PinusLetter

PinusLetter nº 45 – Dezembro de 2015

Autoria: **Celso Foelkel**

Uma realização:

º Celsius Degree / Grau Celsius
Negócios em Gestão do Conhecimento

Organizações facilitadoras:

ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

IBÁ – Indústria Brasileira de Árvores

IPEF – Instituto de Pesquisas e Estudos Florestais

Empresas e organizações patrocinadoras:

Fibria

ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

ArborGen Tecnologia Florestal

Celulose Irani

CENIBRA – Celulose Nipo Brasileira

CMPC Celulose Riograndense

IBÁ – Indústria Brasileira de Árvores

Klabin

Lwarcel Celulose

Pöyry

Solenis

Stora Enso Brasil

Suzano Papel e Celulose

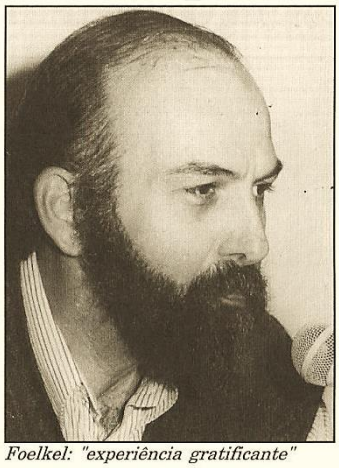
Relatos de Vida

"O Programa Mini-empresa é um embrião..."

Ao lado de Alfred Freund, Carlos Dias e Sérgio Kilpp, o Diretor de Tecnologia e Ambiente da Riocell, Celso Foelkel é o adviser *de Produção do Programa Mini-Empresa da* Junior Achievement *em Guaíba. Numa das jornadas de trabalho, ele concedeu a seguinte entrevista ao jornal* Junior's T-Shirt.

Junior's T-Shirt - Porque o senhor entrou no projeto *Junior Achievement*?
Celso Foelkel - Confesso que quando eu entrei, não sabia muito bem "onde estava me metendo". Agora posso perceber um programa que serve para ajudar adolescentes a desenvolverem um espírito empreendedor. O objetivo inicial, que era o de adquirir capacidade empreendedora e iniciativa empresarial, foi alcançado por uma grande parte dos *achievers*.

JT-S - Como foi a experiência como *adviser*?
CF - Como *adviser* foi maravilhoso porque a gente sai do trabalho um pouco cansado e vai para a reunião da *Junior*. Apesar de parecer desgastante, os encontros se tornam um verdadeiro "relax mental". Valeu a pena sob todos os sentidos. A experiência também se torna enriquecedora pelo lado pessoal. É muito bom porque os *advisers* se sentem os professores e é gratificante saber que estamos ensinando a uma turma de jovens. A comunicação foi fundamental no processo que se estabeleceu entre *adviser* e *achiever*. Mas, apesar de todos os problemas que ocorreram e que são comuns mesmo em uma grande empresa, atingimos o nosso objetivo.



Foelkel: "experiência gratificante"

JT-S - Como o senhor analisa essa iniciativa da *Junior Achievement* ?
CF - O programa mini-empresa é um embrião, uma semente pronta para a germinação. A AJA (Associação *Junior Achievement*) está oferecendo aos jovens um novo conceito de vida, está mudando a maneira de pensar de muitas pessoas. Cada um de nós que quer ser empresário tem que escolher a hora certa. Não pode ser muito tarde - pois a idéia pode ser "engolida pelo tempo" - nem muito cedo, pois podemos ser tomados pelo fator "imaturidade". O importante é não deixar morrer o nosso sonho, lutar e acreditar sempre que podemos realizá-lo.

Fonte: Junior's T-Shirt News, 1997

Programa Junior Achievement – Guaíba/RS

O ano era o de 1997, meados, por volta de junho. A cidade era a de Guaíba, região metropolitana de Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul. O local inicial e catalisador foi a empresa Riocell, produtora de celulose de mercado de eucalipto para fins de exportação, na qual eu exercia a posição de Diretor de Tecnologia e Ambiente.

