

anave

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

RPA
EDITORIAL

R\$ 8,00

Venda Mais
*As infinitas
possibilidades
do papelcartão*

Artigo Técnico
*O setor papelreiro
e a questão
florestal*

Qualificação Profissional

**Conheça os cursos oferecidos aos
profissionais dos setores papelreiro e gráfico**



A gente
apenas se
inspirou na
natureza.

Linha de
Papelcartão Ripasa.
A mais completa do
mercado.

OS 2 MAIORES EVENTOS DO SETOR EM 2003 NA AMÉRICA LATINA



Feira Internacional de Máquinas para Impressão de Embalagens, Convertedores e Materiais

FEIRA INTERNACIONAL DE PAPEL E INDÚSTRIA GRÁFICA
Feira Oficial da CONLATINGRAF - Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica



25 - 29 MARÇO 2003

Anhembi - São Paulo - SP

MAIS DE 860 EXPOSITORES NACIONAIS E INTERNACIONAIS OCUPANDO UMA ÁREA DE 60.000 M², COM UMA VISITAÇÃO ESTIMADA EM 58.000 EMPRESÁRIOS NACIONAIS E 1.900 DO EXTERIOR.

Organização e Promoção:



ALCANTARA MACHADO FEIRAS DE NEGÓCIOS
Tel.: (11) 3829-9111 / 4195-1229 - Fax: (11) 3826-1678
www.fiepag.com.br • e-mail: info@fiepag.com.br

Apoio Internacional:



Apoio Institucional:



FIEPAG/CONVERFLEX 2003 - De 25 a 29 de Março de 2003 • Anhembi • São Paulo • SP • Brasil

Envie este cupom totalmente preenchido por fax para obter maiores informações sobre: **Expor** **Visitar**

Empresa: _____

Nome: _____ Cargo: _____

Ramo de Atividade: _____

Endereço: _____

Cep: _____ Cidade: _____ Estado: _____

Tel.: _____ Fax: _____

e-mail: _____ Home Page: _____

Ano de muito diálogo!



Foto da capa: Mike Witschel

Ao reassumir a presidência da Diretoria Executiva da ANAVE para a Gestão 2003/2004, torna-se inevitável uma reflexão sobre o trabalho realizado. Assumimos com o ideal de mudanças e modernização. Em algumas ações obtivemos sucesso, como a aquisição da nova sede, com permuta de bens e valores. Situada à avenida Brigadeiro Luís Antonio, 1404, conjunto 21-A, com um espaço mais horizontal, a nova sede oferece melhor comodidade aos associados. Em outras iniciativas como a não realização da Eco ANAVE BRACELPA nos moldes inicialmente preconizados, devido à crise financeira que atingiu o Brasil, a partir de maio passado.

No início do mandato, passamos por turbulências no mercado, com os preços internacionais pressionando a indústria nacional. Quer queira, quer não, isso prejudicou até a Administração e Desenvolvimento de uma Associação como a nossa e muitas outras, temos certeza. Uma coisa podemos afirmar com convicção: a presença da ANAVE já é sentida de maneira mais positiva pelos associados, colaboradores e papeleiros.

Neste novo mandato,

temos como meta principal a preparação técnica e cultural dos profissionais de vendas em papel e derivados. Um amplo programa de cursos, palestras e reuniões culturais terá início brevemente. Decidimos complementar a composição da Diretoria Executiva, criação de Grupos de Trabalho em diversos segmentos, como imprimir e escrever, papelão ondulado, papelcartão, sanitários, papéis especiais e reciclados, com o objetivo de identificar as prioridades nos diversos segmentos de mercado, divulgando a ANAVE e incentivando a categoria à associar-se à ela. Vamos intensificar a comunicação com os associados, para esclarecer sobre tudo o que se pretende realizar nos próximos dois anos, contando com o apoio e participação de todos para que sejam alcançados os principais objetivos da ANAVE.

Desta vez, estamos ainda mais otimistas, as mudanças e os rumos que estão sendo anunciados pelo novo Governo faz-nos crer que brevemente teremos uma fase de desenvolvimento nacional que exigirá de todos nós melhor preparo profissional e muita competência. ■

Fernando Franzoni

CONSELHO EDITORIAL

Presidente: Fernando Franzoni
 Editorial: Miguel Cozzubo Neto, César Magno P. Ribeiro, Cláudio Vieira de Sousa, Marco Antonio Luiz de Miranda Bodini, Oswaldo Ferrari e Roberto Barreto Leonardos



RPA EDITORIAL

Diretores: Ronaldo Almeida, Márcia Basseto Paes
Diretora de Redação: Márcia Basseto Paes
 Marcia.paes@rpaeditorial.com.br
Editora: Ana Paula Basile Pinheiro
 anapaula@rpaeditorial.com.br
Editora assistente: Naia Veneranda
 naia@rpaeditorial.com.br
Revisão: Rogério H. Jönck
 anave@rpaeditorial.com.br
Colaboradores: Assunta Camilo e Celso Foelkel
Diretora de Arte: Daniela Tutumi
 arte@rpaeditorial.com.br
Assistente de Arte: Daves de Jesus Ribeiro
Departamento Comercial:
 Catarina Nascimento
 catarina@rpaeditorial.com.br
 Marcia Penteado
 mpenteado@rpaeditorial.com.br
 Alfredo Nascimento
 alfredo@rpaeditorial.com.br
Assinaturas: Laércio Costa
 Assinatura@rpaeditorial.com.br

Órgão oficial da **ANAVE - Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados:**
 Brigadeiro Luiz Antônio nº 1404
 Sobreloja 21-A - São Paulo - SP
 CEP 01318-001 - São Paulo (SP)
 Tels.: (11) 3284-0498/0998/1457/3547
 E-mail: anaveassoc@uol.com.br
 Registrada no 5º Cartório de Registro de Títulos e Documentos sob nº 4851 - Livro "A".

A Revista Anave é uma publicação bimestral editada pela **RPA Editorial Ltda.:**
 Redação, assinaturas, departamento comercial e correspondências: Rua Santanésia, 528 - 1º andar - CEP 05580-050
 São Paulo (SP) - Tel.: (11) 3721-4944
 Fax: (11) 3721-1440 -
 Home Page: www.rpaeditorial.com.br

Está vetada a reprodução total ou parcial dos artigos desta publicação sem prévia autorização.
 Os conceitos emitidos por entrevistados ou em artigos assinados não são de responsabilidade desta revista e não expressam, necessariamente, a opinião da diretoria da ANAVE ou da editora.

Filiada à



Foto: Divulgação Semai Theobaldo De Nigris

12 Qualificação Profissional

Mão-de-obra especializada para o setor

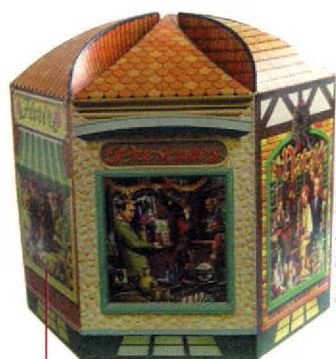


Foto: Divulgação Ripasa

17 Venda Mais

Explorando o papelcartão



22 Artigo Técnico

A questão florestal e a realidade do setor de papel e celulose

26 Designer

Hiro Okita: há mais de vinte anos trabalhando com artes gráficas

| nº 107 |
 jan/fev 2003

- 4 Editorial
- 6 Mercado & Tecnologia
- 30 Anave Report
- 32 Diretoria
- 33 Eventos

Índice de anunciantes	página
Ciba	35
Fiepag	03
Rep. Spera	15
Ripasa	02
Senges	07
SPP Nemo	11
Suzano	encarte
Voith	36

Ripasa amplia Turma da Mônica

O Ripax Turma da Mônica Cores com embalagem Abre&Fecha é o mais recente lançamento da Ripasa para a linha escolar. O produto está disponível em embalagens de 100 folhas, formato ofício 9, nas cores amarelo, azul, rosa e verde. O papel é indicado para uso em trabalhos escolares, pinturas, desenhos, dobraduras e recortes.

A embalagem Abre&Fecha possibilita abrir, tirar a quantidade desejada e fechá-la novamente, mantendo as características originais do papel e garantindo seu desempenho.

VCP e MRS reativam linha férrea

Uma parceria entre a Votorantim Celulose e Papel e a MRS Logística pretende reativar o trecho ferroviário entre as cidades César de Souza e



Nova linha Ripax Turma da Mônica

Estudantes, ambas em São Paulo, para viabilizar o escoamento da produção de celulose de Unidade Jacareí para o Porto de Santos. Raul Calfat, diretor-presidente da empresa, informa que o transporte ferroviário trará uma redução de 25% no custo do frete operacional. O trecho tem cerca de 24km e deve entrar em operação no segundo trimestre de 2003. Para a reativação, um investimento de R\$ 20 milhões será compartilhado entre as duas empresas.

HP e Comprint anunciam parceria

A HP e a COMPRINT anunciaram parceria para comercialização das impressoras digitais coloridas HP Indigo, alimentadas por bobina no mercado gráfico industrial brasileiro. O acordo passou a vigorar a partir de novembro de 2002 e envolvem as atividades de vendas e serviços para o setor de etiquetas auto-adesivas, bureaus e cartões. Através da Comprint, a HP pretende aumentar sua participação no mercado de impressoras digitais no Brasil.

Lançado instrumento para calcular emissões gasosas

Foi anunciado em Washington, EUA, o lançamento de uma metodologia para calcular emissões de gases causadores do efeito estufa em fábricas de celulose e papel. O anúncio foi feito pelo ICFPA - International Council of Forest and

Paper Associations (Conselho Internacional de Associações dos Setores Florestal e Papeleiro).

A expectativa do Conselho é que a ferramenta seja reconhecida pelos governos e pelas organizações internacionais que definem protocolos e desenvolvem técnicas de cálculo, como sendo a ferramenta apropriada para calcular as emissões de gases causadores do efeito estufa em fábricas de celulose e papel.

O presidente do ICFPA, W. Henson Moore, afirmou que essa ferramenta pode ser utilizada em qualquer escala, seja para medir as emissões de determinada fábrica, de uma empresa específica ou de todo o setor.

O ICFPA, que tem na Bracelpa um dos órgãos fundadores, é composto de associações empresariais de 39 países, que representam indústrias responsáveis por 75% da produção mundial de papel e mais de 50% da produção mundial de madeira.



<O setor> O SETOR na web

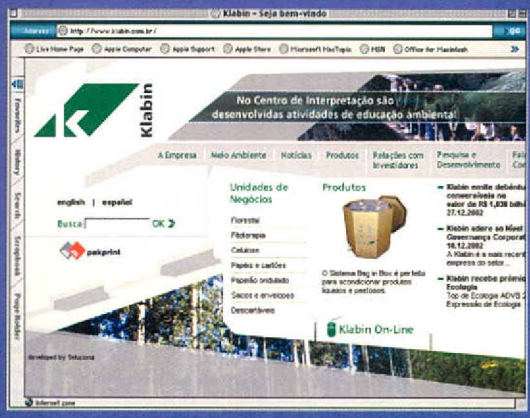


Site da KSR pretende aumentar vendas em 2003

Com a proposta de entregar os pedidos em até 24 horas, a unidade da Votorantim Celulose e Papel (VCP) investe R\$ 3,6 milhões em site de B2B e obtém aumento de 133% nas vendas. A expectativa é de crescimento maior em 2003, quando o site passará a vender a linha completa de produtos da KSR, nas 31 filiais em todo o País. Além da venda de produtos, o KSR Online disponibiliza uma série de serviços e dicas. Acesse www.ksronline.com.br e confira.

Klabin tem novo site

O portal institucional que engloba todas as áreas de negócio da Klabin foi lançado no final de 2002 e reflete, no âmbito da comunicação, a estrutura simplificada que vem sendo adotada pela empresa. "Até então tínhamos sete sites diferentes, que foram unificados neste único portal, mais focado nos negócios e de simples utilização pelo usuário", explica Ricardo José Furquim, gerente de E-business e responsável pelo projeto. O endereço do site é: www.klabin.com.br.



Orsa e Jari Celulose recebem Prêmio Qualidade Exportação

Promovido por diversas entidades setoriais, dentre as quais a Bracelpa, o Prêmio Qualidade Exportação 2002 premiou 60 empresas nacionais, entre elas a Jari Celulose e Orsa Celulose, Papel e Embalagem, como forma de reconhecimento pela abertura de novos mercados e ampliação das exportações. O prêmio é dividido em cinco categorias: madeira, painéis, móveis, papel e celulose. O Prêmio Qualidade Exportação baseia-se em levantamento realizado junto ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e à SECEX - Secretaria de Comércio Exterior.

