contrato com a Bryce Corporation foi assinado em 1988 e, a unidade da Bryce de Menfhis, Tenesse, transformou-se na Bryce-Toga High Performance Packanging. Estima-se que a empresa, neste primeiro ano, atingirá um faturamento de aproximadamente US\$ 10 milhões. Em três anos, Sérgio Haberfeld, diretor superintendente da TOGA, prevê um fa-

turamento entre US\$ 30 milhões e US\$ 40 milhões.

A participação da TOGA na unidade norte-americana é de 40%. O faturamento total da empresa em 1988 foi de US\$ 100 milhões e as exportações corresponderam a US\$ 15 milhões. Haberfeld estima para este ano um crescimento em torno de 20%.

RAMENZONI PREVÊ EXPANSÃO

A partir deste ano (1990), o Grupo R. Ramenzoni vai unificar duas de suas três indústrias, a Cartonagem Flor de Maio e a Glória Inds. Gráficas e será mantido o nome "Flor de Maio".

O grupo pretende investir US\$ 5 milhões na construção e instalação de uma única fábrica para as duas empresas, em Cordeirópolis, interior de São Paulo, projeto que deverá estar concluído em 1991.

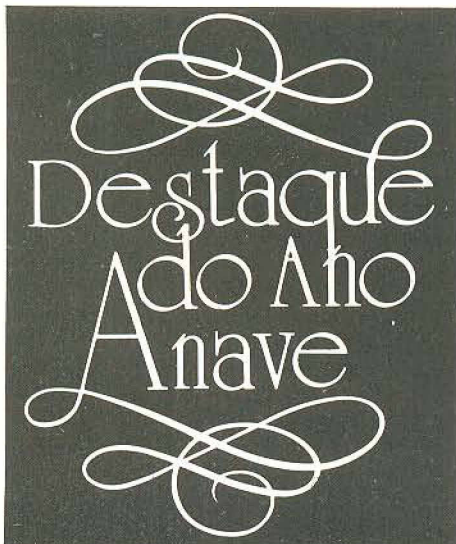
Com a unificação, o Grupo Ramenzoni espera reduzir em 40% seus custos e aumentar em 20% a capacidade produtiva, hoje em torno de 145 mil ton/dia de cartões.

MALUHY TRI-CAMPEÃ DE VENDAS

A MALUHY destaca-se como uma das principais distribuidoras do papel chamex, fabricado pela Champion Papel e Celulose. Por este desempenho, a empresa já recebeu, por três anos consecutivos, o título de campeã de vendas em São Paulo (1985, 86 e 1987) tendo, em 1988, sido agraciada com o prêmio Champion "Hors Concours", como Campeã Nacional de Vendas 88.

Estes prêmios, na opinião da MALUHY, sinalizam a necessidade de constante evolução, por isso a empresa está sempre atenta ao desenvolvimento do mercado, atualizando conceitos e melhorando cada vez mais os seus serviços. ●

DESTAQUE DO ANO — 1989



PERSONALIDADE DO ANO (SETOR):

Jamil Nicolau Aun, presidente do Sepaco — Serviço Social da Indústria do Papel, Papelão e Cortiça do Estado de São Paulo

PERSONALIDADE DO ANO (EXTRA—SETOR):

Seiko Tsuzuki, ministro da Saúde

VENDEDOR DO ANO:

Paulo Vieira de Sousa, representante autônomo

EMPRESA DO ANO:

Indústrias de Papel Simão S/A

MENÇÃO HONROSA:

Papirus Indústria de Papel S/A

Editora Gráfica Brasileira Ltda

ANÚNCIO DO ANO:

Grupo Ripasa — "Novo Cartão Ripasa com Matiz Balanceado"

MENÇÃO HONROSA:

São Vito Indústria e Comércio de Papel Ltda. — "O Mercado de Papéis está em Alta"

Waldomiro Maluby & Cia — "História de Uma Empresa"

Solenidade
de
Premiação

29/MARÇO/1990 — Buffet Umberto
R. Prof. Atilio Innocenti nº 919 — S. Paulo — SP (Convites na secretaria da ANAVE)

Na ocasião em que comemora seu 20º aniversário, a ANAVE concretiza um de seus maiores projetos, a SEDE PRÓPRIA.

Nos últimos anos, Diretoria após Diretoria, Conselho após Conselho, têm lutado para que tal projeto deixasse o "limbo" dos sonhos e das promessas, materializando-se.

É graças a esse esforço do passado, a garra do presente, e com certeza, às esperanças e anseios do futuro, que tal empreitada obtém sucesso.

Mas, estejamos atentos, foi dado apenas um pequeno passo... Muito há ainda por fazer e por realizar. Mãos à obra!?!.

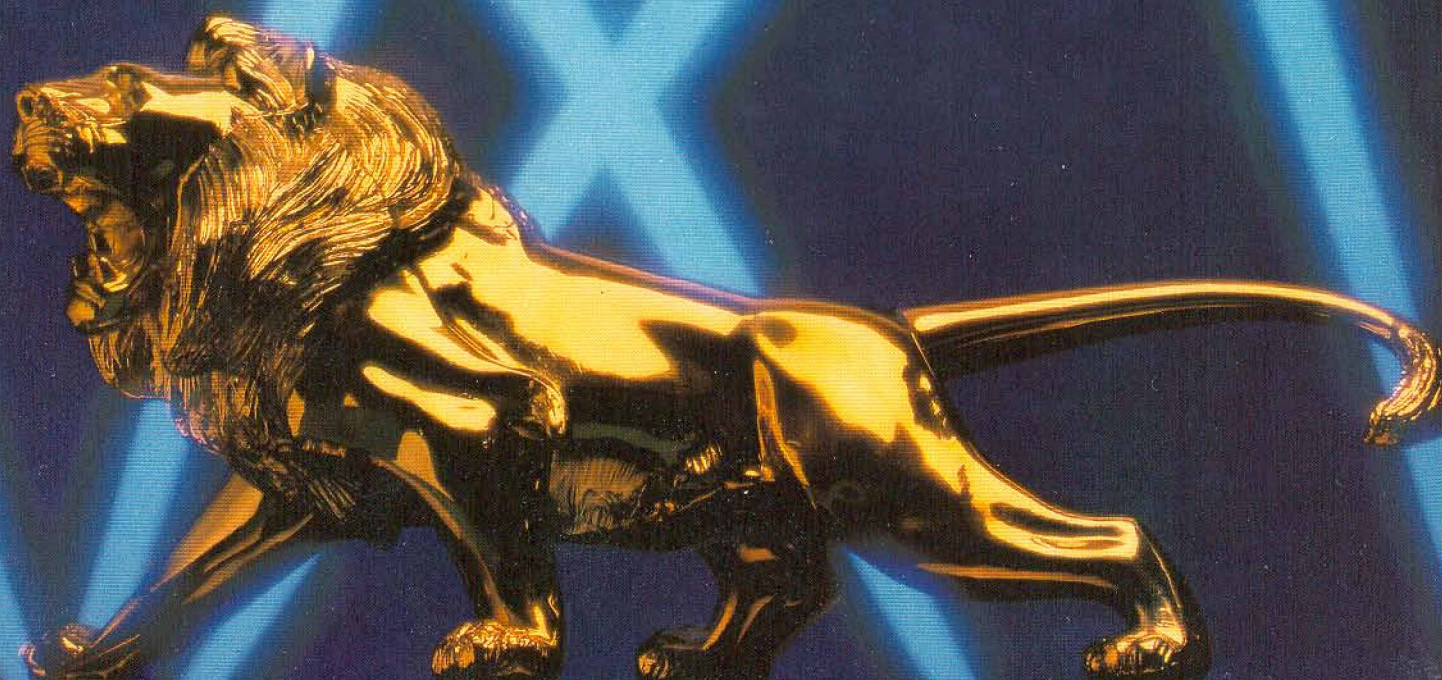
Produto de esforço comum a todos os associa-

dos da ANAVE a revista tem um grau de dependência muito grande de associados individuais e coletivos, seja no aspecto conteúdo, seja no que se refere a propaganda. É com o objetivo de ampliar os horizontes de nossa ANAVE que solicitamos, mais uma vez, sua colaboração. Participe, colabore, anuncie em nossa revista. Somente assim, unidos e conscientes de nossa força, teremos uma ANAVE maior e mais forte a cada dia.

A Diretoria

Grasite®
propaganda e publicidade merchandising

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



A MARINO COM MUITA BRAVURA LEVOU O LEÃO PRA DENTRO DE CASA.

Quem representa o seu papel com garra e competência, não pode esconder o enorme contentamento em ser agraciado com o prêmio de Campeão dos Campeões de Vendas Cham-Ex 88. A Marino agradece, e continuará se empenhando para vencer mais desafios e amansar novas feras.



MARINO

MARINO COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.

Rua da Várzea, 230 - Barra Funda - 01140 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone (PABX) (011): 825-3966 DDG: (011) 800-7721
Telex: [11] 36219 MCPL-BR FAX: (011) 826-8553

CHAM-EX 100

CHAM-EX 200

CHAM-EX 300

CHAM-EX 400

CHAM-EX 500

CHAM-EX 600

CHAM-EX LASER

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente:

José Aida Filho
(Propasa Produtos de Papel S/A)

Vice-Presidente:

Marcos Salerno
(Inds. Papel Simão S/A)

Secretário:

Fernando Maluf
(Ripasa S/A Celulose e Papel)

Conselheiros:

Agenor Gonzaga Cesar (Representante Autônomo), **Alberto Rosseti Camargo** (Inds. Matarazzo de Papéis S/A), **Carlos Alberto Madi** (Sam David Ind. Com. Papéis Ltda.), **Dirceu de Barros Milanese** (Milapel Representações S/C Ltda), **Donaldo Soares** (Cia. Santista de Papel), **Edson Tadeu Pereira** (Ripasa S/A Celulose e Papel), **Francisco de Barros Barreto** (Inds. Matarazzo de Papéis S/A), **Gilberto Mauro Pinheiro** (Mauro Pinheiro Com. Papel Ltda.), **Helena Aguilera** (Ipanema — Produtos de Papel Ltda.), **Isac Gomes da Silva** (Ripasa S/A Celulose e Papel), **Jahir de Castro** (Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A — IKPC), **Jairo Joelsas** (Fornakraft Ind. Com. Papel Ltda.), **Jorge de Lima Lucias** (Inds. Matarazzo de Papéis S/A), **José Américo Pinto Lopes** (Inds. Matarazzo de Papéis S/A), **José Tayar** (Representante Autônomo), **Maurício Carlos Alarcão** (Cia. Suzano de Papel e Celulose), **Odivaldo Siviero** (Rillsa 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), **Rosenyl Braz dos Anjos** (Waldomiro Maluly & Cia.), **Vicente Amato Sobrinho** (Embalapel Beneficiadora de Papel Ltda.)

Conselheiros Vitalícios:

Adhemur Pilar Filho (Papirus Ind. de Papel S/A), **Alberto Fabiano Pires** (Inds. Papel Simão S/A), **Antonio Pulchinelli** (Cia. De Zorzi de Papéis), **Antonio Roberto Lemos de Almeida** (Inds. Papel Simão S/A), **Armando Mellagi** (Inds. Bonet S/A), **Ciro Torcinelli de Toledo** (Carvalho S/A Com. Papéis), **Neuvir A.V. Colombo Martini** (Ipanema Produtos de Papéis Ltda.), **Paulo Vieira de Sousa** (Representante Autônomo), **Silvio Gonçalves** (Gretisa S/A Fábrica de Papel).

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:

Caetano Labbata
(São Vito Ind. Com. Papéis Ltda)

Vice-Presidentes:

Daltro Lopes de Souza
(Inds. Papel Simão S/A)
Marco Antonio Palazzo Romari Novaes
(Agassete Com. Ind. Ltda.)
Raimundo de Castro Costa
(Cia. De Zorzi de Papéis)

1º Diretor Secretário:

José Abreu Valente
(Cia. Indl. Papel Pirahy)

2º Diretor Secretário:

Ericceu Antônio Graziani
(Cia. Indl. 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
(Sanab — Cia. Ind. Com. Papel)

2º Diretor de Relações Públicas:

Vera Lúcia Marques
(Celpav — Cia. Votorantin de Celulose e Papel)

1º Diretor Social:

Elcio Fernando Modro
(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

2º Diretor Social:

Joaquim Correa Toledo Neto
(Cia. Suzano de Papel e Celulose)

1º Diretor Cultural:

Cláudio Thomé Haddad
(KSR Com. Ind. de Papel S/A)

2º Diretor Cultural:

Miguel Cozzubo Neto
(Cozzubo Representações Ltda.)

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)

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

Wagner Alberto Assumpção

Editora Responsável:

Gracia Martin — Reg. Prof. 14.051

Capa: Grafite Propaganda e Publicidade

Fones: (011) 278-7922 — 270-5191

Produção:

H.B. Publicidade S/C Ltda. —

Fone: (011) 203-3558

Fotos:

Joel Soares

Redação e Publicidade:

Rua Alabastro nº 165 — Aclimação

São Paulo — SP —

Fone: (011) 279-8570

Impressão:

Ind. Com. Gráfica Conselheiro Ltda.

Tiragem:

10.000 Exemplares.

Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários.



máquinas gráficas
são José Ltda.

FÁBRICA:

Rua Badajóz, 18 - Pq. Novo Mundo
Cep.: 02169 - São Paulo - SP
Fone: (011) 954-2392
Telefax: (011) 954-3357

ESCRITÓRIO:

Av. Guilherme Cotching, 808 - 2º - cj. 7
Cep.: 02113 - São Paulo - SP
Fone: (011) 292-9601 e 292-9702
Telefax: (011) 954-3357

MÁQUINAS GRÁFICAS SÃO JOSÉ LTDA.