SENGES - PAPEL E CELULOSE LTDA

Papel Kraft Fibra Longa Natural e Monolúcido
40 à 180 gr/m²

Segmentos: Sacolas, Sacos, Envelopes, Fita Gomada, Capa para Ondulado

Rua Albion, 229 - 6º andar - Conj. 61
05077-130 - São Paulo - SP
Fone: (11) 3832.1466
Fax: (11) 3831.6833
E-mail: senges-sp@uol.com.br

Fabricações especiais sob consulta

Aracruz divulga balanço de 2002

No início de janeiro, a Aracruz apresentou os resultados do exercício de 2002. A empresa terminou o ano com um lucro líquido de R\$ 12,1 milhões. As vendas foram de 1,6 milhão de toneladas no ano e sua produção atingiu 1,7 milhão de toneladas. "Para 2003 a expectativa é de atingir a marca de US\$ 1 bilhão de geração de divisas líquidas para a balança comercial brasileira em 2003", informou Carlos Aguiar, presidente da Aracruz. A empresa é grande exportadora e importa pouco. Entre os investimentos previstos para o ano,



Aguiar: A Aracruz pretende atingir a marca de US\$ 1 bilhão de geração de divisas

está o terminal de barcas – projeto pioneiro no Brasil, para o transporte marítimo de madeira. Ele aumenta a produtividade e propicia benefícios sociais, diminuindo desgastes e congestionamento nas estradas.

Ecofuturo e Sebrae firmam parceria

O Instituto Ecofuturo, ONG criada pela Cia Suzano, e o Sebrae/SP anunciaram a criação de uma parceria para desenvolvimento de ações de geração de renda e emprego. O foco são projetos sócio-ambientais, como capacitação

Bracelpa avalia resultados do setor

O desempenho do setor de papel e celulose no ano de 2002 foi apresentado por Osmar Zogbi, presidente da Bracelpa – Associação Brasileira de Celulose e Papel, em dezembro último.

De acordo com os dados apresentados – baseados em projeções preliminares – a produção de celulose alcançou 8,0 milhões de toneladas em 2002, em função das novas capacidades em operação, principalmente de celulose de mercado; o crescimento foi da ordem de 7,9% em relação ao período anterior. A produção de papel expandiu-se a uma taxa de 2,9%, e somou 7,7 milhões de toneladas. Já as vendas internas de celulose e papel, influenciadas pela demanda doméstica comprimida e pela redução da atividade industrial, apresentaram crescimentos de 5% e 2%, totalizando 750 mil toneladas e 4,9 milhões de toneladas, respectivamente (veja quadros).

Em relação ao segmento florestal, a previsão de plantios e de reformas programadas para o período de 2003 a 2010 é da ordem de 1,2 milhão de hectares, representando uma média anual de 152 mil hectares.

Zogbi afirmou que, em função de ser caracteristicamente demandante de mão-de-obra no campo, o setor pode "dar respostas muito rápidas à política de geração de empregos do novo governo". Ele citou os investimentos de US\$ 13 bilhões que o setor realizou na última década e afirmou que para os próximos dez anos "esses investimentos deverão

Em um ano difícil para a economia do país e do mundo, a indústria brasileira de papel e celulose teve uma performance positiva

manter seu nível histórico".

Quanto à reciclagem, em 2002, o consumo de papéis recicláveis na produção total de papel manteve-se estável em relação a 2001, totalizando 2,8 milhões de toneladas. Os papéis ondulados, com 1,7 milhão de toneladas, constituem o principal item na composição dessa matéria-prima e correspondem a 61% desse volume.

Ao ser relacionado como o consumo aparente de papéis, de 6,8 milhões de toneladas, esse total indica

uma taxa de recuperação de 41%, bem inferior às obtidas pelos países industrializados.

A intensidade do processo de reciclagem de papel é acentuadamente diferente, de acordo com as regiões brasileiras onde se realiza. Nas Regiões Sul e Sudeste, onde se concentram as principais indústrias do País, as taxas de recuperação são altas, da ordem de 64% e 44%, respectivamente.

e formação de cooperativas de coleta seletiva de materiais reaproveitáveis, visando melhoria de processos produtivos e busca de autonomia e emancipação social.

A proposta é somar conhecimentos para viabilizar a construção de um modelo de criação e profissionalização de cooperativas que possa ser replicado em outras regiões.

O Sebrae oferecerá cursos visando a constituição de novas cooperativas, aperfeiçoamento dos processos produtivos e eficiência de gestão administrativa. Pretende-se que uma das ações imediatas seja beneficiar uma instituição já atendida pelo Ecofuturo, a Coopamare – Cooperativa de Catadores de Papel, que viabiliza, a partir da coleta seletiva de materiais reaproveitáveis, a geração de renda, treinamento e tratamento digno aos cooperados e suas famílias.



Foto: divulgação Suzano

Da esq. p/ a dir.: José Luiz Ricca, diretor-superintendente do Sebrae/SP; Daniel Feffer, presidente do Ecofuturo e vice-presidente corporativo da Cia Suzano de Papel e Celulose, e Marcos Egidio Martins, diretor-superintendente do Ecofuturo

Principais indicadores de desempenho do setor em 2001

	2000	2001	2002 ^p	% 2002/01
Faturamento R\$ milhões	13.666	14.336	16.100	12,3
Celulose 1000 t				
Produção	7.463	7.412	8.000	7,9
Vendas Domésticas	740	712	750	5,3
Exportação	3.014	3.338	3.700	10,8
Importação	367	342	350	2,3
Papel – 1000t				
Produção	7200	7438	7.650	2,9
Vendas Domésticas	4.461	4.785	4.890	2,2
Consumo Próprio	1.582	1.443	1.473	2,1
Exportação	1.225	1.368	1.400	2,3
Importação	839	632	530	(16,1)
Consumo aparente de Papel				
Global (1000t)	6.814	6.702	6.780	1,2
Per Capita (Kg/hab)	40,1	38,7	38,4	(0,8)
População	169.591	172.982	176.441	2,0
Balança Comercial US\$ Milhões				
Exportação	2.543	2.191	2.200	0,4
Importação	969	772	600	(22,3)
Superávit	1.574	1.419	1.600	12,8

Balança comercial por segmento

	Em US\$ milhões				Em US\$ milhões		
	2001	2002 ^p	%2002/01		2001	2002 ^p	%2002/01
Celulose + Pastas				Papel			
Exportação	1.248	1.300	4,2	Exportação	943	900	(4,6)
Importação	183	150	(18,0)	Importação	589	450	(23,6)
Saldo	1.065	1.150	8,0	Saldo	354	450	27,1
				Superávit	1.419	1.600	12,8

^p projeção

Klabin adere ao Nível 1 de Governança Corporativa

Desde dezembro 2002 as ações da Klabin integram o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC) e são negociadas no Nível I de Governança Corporativa da Bovespa. Com a adesão, a empresa tem o compromisso contratual de fornecer aos seus investidores e ao mercado em geral uma série de informações adicionais às exigidas pela legislação.

O Nível 1 de Governança Corporativa, um dos segmentos especiais de negociação da Bovespa, certifica companhias comprometidas com regras de disclosure, como entre outras, a de divulgar trimestralmente o balanço consolidado.

O IGC tem o propósito de medir o desempenho de uma carteira teórica, composta por ações das empresas que apresentem bons níveis de Governança Corporativa.

Intergrafica apresenta nova razão social e logotipo ao mercado

A Intergrafica, uma das empresas representantes de equipamentos gráficos do mercado brasileiro, inicia 2003 de cara nova. A marca, presente no país há 40 anos, acrescentará ao seu logotipo o nome Print & Pack, reconhecido no Continente Asiático, Europa e Oceania. Com a mudança, a Intergrafica Print & Pack insere-se definitivamente no universo da globalização e se consolida como uma das mais importantes marcas do setor gráfico, presente em 50 países do mundo. Para entender a importância da mudança, vale lembrar que o selo Intergrafica surgiu pela primeira vez no mercado em 1961, com a fundação da empresa na Argentina. Graças à estratégia de atuação, que incluía a política de financiamentos por meio do Grupo Ferrostaal AG, a marca expandiu-se rapidamente para outros países do continente americano, incluindo o Brasil, cuja inauguração foi em 1965. Nos anos 70, foi criada a marca Print & Pack para atender os mercados emergentes da Austrália e Ásia. No início dos anos 90, o Grupo Ferrostaal assumiu as duas companhias e fundou a empresa IPP, na Alemanha. Agora, as duas marcas se fortalecem ainda mais internacionalmente com a fusão do nome e padronização de logotipos.

Segundo Mário Augusto Barcelos, diretor-presidente da Intergrafica, o objetivo da mudança foi unificar as marcas Intergrafica e Print & Pack, aumentando a visibilidade internacional e assumindo a mesma linha das companhias que trabalham diretamente com a MAN, como a Eurográfica e a Graph Metronic.

"A reunião de logotipos e nomes fortalecerá ainda mais as empresas, reforçando a estratégia mundial do grupo."

A alteração, complementa Barcelos, será muito positiva para a empresa brasileira, que, ao longo de 2002, se fortaleceu apesar das adversidades do mercado. "A empresa atingiu o equilíbrio perfeito para atravessar a atual situação ao fechar um ciclo completo de prestação de serviços para o mercado gráfico. Isso é representado pela integração do atendimento, assistência técnica e suporte administrativo, além, é claro, da comercialização de equipamentos de pré-impressão, impressão e acabamento para todos os segmentos do ramo gráfico", afirma Barcelos. Segundo ele, nos últimos dois anos foi realizado intenso trabalho para aumentar a eficiência da empresa. "Nossa principal meta era atender o mercado verticalmente, pois já tínhamos garantida a liderança no segmento de equipamentos de médio e grande porte."

Para também atender as outras faixas de mercado, especialmente o segmento de pequenas tiragens, a Intergrafica Print & Pack investiu em duas novas representações: a Ryobi, fabricante de máquinas planas para pequenos formatos; e a Duplo, especializada em equipamentos para a área de acabamento. "Fortalecemos nossa estratégia no ano passado. Ao invés de canalizarmos todas as nossas energias na área comercial, nos voltamos para o planejamento estratégico da empresa, criando a base para a expansão dos negócios nos próximos cinco anos, conclui."

**VOCÊ JÁ TEM A DOBRA EM
CRUZ, O VERNIZ UV E A AGÊNCIA
COM QUE SE PREOCUPAR.
DEIXE O PAPEL COM A GENTE.**

Não precisa mais entrar em desespero quando aparecer um pedido grande por aí. Chame a SPP-Nemo. Só ela possui o melhor mix de soluções para todas as suas necessidades e também a mais completa linha de papéis e cartões dos grandes produtores do Brasil e do mundo. Tudo isso com a segurança da mais eficiente logística do país. Seu pedido é entregue em qualquer lugar do Brasil no prazo combinado e sem atraso. Quando o assunto é papel, você não precisa se preocupar com nada. A SPP-Nemo toca tudo pra você.

Distribuição nacional de todas as linhas de papéis das seguintes marcas: Agaprint • Arjo Wiggins • Bahia Sul • Colacril • Fanapel • Giroform • Jac • Papyrus • Ripasa • StoraEnso • Suzano.



SPP-NEMO

**GRANDES MARCAS.
NENHUM PROBLEMA.**
www.spp-nemo.com.br

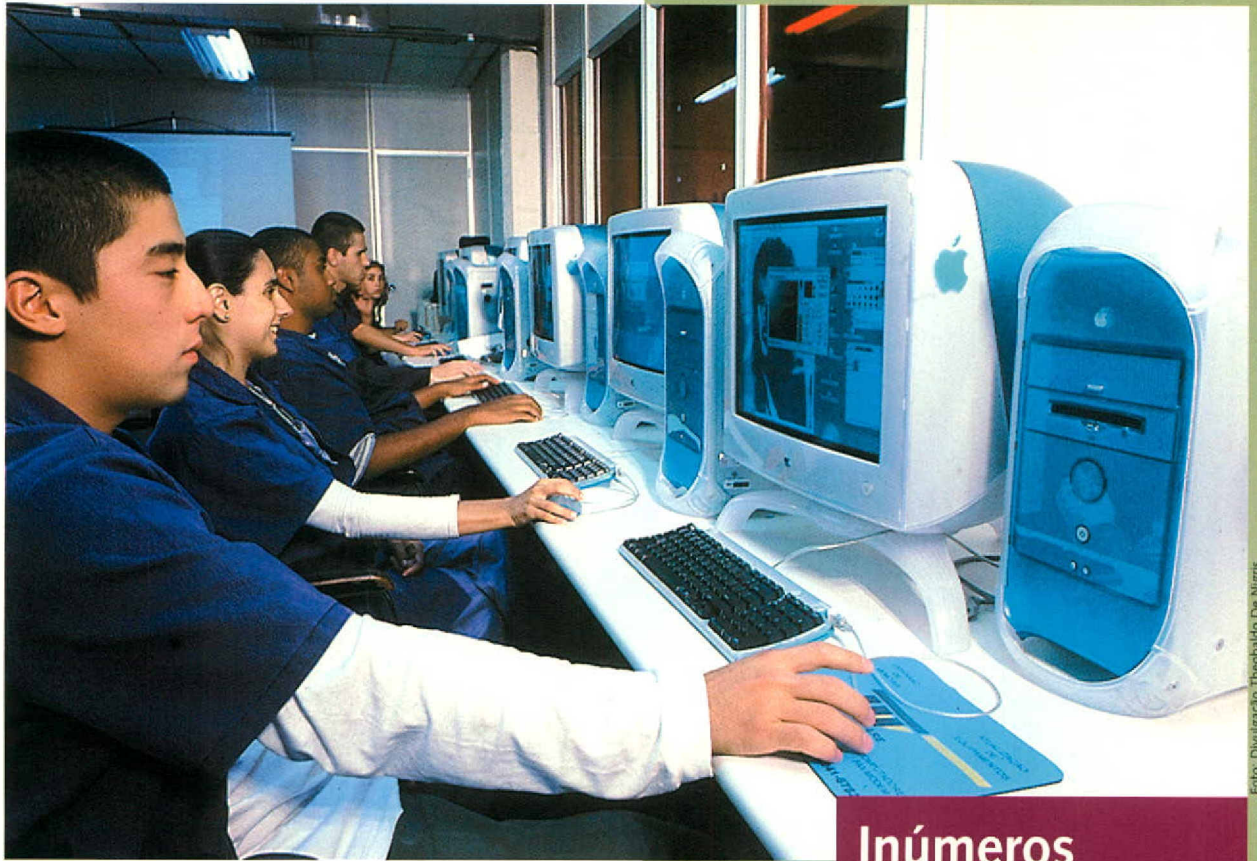


Foto: Divulgação Theobaldo De Nigris

Cursos de especialização garantem crescimento profissional

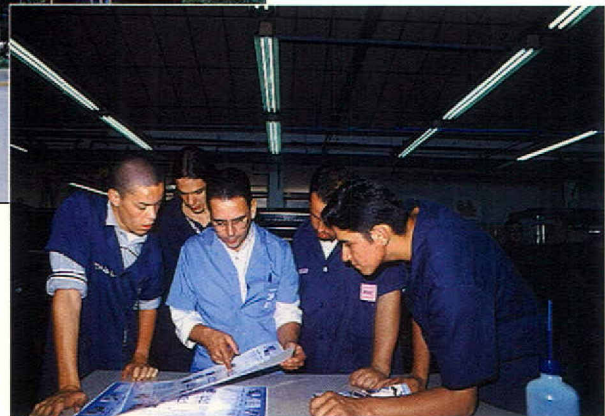
Naia Veneranda

Inúmeros cursos dirigidos aos setores papaleiro e gráfico possibilitam a atualização e especialização ao técnico, e agrega mão-de-obra qualificada



Ao lado: A maioria dos cursos concentra-se nas regiões Sul e Sudeste, como os oferecidos pelo Senai Theobaldo de Nigris

Abaixo: A mão-de-obra qualificada agrega valor ao setor



Fotos: divulgação Senai Theobaldo de Nigris

Os profissionais do setor de celulose e papel têm à sua disposição uma ampla gama de cursos em níveis que vão do técnico à especialização. Quem os oferece são tanto as associações setoriais como faculdades e outras instituições de ensino. Em geral, concentram-se nas regiões Sul e Sudeste do país mas, muitos podem ser levados a todo o Brasil através da modalidade "in company".

Além destes, existem também os cursos à distância - que podem ou não requerer uma parte da carga horária cumprida presencialmente.

O Senai CETCEP (Centro de Tecnologia em Celulose e Papel), localizado em Telêmaco Borba - PR, por exemplo, oferece, dentre outros, o Tutor, treinamento totalmente à distância, de longa duração, que apresenta o processo de fabricação de Papel ou Celulose, apresentado na forma de CD e desenvolvido via internet (chat).

Tendências e pré-requisitos

Em relação à importância da atualização profissional, Sueli Gonçalves - Gerente Executiva da Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO), explica que o conhecimento é a grande força de impulso da competitividade das empresas. "Novas tecnologias de produção, velocidade das máquinas cada vez mais alta e mudanças em projetos exigem das empresas que pretendem ganhar produtividade, que invistam em treinamento dos seus profissionais", complementa.

Quando se trata de curso com nível técnico, muitos deles requerem apenas que o aluno seja alfabetizado ou tenha o ensino fundamental. Já se o nível for de especialização, requer-se nível univer-



Representações Spera



Ibema - Cia. Brasileira de Papel

- Cartão Duplex Coating
- Papel Monolúcido e Apergaminhado
- Superbond



Indústrias Novacki S/A.

- Papel Kraft e Semi-Kraft



Himasa - Heldrich Indl. Merc. e Agrícola S/A.

- Papelão Couro



Industrial e Agrícola Rio Verde Ltda.

- Papelão Paraná

Fábrica de Papelão Timbó Ltda.

- Cartolina Marmorizada - Lisa
- Papelão p/ Modelos
- Presspan - Isopress - Papelão Pardo

Representações Spera S/C Ltda.
 Av. Gal. Ataliba Leonel, 93 - 2º andar - sala 25
 São Paulo - SP - Cep: 02033-000
 Tel./Tronco: (11) 6221-7615 - Fax: (11) 6221-1157
 E-mail: rspera@uol.com.br

Cursos voltados aos profissionais dos setores papelero e gráfico

Instituição: Escola Senai Theobaldo de Nigris		
Curso	Datas	Carga horária
Organização do Trabalho e Gestão	De 06 a 20/out	30 horas
Processos de formação, prensagem e secagem	De 09 a 24/abr	30 horas
Processos de polpação de Alto Rendimento	De 10 a 21/fev	60 horas
Processos de preparação de massas	De 12/mar a 08/abr	60 horas
Sistemas de Utilidades e Recuperação	De 24/fev a 11/mar	30 horas
Tratamento de Fibras Secundárias	De 11 a 22/ago	30 horas
Instituição: ABPO		
Curso	Datas	Carga horária
A embalagem de papelão ondulado	19 a 20/mar 06 a 07/ago	16 horas
Como desenvolver embalagens de papelão ondulado	09 a 10/abr	16 horas
Economia e racionalização do sistema de vapor e ar comprimido em ondulateiras	06 a 07/mai 21 a 22/out	16 horas
Papelão ondulado – Elementos básicos	15 a 16/jul 05 a 05/nov	16 horas
Reciclagem para vendedores	26 a 27/fev 25 a 26/jun	16 horas
Instituição: Senai Cetcep – cursos presenciais		
Nome do curso	Datas	Carga horária
Controle de Qualidade – Testes Físicos, Químicos e Óticos	25 a 26/set	16 horas
CEP – Controle Estatístico de Processos	06 a 10/out	40 horas
Fabricação de Papel Tissue	09/mai	8 horas
Tratamento de efluente – Indústria de Celulose e Papel	30 a 31/out	16 horas
Análises Químicas Laboratoriais	11 a 13/jun	24 horas
Manuseio de Produtos Químicos	12 a 13/jun	16 horas
Formação da Folha	04/jul	8 horas
Química da Parte Úmida	14 a 17/abr	32 horas
Destintamento de Fibras Recicladas	22 a 23/mai	16 horas
Instituição: Senai CETCEP – à distância		
Tutor	Datas	Carga horária
Fabricação de Celulose	10/ fev a 10/06/2003	120 horas
Fabricação de Papel	10/ 02/2003 a 11/ 08/2003	160 horas

Cursos da ABTCP		
Cursos	Datas	Carga Horária
Papéis Recicláveis - da Apará à desagregação e Depuração (Região Centro/Leste Nordeste)	20 a 21 de março	16 horas
Produção de papel artesanal	17 a 18/jul	40 horas
Básico de obtenção de celulose para não técnicos	03 a 04/jul	16 horas
Acabamento de papéis revestidos	28 a 29/mar	16 horas
Introdução à Fabricação de papel (Região Sul)	19 a 20/ mar	16 horas
Negociação: foco em resultado (São Paulo)	18 a 19/mar	16 horas
Curso internacional de Fibras celulósicas	05 a 06/mar	16 horas

sitário ou médio. No caso de pós-graduação, o aluno deverá ter nível universitário.

O mercado de trabalho exige que a mão-de-obra seja qualificada para desenvolver tarefas específicas, porém com uma visão geral do processo. Um dos cursos que se propõem a oferecer este tipo de abordagem é o Curso Técnico em Celulose e Papel, do Senai Cetcep. Segundo José Luís Lino Androni, Coordenador da Área de Apoio ao Programa da Qualidade do Senai Cetcep, a principal vantagem do profissional que conclui este curso é a de possuir um amplo conhecimento teórico de todo o processo,

bem como, a de conhecer as principais variáveis envolvidas em cada uma das etapas do processo de fabricação de Celulose e Papel, permitindo àquele tomar decisões mais eficientes e mais rápidas.

A tendência, segundo Manoel Manteigas de Oliveira, diretor da Escola Senai Theobaldo de Nigris, é que todos os trabalhadores venham a ter, como mínimo, nível médio (antigo segundo grau). Ele conta que as técnicas utilizadas atualmente na área gráfica exigem um conhecimento das disciplinas técnico-científicas (matemática, física, química) em nível, pelo menos, do ensino médio. Além disso,

Serviço:			
Instituição	Telefone	e-mail	website
Associação Brasileira Técnica de Papel e Celulose(ABTCP)	11- 3874 2700	vanessa@abtcp.com.br	www.abtcp.com.br
Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG)	11-66939535	abtg@abtg.org.br	www.abtg.org.br
Senai Theobaldo de Nigris	11-60976333		www.sp.senai.br/graf
Senai Cetcep	42-2733366	senai-cetcep@senai-cetcep.com.br	www.senai-cetcep.com.br
Senai Caçador	0800481212	cacador@senai-sc.ind.br	www.sc.senai.br
Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO)	11-38319844	abpo@abpo.org.br	www.abpo.org.br
Programa de Educação Continuada – Poli USP	11-3818-5285	info@pece.org.br	www.pece.org.br
Universidade Federal de Viçosa	31- 38992466	def@ufv.br	www.ufv.br
Associação Nacional dos profissionais de Venda em Papel, Celulose e Derivados (Anave)	11-32840498	anaveassoc@uol.com.br	www.anave.com.br

também é fundamental a habilidade de compreender e redigir textos em português - para sistematização de processos e procedimentos. Também é indispensável a capacidade de compreensão de textos técnicos em inglês e espanhol e um conhecimento mínimo de informática para uso geral.

Fabio Mortara, presidente da ABTG, Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica explica que os cursos oferecidos pela entidade são abertos a toda comunidade gráfica, e demais interessados, com os valores diferenciados para associados e não associados. A programação de cursos para 2003 foi elaborada com base na procura dos temas oferecidos em 2002, além de pesquisa de interesse e necessidades do mercado nacional.

A Anave também oferece, a partir de março, cursos para vendedores e profissionais da área gráfica. Os temas são: Papel e Celulose e o Novo Código Civil.

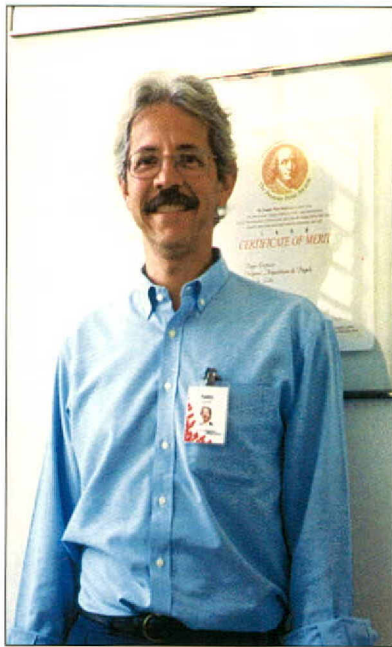
Especialização

Para os profissionais já graduados e interessados em especializar-se, algumas instituições de ensino, como por exemplo, a Universidade de São Paulo, Universidade Federal de Viçosa e o Senai, têm cursos de pós-graduação.