Há 50 anos vem trabalhando e contribuindo para o crescimento industrial do Brasil.

Pioneira na produção de Máquinas Rotogravuras, Flexográficas, Impressoras, Cortadeiras, Rebobinadeiras e outras pertencentes ao ramo, faz de sua experiência a qualidade em tecnologia nas máquinas mais avançadas do mercado.

MÁQUINAS GRÁFICAS SÃO JOSÉ LTDA., 50 anos de vida caminhando lado a lado com o avanço tecnológico rumo ao futuro.

A EXPERIÊNCIA
FAZ A QUALIDADE

QUALIDADE E TECNOLOGIA, UM AVANÇO EM MÁQUINAS PARA EMBALAGENS DE PAPEL E PLÁSTICOS

- Cortadeira Rebobinadeira
- Cortadeira de Folhas
- Flexográficas com Tambor Central
- Rotogravuras
- Matadoras
- S.O.S.
- Laminadora
- Prensa e Retífica
- Parafinadeira
- Guardanapos de Papel.

O desempenho do setor

O setor de papel e celulose faturou, neste ano, US\$ 5 bilhões e pretende investir, até 1996, US\$ 10 bilhões.

A produção brasileira de papel, em 1989, foi de 4.730 mil toneladas, 1% acima à do ano anterior; enquanto celulose teve um incremento de 2.6% em relação a 1988; atingindo 3.890 mil toneladas. A informação, com base em estimativa da ANFPC — Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, foi dada por Horácio Cherkassky, presidente da entidade, durante almoço de confraternização anual realizado em São Paulo, no mês de dezembro.

O mercado interno, no exercício, absorveu 3.800 mil toneladas de papel, ou seja, 4,9% mais que em 1988. Este total representa 80,3% da produção nacional. O restante, 930 mil toneladas, segundo dados preliminares da Cacex/ANFPC, foi direcionado às exportações, reduzidas em 15,8% em relação a 1988.

As vendas domésticas de celulose, somadas ao consumo próprio das empresas integradas, foram de 2.865 mil toneladas (1% mais que em 1988), 73,7% da produção nacional. As 1.020 toneladas restantes foram absorvidas pelo mercado internacional com um decréscimo de 4,3% (dados preliminares Cacex/ANFPC).

A receita prevista com exportações é de US\$ 1.34 bilhão, 2,2% mais que em 1988; porém, o empresário Jamil Nicolau Aun, presidente do Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para Papel, no Estado de São Paulo, que adotou como tônica principal de seu discurso a sucessão presidencial, criticou a “ação nefasta do governo” e apontou o Brasil como “o primeiro país do mundo a exportar impostos”. Jamil Aun declarou:

— Apesar do quadro atual da economia debilitada em nosso país, ainda ostentamos nossa melhor performance no setor externo, com sucessivos resultados favoráveis em nossa balança do comércio. E prosseguiu: “Numa prática inédita no contexto mundial, as autoridades brasileiras agregam impostos aos produtos exportados, ao elevar a alíquota do imposto de renda, instituir contribuições para o inépto sistema previdenciário e taxar manufaturados com impostos sobre circulação de mercadorias e serviços, no caso dos estados. Como se não bastasse ao país apresentar as mais elevadas taxas portuárias e de fretes em todo o mundo.”

Segundo Horácio Cherkassky, o faturamento estimado do setor para 89 é de US\$ 5 bilhões (1,4% do PIB), gerando impostos diretos da ordem de US\$ 830 milhões. O consumo nacional aparente de papel foi estima-

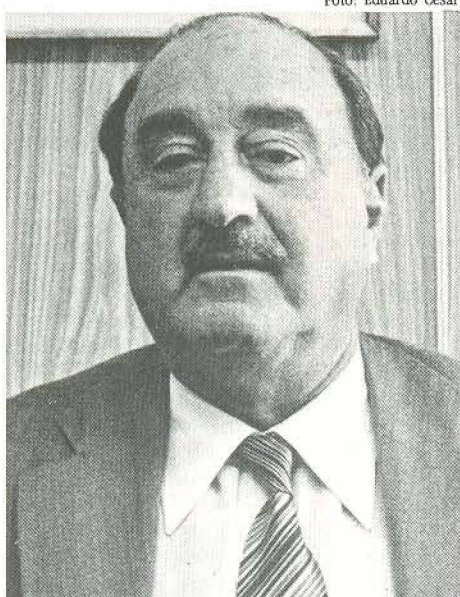


Foto: Eduardo Cesar

Cherkassky avalia desempenho do setor em 1989.

do em 4.120 mil toneladas, com crescimento de 9,3%. Em consequência, o consumo per capita de 26,1 kg em 88 cresceu para 28 kg/habitante em 89.

Com relação ao aspecto do reflorestamento, foi declarado que o setor de papel e celulose reflorestou 115 mil ha em 89 e cerca de 1,3 milhão de hectares nos últimos 20 anos, principalmente de pinus e eucalipto, o que permitiu atender 70% de suas necessidades de madeira, estimadas em 39 milhões de metros estéreos (27,3 milhões de metros cúbicos). Os outros 30% foram adquiridos de reflorestadores independentes. Alguns novos projetos, como a Bahia Sul (Suzano e CVRD), Bamerindus, Celma e Norcell, irão utilizar reflorestamentos já existentes, estimados em 300 mil hectares. Cumpre ressaltar os avanços de produtividade nos últimos anos, como resultado do desenvolvimento de modernas técnicas de produção de mudas, manejo, transporte e, principalmente, de melhorias genéticas nas espécies plantadas.

PERSPECTIVAS ATÉ 1996

No período de 1989 a 1996, o setor de papel e celulose deverá investir US\$ 9,7 bilhões, implementando um Programa iniciado em 1987, que visa a duplicar a capacidade de produção. Horácio Cherkassky informou que US\$ 8,6 bilhões serão aplicados na construção de instalações industriais, US\$ 804

milhões em reflorestamento e US\$ 312 milhões em sistemas de proteção ambiental. Essa expansão conta com o apoio do BNDES e será promovida através de recursos próprios das empresas, oriundos do mercado de capitais e com os mecanismos de conversão da dívida externa em investimentos diretos.

No período 89/96, a demanda interna deverá ter um crescimento médio anual de 5%, podendo, eventualmente, superar este número dependendo do comportamento da economia nacional, já que, historicamente, o consumo de papel tem crescido de 1 a 2 pontos percentuais acima do PIB.

Comentando a situação dos novos projetos e intenções de investimentos, em novembro deste ano, Cherkassky declarou: “há projetos em fase de execução no valor de US\$ 4,8 bilhões; com estudo de viabilidade concluídos e já em fase de planejamento para execução, totalizam US\$ 1,4 bilhão; com estudos de viabilidade em conclusão, somam US\$ 2,7 bilhões e projetos com estudo de viabilidade em curso no valor de US\$ 0,8 bilhão.

O presidente da ANFPC citou também previsões de institutos especializados (RISI, FAO, entre outros) indicando que a década de 90 será caracterizada pelo crescimento da economia mundial, com reflexos positivos para os setores exportadores do Brasil, dentre os quais o de papel e celulose. Porém, alertou: “pairam, no entanto, algumas dúvidas quanto ao início dessa expansão, que depende em grande parte da economia dos Estados Unidos que, no momento, passa por um período de ajustamento com nuances recessivas”.

A demanda mundial por papel e celulose deverá crescer entre 2 e 3% nos próximos cinco anos, com possibilidade de iniciar um ciclo de aquecimento a partir de 1992. Segundo dados da Jaakko Poyry (empresa de consultoria especializada no setor), o aumento previsto na capacidade mundial de produção de papel, no período de 86/96, de 47,2 milhões de toneladas, é inferior ao crescimento da demanda prevista para o mesmo período, em torno de 56,5 milhões de toneladas. Haverá, portanto, um déficit de oferta estimado em 9,3 milhões de toneladas de papel a partir de 1992.

Baseado nessas previsões, Cherkassky acredita em “boas oportunidades para os exportadores nacionais de papel e celulose, pois a maioria dos projetos deverá entrar em operação em fins de 1991 e meados de 1992.” ●

O PROFISSIONAL DE VENDAS DO SETOR DE PAPEL

O trabalho do profissional de vendas nas diferentes situações de mercado foi uma das questões discutidas por associados da ANAVE, na "mesa redonda", promovida em novembro.

Como uma entidade que congrega profissionais de vendas do setor de papel e celulose e de segmentos afins, a ANAVE busca aprofundar as discussões em torno do trabalho realizado por esta categoria. A visão empresarial; as mudanças de mercado; a postura de cada profissional; são algumas das questões propostas para reflexão.

Diante dessa proposição, em 07 de novembro, foi promovida uma "mesa redonda", coordenada pelo Departamento de Divulgação da ANAVE e com a participação de Pascoal Spera, representante autônomo (Representações Spera); José Campos Filho, representante autônomo (Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose); Luiz Carlos Aun Filho, representante autônomo (São Vito Ind. Com. Papéis Ltda); Edson Tadeu Pereira, vendedor (Ripasa S/A Celulose e Papel); Marcos Salerno, superior de vendas (Inds. Papel Simão S/A) e Pedro Nogueira, vendedor (Cia. Suzano de Papel e Celulose).

Com base nos pontos de vista apresentados, elaboramos o artigo publicado a seguir:

REMUNERAÇÃO

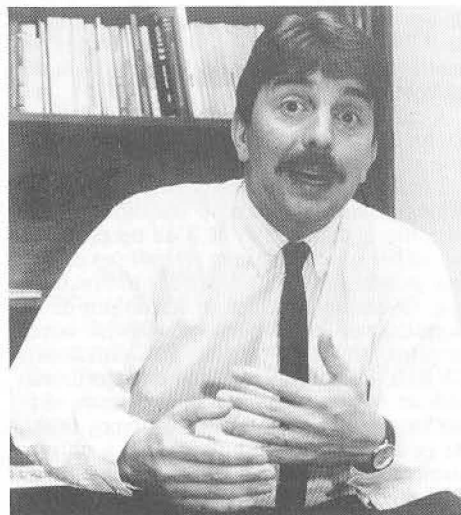
Há vários anos, a maior parte das fábricas de papel deixaram de remunerar seus vendedores através do pagamento de comissões sobre as vendas e adotaram o critério de salários. Este foi o primeiro ponto discutido pelos integrantes da "mesa-redonda".

Pascoal Spera, trabalhando na área de vendas desde 1951 e ainda hoje representante autônomo de diversas fábricas; José Campos Filho, há 19 anos no setor, a maior parte do tempo como vendedor autônomo, consideram a comissão

fundamental e a principal motivação para os profissionais da área comercial.

Luiz Carlos Aun Filho há cerca de cinco anos é vendedor autônomo, trabalhando para o setor de revenda. Ele revelou-se também satisfeito com a remuneração na forma de comissão sobre as vendas. O profissional, neste caso, conscientiza-se que sua remuneração depende em grande parte de seu empenho e dedicação.

Outra vantagem apontada pelos representantes autônomos é a independência em relação à empresa. Segundo eles, a remuneração é vantajosa a ponto de



Marcos Salerno, supervisor de vendas da Papel Simão; no setor de papel há 7 anos.

não necessitem pleitear junto à empresa quaisquer benefícios, tais como: assistência médica, transporte ou ajuda de custo. Nota-se ainda, uma preocupação em manter uma imagem pessoal positiva, sem o "rótulo" da empresa "x" ou "y".

Por outro lado, os vendedores assalariados também puderam expor seus pontos de vista. Marcos Salerno, no departamento comercial da Papel Simão há 7 anos, considera a comissão um forte estímulo para o profissional de vendas, porém, não acredita que o vendedor assalariado tenha tendências à acomodação. Isto é uma questão de conscientização pessoal e de aptidão para o trabalho realizado. O vendedor por opção, que gosta de vender, independentemente da forma de remuneração desenvolve seu trabalho com boa vontade e bons resultados.

Partilha da mesma opinião Edson Tadeu Pereira, vendedor do Grupo Ripasa. "O vendedor tem um compromisso assumido com a empresa que ele representa e independentemente das condições, deve cumprir esse compromisso profissional. Porém, a comissão é um incentivo que ajuda o vendedor a se completar"

RECESSÃO X DEMANDA AQUECIDA

As oscilações de mercado são constantes. Há momentos de demanda aquecida e momentos de forte recessão. Como fica o profissional de vendas em cada uma destas situações, tanto em relação ao cliente, quanto em relação à empresa? Este foi um segundo ponto discutido.

Não há vendedor que ainda não tenha sentido estas mudanças em relação ao seu trabalho. Há momentos em que ele é tratado pela empresa como peça descartável e outros em que torna-se elemento primordial. O mesmo ocorre em relação ao cliente e apesar de tudo, mudar estes procedimentos não é tão simples quanto parece.

Mas estamos vivendo um momento de transição, em que os profissionais de >

vendas demonstram-se otimistas, acreditando em uma valorização maior do trabalho que desenvolvem.

Acredita-se que a demanda permanecerá aquecida, pois o consumo "per capita" de papel no Brasil é considerado bastante baixo e este é um fato positivo para os profissionais de venda.

Esclarecendo a dúvida de um dos integrantes da mesa, Pascoal Spera explicou que quando há recessão, o representante autônomo é bem valorizado e não tem quota limitada para atendimento a seus clientes. Nesses períodos, segundo ele, os vendedores autônomos conseguem ganhar muito mais do que em épocas de demanda aquecida.