Um deles, o curso de Especialização em Papel, foi criado pela Universidade de São Paulo (USP), em parceria com Cia Suzano de Papel e Celulose, e integra o programa de Educação Continuada da Escola Politécnica da USP

O curso é composto por 12 módulos, com a carga horária total mínima de 420 horas de aula e duração de cerca de nove meses.

Ministradas na Escola Politécnica, no campus da USP, em São Paulo -SP, as aulas têm início em agosto. Os profissionais interessados devem se inscrever



Fabio Mortara, presidente da ABTG: Programação baseada em pesquisa de interesse e necessidades do mercado nacional



A tendência é que todos os trabalhadores venham a ter, como mínimo, nível médio

até julho para seleção (a ordem de chegada é critério de desempate nas vagas). Também é possível que o participante curse disciplinas avulsas. Neste caso, recebe um certificado de participação na disciplina. Outro exemplo é o curso de Especialização "Latu Sensu" em Tecnologia de Celulose e Papel, em nível de pós-graduação, oferecido pelo SENAI Centro de Educação e Tecnologia de Caçador em convênio com a Universidade Federal de Viçosa - UFV. Segundo Márcia Koehler, o curso tem a carga horária de 495 horas e objetiva difundir o conhecimento técnico-científico na área de tecnologia de celulose e papel, além de preparar profissionais do setor industrial, que possuam graduação em nível superior completo, para um melhor exercício de suas atividades profissionais.

A ABTCP (Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel) oferece

Cursos de Especialização em Celulose e em Papel, na área de Ciências Exatas, (engenharia de processos nas plantas de celulose e papel). O requisito básico é a graduação em nível superior e experiência profissional de, no mínimo, dois anos no setor, a ser comprovada através de declaração da empresa, na própria ficha de inscrição. Os cursos

são realizados em 14 módulos, perfazendo um total de 40 horas-aula por semana, e durante 2 anos, 560 horas-aula no total. As aulas das turmas do curso de especialização em celulose começam em março. As datas do curso de papel ainda não foram definidas.

Com o intuito de auxiliar no processo de atualização profissional, a revista Anave publica, a cada edição, uma lista de cursos voltados aos profissionais do setor papelero e gráfico. Para esta matéria, selecionamos alguns dos cursos oferecidos por diversas associações e instituições de ensino, para que você possa se programar durante o ano todo. ■

Explorando as infinitas possibilidades das embalagens em *papelcartão*

Assunta Napolitano Camilo

Aqueles que orientam as áreas de marketing ou produto das suas empresas na definição das embalagens, precisam estar sempre muito atentos às novidades e às possibilidades de envase, sejam manuais, semi-automáticas, ou automáticas, pois, atualmente, já temos no Brasil vários fabricantes de máquinas, além de empresas especializadas em prestação deste tipo de serviço, o que permite contornar questões orçamentárias iniciais



Todos já sabem as características do material papelcartão e suas inúmeras vantagens: ser estruturável e empilhável, leve, rígido, resistente, e ter um forte apelo ecológico já que é biodegradável, reciclável e obtida a partir de recursos renováveis.

Então, vamos explorar algumas possibilidades ainda poucos difundidas destas embalagens. Especialmente para aqueles que atendem clientes que precisam vencer a batalha do ponto-de-venda, e que contam apenas com o recurso da embalagem para se comunicar com seus consumidores (o que representa 90% dos produtos).

venda mais



As embalagens de papelcartão são muito práticas de envasar



Aqueles que orientam as áreas de marketing ou produto das suas empresas na definição das embalagens, precisam estar sempre muito atentos as novidades, e as possibilidades de envase, sejam manuais, semi-automáticas, ou automáticas, pois, atualmente, já temos no Brasil vários fabricantes de máquinas, além de empresas especializadas em prestação deste tipo de serviço, o que permite contornar questões orçamentárias iniciais.

Precisamos de uma boa dose de paciência no início do processo de desenvolvimento, pois desenvolver significa "desenvolver", e portanto, sair da zona do conforto. Precisarmos sempre ter dados para comprovar as melhores soluções e utilizarmos da forma mais ampla os recursos oferecidos pela embalagem de papelcartão. Podemos notar, num passeio ao supermercado, muitos desperdícios, não só dos recursos, como de material, de espaço de mídia, etc.

As vantagens

1- Redução de custo

Com a utilização das embalagens estruturáveis podemos reduzir (ou eliminar) as embalagens secundárias, por exemplo, tornando as caixas de transporte mais leves, ou ainda podemos agrupar as embalagens com shrink (ou amarrá-las) e transportá-las sem as caixas, diretamente em gaiolas ou paletes estruturados.

Além disso, as embalagens de papelcartão são muito práticas de envasar, mesmo manualmente, e pode-se reduzir os custos de envase, usando as embalagens pré-montadas, com fundo automático, quando o sistema for manual, ou utilizar sistemas mistos, que são mais rápidos, e portando mais baratos.

2- Agrega valor ao produto

Em alguns casos, pode ser que

adiciona-se custos ao produto final, ao se optar por uma embalagem melhor, mas é inegável que se agrega valor a este produto e a sua marca. Consequentemente, se ampliam as marcas de lucratividade destes produtos. Quem não prefere comprar biscoitos, que com certeza estarão inteiros e preservados? Ou ter seu picolé com a casquinha de chocolate inteira até a primeira mordida? Ou oferecer bombons em uma caixinha?

3- Ampliação do painel de exposição no ponto-de-venda

Podemos criar painéis vendedores, ou passar a ter dois andares na gôndola, para vender mais. Estaríamos usando uma mídia de baixíssimo custo, e isso num momento de redução de custos, quando se cancelam outras mídias, pode fazer toda a diferença para a vida do produto (exemplos: Cereais matinais e cervejas)



UM É POUCO.



A tecnologia Suzano preparou uma novidade surpreendente. Depois desse novo lançamento, você vai ficar admirado de ter trabalhado tanto tempo com tão pouco.



© 2002 Larry Harmon Pictures Corporation. All rights reserved.



SUZANO

DOIS É MUITO MELHOR.

CHEGOU O COUCHÉ SUZANO DUPLA CAMADA.

Melhor do que Couché Suzano, só dois Couché Suzano. Nossa tecnologia colocou uma coisa em cima da outra: o Couché Suzano agora tem duas camadas de revestimento. Os resultados aparecem em dobro. Cores mais puras, com mais uniformidade e impacto. Ou mais leves, com maior uniformidade e delicadeza. Acima de tudo a performance perfeita de um papel com a tecnologia Suzano. E por baixo de tudo, um branco que vai fazer suas imagens acontecerem. Couché Suzano Dupla Camada. Agora você vai ter que pensar duas vezes antes de escolher qualquer outro Couché.

**COUCHÉ
SUZANO**

O COUCHÉ COUCHÉ

APLICAÇÕES:

Calendários, capa e contracapa de revistas e livros, cartões de visita, catálogos, certificados e diplomas, convites e encartes, folders, folhetos, folhinhas, livros, malas-diretas, manuais técnicos, peças promocionais, postais, pôsteres, relatórios anuais, reproduções artísticas, capas de CD.

ACABAMENTOS:

Bobinas, resmas, skids.

FORMATOS PADRÃO:

66x96, 76x112, 89x117, 64x88, 60x89, 72x102cm.

RECURSOS GRÁFICOS:

Plastificação, laminação, verniz UV, hot-stamping, relevo seco, tintas metálicas, fluorescentes, entre outros.

GRAMATURAS:

Papel **Couché Suzano** Reflex L2

115, 150, 170 e 230 g/m².

Papel **Couché Suzano** Matte L2

115, 150, 170 e 230 g/m².

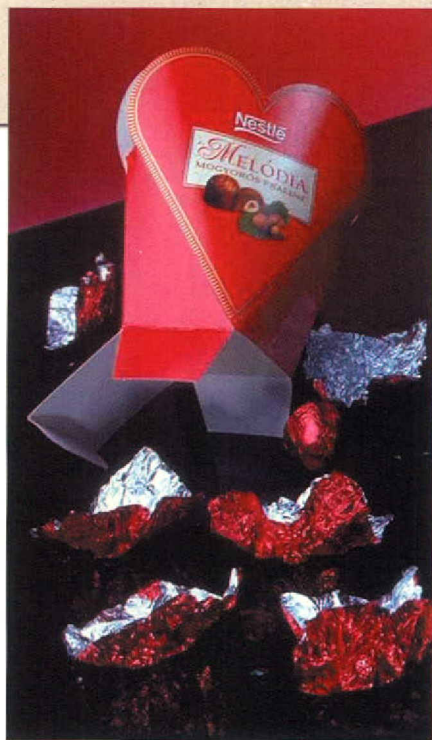
Informações técnicas Couché Suzano Reflex L2

Gramatura (g/m ²)	115	150	170	230
Alvura ISO (%)	90,5	90,5	90,5	90,5
Opacidade (%)	97	98,5	99	99

Informações técnicas Couché Suzano Matte L2

Gramatura (g/m ²)	115	150	170	230
Alvura ISO (%)	93,5	93,5	93,5	93,5
Opacidade (%)	97	98,5	99	100

Valores nominais.



A embalagem agrega valor ao produto



As datas comemorativas são um ótimo motivo para criação de embalagens temáticas



Existem vários mercados novos por atender, como o de preservativos

4- Ter muitas faces para exposição

Normalmente temos seis faces numa embalagem, e aí podemos usar essas faces de maneira a organizar as informações como, por exemplo, texto principal, legais, institucionais, modo de usar/fazer e, até mesmo, criar um painel para comunicação direta com seu consumidor final como brincadeiras, receitas, dicas, apoio à campanhas, divulgação de outros produtos da linha ou da companhia, etc.

5- Ser utilizada para conjunto de produtos

Vender mais de um mesmo produto (leve 5 pague 4), vender mais produtos, mesmo distintos, os novos sabores, por exemplo. Agregar produtos complementares pode ser interessante e muito conveniente diante das novas situações de consumo e das necessidades da vida cotidiana atual. Não seria perfeito poder encontrar

o suco com biscoitos ou lanchinho para as crianças levarem à escola? Que tal comprar o macarrão e já levar o molho e o queijo ralado na mesma embalagem, destacaria aqui o Mirácoli da Kraft. E o refrigerante com o salgadinho? Lápis com borracha? Lamina e creme de barbear?

6- Ser utilizada como promocional

Vender um produto e brincar com um outro também é um recurso fantástico, afinal todos gostam de brindes, e ofertar uma amostra grátis com o aval de um produto já conhecido, aumenta a credibilidade e provoca experimentação. Aqui, cabe também os casos de venda de produtos complementares com descontos ou com alguma exclusividade.

7- Formar kits para presente (Temáticas)

Devemos aproveitar o calendário de festas (datas comemora-

tivas) e criar embalagens temáticas, formando conjuntos (ou kits) que são verdadeiros presentes. Vale desde sabonete com creme e outros artigos de toucador/bazar e perfumaria, até materiais de construção, ferramentas/bricolagem. Na última Páscoa tivemos ovos especiais em embalagens sofisticadas com janelas de acetado, outras com visores ou apenas a embalagem protegendo e apoiando os ovos. No Natal, houve árvore em papelcartão com chocolates encaixados (Kinder ovo). Além do case premiado do Peru Sadia numa caixa.

8- Tornar-se ou ser um brinquedo

Que criança não gosta de brincar? Daí podermos usar as embalagens papelcartão para serem não só as embalagens dos brinquedos, como também para se transformarem em brinquedos ou parte deles. Cenários, partes, joquinhos, quebra cabeças, enfim, um mundo de idéias,

venda mais



Embalagem asséptica e sofisticada



O rótulo em papelcartão confere uma melhor qualidade de impressão

como a caixa de sapatos que vira carrinho ou casinha/bercinho de boneca, o cartucho de aveia que vira avião. E porque os confeitos não podem ter uma embalagem num formato mais lúdico, por que não ser um brinquedo?

9- Ter infinitas formas possíveis

Não devemos nos limitar ao clássico paralelepípedo, já que a embalagem papelcartão pode assumir contornos que vão além, inclusive das linhas retas, como exemplo, podemos citar a nova linha Gold da Vepê, onde foram utilizadas formas arredondadas que lembram uma fibra, as embalagens da Santa Edwiges que têm no seu fechamento curvas que lembram flores, o arroz triangular da Blue Ville, a embalagem octagonal usado para o chocolate, cereais em formato de cubo etc.

10- Fechamentos que demonstram violação e permitem refechamento

Os fechamentos tipo zíper, entre outros possíveis, denunciam quando há violação, e travas ou lingüetas permitem o refechamento, item considerado numa pesquisa junto a consumidoras como relevante. Estas

lingüetas podem ter formatos interessantes, encontradas em vários CDs como a trava com desenho de um coração.

11- Janelas ou visores

É muito valorizado incluirmos janelas ou visores (janelas fechadas por acetado), sendo uma oportunidade de mostrar o produto, ou indicar ao usuário o nível. A embalagem do detergente em pó Omo, recebeu inclusive, um prêmio pela embalagem que apresentava um visor indicando o número de doses restantes.

12- Permitir o uso de vários revestimentos e acabamentos

Para cada necessidade específica do produto, podemos agregar um tratamento adequado, por exemplo, quando queremos um efeito com muito brilho, podemos usar diferentes tipos de vernizes e até mesmo laminar o papelcartão com filmes plásticos (BOPP, PVC, PE, PET...) inclusive holografados. Se precisamos de efeito matte usamos outros vernizes ou filmes, ou pode-se extrudar um polímero e dar a este um acabamento fosco. Podemos citar as linhas de produtos congelados que utilizam papelcartão com

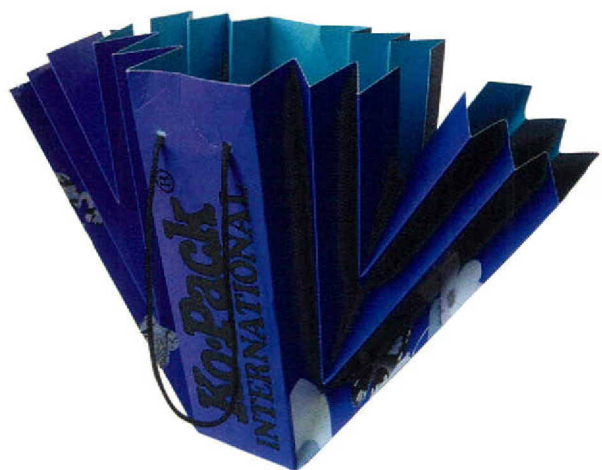
tratamentos especiais na massa para impedir a penetração de água pelas laterais do material, e revestimento nas superfícies internas e externas com polietileno extrudado (devido a melhor aderência). Produtos gordurosos, como sanduíches e Pet food, especificam um papelcartão com revestimento de barreira a gordura para evitar manchas na embalagem.

13- Surprender com a utilização da embalagem "Gable Top"

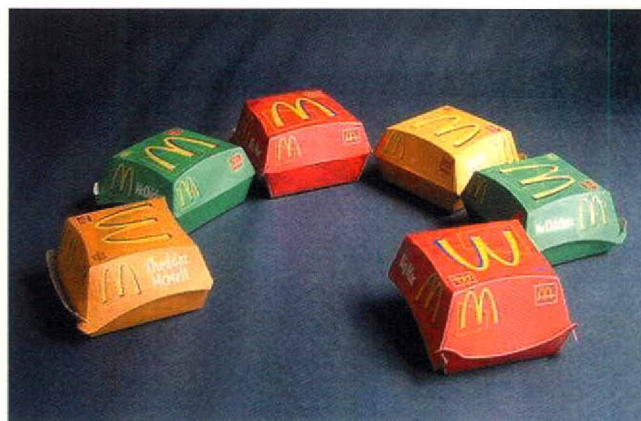
Outra novidade é a gable top, embalagem que amplia o painel frontal, tem uma base que pode assumir vários formatos (quadrado, octagonal) com fechamento em cima plano (em uma linha). Esta novidade tem sido muito utilizada no exterior para chocolates, balas, preservativos, roupas íntimas, entre outras.

14- Recursos gráficos

Com o parque gráfico brasileiro, dispomos de muitos recursos, tais como impressão em vários processos (off set, flexografia, rotogravura) interno e externo, hot stamping, aplicação de purpurina, texturização, linguagem braille, relevos, vernizes diferenciados.



Embalagem com diferenciais de impressão



Mc Donald's - Impressão em Braille

15- Exportar soluções entre mercados diferentes

Algumas soluções consagradas estão sendo exportadas, por exemplo, a solução "flip top" foi tão boa que passou a ser usada para confeitos, gomas, e agora está sendo adotada para absorventes higiênicos Ob da J&J, ou a ousada idéia de uma loja de moda que vende relógios em embalagens tipo "Tetrapak" e camisetas em cartuchos que lembram cereais matinais.

16- Ser utilizada também com gancho

Recurso fantástico, podem se agregar ganchos nas embalagens de produtos que podem ser inseridos próximos ao check out para as compras por impulso ou de última hora. Assim, eles podem ser vendidos nas gôndolas em pé ou pendurados nas ganchos. Podemos também usar a opção blister, atualmente com opção de cartões duplex e triplex.

17- Apresentar soluções inovadoras para novos mercados

Tomemos o mercado de moda, lojas de roupa ou embalagens para roupas vendidas nas lojas de auto-serviço: por que

usar sempre o padrão caixa de camisa, se podemos variar incluindo formas, janelas e laços de fechamento no próprio material. Destacaria as embalagens promocionais do dias dos namorados da Hering e a embalagem para roupa íntima com janela e em gable top. Ainda há muitos mercados novos para atender como o de sabonetes, preservativos, farináceos, macarrão, biscoitos, salgadinhos, sal, açúcar, etc.

18- Permitir diferenciação

Agregar valor, colocar o produto de pé, ampliar sua visualização, demonstra preocupação da empresa com o produto e com o consumidor. No ponto-de-venda, ao lado das demais opções, o resultado é inegável. Compare uma embalagem de café em papelcartão com as demais, por melhor que sejam as outras, as em papelcartão se distanciam.

Alguns exemplos notáveis

• Granville: Esta rede de lanchonetes, que tradicionalmente vendia sanduíches, resolveu iniciar também entrega de comida pronta, grelhados e saladas, mas precisava de uma embalagem que demonstrasse assepsia e sofisticação, além de não permiti-

tir a troca de calor entre os pratos. Optou por uma bandeja, quase um estojo em papelcartão triplex com tratamento contra a umidade lateral e superficial.

• Champanheira Kopack: Apresentada recentemente pelo Projeto Papelcartão Design, uma embalagem impressa internamente sobre o polietileno extrudado, e impresso externamente com o recurso do verniz com Irodin.

• Iogurtes com "In mold label": Na Europa, estão utilizando o processo "in mold label" substituindo o antigo rótulo de papel ou plástico para laticínios em geral (iogurtes, queijos, margarinas). O rótulo em papelcartão permite reduzir a quantidade/espessura do plástico e confere um impressão superior.

• Novas embalagens Mc Donald's: Muito mais orgânicas por terem vincos arredondados; com forte apelo ecológico por usar papelcartão de celulose virgem porém, não branqueada; adotando a linguagem Braille. ■

Assunta Napolitano Camilo, é engenheira mecânica pela Politécnica, e gerente de Desenvolvimento de Produtos e Marketing da Ripasa Embalagens, da Divisão Gráfica da Ripasa S. A Celulose e Papel.

A questão florestal e a realidade do setor de papel e celulose

Celso Foelkel


Com um potencial ímpar de destaque e desenvolvimento, porém ainda convivendo em meio a paradoxos, o setor de papel e celulose brasileiro precisa encontrar uma saída rápida e socialmente justa para a potencial crise de falta de abastecimento de madeira no curto prazo

O setor florestal brasileiro tem sua atuação fundamentada em algumas máximas. Dentre elas, destacam-se o fato de que esta indústria é baseada em recursos naturais renováveis, usa da madeira de florestas plantadas e busca a prática do manejo florestal sustentável. Deste esforço resultam as iniciativas de certificação florestal como meio de alavancar o mercado, imagem e aceitação pela sociedade, além dos ganhos que a ecoeficiência oportuniza. Apesar do setor buscar a utilização de tecnologias florestais estado-da-arte, a ênfase tem sido mais a produtividade florestal, o melhoramento genético e a qualidade da madeira. Como pano de fundo, há também a crença de que floresta plantada é um cultivo agrícola e, isto se deve, até mais a razões políticas do que conceituais propriamente ditas. Até podemos tratar as florestas plan-

tadas como culturas agrícolas, mas acabamos perdendo muito de seu potencial ecológico e social, se assim o fizermos.

Verdades inquestionáveis do setor

De toda forma, para uma melhor compreensão da grandiosidade do setor, some-se às máximas citadas acima a excepcional produtividade florestal brasileira, cujo aumento permitiu ao setor de celulose duplicar sua produção anual nos últimos 15 anos sem necessidades de áreas adicionais significativas para plantar florestas. Há anos, o setor de papel e celulose relata consistentemente, via Bracelpa, que as empresas do setor detêm cerca de 1,5 milhão de hectares de florestas plantadas, sendo atualmente 70% de eucalipto e o restante quase tudo de pinus.



Floresta plantada é mais do que um conjunto de árvores plantadas lado a lado

Por outro lado, o que se observa é que as empresas utilizam cada vez maiores quantidades de madeira e casca energética, mas só possuem melhoria florestal da madeira para celulose.

Há em todo esse processo um ingênuo paradoxo: acredita-se que as quantidades adicionais de madeira poderão ser supridas pelos agricultores que terão uma segura fonte adicional de renda na propriedade rural. Lembra-se do lema "Plante uma floresta e ganhe uma fortuna"? Será que algum agricultor se sentiu ganhando essa fortuna apregoada? Acredita-se, ainda, que o agricultor brasileiro seja suficientemente mágico para fazer florestas produtivas e de forma barata usando mão-de-obra ociosa, disponível na propriedade rural.

Quando se fala em fomento, o que se observa é uma postura

empresarial até mesmo egoísta em muitos casos, pois a empresa não está, na maioria das vezes, disposta a compartilhar seus melhores materiais genéticos com os agricultores. Mudanças clonais, por serem mais caras e por terem "royalties" embutidos, não são disponibilizadas aos fomentados. As empresas costumam oferecer aos agricultores mudas de sementes, mudas vencidas ou restos já passados, mudas de raiz nua para pinus, etc. Além disso, há pouca assistência técnica ou orientações gerenciais e econômicas. Fica por conta dos agricultores a produção de lenha e madeira para celulose para essas mesmas empresas que não querem disponibilizar material genético superior. É um curioso paradoxo a servir de reflexão. Quem consumirá essa madeira não será a própria empresa que promoveu o fomento? Por que então não almejar o ideal?

Qual a razão deste quadro?

Uma razão primeira é a existência de um oligopólio na compra dos grandes volumes de madeira. A escala de valores não está atribuída de forma a promover melhorias. É prática corrente que a madeira não apenas custe o mínimo possível em pé, mas também que seja pago ao produtor rural, pelo menos, no valor do custo que ela tem para a empresa produzi-la com toda sua tecnologia de ponta. Entende-se que toda a agregação de valor não deva ocorrer na floresta, mas nas fábricas; portanto, toda margem de lucro deve estar apropriada na celulose de mercado ou no papel. Dessa forma, madeira é considerada matéria-prima comoditizada de baixo valor. O preço final da madeira é muito mais uma questão de logística de colheita e transporte do que de crescimento de

árvores ao longo de rotações que tomam diversos anos.

Como consequência destas práticas, já se anunciou ao setor a iminência daquilo que vem sendo chamado de "Apagão Florestal", conforme publicado no Notícias Bracelpa de 12/08/2002. A partir de 2004, poderá faltar madeira, criando-se vulnerabilidades para os setores de papel, celulose, siderurgia, moveleiro, construção civil e energético. Segundo a mesma fonte, o nível de plantio atual é de 250.000 ha/ano, porém o necessário são 630.000 ha/ano. Uma discrepância incontestável que resulta num conceito de sustentabilidade que passa a ser mais empresarial e de negócios do que efetivamente florestal.

Dentre as ações emergenciais destacamos o Programa

Nacional de Florestas e os recentes incentivos ao pequeno e médio agricultor. Além destes, o fomento passa a ser cada vez mais urgente e deve ser mais generalizado. O agricultor passa a ser visto como a galinha dos ovos de ouro do futuro, já que possui a terra valiosa (capital) e deve ter alguma mão-de-obra ociosa e barata para plantar florestas, segundo crença corrente.

Este mesmo agricultor brasileiro, decepcionado e sofrido, merece mais que apenas mudas e expectativas. A ele devem ser disponibilizados genótipos superiores, transferência de tecnologias adequadas, garantia de compra a preços que o remunerem e também a diminuição do risco ao agricultor (seguros, combate a pragas, fogo, etc).