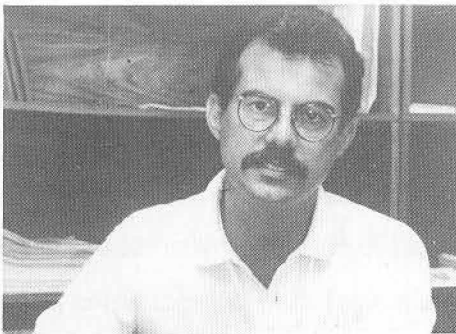
Luiz Carlos Aun Filho, representante autônomo; no setor de revenda há mais de cinco anos.

Quando o mercado está aquecido, a empresa dá ao representante uma orientação para atender a cada cliente dentro da média calculada com base nas compras realizadas em meses recentes. É um procedimento semelhante ao adotado em relação aos vendedores não comissionados.

TREINAMENTO

A questão do treinamento também foi colocada em pauta.

O treinamento é considerado essencial e interessante, pois o vendedor bem in-



Edson Tadeu Pereira, vendedor da Ripasa; no setor papel há seis anos.

formado sempre terá condições de melhor atender ao seu cliente, esclarecendo possíveis dúvidas e orientando sobre os procedimentos mais adequados.

Mas o treinamento não parece plena-

mente desenvolvido pelas empresas e entidades do setor. A Papel Simão, por exemplo, ofereceu recentemente para seus vendedores um curso no Senai e adota um esquema de atendimento a nível de segmento de mercado, propiciando nas reuniões semanais uma troca de informações entre os vendedores.

São comuns as visitas às fábricas de papel e existe uma preocupação por parte das empresas em oferecer aos vendedores um treinamento técnico, porém, muito pouco é realizado em termos de treinamento geral a nível de vendas, com assuntos como técnicas de vendas; análise de comportamento, etc...

Especialmente os representantes autônomos sentem falta desse treinamento. Houve demonstração de interesse em conhecer sobre assuntos diversos como tintas, novos equipamentos, filmes e outros aspectos relacionados a papel.

TRANSPORTE

Com exceção dos vendedores da Champion Papel e Celulose Ltda., os demais do setor utilizam seus próprios carros para trabalhar e consideram o automóvel como uma reivindicação primordial. Claro que isso não aplica-se aos representantes autônomos e sim àqueles que são assalariados.



José Campos Filho, representante autônomo, há 19 anos no setor de papel.

A maior parte das empresas remuneraram o quilômetro rodado, mas isto não é considerado suficiente, porque o desgaste atinge também pneus, parte mecânica, etc...

Há ainda, empresas, a exemplo da Papel Simão, que oferecem ao vendedor um seguro de acidentes pessoais e contra danos no veículo em caso de ocorrências no horário de trabalho.

Em alguns momentos esta reivindicação parece possível de tornar-se realidade, por exemplo, quando um vendedor da Cia. Suzano de Papel e Celulose teve seu carro roubado no horário de expediente; porém, até agora, é apenas um anseio da categoria.

O automóvel oferecido ao vendedor foi apontado como um investimento que



Pascoal Spera, representante autônomo; no setor de papel há mais de 30 anos.

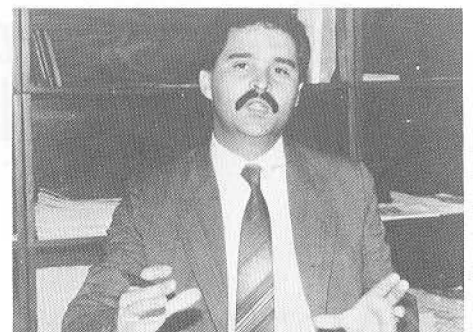
proporcionará à empresa muitos benefícios. Dentre as vantagens citadas estão: o aspecto da propaganda, pois o logotipo da empresa estaria logicamente estampado no carro; uma maior motivação para o profissional de vendas; a questão de "status" demonstrado pela empresa, que, além de tudo, poderia exigir do vendedor um bom estado de conservação do automóvel.

CONCLUSÃO

Os integrantes da "mesa-redonda" demonstraram grande interesse em participar do debate e apoiaram a idéia da realização de um encontro deste tipo a cada edição da REVISTA ANAVE.

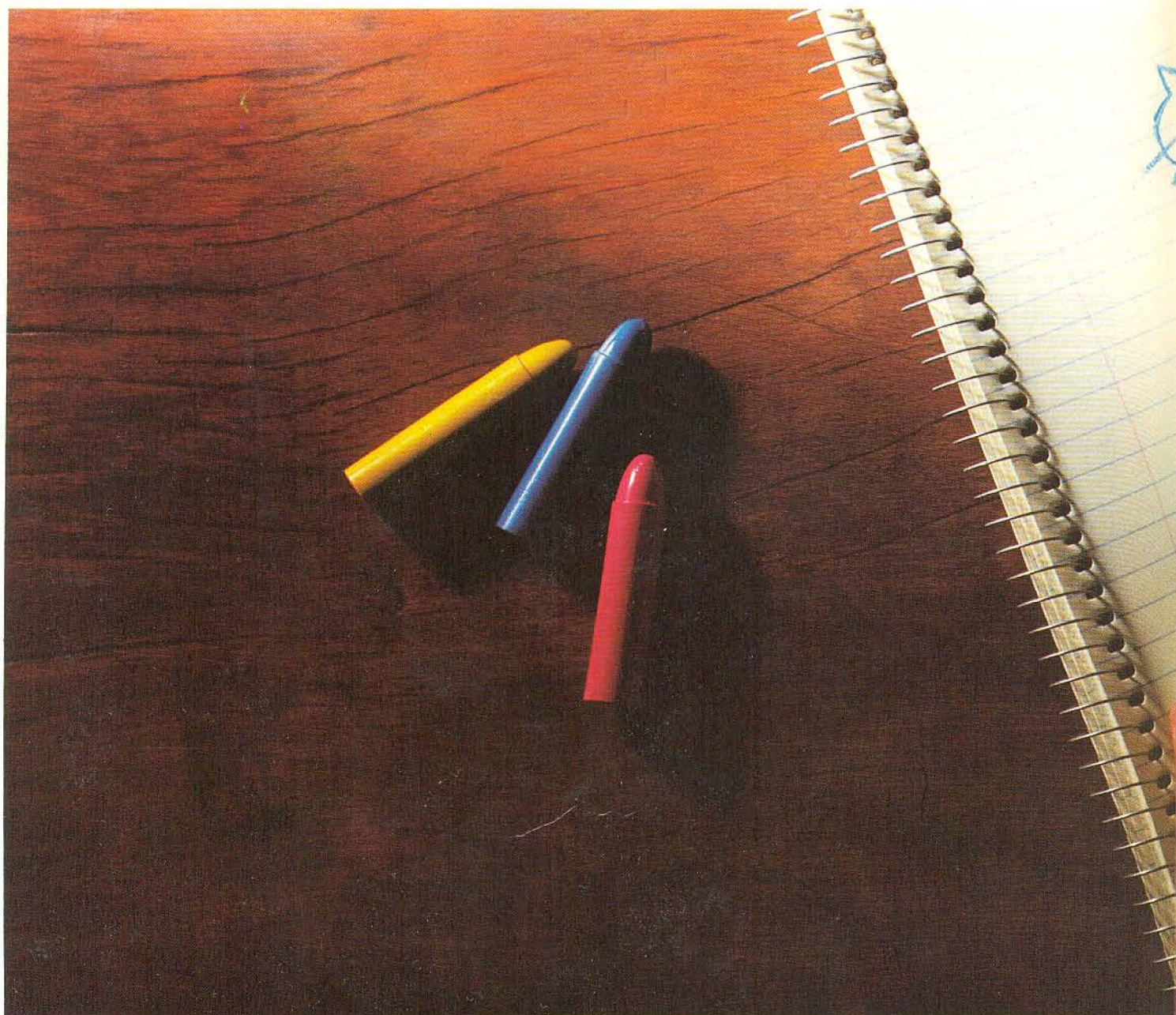
Pedro Nogueira, vendedor da Cia. Suzano, citou um trabalho desenvolvido pela equipe de vendedores daquela empresa, pleiteando junto à diretoria alguns benefícios e com bons resultados, dispendo-se a apresentar o relatório com as reivindicações detalhado em um outro encontro.

Otimista em relação ao futuro do setor, face os investimentos previstos, Nogueira crê numa valorização cada vez maior do profissional de vendas do setor de papel. Os demais integrantes da "mesa-redonda" também acreditam que os profissionais de vendas serão cada vez

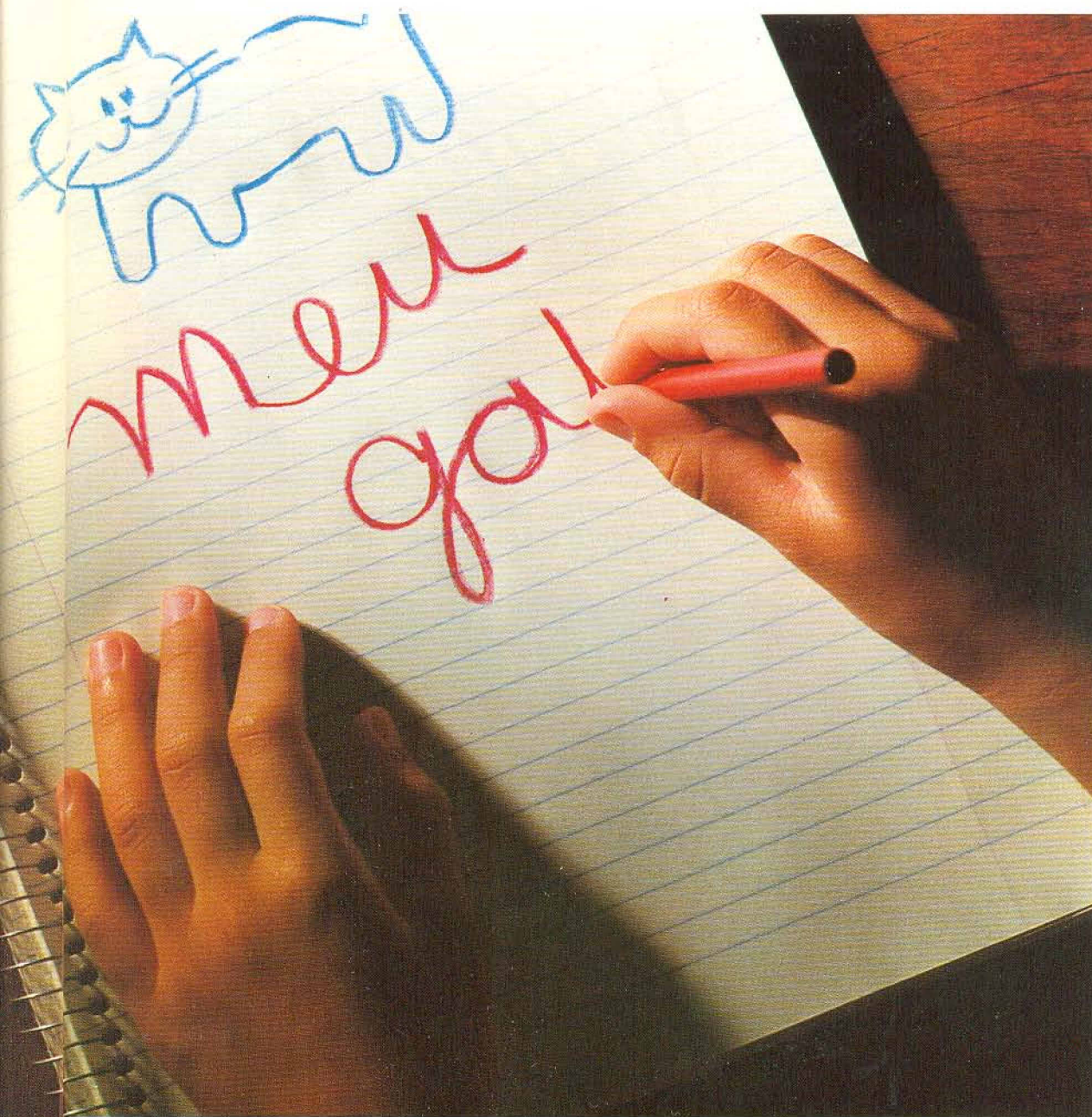


Pedro Nogueira, vendedor da Cia. Suzano de Papel e Celulose há 4 anos.

mais valorizados devendo tal valorização ser estendida ao distribuidor, que em síntese, é também um vendedor da fábrica.



*O importante para a Simão é fazer o papel certo.
Até pra quem ainda escreve errado.*



Para a Papel Simão o importante é ver que seus clientes conseguem transformar os papéis que ela produz em produtos essenciais às pessoas, ajudando a registrar a informação, a memória, a arte e a cultura. Só para uso em cadernos, a Simão produz o suficiente para 80 milhões de unidades todos os anos. Desde os papéis mais simples até os mais sofisticados, como o papel para fax e o autocopiativo, a Simão investe em tecnologia e desenvolvimento para produzir sempre o papel certo, com as características adequadas e a melhor qualidade para cada aplicação. É que a Simão quer que seus clientes levem para o consumidor o que há de melhor. Afinal, o sucesso dos nossos clientes é o nosso sucesso.