Desta forma, poderemos eliminar a explosão de novos plantios baseados na filosofia de plantar misérias para colher fortunas. Há que se pôr fim aos plantios sem acompanhamento técnico, já que as áreas extras a plantar são enormes e desafiantes: é provável que sobre emoções e intenções, mas não devem faltar razão e bom senso.

Mas isso não é tudo, convivemos com a falta de zoneamentos agroecológicos adequados, nota-se proteção florestal deficiente, além do desconhecimento tecnológico sobre plantações florestais de pequenas áreas, integradas às áreas agrícolas e zootécnicas.

Não podemos esquecer o grande perigo da desilusão futura desse produtor rural: plantios destruídos por formigas ou



É preciso usar melhor a madeira produzida pelas florestas plantadas

besourinhos, ou pela ferrugem, plantios mal manejados dando origem a madeira que só presta para lenha, etc.

Aquilo que está acontecendo agora no setor florestal brasileiro está apenas começando. Se algo tem que ser feito, já deveria estar sendo realizado, principalmente por nós que somos o epicentro do consumo de madeira, e que já estamos sendo alertados pela SBS (Sociedade Brasileira de Silvicultura) para o problema de retração de suprimento há alguns anos.

Temos que refletir e estar prontos para novos desafios e batalhas. Temos que saber quem participará deles, quem serão as lideranças de nosso setor a enfrentar esses desafios para ajudar a vencer e resultar em ganho para todos: empresas, ecossistemas, agricultores e sociedade.

Algumas recomendações

Já que sabemos que algo de grande está para acontecer, vamos trabalhar e planejar o futuro que queremos, ao invés de só pensarmos nas vantagens a usufruir no presente.

Temos que ter cuidado com as ações capazes de prejudicar novamente a imagem do setor, e para isso, usar o cérebro, a experiência e o conhecimento acumulado na nossa reconhecida silvicultura baseada em critérios e princípios cada vez mais sustentáveis.

Ao invés de sairmos só aplaudindo a nós mesmos, vamos arregaçar as mangas e trabalhar para todos ganharem na cadeia produtiva da madeira.

Floresta plantada não é apenas um conjunto de troncos de



“ **Ao invés de sairmos só aplaudindo a nós mesmos, vamos arregaçar as mangas e trabalhar para todos ganharem na cadeia produtiva da madeira.** ”

árvores perfilados ingenuamente lado a lado. Nós temos que conhecer e conversar mais com nossas florestas, não abusar no uso de agroquímicos e de OGMs, não criar ambientes instáveis e sujeitos a desequilíbrios ecológicos. Também devemos ter florestas mais estratificadas e desenhadas de forma sustentável.

Temos que atuar não apenas como produtores de madeira, mas como cidadãos do planeta, e que teremos, entre outros benefícios da floresta plantada, a madeira que precisamos. Afinal de contas, nem todo retorno florestal se mede em termos de Taxa Interna de Retorno ou de Valor Presente Líquido, ou em volume produzido, etc.

Não podemos, também, chegar a ponto de, em busca do aprimoramento, incorrer no erro de plantar florestas tão melhoradas para uma dada finalidade que só sirvam para isso e nada mais.

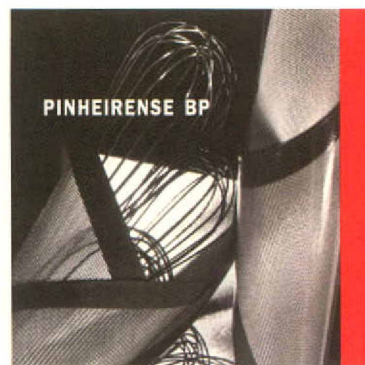
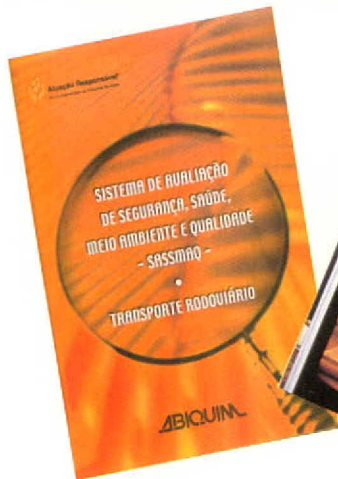
É importante também usar melhor a madeira produzida pelas florestas, evitando o grande desperdício de resíduos que ocorre atualmente. Ainda, recomendo aos jovens e aos não tão jovens técnicos e engenheiros florestais, não se escravizarem demais a números, tabelas e justificativas oriundas de pacotes de softwares, de computadores e se esquecerem de visitar suas plantações e seus ambientes naturais para dialogar com eles e enxergar o que os números não mostram. Devemos, ainda, fortalecer e incentivar a formação de clusters (agrupamentos) agroflorestais com mínima geração de resíduos e máxima ecoeficiência.

É sempre possível encontrar uma maneira melhor de se fazer as coisas.

Enfim, não podemos nunca nos esquecer de que a missão da floresta plantada é muito maior do que apenas fornecer madeira barata para as fábricas. Ela precisa de gente para sua implantação e desenvolvimento, e precisa de um ambiente sadio para poder oferecer o que esperamos dela. Madeira e lucros, mas também segurança, equilíbrio, proteção, harmonia, paisagem, interação e alegrias. Será que como empresários poderemos balancear essas expectativas? ■

Celso Foelkel

é consultor e presidente da ABTCP



Hiro Okita

Relação sensorial com o papel



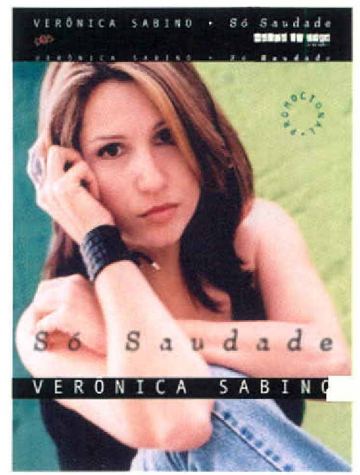
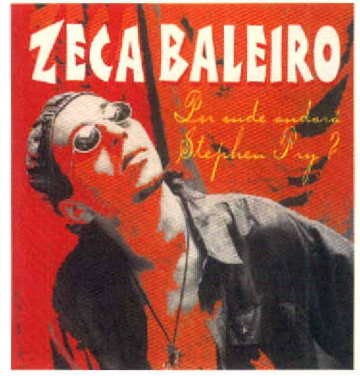
Hiro Okita " Pretendo cada vez mais realizar trabalhos ligados à arte"

Naia Veneranda

Aos 19 anos, ele se encontrava frente a um dilema muito comum aos adolescentes de sua idade: que carreira seguir? Hiro Okita, paulistano, descendente de japoneses, via-se em meio à pressão familiar pela escolha de uma profissão economicamente rentável e seu desejo em ser artista. O resultado? Okita resolveu prestar vestibular para

arquitetura. Passou numa faculdade no litoral, mas em sua cidade natal conseguiu apenas a segunda opção: ciências sociais.

Mais uma vez teve de optar entre mudar de cidade e fazer seu curso de arquitetura, ou ficar em São Paulo e dar continuidade à carreira de artista gráfico que iniciara ainda no colegial. Ele resolveu ficar.



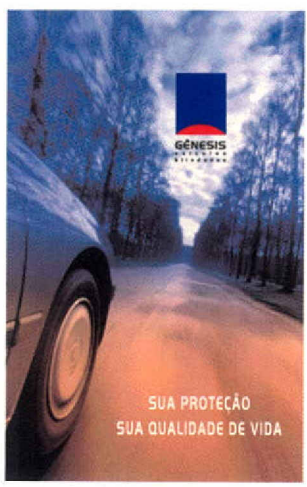
Com quase vinte anos de carreira, Hiro Okita já conquistou seu espaço nas artes gráficas brasileiras

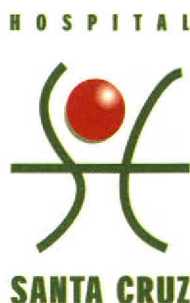
O começo

Desde pequeno Hiro Okita já gostava de desenhar, principalmente inspirado pelos desenhos do estilo mangá (quadrinhos japoneses) publicados nas revistas que seu pai, feirante, mensalmente ia buscar no centro da cidade. Em meio a cópias dos mangás, dos monstros criados por sua imaginação e até de criações de moda, Okita desenvolveu o gosto pelas artes gráficas que só se fez aprimorar durante sua juventude. Cresceu ajudando o pai e seus irmãos na feira e, à noite, estudava. Quando resolveu sair de casa, precisava também de um outro emprego, e foi procurar na área que já dominava, o desenho.

Assim, vivendo em São Paulo, já longe da casa de seus pais, Okita cursava ciências sociais na PUC e paralelamente trabalhava em uma gráfica têxtil, criando desenhos para coleções de praia e estampas de camiseta. Não durou muito e a faculdade escolhida já não o satisfazia. "Achei muito fora da realidade; na PUC-SP o que mais se aproximava da realidade, relacionado com artes, era jornalismo. Pedi transferência", relembra.

E foi durante o curso de jornalismo que Hiro Okita fez vários contatos e acabou sendo convidado a diagramar o Jornal da Lapa, onde trabalhou por 12 anos. "Tudo foi me direcionan-





do para a área de design gráfico", diz ele. Além deste emprego fixo, havia vários outros ocasionais que motivaram o artista a abrir sua própria empresa.

Os tempos foram difíceis quando Okita decidiu dedicar-se apenas ao seu negócio. Ele conta que chegou a trabalhar 16 ou 18 horas por dia, invariavelmente dormia no escritório. Nesta época era responsável não só pela parte de criação, mas também por toda parte administrativa. A oportu-

nidade de passar a trabalhar em sociedade lhe foi proposta pela amiga Divaandrea Maddalena, com quem trabalha desde 1999. Ela cuida da parte administrativa e de relacionamento com fornecedores e Hiro Okita continua responsável pela criação. Mais duas pessoas compõem o enxuto quadro de funcionários da empresa. "Até surgiu a idéia de mudar de nome, mas não conseguimos achar um nome ideal, conta. Ele explica que "A vantagem de ter o mesmo nome da empresa é que já sou conhe-

cido no mercado, em contrapartida, um nome diferente torna as coisas mais profissionais, impessoais".

Atualmente, os trabalhos do artista dividem-se em 25% de cunho editorial e 75% promocional. Ele pretende igualar a proporção entre os dois tipos de trabalho; mas, caso isso não aconteça, espera ter ao menos 40% de editoriais e 60% promocionais. Dentre os vários trabalhos que realiza, Okita tem uma preferência: "Gostaria de cada vez mais, trabalhar com



processos ligados à arte. Quero trabalhos que me engajem, emocionem e me encantem".

Na área editorial, desenvolve trabalhos para a TetraPak, Lloyds Bank, Depósito Pinheirense, entre outros.

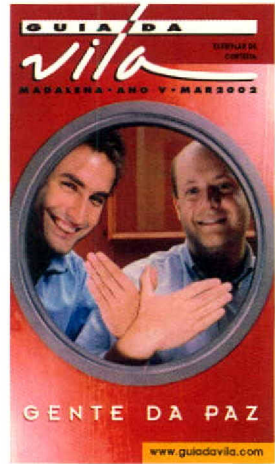
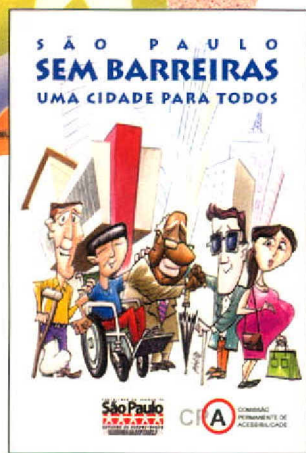
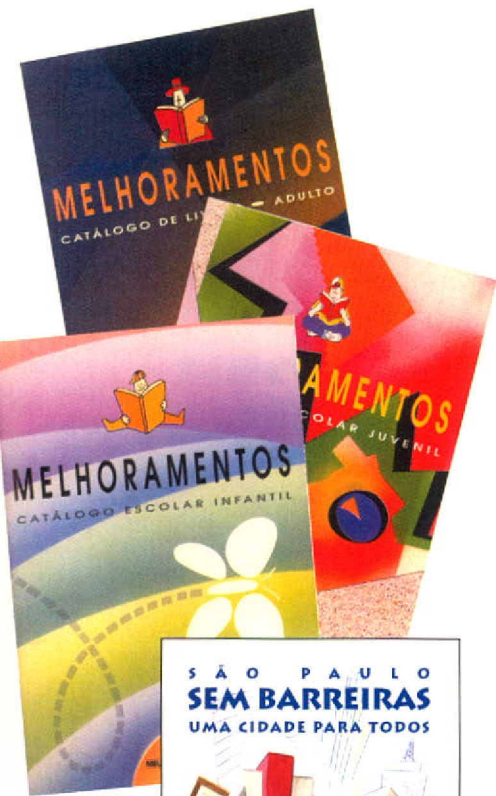
A diversidade de clientes lhe é bastante instigante, pois o obriga à constante pesquisa de materiais. "O conhecimento, diz ele, tem que ser sempre reciclado, você tem que ter uma série de parceiros que te permitam variar o leque de fornecedores para saber sobre melhores produtos e custos e transmitir aos clientes".

Okita, que até pensou em ser um webdesigner, mas desistiu devido à relação sensorial que tem com o papel, sabe que toda a criação é delimitada pelas características dos suportes e insumos. Por esta razão, considera fundamental aos designers conhecer as matérias-primas para ter um resultado satisfatório. "Qualquer obra de arte e qualquer produto necessitam deste fator", explica.

Com a nova empresa, a sociedade e o volume de trabalho, Okita continua trabalhando em média 11 horas por dia, mas pretende diminuir o ritmo paulatinamente. Ele até é flexível quanto a nomear a empresa de outra forma, a ter mais horas de trabalho do que o desejado, ou a ainda não dedicar-se apenas às criações cujos temas lhe encantem. Contudo, um aspecto de sua carreira já está bem definido: "Não quero ser grande empresa, nem média, quero continuar pequeno, no máximo com o dobro de funcionários. O que eu quero é trabalhar bem, com qualidade, e poder desfrutar a vida", conclui. ■



designer



Capacitação profissional é meta para a Gestão 2003/2004



Pascoal Spera (meio) empossando oficialmente presidente e vice-presidente



O almoço transcorreu em clima de confraternização entre os convidados

"Neste novo mandato, temos como meta principal a preparação técnica e cultural dos profissionais de vendas em papel e derivados", disse Fernando Franzoni, ao ser empossado pelo segundo mandato consecutivo presidente da Diretoria Executiva da ANAVE, tendo como vice-presidente Théo Borges.

A posse aconteceu durante o tradicional almoço de confraternização de final de ano da ANAVE, realizado no Restaurante D. Carlini, em São Paulo (SP).

Pascoal Spera, presidente do Conselho Deliberativo, oficializou a posse dos dirigentes da Diretoria Executiva de nossa Associação para a gestão 2003/2004.

Para Théo Borges, é essencial que todos participem ativamente das atividades da Associação, que tem nos diretores apenas representantes dos demais associados.

Há novidades nessa nova gestão, como a criação de Grupos de Trabalho direcionados a segmentos diversos, tais como

papelão ondulado, papelcartão, sanitários, papéis especiais e reciclados.

José Roberto Fazzolari, da Artivinco Ind. e Com. de Papéis e Embalagens Ltda., que coordena o GT – Papelão Ondulado, informa que já há uma agenda de reuniões com o pessoal da área comercial do setor de papelão ondulado. "Assim, acreditamos que em 2003 geraremos muitos debates e discussões focando sempre na pessoa do vendedor", declara.

Prêmio Homenagem do Ano

Será realizada em 24 de abril de 2003, a solenidade de entrega do Prêmio Homenagem do Ano – ANAVE – 2003.

A Comissão de Premiação, que está desenvolvendo todo o trabalho, que culminará com a seleção dos premiados, conforme determina o regulamento, é assim constituída: **Representantes do Conselho Vitalício:** Marco Antonio Palazzo Roman Novaes e Paulo Vieira de Sousa; **Representantes do Conselho Deliberativo:** José Tayar e Oswaldo

Ferrari; **Representantes da Diretoria Executiva:** Fernando Franzoni e Jahir de Castro.

Cumprindo o que determina o regulamento do Prêmio, estão sendo solicitadas indicações às entidades relacionadas ao setor de papel e celulose, bem como a cada integrante do Conselho Deliberativo. Na fase final, dentre as sugestões, serão selecionadas três indicações, as quais a Comissão de Premiação escolherá a vitoriosa.

Aguardem mais informações sobre o Prêmio.

Conheça o site da Anave

Veja o que você pode encontrar acessando o site da Anave

Associação: Informação institucional sobre a Anave.

Catálogo de fornecedores: Ferramenta de busca.

Agenda: Programação de eventos do ano.

Associe-se: Vantagens em ser um associado da Anave.

Anave Report: Destaques dos mais recentes eventos realizados pela Anave

Fórum: Informações sobre o tradicional Fórum de Análise, anualmente realizado pela Anave.

Movimento: Notícias sobre personalidades do setor atualizadas periodicamente.

Além disso: Através do site você também pode associar-se à Anave

Saiba mais www.anave.com.br



Cursos

Em fase final de elaboração, será implementado, a partir de março, o Programa de Cursos da ANAVE para 2003. Segundo Jahir de Castro, diretor executivo, estão previstos cursos sobre a fabricação de papel para vendedores e usuários (gráficos) e também vários outros na área jurídica e tributária, principalmente enfocando as mudanças decorrentes do novo Código Civil Brasileiro. O programa detalhado de cursos será divulgado em breve.

A 28ª edição do Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Indústria Gráfica, promovida pela Anave, será realizada de 11 a 13 de agosto de 2003, na sede da Fiesp - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. Para mais informações ligue 11-32840498 ou envie um e-mail para anaveassoc@uol.com.br

Novos associados

CATEGORIA ATIVO

- Rosanna Lopes Fagilde, Fagilde Consultoria e Assessoria Ltda.

Associe-se à anave

Profissionais das áreas de vendas e de marketing de indústrias do setor de celulose e papel, distribuidoras, revendedoras, convertedoras, gráficas, onduladoras, recicladoras e quaisquer outros setores ligados ao papel e celulose têm muito a ganhar associando-se à ANAVE.

São cursos, reuniões, eventos sociais, publicações e muitas outras ações visando o aprimoramento profissional.

Empresas do setor de celulose, papel e áreas afins que acreditam na força dos profissionais de vendas e marketing não podem ficar fora da ANAVE.

A Associação investe na difusão da imagem do setor de celulose, papel e derivados. Colabora para o aprimoramento dos recursos humanos que atuam na indústria e em áreas afins e promove anualmente o Fórum de Análise do Mercado, que mostra desempenho e tendências dos vários segmentos relacionados ao papel.

Para mais informações:

entre em contato com a secretaria da Anave: telefone 11-3284 0998, ou pelo e-mail anaveassoc@uol.com.br

Veja algumas das vantagens:

Sócio Ativo (pessoa física)

- Desconto em todos os eventos;
- Participação gratuita no Fórum, Cursos e Coquetéis promovidos pela ANAVE;
- Recebe a Revista ANAVE;
- Uso gratuito de uma sala na sede social para reuniões de negócios, desde que previamente agendado;
- Orientação jurídica gratuita.

Sócios Patrocinadores, Colaboradores e Incentivadores

- Desconto em todos os eventos;
- Participação gratuita de um ou mais representantes da empresa no Fórum; dependendo da categoria associativa;
- Participação de até 3 (três) funcionários da empresa nos cursos promovidos pela ANAVE, dependendo da categoria associativa;
- Recebem bimestralmente a Revista ANAVE todos os diretores da empresa;
- Uso gratuito de uma sala na sede social para reuniões de negócios, desde que previamente agendado;
- Orientação jurídica gratuita.

PRESIDENTE

PRESIDENTE

Fernando Franzoni
Resmapel Conv. e Com. de Papel Ltda.

VICE-PRESIDENTE

Théo Borges
Klabin S.A.

DIRETOR EXECUTIVO

Jahir de Castro
Jahir de Castro Papéis Ltda.

DIRETOR TESOUREIRO

Edemir Facetto
Papirus Indústria de Papel S.A.

DIRETOR DE PATRIMÔNIO

José Roberto Fazzolari
Artivinco Ind. e Com. de Papéis e Embalagens Ltda.

DIRETOR CULTURAL

Christine Fontelles
Cia Suzano de Papel e Celulose

DIRETOR DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Eduardo Alvarez
Urupel Representaciones Importaciones

SÓCIOS BENEMÉRITOS

Alberto Fabiano Pires
Jahir de Castro
José Tayar
Silvio Gonçalves

SÓCIOS EMÉRITOS

Abrahão Zarzur
Aldo Sani
Alfredo Claudio Lobl
Angela Regina Pires Macedo
Anis Alberto Aidar
Archivaldo Reche
Celso Edmundo Bochetti Foelkel
Dante Emílio Ramenzoni
Gastão Estevão Campanaro
Geraldo Alckmin
Hamilton Terni Costa
José Carlos Bim Rossi
José Gonçalves
Josmar Verillo
Martti Kristian Soisalo
Milton Pilão
Osmar Elias Zogbi
Raul Calfat
Roberto Barreto Leonardos
Ruy Haidar
Sergio Antonio Garcia Amoroso

CONSELHO VITALÍCIO

Adhemur Pilar Filho
Apiflex Indústria e Comércio Ltda.

Alberto Fabiano Pires
APR - Assessoria Plan. e Com. Ltda.
Antonio Pulchinelli
Nobrecel S.A. Celulose e Papel
Antonio Roberto Lemos de Almeida
Indústria de Papel Goiás Ltda.
Armando Mellagi
Representações Mellagi Ltda.
Caetano Labbate
Claúdio Henrique Pires
Atual Formulários e Impressos Ltda.
Clayrton Sanchez
Clasan Papéis Ltda.
Fernando Manrique Garcia
Bahia Sul Celulose S.A.
Francisco Silveira Prado
Loé Cabral Velho Feijó
Marco Antonio P. R. Novaes
Agassete Com. Ind. Ltda.
Miguel Cozzubo Neto
Cozzubo Com. e Repres. Ltda.
Neuvir Colombo Martini
Paulo Vieira de Sousa
PV Representações S/C. Ltda.
Roberto Barreto Leonardos
RBL - Engenharia e Comércio Ltda.
Silvio Gonçalves
Vicente Amato Sobrinho
CMB - Papéis e Serviços Ltda.

CONSELHO DELIBERATIVO

PRESIDENTE
Pascoal Spera
Representações Spera S/C. Ltda.

VICE-PRESIDENTE
Mário Ap. Spera
Representações Spera S/C. Ltda.

SECRETÁRIO
Cesar Magno P. Ribeiro
Papel Ecológico Com. Ltda.

CONSELHEIROS

Agenor Gonzaga Cesar
AGC Comercial e Representações Ltda.
Aparecido Salomé Vianna
Resmapel Conv. E Com. De Papel Ltda.
Claudio Vieira de Sousa
PV Representações S/C Ltda.
Concentina I. Fantone
Vitália Com. De Papéis Ltda.
Flávia Vilhema de Toledo
Paper Trade Comércio Internacional Ltda.
Ivo Luiz Pasinato
Norske Skog Klabin
Joaquim Gimenes
Labate Papéis, Máquinas e Suprimentos Ltda.
Jorge José de Ávila
José Henrique Ribeiro dos Santos
Grupo EBAPI Ltda.
José Tayar
Celulose Irani S.A.
Liana Baggio
LB Representações
Luiz Maria de Oliveira
Marta Maria Boni
Paper Trade Comércio Internacional Ltda.

Maurício Carlos Alarcão
Cia. Suzano de Papel e Celulose
Oswaldo Ferrari
Papéis e Papelaria "O Grande de São Paulo"
Paulo Sérgio Menezes Garcia
Kalunga Comércio Ind. Gráfica Ltda.
Renato Akio Kimura
Papers Assessoria de Vendas S/C. Ltda.
Rogério Tadeu Sampaio Pinheiro
Pinhopel Com. e Distribuidora de Papéis Ltda.
Sergio Lima Pivello
Brasiltote Ind. de Papéis Ltda.
Sergio Luiz Canela
Ripasa S.A. Celulose e Papel
Sidney Morais
Arapoti Representações S/C. Ltda.
Valdir Premero
Inpacel Ind. De Papel Arapoti S.A
Wander Antônio de Andrade Figueiredo
Wander Antônio de Andrade Figueiredo ME

CONSELHO FISCAL - EFETIVOS

Benedito Ramos Lins
Riccipaper Comercial Papeleira Ltda.
Waldemir José de Carvalho
Santa Clara Ind. De Pastas e Papel Ltda.
Werner Klaus Bross
Bahia Sul Celulose S.A.