Papel Simão

Quem é Quem

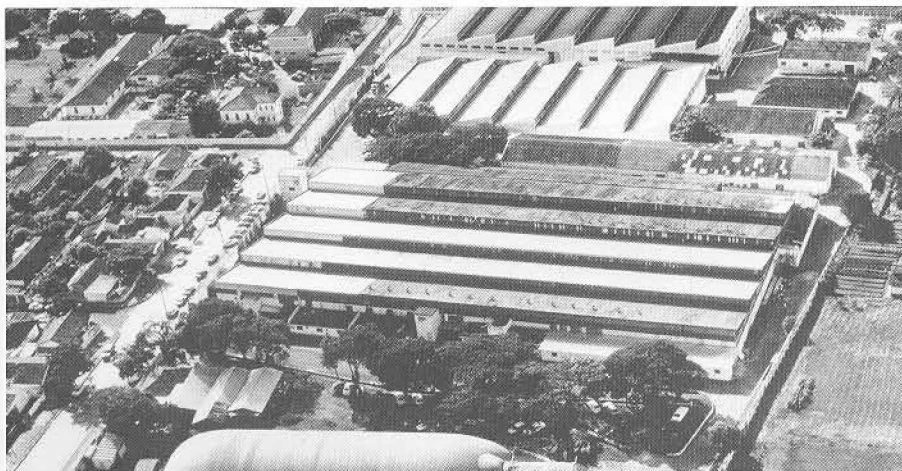
Proseguimos com a divulgação das empresas associadas à ANAVE na categoria patrocinador.

Em 1989, a TILIBRA S/A COMÉRCIO E INDÚSTRIA GRÁFICA comemorou seu 60º aniversário de fundação, classificando-se como uma das empresas de maior destaque no setor fabricante de cadernos, com participação de 30% no mercado brasileiro e atuando também em outros segmentos ligados a papelerias, com um mix de 500 itens: cadernos, agendas, blocos, impressos padronizados, guias e formulários.

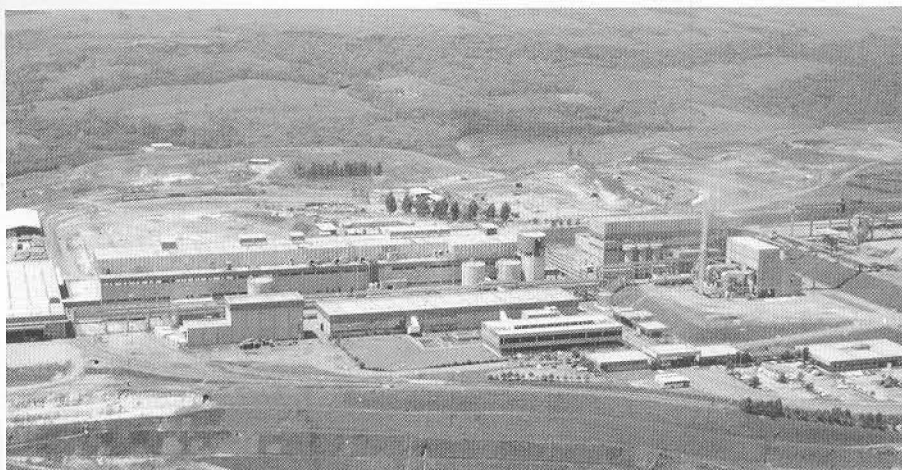
Para chegar a esta posição foi preciso muito trabalho e nada teria sido possível sem o primeiro passo, dado pelo fundador João Batista Martins Coube.

Pessoa de origem humilde, carioca de Macuco, com apenas 16 anos ele deixou a família vindo para Botucatu (interior de São Paulo) para trabalhar no ramo de comércio e, dois anos depois, mudou-se para Bauru, começando a atuar no ramo de tipografia e papeleria. Em 1929, já casado, João Coube fundou uma pequena tipografia, e, pouco depois, expandiu paralelamente, para o comércio de papeleria.

Em 1944, a firma individual "João Martins Coube" transformou-se na primeira sociedade anônima de Bauru: "Ti-



TILIBRA S/A COMÉRCIO E INDÚSTRIA GRÁFICA, localizada à Rua Aimorés nº 6-9 — Bauru — SP — Fone: (0142) 23-4100, associou-se à ANAVE em 24 de setembro de 1984.



PISA PAPEL DE IMPRENSA S/A, localizada à Av. Brig. Faria Lima, 1735 — 1º andar — São Paulo — SP, associou-se à ANAVE em 14 de janeiro de 1985.



PAPIRUS INDÚSTRIA DE PAPEL S/A, localizada à Av. Santo Amaro, 3330 — 6º andar — São Paulo — SP — Fone (011) 240-8322, associou-se à ANAVE em 25 de fevereiro de 1985.

pografias e Livrarias Brasil S/A". Trabalho e dedicação foram fundamentais à prosperidade da empresa. Diversos acontecimentos marcam o desenvolvimento da TILIBRA, por exemplo, a construção do parque gráfico, em 1962, localizado em Vila Cardia (tradicional bairro de Bauru), com 40 mil metros quadrados, quando foram adquiridos os mais modernos equipamentos gráficos daquela época e que serviu para centralizar a produção, antes distribuída pelas várias tipografias espalhadas pelas filiais. Atualmente, o parque gráfico ocupa uma área construída de 25 mil metros quadrados.

Em 1970 faleceu o fundador João Coube. Assumiram a diretoria seus quatro filhos: Henrique Nathanael Coube, Luiz Edmundo Coube (mais tarde prefeito de Bauru), Sérgio Tulio Coube e Ruben Dario Coube. Em 1971 muda-se a razão social da empresa para TILIBRA S/A COMÉRCIO E INDÚSTRIA GRÁFICA.

Decorridas seis décadas desde a fundação, a empresa continua a ser controlada pela família Coube, com 100% de capital nacional. Integram a diretoria: Caio Márcio Viotto Coube (diretor presidente); Luiz Antonio de Silos Carvalho (diretor superintendente); Olga Viotto Coube (diretora vice-presidente); Maria Sylvia Lima Coube (diretora vice-presidente) e Ruben Dario Carrijo Coube (diretor vice-presidente).

Além de expressiva participação no mercado brasileiro, a TILIBRA mantém exportações regulares para os cinco continentes, tendo reconhecida a qualidade de seus produtos em diversos países como Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Austrália, Congo e Oriente Médio.

A empresa possui aproximadamente 1.600 funcionários, distribuídos na matriz (Bauru); filiais São Paulo, Ribeirão Preto, Presidente Prudente e nas duas coligadas:

- **TBD S/A COMÉRCIO E DISTRIBUIDORA** — instalada numa área de 3 mil metros quadrados, em São Paulo; empresa atacadista, específica para distribuição de produtos de papelaria em geral, atuando em todo o Brasil.
- **LOJAS TILIBRA S/A** — com sede em Bauru e 7 lojas no oeste do estado de São Paulo: Bauru, São José do Rio Preto, Araçatuba, Lins, Marília, Adamantina e Jaú. São lojas de departamentos sendo eles, de papelaria, livraria, brinquedos, confecções, presentes, móveis residenciais e para escritório, entre outros.

A PISA PAPEL DE IMPRENSA S/A iniciou operações em novembro de 1984, com o objetivo de tornar o país auto suficiente no abastecimento de papel para produção de jornais e outros produtos feitos a base de pastas de alto rendimento.

Especificamente no segmento de papel para imprensa, a PISA supriu o mercado interno com 117 mil toneladas em 1988, cerca de um terço do consumo de 356 mil toneladas observado no ano. Foram exportadas 7 mil toneladas deste produto. A empresa também coloca no mercado interno e externo cerca de 5 mil toneladas/ano de pasta mecânica e 5 mil metros cúbicos de madeira serrada.

Está previsto para 1992, a entrada em funcionamento de uma nova máquina, com capacidade de 240 mil ton/ano, a qual somada à unidade já em operação elevará a capacidade da indústria para 400 mil ton/ano, num investimento de US\$ 350 milhões. Com esta expansão, o Brasil deverá tornar-se auto-suficiente no abastecimento de papel de imprensa e, terá até condições de exportar o excedente. Nos planos da PISA está também a diversificação da oferta em outros tipos de papéis à base de pastas de alto rendimento, como para os segmentos de listas telefônicas, livros, cadernos e formulários contínuos.

Em 1988, a PISA associou-se ao grupo Neo-zelandês Fletcher Challenge, segundo maior produtor de papel de imprensa no mundo, com 1,9 milhões de toneladas por ano, este fato deverá contribuir decisivamente para a consolidação da empresa, hoje classificada entre as 30 de menor custo no mundo.

Uma base florestal de 100 mil ha (73 mil ha só com pinus), fornece a segurança necessária para esta expansão, beneficiada pelo fato de que esta madeira se encontra num raio muito próximo à sua unidade fabril, localizada no município de Jaguariaiva (PR). A empresa produz, a partir desta madeira, as pastas mecânica e termomecânica, responsáveis por mais de 80% das matérias-primas necessárias ao processo e complementada com celulose fibra longa importada de países como a Argentina, Chile e Canadá.

Participam da composição acionária da PISA, além da Fletcher Challenge, a Cia. Paranaprint de Empreendimentos Florestais, holding que inclui: S.A. O Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil

e a Reflorestadora Plantar, entre outros. Tem participação, ainda, o BNDES, através de sua subsidiária BNDES Participações e o Banco Mundial, via Corporação Financeira Internacional (IFC).

Em 1894, quando a família Ramenzoni imigrou do norte da Itália e desembarcou em São Paulo, fundando a fábrica de Chapéus Dante Ramenzoni Ltda, mal se podia imaginar que, quase um século depois, os negócios tivessem se diversificado e crescido tanto.

Acompanhando as mudanças que o mercado impôs ao longo de sua história, a Papyrus, adquirida pela família em 1952, provou ser muito mais rentável que a confecção de chapéus. Isto fez os negócios mudarem de ramo e se expandirem com rapidez e eficiência: hoje, a Papyrus Indústria de Papéis S/A figura no ranking das três maiores fábricas brasileiras de cartões e assegura seu lugar de maior exportadora de cartão duplex do país.

Instalada no município de Limeira, a 130 km de São Paulo, e ocupando uma área de 544.570 m², a PAPIRUS oferece a seus funcionários uma moderna filosofia de recursos humanos, baseada no desenvolvimento pessoal e profissional de cada trabalhador.

Em seu complexo industrial, a PAPIRUS possui, além da fábrica de cartões, uma Transportadora, uma Corretora de Seguros e um moderno Centro de Informática. E ainda detém, próxima à fábrica, no município de Itirapina, a Fazenda Janga, produtora de eucalipto.

Os tipos de cartões fabricados pela PAPIRUS são diversificados e primam pela qualidade. De sua linha de produtos fazem parte o Cartão DBC (Duplex Branco Couché), para embalagens impressas; o Cartão DBF, para embalagens que não necessitam de revestimento superficial; os Cartões DBF — Y e JUL, para uso na produção de caixas de fósforos e ainda os cartões DBO, para tubetes e PMG, para placas de gesso.

A empresa coloca no mercado brasileiro de cartões 4 mil ton/mês aproximadamente, através de uma equipe de vendas composta por vendedores diretos, distribuidores e representantes regionais. Pioneira nas exportações brasileiras de cartão, a PAPIRUS, com um trabalho iniciado em 1973, responde hoje por 40% das exportações de cartões para embalagem. São 30 países, nos cinco continentes, com os quais a empresa mantém relações comerciais, entre eles: China, Paquistão, Peru, Austrália, Egito e Polônia. ●



Brinde: Algo mais que uma tradição

No mês de dezembro concentra-se a maior distribuição de brindes. Mas, seria apenas questão de tradição? Quais as vantagens e tendências deste hábito?

Dezembro, um mês especial, quer por tradição, hábito ou para atender a uma expectativa do cliente, toda empresa sente a necessidade de distribuir algum brinde.

O tipo do brinde varia, vai desde uma agenda, até obras de arte ou jóias; tudo depende do perfil de quem o oferece e daquele que o recebe.

No setor de papel e celulose, o brinde de final de ano é tradição em grande número de empresas. A Papel Simão, por exemplo, distribui agendas, "um brinde tradicional e esperado nessa época do ano; uma forma gentil da empresa absorver o trabalho de um ano inteiro", informa Alcides Cruz Junior, analista de comunicação.

Já Iñez Capozzi, gerente de comunicação mercadológica do Grupo Ripasa, admite que na empresa, "em 1989, o chamado brinde de fim de ano não existiu" e ela não acredita ser este fato capaz de comprometer a relação cliente-vendedor, que depende de vários outros fatores. Na opinião de Iñez Capozzi, "o brinde para ter validade precisa ter uma intenção", ou seja, é uma peça promocional que pode ser adotada em função de um novo lançamento ou de um outro evento mercadológico, mas que faz parte de um planejamento e precisa ter um objetivo, "é fundamental a adequação desse instrumento de marketing à intenção da empresa".

Exceções à parte, a distribuição de brindes no fim de ano é uma convenção de mercado. Na opinião de Oswaldo Marchesi, diretor da Grafite Propaganda e Publicidade, "o brinde é muito necessário para a empresa. Nos dias de hoje — explica — a relação entre as pessoas é muito rápida, existe uma competitividade muito grande e o brinde quebra essa comunicação dura".

Quando existe a proposta de analisar-se a questão "brinde de final de ano", um ponto não passa despercebido. Sendo dezembro o período onde concentra-se a maior distribuição e sendo uma tradição, existe por parte de quem recebe uma expectativa muito maior do que em qualquer outra época do ano; o impacto tende a ser menor e há ainda o risco do brinde perder-se no volume.

Para enfrentar estes obstáculos, na opinião de Oswaldo Marchesi, a melhor saída é, no momento da escolha, atentar para dois detalhes: "originalidade e utilidade". A originalidade desperta curiosidade e o brinde acaba fazendo sucesso e tornando-se mais marcante; a utilidade é sempre positiva, pois vem de encontro a uma finalidade".

Neste aspecto o fator custo pode ser um impeditivo, porque quase sempre é difícil a elaboração de um brinde original e viável em termos de custos. Criatividade, então, é essencial.

O MELHOR MOMENTO

Sem abandonar a conotação de "presente de fim de ano", o brinde vem sendo considerado por muitos profissionais de marketing e comunicação uma peça de apoio promocional, "uma ferramenta de marketing", e vem ganhando cada vez maior espaço.

Isto vem de encontro a um trabalho desenvolvido pelos fabricantes de brindes que, há algum tempo, concentram esforços visando amenizar o problema de sazonalidade enfrentado pelo setor. Milson Massuda presidente da ANFAB — Associação Nacional dos Fabricantes de Brindes, fundada em 1986, com sede em São Paulo, comenta: "nosso objetivo é difundir o brinde como uma ferramenta de marketing e não simplesmente para marcar o final do ano. E

fundamental ao profissional de vendas manter um relacionamento amistoso com seus clientes durante todo o ano e o brinde pode ajudar nesse sentido",

E o brinde surge cada vez com maior frequência. Em eventos de caráter institucional ou voltados para a linha de produtos, vêm sendo adequado aos objetivos promocionais e mostrando-se eficiente a nível de fixação de marca e memorização de um acontecimento.

Segundo o presidente da Anfab, a eficiência do brinde como peça de apoio promocional confirma-se por ser nos períodos de maior recessão que os fabricantes registram um melhor desempenho, isto, evidentemente, sem considerar o final do ano.

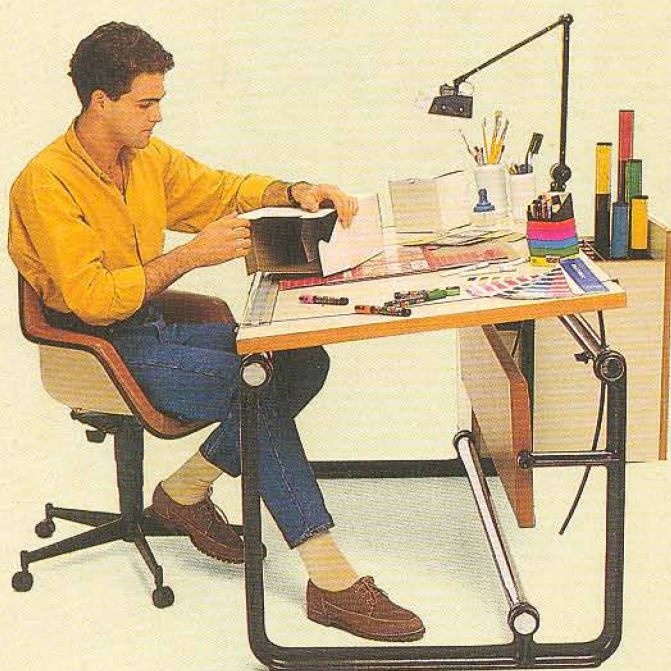
Quando se analisa custo/benefício, Massuda lembra que o brinde "tem um custo bem razoável" comparado a outras formas de publicidade, como anúncios em revistas ou televisões.

Para o profissional de vendas, o brinde distribuído no final do ano é sempre bem vindo, conforme lembra Alcides Cruz Junior, da Papel Simão, "é uma maneira agradável de fechar o relacionamento exercido durante o ano inteiro." Já Massuda faz questão de dizer que, em qualquer ocasião, o brinde vem selar de forma positiva o relacionamento entre vendedor e cliente, "sendo inclusive uma chave que abre novas portas".

Concluindo, seja o brinde de fim de ano ou para qualquer outra ocasião, é essencial critério na escolha e elaboração. Ele, em qualquer circunstância, terá como função sustentar uma imagem, quer de uma empresa, de um produto, ou das duas coisas juntas e um brinde mal elaborado, além de não cumprir seus objetivos, ainda poderá gerar constrangimento entre as partes que oferecem e recebem. ●

**PAPIRUS:
NOSSA ESPECIALIDADE É CARTÃO!**

UM CARTÃO QUE ATENDE DE TODO BOM

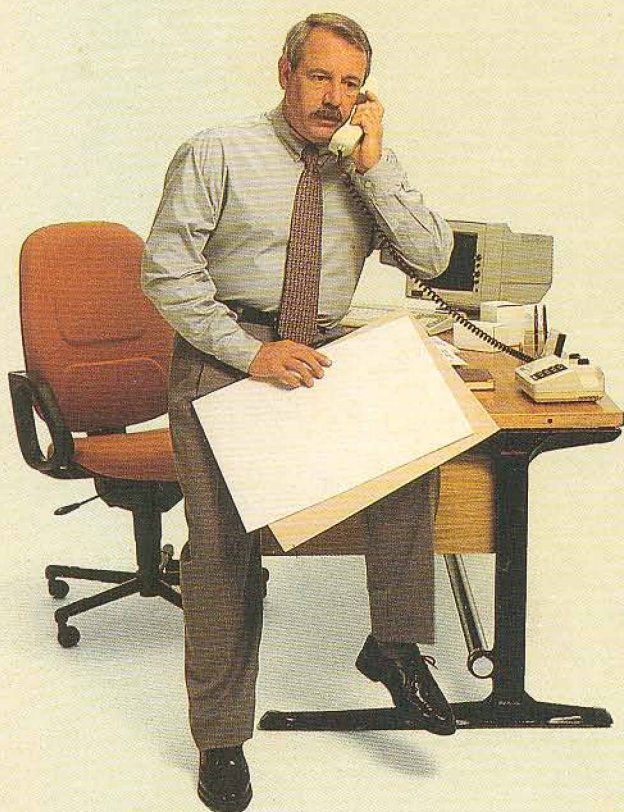


Enquanto o homem de criação precisa do cartão Papyrus para viabilizar seu potencial imaginativo, o produtor gráfico depende da qualidade do cartão Papyrus para valorizar o produto do

cliente. O comprador escolhe o cartão Papyrus com a certeza de ter um material para embalagem à altura do produto que sua empresa fabrica e o gráfico prefere o cartão Papyrus porque

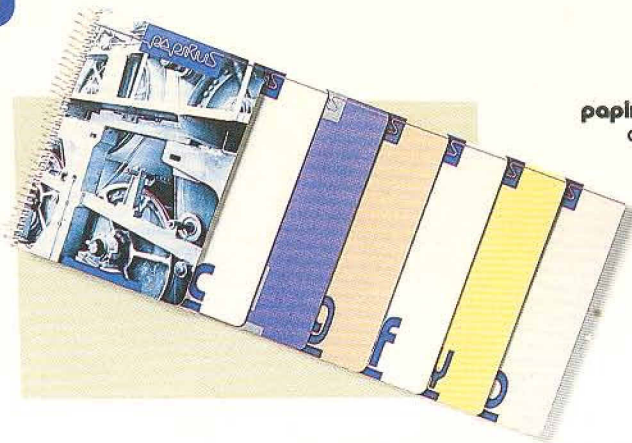
proporciona excelente qualidade de impressão e acabamento, dando-lhe toda a agilidade necessária para a execução do seu trabalho. Nas opções DBC - cartão Duplex Branco Couchê e

ATENDE ÀS EXIGÊNCIAS M PROFISSIONAL



PAPIRUS

DBF - cartão Duplex Branco sem revestimento, em 250, 300, 350, 400 e 450 g/m², oferecem ótima resistência, printabilidade e facilidade de corte e vinco, aceitando diversos tipos de acabamento.



papirus indústria de papel s.a.
av. santo amaro, 3330 - 6º
04556 são paulo sp
tel.: 11.240 8322
telefax: 11.530 6861
telex: 11.53490 papi br

Para maiores informações, solicite catálogo ao departamento de vendas.

PRODUTOS COM A QUALIDADE PAPIRUS

Descrição	Indicações	Gramatura g/m ²
DBC - Duplex Branco Couché	Para a produção de embalagens. Boa printabilidade para off-set e rotogravura	250 a 450
DBF - Duplex Branco sem revestimento	Para a produção de embalagens que não necessitam revestimento	250 a 450
Cartões Especiais DBF-Y - Cartão Duplex Amarelo	Para a produção de caixas de fósforos	250 a 450
DBO - Cartão Duplex Branco de reciclados	Para a produção de tubetes e capa de ondulados	250 a 450
JUL - Cartão Duplex Azul	Para a produção de caixas de fósforos	250 a 450
PMG - Cartão Duplex Natural	Para a produção de placas de gesso	250 a 450

O papel como suporte para impressão

Em palestra, na ANAVE, o técnico Antonio Morcillo Ortigüela desvenda a importância do papel no processo de impressão.

A palestra realizada nos dias 19 e 20 de setembro, na sede social da ANAVE, teve a participação de profissionais de diversas empresas do setor.

Com a sala completamente lotada, o técnico Antonio Morcillo Ortigüela falou para estes profissionais sobre o tema "A Importância do Papel na Impressão".

Antonio Morcillo Ortigüela é técnico gráfico e consultor técnico da KSR Com. Ind. de Papel S/A. Já trabalhou em diversas empresas de renome, tanto na Espanha, quanto no Brasil.

A seguir, procuramos sintetizar o trabalho apresentado, trazendo idéias sobre o assunto. Acreditamos que esta síntese possa servir de orientação para os associados que não tiveram oportunidade de assistir à palestra.

O PAPEL NA IMPRESSÃO

Há diversos processos de impressão, sendo os mais importantes: Alto Relevo (tipografia e letter-press); planigráfico (off-set) e baixo relevo (rotogravura). Cada processo tem características próprias, sendo importante conhecê-las para compreender a importância do papel.

O papel, desde o surgimento, passou por várias etapas de desenvolvimento. O aprimoramento no campo da química, transformou sua fabricação de simples arte, em um complexo industrial. Neste século, já constitui-se numa indústria cientificamente operada. Embora papéis difiram pela sua constituição, todos têm uma característica comum: as fibras, cu-



Ortigüela explicou a importância do papel na impressão.

ja influência é vital à resistência e à qualidade do produto.

Determinado o método de impressão, passa-se à seleção do papel mais adequado àquele processo. Neste momento, as características do papel merecem especial atenção: lisura, espessura, gramatura, densidade, resistência à tração, são fatores de significativa importância.

Citaremos, a seguir, algumas propriedades requeridas para obtermos uma boa printabilidade, embora não possamos garantir estarem incluídos todos os seus componentes. Segundo o GATF (Graphic Arts Technical Foundation) são estes:

- Planura perfeita
- Direção das fibras paralelas ao eixo do cilindro
- Boa estabilidade dimensional (mecânica)
- Umidade relativa apropriada.
- Perfeito refile do papel (bordas perfeitamente retas e em esquadro)
- Mínima tendência à ondulação.
- Resistência ao "pick" adequado ao trabalho.
- Isenção de atividades químicas (inércia química)
- Boa qualidade de secagem da tinta.

— Isenção de poeira, pó de papel, fibras soltas ou pigmentos soltos, no caso de papel com revestimento.

Estas propriedades são relacionadas com a eficiência do trabalho na máquina. Porém, outras propriedades inerentes ao papel devem ser consideradas, as quais, diferindo de um papel para outro, afetam a aparência fina da reprodução. Devem, por isso mesmo, ser cuidadosamente apreciadas quando da seleção do papel. Segundo o GATF são:

- Cor do papel, embora possa ser feito de qualquer cor, para os processos de reprodução a cores, o melhor é termos um papel o mais branco, quanto possível.
- Refletividade.
- Opacidade
- Lisura
- Brilho
- Refratividade.

Um outro aspecto a ser considerado é o manuseio do papel por parte do gráfico, que deve conhecer as características do papel e procurar mantê-las inalteradas, de tal forma que, no momento da impressão, não surjam problemas. O papel, por exemplo, deve ser armazenado na posição plana. Um eficiente controle de qualidade nas gráficas evitará perdas de tempo nas máquinas impressoras e manterá o papel em condições de dar a maior produtividade possível.

Deve-se estar atento, entre outras coisas, em relação ao local onde estocar o produto, pois fatores como temperatura e umidade são relevantes; a embalagem do papel também merece atenção: antes de estocá-lo, o gráfico deve verificar se está adequadamente embalado, pois deve ser evitada a penetração de ar.

Há problemas comuns que ocorrem com o papel no processo offset:

- Penugem (grave problema que ocorre na impressão de papéis não revestidos);
- Arrancamento superficial e seus problemas conseguintes (verificam-se quando a colagem interna das fibras do papel, ou a colagem do revestimento à base do papel é fraca demais para resistir à puxada de tinta na máquina impressora. Este problema pode advir do papel, como também pode ser devido a tiro excessivo de tinta);
- Manchas — manchas casuais muitas vezes prejudicam a qualidade da impressão. Estas manchas verificam-se fre-▷

quentemente em fundos impressos e, com menor intensidade em meios tons. Podemos definir dois tipos de manchas: Manchas consistentes, em pequenas áreas, claramente definidas e rodeadas por halos brancos (salpicaduras) e pequenas manchas brancas, que verificam-se da forma mais ou menos definida de fibra.

As salpicaduras ocorrem porque partículas sólidas ficam coladas na blanqueta ou na chapa e são receptivas à tinta em presença de umidade. Podem ser partículas que flutuam no ar; partículas de borracha desprendida de algum rolo de bateria ou, até mesmo, graxa suja da máquina. As vezes são partículas de tinta seca.