CONSELHO FISCAL - SUPLENTES

Adilson Manoel Silva
Ecológica Papéis Ltda.

Maurício Bellati

SÓCIOS PATROCINADORES

- Cia. Suzano de Papel e Celulose
- International Paper do Brasil Ltda.
- Klabin S.A.
- Nobrecel S.A. Celulose e Papel
- Papirus Indústria de Papel S.A.
- Norske Skog PISA S.A.
- Ripasa S.A. Celulose e Papel
- Votorantim Celulose e Papel - VCP

SÓCIOS COLABORADORES

- Indústria de Papel Gordinho Braune Ltda.
- Resmapel Conversão e Com. de Papel Ltda.
- Schweitzer-Mauduit do Brasil

SÓCIOS INCENTIVADORES

- Agassete Com. e Ind. Ltda.
- Arjo Wiggins Ltda.
- Avery Dennison do Brasil Ltda.
- Inpacel - Ind. de Papel Arapoti S.A.
- Labate Papéis, Máquinas e Suprimentos Ltda.
- MD Papéis Ltda.
- Pilão S.A. Máquinas e Equipamentos
- Planalto Indústria de Artefatos de Papel Ltda.
- Samab - Cia. Ind. e Com. de Papel

Eventos que não podem faltar em sua Agenda

FEVEREIRO

Imprinta Congresso e feira Internacional de pré-impressão

Data: 20/02 a 25/02
Local: Frankfurt-Alemanha
Organização: Messe Dusseldorf
Telefone: (+49) 2114560526
Fax: (+49) 21145608540
e-mail: imprinta@tradefair.de

Organização: Miller Freeman
Telefone.: (212) 741-5700 -
Fax: (212) 741-5701
e-mail: ehickey@mfi.com
website: www.cmmshow.com



Tissue World 2003

Data: 24 a 27/ 03/ 2003
Local: Palais de Expositions -
França
Telefone: (+32) 2 538 60 40
Fax: (+32) 2 534 70 29
E mail: suzy.levy@mfi.com
Website: www.tissueworld.com

Graphic Arts the Charlotte Show

Data: 13 a 15/03/ 2003
Local: Charlotte Convention Center - EUA
Organização: Graphic Arts Show Co. (GASC)
Telefone: (+703) 264-7200
Fax: 703-620-9187
Website: www.gasc.org

MARÇO

Conferência e exposição de máquinas e materiais para conversão

Data: 23/03 a 26/2003
Local: Mc Cormick Place EUA

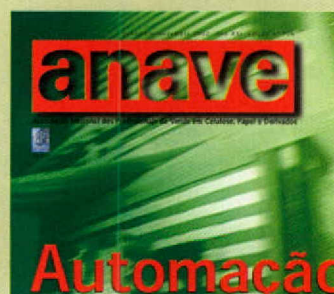
Americana 2003 - Feira e Conferência de Tecnologias Ambientais das Américas

Data: 19 a 21/03
Organização: Réseau Environment
Telefone: (+1 514) 270-7110
Fax: (+1 514) 270-7154

Para **continuar** recebendo a Revista

anave

Você tem
2 alternativas



1 Associar-se à Anave para, além da revista, contar com todos os benefícios oferecidos aos sócios;

2 Preencher o cupom ao lado e enviá-lo à RPA Editorial, solicitando sua assinatura

Estou solicitando uma assinatura da revista **anave** (6 edições)

Pessoa física Pessoa jurídica

Quero pagar de acordo com a opção assinalada:

Cartão de crédito

nº _____



Validade (mês/ano) ___/___

no valor de R\$ 40,00.

Depósito bancário no valor de R\$ 40,00 em nome da RPA Editorial Ltda., no banco Bradesco S/A, agência 2.500-3, conta corrente nº 8.502-2, cuja xerox de comprovante segue junto com este cupom preenchido.

Cheque nº _____ do banco _____ no valor de R\$ 40,00.

Desejo receber a cobrança bancária no valor de R\$ 40,00, a qual comprometo-me pagar na data do vencimento.

Nome: _____

Endereço: _____

Cidade: _____

Estado: _____

CEP: _____

Telefone: (_____) _____

E-mail: _____

Empresa em que trabalha: _____

Atividade da empresa: _____

Profissão: _____

Cargo: _____

Data: / /

Assinatura: _____

anave

RPA Editorial Ltda.

R. Santanésia, 528

1º andar - Pirajussara

05580-050 - São Paulo - SP

Tel.: (11) 3721.4944

Fax: (11) 3721.1440

E-mail: assinatura@rpaeditorial.com.br

e-mail: Lmoura@reseau-environnement.com
Website: www.americana.org



Fiepag – Feira Internacional de papel e indústria Gráfica

Data: 25/03 a 29/03
Local: Anhembi- São Paulo
Organização: Alcântara Machado
Telefone: 3826-9111
Fax: (5511) 3667-3626
e-mail: info@alcantara.com.br
website: www.fiepag.com.br

Converflex Latin America

Data: 25/03 a 29/03
Local: Anhembi- São Paulo
Organização: Alcântara Machado
Telefone: 3826-9111
Fax: (5511) 3667-3626
e-mail: info@alcantara.com.br
website: www.fiepag.com.br

ABRIL

28th EUCEPA conference
Lisbon - April 2-4, 2003

Eucepa Conference

Data: 2 a 4/04
Local: Lisboa, Portugal
Organização:
Telefone: Tel: 351.21.360.14.06
Fax: 351.21.363.94.50
e-mail: evelised@aip.pt
website www.eucepalisbon.com/

MAIO

Gutenberg Festival

Data: 01/05 a 03/05
Local: Long Beach Convention Center – EUA
Organização: GASC - GRAPHIC ARTS SHOW COMPANY, INC
Telefone: (703) 264-7200
Fax: (703) 620-9187
e-mail: sales@gasc.org
website: http://www.gasc.

SETEMBRO

Formstech

Data: 18 a 19/09/2003
Local: São Paulo - SP
Organização: Abraform
Telefone: 11-5087 7777
Fax: 11- 5087 7733
e-mail: abraform@abraform.org.br
website: www.abraform.org.br

Publicações da **RPA Editorial**:
Preocupação constante com a
qualidade e o **conteúdo**

Faça ainda hoje a assinatura das revistas editadas pela RPA Editorial e receba em seu endereço as mais completas publicações técnicas da sua área. Não é necessário selar, o selo será pago pela RPA Editorial.

Para sua conveniência, você pode enviar o cartão de duas maneiras:

Fax: Após o preenchimento do cartão, transmita-o para
(11) 3721-1440

Correio: Depositando nas caixas do correio sem selar.



PRT/SP-4588/92
AC BAIRRO DE
PINHEIROS
RUA DOS PINHEIROS,
1518

CARTÃO-RESPOSTA
não é necessário selar

O selo será pago por
RPA Editorial

05422-999 – São Paulo - SP

ATENÇÃO

Se você optar por fazer o depósito em conta corrente ou pagar contra cobrança bancária, você poderá remeter o cupom preenchido também pelo

FAX:

(11)

3721-1440



Sour

A Ciba Especialidades Químicas está lado a lado com a indústria papelreira, desenvolvendo soluções inovadoras e criativas, fornecendo também assistência técnica e total suporte para projetos especiais. Retenção e drenagem são aspectos fundamentais para tornar os processos produtivos mais seguros. A Ciba elaborou soluções que melhoraram a produtividade e o desempenho com redução de custos e riscos. Assim, agrega valores aos produtos e contribui para a elevação da qualidade de vida das pessoas. Temos um papel importante a cumprir e trabalhamos sempre nessa direção.

Seletividade.
Esse é o foco.

Para mais informações:

Tel.: 11 5532-7078

Fax: 11 5532-7094

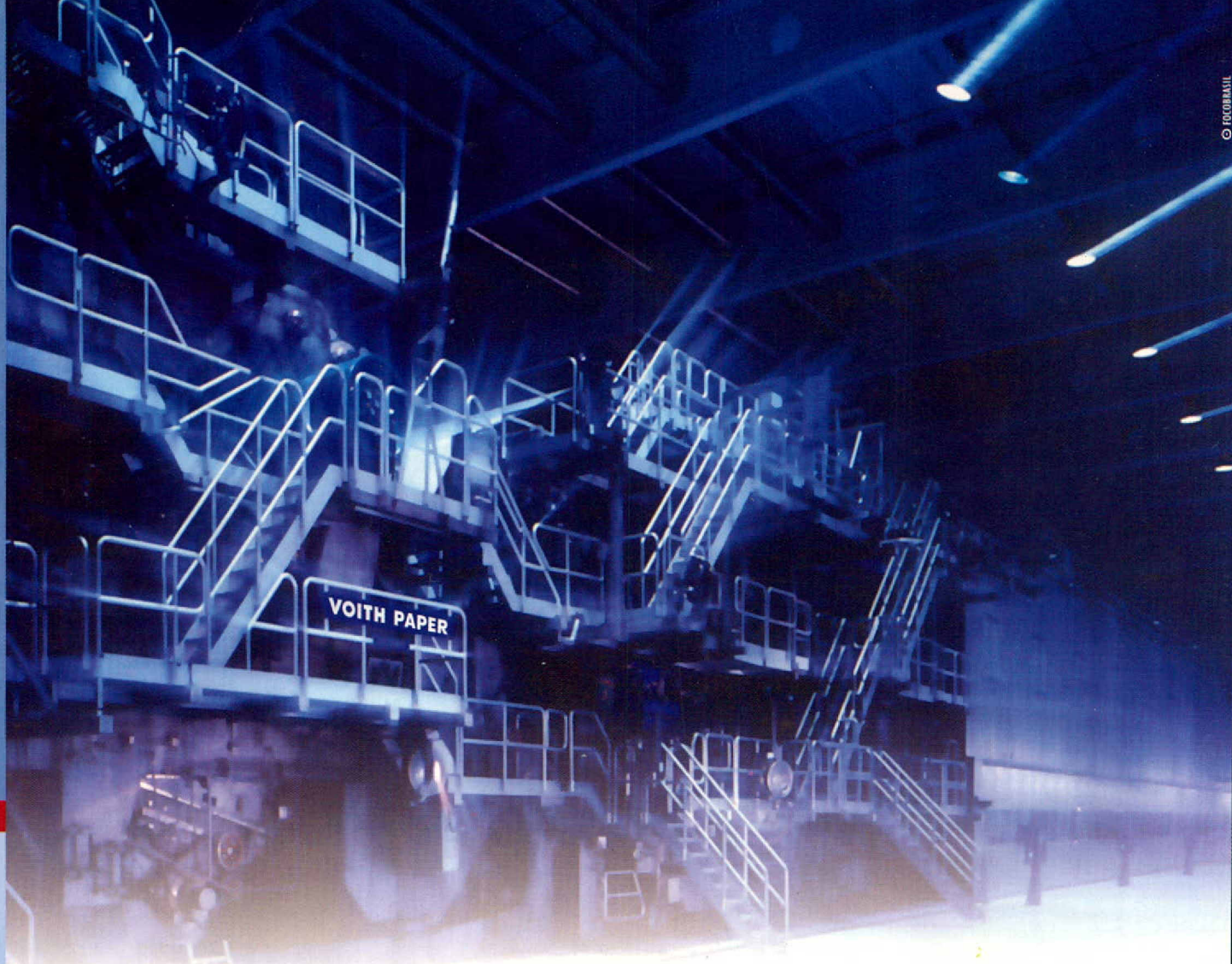
www.cibasc.com

paperservicesam@cibasc.com



Ciba

Value beyond chemistry



Uma grande empresa. Dois grandes prêmios.



A Voith Paper é destaque mais uma vez recebendo dois importantes prêmios. Destaque do setor 2002 nas categorias "**Secadores**" e "**Projetos e Reformas de Máquinas**". Para nós, esses prêmios são motivos de muito orgulho e o reconhecimento de um trabalho altamente especializado realizado pela nossa equipe, que usa todo seu *know-how* para garantir a total qualidade de seus produtos e serviços. A Voith Paper agradece a todos aqueles que colaboraram direta ou indiretamente para a conquista destes prêmios.

Voith Paper. Fazendo, cada vez mais, o seu papel.

Voith Paper
Máquinas e Equipamentos Ltda.

Rua Friedrich von Voith, 825
02995-000 São Paulo SP Brasil
Tel.: 55 11 3944.4700
Fax: 55 11 3944.4968
www.voithpaper.com

VOITH
Engineered reliability.