As manchas brancas, ou manchas em forma de fibra, normalmente são provenientes do papel e podem ser causadas por:

- resíduos ou poeira, provenientes do corte;
- grupos pequenos de fibras recolhidos na superfície do papel nos papéis não revestidos;
- partículas de revestimento de papel, com fibras do papel base unidas a estas

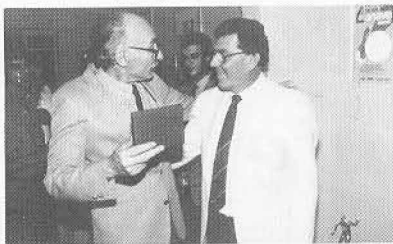


No final do curso, Ortigüela distribuiu os certificados de participação.

Antes de encerrar esta síntese, vamos esclarecer que entende-se por "acabamento de impressão", o aspecto final da impressão, classificado entre brilhante, fosco e intermediário. Este acabamento depende tanto do papel, quanto da tinta. Por exemplo: uma tinta brilhante impressa sobre um papel muito absorvente, perde muito brilho; uma tinta normal, apresenta melhor acabamento em um papel pouco absorvente.

Antonio Ortigüela, ao encerrar a palestra, esclareceu que o assunto é amplo e não foi esgotado nos dois dias de apresentação. O artigo publicado também não tem a pretensão de oferecer um estudo completo sobre o assunto. Cabe aos profissionais buscar constantemente aperfeiçoar e atualizar seus conhecimentos. Propiciar condições para este aperfeiçoamento é uma das principais metas da ANAVE.

ORTIGÜELA HOMENAGEADO



No dia 14 de dezembro, durante a confraternização de final de ano da ANAVE, Antonio Morcillo Ortigüela foi homenageado pela diretoria da entidade, recebendo do presidente, Caetano Labbate, um cartão de prata. Ao registrarmos este acontecimento, é oportuno destacarmos alguns dados do homenageado:

Antonio Morcillo Ortigüela é técnico gráfico, formado pela Escola Técnica de Artes Gráficas de Madrid, sua cidade natal. Constatam também de seu currículo inúmeros cursos de especialização realizados na Espanha e no Brasil.

Sua experiência profissional no setor gráfico começou em 1942, na empresa Rivadeneyra S/A Ind. de Artes Gráficas Y Editora, de Madrid, onde permaneceu até 1952, quando veio para o Brasil. Aqui, trabalhou em diversas empresas como a Lastri S/A e a Abril S/A Cultural e Industrial. Atualmente é consultor técnico da KSR Com. Ind. de Papel S/A.

Ortigüela, ao longo dos anos, realizou muitas conferências e palestras no Brasil e no Exterior sobre temas como tecnologia gráfica, rotogravura, controle de qualidade, entre outros. Coordenou diversos seminários sobre produção gráfica e já redigiu vários artigos técnicos, publicados em revistas especializadas no ramo gráfico.

A homenagem da ANAVE a Antonio Morcillo Ortigüela representa um reconhecimento por seu interesse em colaborar com as atividades culturais da associação e por sua disposição em partilhar os conhecimentos e a expressiva experiência profissional adquirida nos seus muitos anos de atuação na indústria gráfica.

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 LT amarelo para Listas
Telefônicas e Jornal)

INDÚSTRIAS NOVACKI LTDA.
(Papel kraft 40 a 80 gr/m²)

FÁBRICA DE PAPEL E PAPELÃO
JUSTO S/A
(Papel de seda e Toalha)

SBRAVATI LTDA.
(Papelão paraná)

INDUSTRIAL E AGRÍCOLA
RIO VERDE LTDA.
(Papelão paraná)

RIOPEL S/A INDÚSTRIA
DE PAPELÃO E ARTEFATOS
(Papelão pardo)

QUEM TEM TALENTO FICA COM OS MELHORES PAPÉIS

Sucesso nos negócios vai muito do talento, muito da capacidade de escolher o que e com quem vai trabalhar. Se a escolha for, por exemplo, papéis especiais De Zorzi, já é um bom caminho para o sucesso.

Isso porque a De Zorzi tem nome e experiência no setor de papel e celulose. Tem suas próprias florestas, que garantem alta e permanente produção. Tem avançada tecnologia, que proporciona um produto final de qualidade superior. E tem a maior sensibilidade para perceber as necessidades e tendências do mercado. Ponha seu talento no papel. Trabalhe com a qualidade De Zorzi.



Cia. De Zorzi de Papéis

Fábrica:
Fazenda Coruputuba, s/nº
12.400 - Pindamonhangaba - SP
Fone: (0122) 42.6122
Fax: 0122422423
Telex (122) 353

Escritório São Paulo:
Rua Luis Gama, 803 - Cambuci
01519 - São Paulo - SP
Fone (011) 279.7822
Fax: 0112797624
Telex (11) 21218

VISITA À RIPASA

No mês de setembro, a Diretoria Cultural da ANAVE promoveu uma visita à unidade industrial da RIPASA, localizada em Limeira, São Paulo. O objetivo desta atividade é promover maior entrosamento dos profissionais do setor com as áreas produtivas.

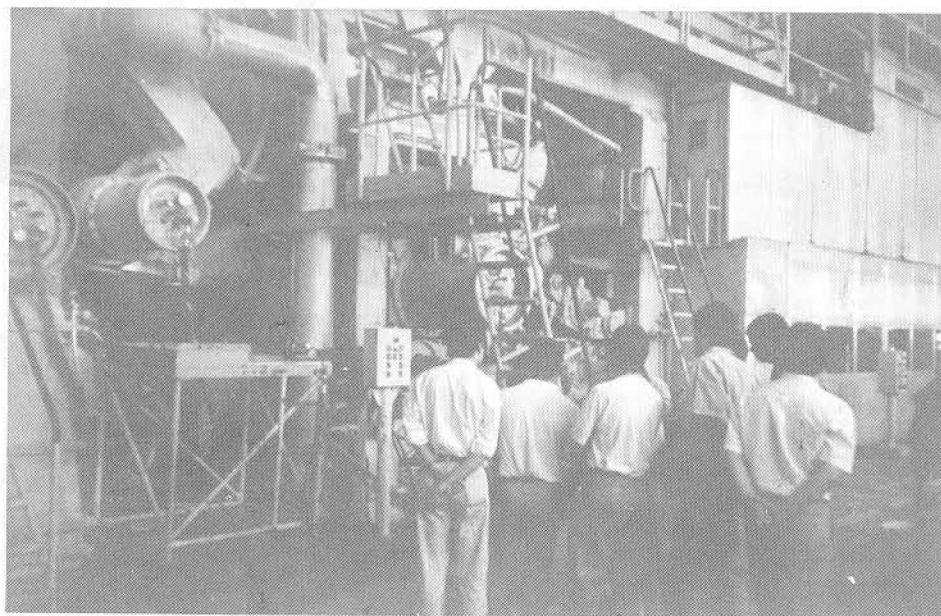
As visitas a unidades produtoras de papel e celulose promovidas pela ANAVE têm despertado interesse de grande número de associados. No dia 23 de setembro, um grupo de 32 profissionais de diferentes empresas do setor, inclusive de outros estados, como Mato Grosso e Paraná, participou da visita à fábrica da RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL, localizada no município de Limeira, interior de São Paulo.

Os visitantes foram recepcionados pelo diretor industrial Irton Cezarino e, após a exibição de um vídeo cassete institucional, ouviram alguns esclarecimentos do engenheiro Walter José Crepaldi Ganância e do contra-mestre da máquina que produz papel, Aparecido de Faria Lino, quanto aos processos de fabricação de celulose.

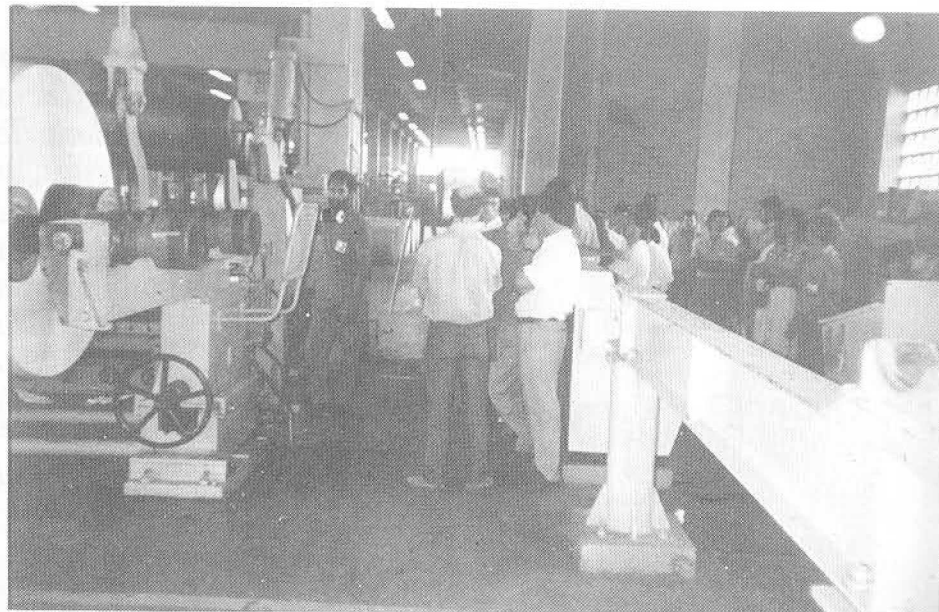
A etapa mais interessante da visita ocorreu nas instalações industriais, onde todos puderam observar nitidamente como se desenvolve o processo de produção de celulose; a forma como se procede o tratamento de efluentes e como opera a máquina de papel.

Encerrando o programa, a Ripasa ofereceu a todos os visitantes um almoço de confraternização, no Restaurante Riograndense.

Outras visitas estão programadas para o primeiro semestre de 1990 e serão divulgadas através do BOLETIM ANAVE.



Acompanhados por monitores, os visitantes tiveram oportunidade de verificar o funcionamento e de esclarecer dúvidas em relação ao assunto.



A visita à Ripasa despertou o interesse de muitos associados.

AGRADECIMENTOS:

A Diretoria da ANAVE registra agradecimento à Diretoria do CONGLOMERADO RIPASA, que permitiu a realização desta visita, oferecendo excelente acolhida aos visitantes.

Festa no dia do Vendedor

Uma alegre confraternização reuniu os sócios da ANAVE e seus familiares na comemoração do Dia Pan-Americano do Vendedor 1º de Outubro.

A festa do Dia do Vendedor é uma tradição no calendário de atividades da ANAVE e, a cada ano, o sucesso é maior.

O evento, em 30 de setembro passado, no Clube de Campo de Mairiporã, teve a presença de mais de trezentos convidados e, após a mensagem de boas vindas do presidente Caetano Labbate, que também enfatizou a importância da data, todos aproveitaram os muitos divertimentos e saborearam um apetitoso churrasco, com muito chopp e refrigerantes.

Dentre as atividades programadas, o Futebol de Salão mereceu especial atenção no período da manhã, foram quatro equipes participantes, após os jogos, assim classificadas:

- 1º LUGAR — MATARAZZO
- 2º LUGAR — ARTEG
- 3º LUGAR — SÃO VITO
- 4º LUGAR — GUINZA

Para alegria das mães e dos papais, a família Labbate encarregou-se de distrair a garotada com uma série de brincadeiras e jogos competitivos, valendo prendas variadas.

Mas não parou por aí: o "bate-papo" descontraído só foi interrompido no momento mais ansiosamente aguardado pelos convidados, quando aconteceu o show "internacional" da dupla Erundino e Janete, cuidadosamente ensaiado e organizado pela equipe:

Coordenação: Milton Montes
Cabelo e Maquiagem: Janete Montes e Vera Lúcia Marques
Suporte: Graça de Siqueira
Som: Marcos Novaes
Texto: Erundino e Janete



Matarazzo e Arteg venceram o campeonato de futebol de Salão.

Erundino (Marcos Antonio Alves) e Janete (Zenóbio Muniz Siqueira) encantaram ao público cantando a paródia "Vê se Vai" e, pelo sucesso, a diretoria espera contratá-los em outras oportunidades.

Após o show, um concorrido jogo de bingo mereceu a atenção de todos.

A festa só terminou quando começou a anoitecer e a homenagem aos profissionais de vendas também foi manifestada por diversas empresas que, a exemplo da ANAVE, espalharam pelo Clube faixas com mensagens de saudação.



A ANAVE seguiu a tradição, homenageando seus associados no "Dia do Vendedor".



A animação da garotada ficou por conta da família Labbate. Não faltou alegria.



O show de Erundino e Janete foi o ponto alto da festa.



Este logotipo, que tem as cores branca e azul, em duas tonalidades diferentes, passará a ser visto mais constantemente pelos associados e simpatizantes da ANAVE.

Ele marca a passagem do 20º aniversário de fundação da nossa entidade, que oficialmente ocorrerá no mês de março.

O símbolo foi mostrado pela primeira vez durante a confraternização do Dia do Vendedor, estampado em camisetas brancas e a receptividade foi muito boa, não faltando elogios.

AGRADECIMENTOS:

A ANAVE registra os seguintes agradecimentos:

À DIRETORIA DO CLUBE DE CAMPO DE MAIRIPORÃ — Pela cessão do bosque do clube para realização do evento.

À PAPEL SIMÃO — Pela doação dos troféus e medalhas oferecidos às equipes classificadas no torneio de futebol de salão.

AOS DIRETORES — Pela participação na coordenação geral do evento, especialmente na venda de camisetas com o logotipo "ANAVE — 20 ANOS" e na venda das cartelas de bingo.

ÀS EMPRESAS CO-PATROCINADORAS DO EVENTO:

AGASSETE COM. IND. LTDA.
ALBERTO AMBRASAS
COML. N. SRA. DO LIBANO
LTDA.
CIA. INDL. PAPEL PIRAHY
EMBALAPEL —
BENEFICIAMENTO DE PAPÉIS
LTDA.

ESCOLAS PROFISSIONAIS
SALESIANAS
FORMAKRAFT IND. COM.
PAPÉIS LTDA.
IND. PAPEL SIMÃO S/A
IPANEMA PRODUTOS DE PAPEL
LTDA.
KALUNGA — COM. IND.
GRÁFICA LTDA.
KSR COM. IND. PAPEL S/A

LOJAS GLORIA LTDA.
METROPOLE COM. PAPÉIS
LTDA.
PAPÉIS BB
PLEXPEL — COM. IND. PAPEL
LTDA.
PROPASA — PRODUTOS DE
PAPEL S/A
RIO BRANCO COM. IND. PAPÉIS
LTDA.
RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL
SÃO VITO IND. COM. PAPÉIS
LTDA.
SILFER COM. IND. EXPORT.
ARTEF. PAPÉIS
SPP NEMO COML.
EXPORTADORA
THAGEX COM. EXTERIOR
LTDA.
WALDOMIRO MALUHY & CIA.
WEXPEL IND. COM. LTDA.

IPANEMA

MINISTRO SAULO RAMOS prestigia a ANAVE

NO FINAL DE NOVEMBRO, A ANAVE PROMOVEU SEU ÚLTIMO ALMOÇO-REUNIÃO DE 1989. O MINISTRO DA JUSTIÇA, SAULO RAMOS, PRESENTE COMO CONVIDADO DE HONRA, ANALISOU A CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA.



Saulo Ramos (à esq.) recebe uma placa simbólica de agradecimentos. À dir: Caetano Labbate.

Estimular o inter-relacionamento: com este objetivo, a ANAVE realizou no transcorrer de 1989, diversos almoços, fechando a série de eventos com "chave de ouro", num encontro em 30 de novembro, no Salão Promocional da Fiesp, reunindo centenas de convidados, entre empresários, profissionais do setor, autoridades representativas e muitos associados; além do convidado especial, o ministro da Justiça, José Saulo Ramos.

A cerimônia teve início com a mensagem do presidente da Diretoria Executiva, Caetano Labbate. Ele falou sobre os objetivos destes almoços e sobre as atividades da Associação que, em 1990 deverá estar inaugurando a nova sede própria. O ponto alto do discurso de Caetano Labbate foi quando do lançamento do Prêmio Destaque do Ano — ANA-

VE — edição 1989. O prêmio, com base nas indicações dos associados, será oferecido a cinco diferentes categorias e o presidente anunciou: "a solenidade de premiação acontecerá em março e coincidirá com a festa comemorativa do 20º aniversário de fundação da ANAVE".

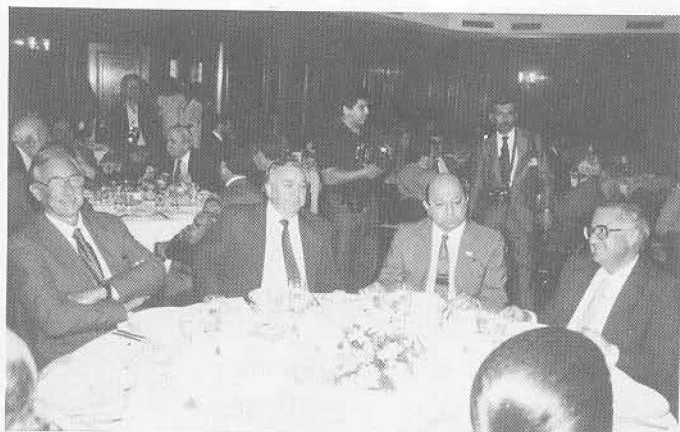
A presença marcante da mulher nos setores de celulose e papel, bem como nas atividades da associação não passou despercebida. Caetano Labbate, ao final do discurso, registrou homenagem a estas profissionais, escolhendo para representá-las a empresária Maria Pia Matarazzo.

Após as palavras de Labbate, o ministro da Justiça, Saulo Ramos, analisou a Constituição Brasileira, apontando aspectos considerados relevantes para o

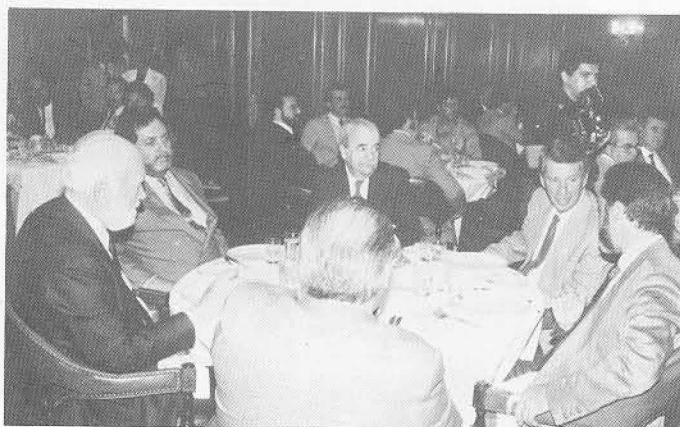
bom desempenho do setor privado. Saulo Ramos foi homenageado pela ANAVE recebendo um cartão simbólico de agradecimento, entregue pelo presidente da entidade.



Saulo Ramos é recepcionado.



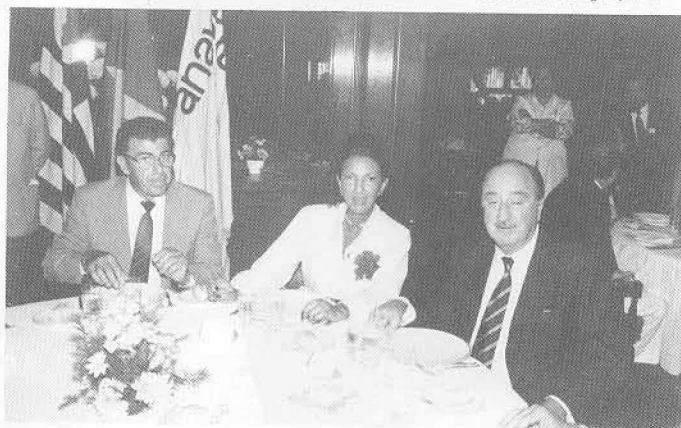
Mesa de honra. Da esq. p/dir.: Max Schrappe, Damião Garcia, Miguel Maluhy e José Aídar Filho.



Centenas de convidados, inclusive os conselheiros vitalícios da Anave, participaram do evento.



Saulo Ramos: "Esta solução sábia, simples norma constitucional, acabou com o CIP, com o Seap, enfim, com o controle de preços".



Mesa de Honra: da esq. p/dir.: Caetano Labbate, Maria Pia Matarazzo e Horácio Cherkassky

A mensagem do ministro Saulo Ramos

"O artigo 174 da Constituição estabeleceu regras para o dirigismo econômico e liberou de vez atos que são obrigatórios para os setores públicos e apenas, indicativos para o setor privado. Esta solução sábia, simples norma constitucional, acabou com o CIP, com o Seap, enfim, com o controle de preços". Esta foi possivelmente a afirmação do ministro Saulo Ramos que despertou maior atenção entre os convidados do almoço, surpresos por ainda não terem percebido um fato que pode ser relevante nas atividades do setor privado.

Mas a análise do ministro sobre o texto constitucional foi mais profunda. Ele iniciou com dados históricos, vindo desde o período em que a Nação era uma colônia de Portugal, até chegar ao texto constitucional recentemente aprovado e em vigor. Esse texto, na opinião do ministro, embora tenha "erros e defeitos" e apesar de não ser "um documento que possa ser comparado com os melhores e mais cultos do mundo, reflete um momento cultural de nosso país e é preciso fazê-lo funcionar, para pôr fim ao excesso de estatização".

Outra declaração de Saulo Ramos que mereceu comentários e reflexão, foi feita quando ele referiu-se ao artigo 171 da Constituição dizendo "Este artigo, na opinião de juristas capazes, acabou com a reserva de mercado na questão da informática, porque permite a reserva de mercado temporária e a nossa lei ordinária institui reservas de mercado sem limite de tempo, portanto, é uma lei não recebida pela nova ordem e está revogada".

Ao finalizar a mensagem, Saulo Ramos considerou "sábio" o artigo que transfere para o próximo Congresso o poder e a competência de fazer a revisão integral da Constituição. E alertou: "Se este Congresso for bem eleito; se soubermos escolher nossos representantes; teremos oportunidade de corrigir esta Constituição e de levar o Brasil ao ano 2000 com uma carta política razoavelmente inteligente".

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

Campeã MATARAZZO PLEXPEL



Disputando com mais 12 equipes, a MATARAZZO/PLEXPEL demonstrou grande habilidade com a bola e acabou levando o troféu de Campeã. O time da ARTEG ficou com o segundo lugar.



da Matarazzo/Plexpel



O II Torneio de Futebol de Salão da ANAVE/Sec chegou ao final deixando a certeza de haver cumprido seu objetivo fundamental: estimular e promover um maior entrosamento entre os profissionais do setor de papel, celulose e segmentos afins. No Salão Vermelho do SESC/Vila Nova, com expressiva presença de público, foi realizada, em 6 de novembro, a Solenidade Oficial de Abertura do evento, tendo a participação das seguintes equipes:

ARTEG
AGASSETTE
BRASILCOTE
FORPAL
GUINZA
MADI
MALUHY
MARTINS
MASTERBEL
MATARAZZO/PLEXPEL
METROPOLE
PROPASA
SÃO VITO

Arteg, vice-campeã, recebe o troféu...



Em todos os jogos realizados, o espírito de competitividade garantiu a harmonia entre os atletas, mas não impediu a demonstração de belos e emocionantes lances, que fizeram a torcida vibrar. Durante o evento, atuaram como árbitros: Rubens Facchini, Tadeu M.S.Filho, Luiz Cláudio Nogueira, José Luiz de Oliveira, José Raimundo dos Santos e João Nilson Camilo, e como mesário: José Albino de Oliveira.

Os dois jogos decisivos foram realizados em 08 de dezembro, e tiveram como resultado o seguinte placar: — Guinza e Metrôpole, disputando o terceiro e quarto lugar: METROPOLE 5 X GUINZA 3; — Matarazzo e Arteg, disputando o primeiro e segundo lugar: MATARAZZO 3 X ARTEG 1

PREMIAÇÃO

A solenidade de entrega das medalhas e troféus aconteceu em 14 de dezembro, na sede da ANAVE, durante o coquetel de confraternização de final de ano promovido pela entidade. Além de muitos convidados, estavam presentes os atletas, membros da diretoria e do conselho deliberativo e o prof. Edson Correa da Silva, representando o Sesc.

Para fazer a entrega das medalhas aos atletas da Metrôpole (3º LUGAR), foi convidado o diretor cultural da ANAVE, Cláudio Thomé Haddad. O troféu foi entregue por Clayton Fernando Cafaro, diretor tesoureiro da ANAVE.

Em seguida, os atletas da equipe vice-campeã, ARTEG, receberam as medalhas entregues pelo conselheiro vitalício, Antonio Roberto Lemos de Almeida e para fazer a entrega da troféu, foi convidado o presidente do Conselho Deliberativo, José Aídar Filho.

O momento de maior alegria aconteceu na entrega das medalhas aos atletas do time da MATARAZZO/PLEXPPEL, equipe campeã, realizada pelo vice-presidente Marco Antonio Novaes. A honra de entregar o troféu à equipe vitoriosa ficou para Caetano Labbate, presidente da ANAVE, que na ocasião homenageou também o prof. Edson Correa da Silva, entregando-lhe um cartão de prata, simbolizando o agradecimento da ANAVE por sua colaboração e apoio decisivos na realização do evento.

A alegria e animação tomou conta de todos que aproveitaram a ocasião festiva para comemorar o acontecimento.

AGRADECIMENTOS

A ANAVE registra agradecimentos especiais às seguintes empresas: PAPEL SIMÃO; SILFER E SPP NEMO, pela doação dos troféus e à PLEXPPEL, pela doação das medalhas. ●



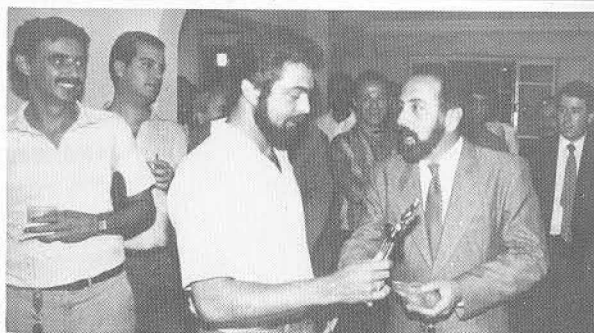
Labbate enfatiza a importância do torneio e entrega o troféu para a equipe campeã



Matarazzo/Plexpel, o time campeão



... e as medalhas



Time da Metrôpole ficou com o terceiro lugar.



Prof. Edson Correa da Silva (à esq.) é homenageado.

anave

ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DOS PROFISSIONAIS
DE VENDAS EM CELULOSE,
PAPEL E DERIVADOS

*Fórum de
análise*

DO MERCADO
DE CELULOSE, PAPEL
E INDUSTRIAL GRÁFICO

30/31 DE MAIO - 1º DE JUNHO DE 1990

ÀS 13 HORAS

PALÁCIO DAS CONVENÇÕES
PARQUE ANHEMBÍ - SÃO PAULO S.P.

Participe do: **15º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Industrial Gráfico.**

de 30 de maio à 01 de Junho no Anhembi — São Paulo — SP

Maiores informações na Sede da Anave — Associação Nacional dos Profissionais de Vendas em Papel Celulose e Derivados. Rua Alabastro, 165 — Aclimação — São Paulo — SP — Fone (011) 279-8570.

PLEXPEL

uma empresa
dedicada a
sua impressão.

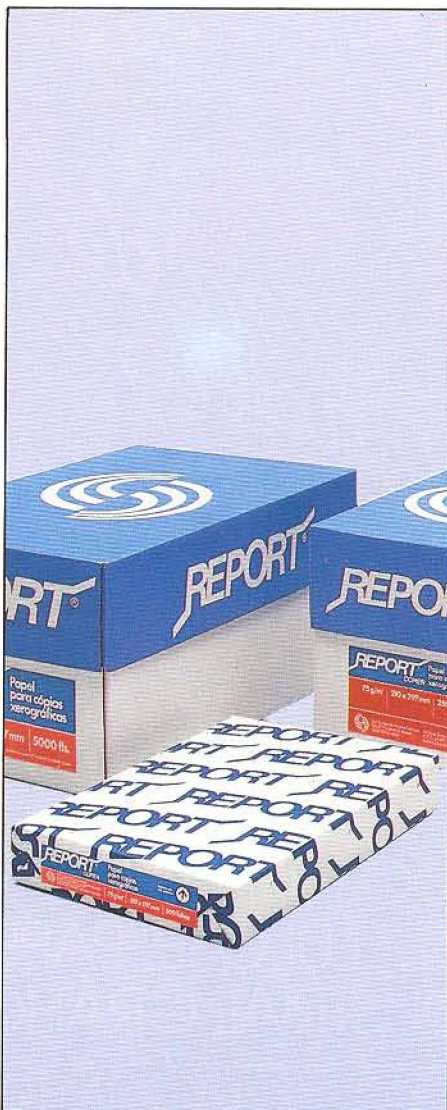
Sabe o que
você precisa
para fazer
cópias?

Nada.

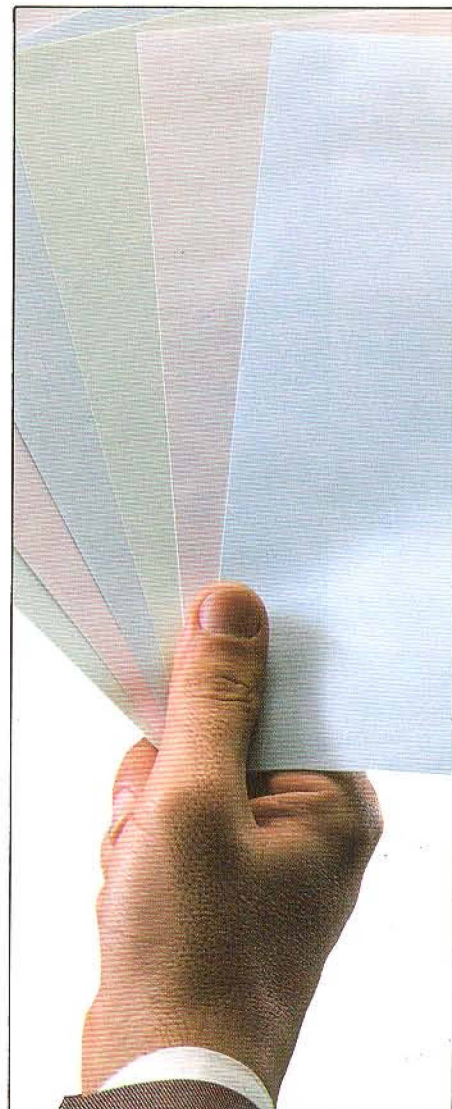
É só usar
Papel Sincarbon.

SIN CARBON
o papel autocopiativo da Matarazzo

Que você encontra na PLEXPEL
Distribuidor Autorizado.



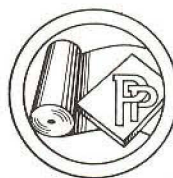
Papel xerográfico Report, mais
um produto distribuído pela PLEXPEL.



SECURITY - o papel segurança
industrializado pela PLEXPEL

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.



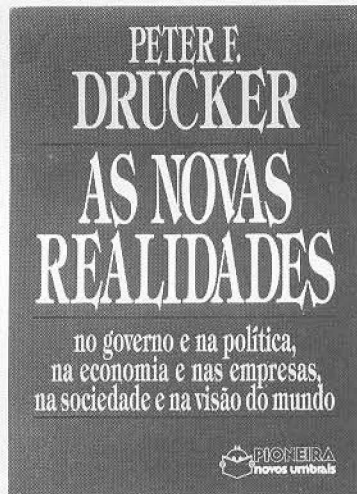
Plexpel Comércio e Indústria de Papel Ltda.

Rua Cachoeira, 906 - Pari
Fone: (011) 291-9711 (Tronco chave)
CEP: 05024 - São Paulo - SP

AS NOVAS REALIDADES*Peter F. Drucker*

Editora Pioneira, 1989

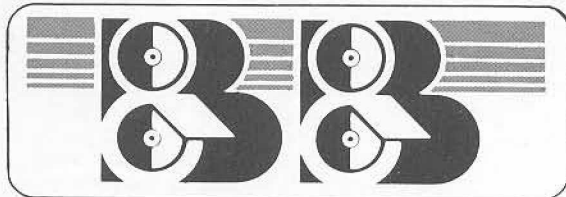
Partindo da premissa de que "o próximo século já começou", o autor, mundialmente aclamado como Fundador da ciência da Administração, faz um exame incisivo e provocante das questões, tendências e avanços das próximas décadas, seja para os Estados Unidos como também para o mundo. São analisadas as novas funções bem como os novos limites e exigências feitas à liderança política. Com temas como O Governo e os Processos Políticos; Economia, Ecologia e o Contexto Econômico e A Nova sociedade Instruída, este é um livro obrigatório nesta "virada" de década tão próxima do "fim do Século XX".

**RELAÇÕES PÚBLICAS EM MARKETING E VENDAS***David Wragg*

Editora McGraw-Hill, 1990



Objetivando criar nos profissionais de marketing e vendas a idéia da utilização racional e dinâmica das Relações Públicas, o autor analisa as utilidades e, por que não, as limitações das Relações Públicas, traduzindo as condições ideais da integração destas com as demais áreas da Organização. Penetrando a fundo no assunto, o autor avalia os benefícios das Relações Públicas, inclusive fora do contexto empresarial e/ou organizacional. Um excelente tratado para os profissionais de marketing e vendas entenderem melhor seus colegas Relações Públicas.

**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

O Setor de Papel e Celulose Deve Adequar Seus Recursos Humanos

A década de 90 não será apenas a última do século XX, será também a mais importante neste final de século. No seu decorrer estaremos assistindo, em toda parte do mundo, a extremas mudanças nos mais variados setores da atividade humana. Esta transformação se apresentará em nosso país, como reflexo ou não das mudanças lá de fora, com características peculiares e irreversíveis.

Neste contexto, o setor de papel e celulose estará materializando os projetos de expansão previstos no Programa Setorial Integrado de Celulose e Papel, em fase final de elaboração junto ao Conselho de Desenvolvimento Industrial do Governo Federal, e que representará a duplicação da produção nacional de papel, celulose e pasta mecânica. Diante destas expectativas, de transformações globais e expansão, o setor terá que enfrentar um desafio particularmente difícil: a adequação de seus recursos humanos.

Hoje o setor vive um quadro considerado crítico, onde 84% de sua mão-de-obra se situa na base da pirâmide, cuja capacitação é de funcionários semi ou não-qualificados; 13% da mão-de-obra é considerada qualificada (operadores); 2% são técnicos em celulose e papel e apenas 1% ostenta o nível universitário. Porém, para enfrentar o problema o setor partiu para soluções definitivas. É o que demonstram as ações deflagradas a partir do 2º Enpapel — Encontro Nacional dos Fabricantes de Celulose e Papel, realizado em 1987, e que dedicou especial atenção para o tema "Demanda de Tecnologia versus Capacitação de Recursos Humanos".

Desde 1987 o setor vem promovendo a maximização de esforços para aceleração dos resultados. Entre eles estão a criação do curso de "Especialização em Celulose e Papel" — resultante de um convênio firmado entre a Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel (ABTCP), Associação Paulista dos Fabricantes de Celulose e Papel, Associação Nacional dos Fabricantes de Celulose e Papel, Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo e Fundação para o Desenvolvimento Tecnológico de Engenharia, da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo —; a reformulação do curso para o nível técnico do Senai, que resulta na implantação de um programa de Formação de Técnicos em Celulose e Papel; e a criação do Curso para Operador de Processo em Celulose e Papel e a elaboração de material didático, até então inédito, para os 13% dos operários qualificados do setor.

Neste ano outras iniciativas foram concretizadas pela ABTCP. Um ciclo de palestras cujo tema central foi "Atualidades e Perspectivas do Setor", realizado nas

Faculdades Oswaldo Cruz, originou a criação do curso de extensão universitária, na mesma escola, para alunos último-anistas de engenharia e para recém-formados. O objetivo das palestras foi atrair os jovens e futuros profissionais de engenharia a se interessar pelo setor de celulose e papel como alternativa de emprego e carreira, e a intenção do setor, a partir desta iniciativa, é estender a experiência a outras escolas de engenharia.

Também na área de Recursos Humanos existe a preocupação de ampliar rapidamente os sistemas de capacitação metódica de mão-de-obra, pois o sucesso das empresas do setor, no próximo século, dependerá especialmente da qualidade dos seus recursos humanos, que devem estar muito mais ajustados ao desenvolvimento tecnológico presente nos projetos de expansão. Neste sentido, a Ripasa tem procurado desenvolver, através de sua diretoria de Recursos Humanos, programas de treinamento e desenvolvimento de seus funcionários, também buscando ampliar o campo de possibilidade de recrutamento de sua mão-de-obra firmando convênios com universidades, como é o caso do convênio firmado com a Unicamp — Universidade Estadual de Campinas para realização de programas de complementação do último ano do curso de engenharia, através de estágio orientado. Procura também manter anualmente funcionários nos cursos técnicos do Senai, criando condições para que trabalhadores da empresa possam especializar-se e adotar efetiva política de recrutamento de estágios, tanto em nível técnico como universitário.

Todas as empresas deverão seguir por esse caminho que já está traçado. O setor terá que desenvolver outras ações concretas para fazer frente às mudanças da próxima década, para expandir-se e para manter a posição de destaque no mercado internacional.

Osmar Elias Zogbi é diretor superintendente da Ripasa S/A Celulose e Papel; presidente da APFFC — Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose e sócio da ANAVE — Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados.

SÃO PAULO NÃO PODE PARAR E NEM DEVE

Se você faz parte
desta incrível cidade
agora pode contar
com mais um serviço:

SPEED PAPER
seu pedido
em 24 horas.

Este serviço não vai
deixar você e nem
a cidade parar.
São centenas de tipos
de papel, cartões,
cartalinas e cham-ex
que chegam até você
rapidamente.
A frota da São Vito,
viaja por São Paulo
buscando um único
objetivo, atender a
você paulista. Força
motriz deste grande
Brasil.

* Vista norte de São Paulo - Foto tirada do Edifício Itália

Acácio de Sales



SÃO VITO IND. COM. PAPÉIS
Rua Sampaio Moreira, 200/226 - São Paulo
PABX 229-4477
TELEX 11 26455 SVTO BR

24 HORAS A SERVIÇO DE S. PAULO

RIPASA APRESENTA A ÚNICA LINHA DE CARTÕES PARA EMBALAGEM DE CONGELADOS.

O consumo de alimentos congelados cresceu, a quantidade de opções oferecidas aumentou, mas há muito tempo que nada de novo acontecia em matéria de cartões para embalagem deste tipo de produto.

Agora a Ripasa tira a diferença, lançando a primeira e única linha de cartões especialmente desenvolvidos para a embalagem de congelados: Ice Card Ripasa.

São três tipos, cada um com características próprias para atender com perfeição às mais diversas necessidades. Ice Card Ripasa Cristal — o mais adequado às embalagens que exigem alto nível de sofisticação. Ice Card Ripasa TP — atende ao padrão tradicionalmente especificado para a embalagem de alimentos congelados, destinados aos mercados interno e externo. Ice Card Ripasa Kot — ideal quando as embalagens devem apresentar qualidade e simplicidade.

Os cartões da linha Ice Card Ripasa, em todas as versões, oferecem sempre mais vantagens: a pureza da celulose de fibra virgem, os menores índices de absorção de água em situação de imersão total, alta produtividade em todas as fases do processo de transformação, da impressão até o envasamento. E mais: só eles asseguram às embalagens o apelo visual irresistível da reprodução de cores que o matiz balanceado — tecnologia exclusiva Ripasa — permite.

Para maiores informações, ligue para a Ripasa S.A. Celulose e Papel: (011) 228-5544, ramais 333/257/290. E descubra as vantagens que só o cartão mais adequado pode oferecer.



Matiz balanceado:
exclusividade dos
cartões da Ripasa
para mais qualidade
e fidelidade de
impressão.

L I N H A
ICECARD
RIPASA

UM TIPO DE CARTÃO PARA CADA TIPO DE CONGELADO.