Em uma de suas muitas e intermináveis reuniões com toda a diretoria da empresa, regadas sempre pela densa fumaça das dezenas de cigarros que ele fumava sem parar, o diretor superintendente Alfred Freund comunicava aos demais membros da diretoria uma decisão unilateral sua, que tinha sido a aceitação e participação da empresa no Programa Junior Achievement e que os advisers (conselheiros, treinadores ou orientadores) seríamos nós, a própria diretoria da Riocell. Foi uma sábia e ousada decisão dele, pois se a proposta fosse trazida para discussão e debates sobre inserir ou não nosso grupo no trabalhoso programa, não sei se a proposta teria sido aprovada. Afinal, as tarefas de uma diretoria de empresa acabam sempre levando a complexas atividades, muito trabalho, muitas viagens e a exaustivos exercícios de tomadas de decisões. Então, aquilo que parecia ser um limão azedo para ser descascado e digerido por nós no período noturno durante 15 jornadas semanais mínimas (das 19 até 22:30 horas) por alguns meses (julho a dezembro), acabou se constituindo em uma agradável e motivadora atividade, que permitiu não apenas conquistas de novos amigos, mas também de uma reflexão interior sobre nosso papel como cidadãos e educadores de pessoas jovens, cheias de sonhos e com a vida profissional a ser conquistada.

A AJA – Associação Junior Achievement é uma ONG internacional que tem presença em inúmeros países e estados, dentre os quais o Brasil e o estado do Rio Grande do Sul. Seu principal objetivo é promover o empreendedorismo em jovens, através de parcerias com empresas e colégios, preparando-os assim para os desafios de iniciar e manter negócios produtivos com sucesso.

Algumas das frases que norteiam a filosofia da entidade são as seguintes:

"Aprender fazendo"

"O caminho se descobre caminhando, e sem persistência, ninguém chega a lugar nenhum"

"A vida é um caminho e não um destino e você é o arquiteto de seu próprio caminho"

Existe toda uma metodologia para se desenvolver as atividades com os jovens e essa metodologia é baseada em experiências passadas, tendo sido manualizada para facilitação nas implementações do programa. Os grupos de jovens sendo treinados costumam ser de no máximo 25 participantes, que são orientados e acompanhados por empresários ou executivos de empresas da região onde está sendo aplicado o programa. Especificamente no caso de Guaíba, em 1997, a parceria aconteceu entre a empresa Riocell, o Colégio Ulbra Martinho Lutero, a Associação Junior Achievement do Rio Grande do Sul e a ACIGUA – Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Guaíba. A parceria foi oficialmente concretizada em maio de 1997 e o programa teve seu início em julho do mesmo ano, após os processos iniciais de seleção dos alunos (*Achievers*), dos orientadores (*Advisers*) e dos Coordenadores (pessoal de apoio). A relação de todos esses atores está disponibilizada em material que foi convertido em um arquivo pdf e que pode ser descarregado como a seguir:

Relação dos participantes. Programa Junior Achievement. Colégio Martinho Lutero+Riocell+ACIGUA. 03 pp. (1997)

http://www.celso-foelkel.com.br/artigos/1997_Junior_Achievement_Participantes.pdf

Para fins de padronização, a AJA define como a seguir os dois termos básicos do programa:

Achiever: jovem aluno que participa do programa para aprender sobre a realidade econômica e social de uma empresa, associando a prática com a teoria da vida empresarial, sob orientação dos advisers.

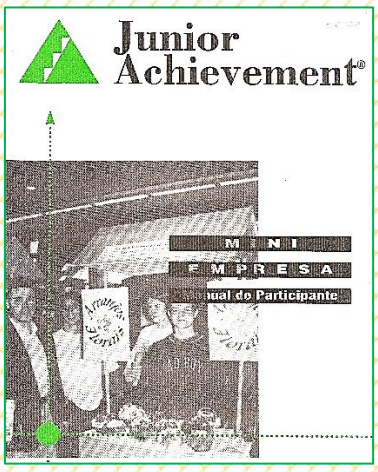
Adviser: empresário ou executivo que orienta, relata, educa e dá exemplo vivo de seus conhecimentos teóricos e práticos, acumulados em sua carreira e vida profissional.

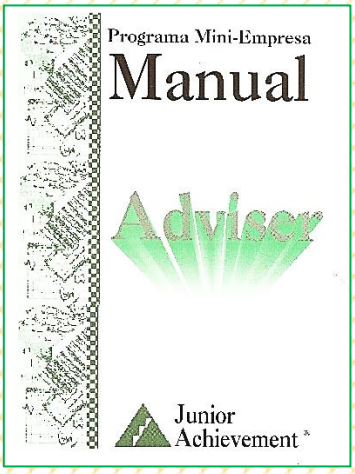
Durante a fase preparatória, o colégio selecionou um grupo de 25 estudantes, envolvendo na seleção os professores, os alunos e os pais dos alunos. Entretanto, frente a 4 desistências, o grupo final de achievers foi constituído de 21 estudantes, sendo 16 do sexo feminino e apenas 5 do masculino. Definitivamente, uma clara indicação da audácia, determinação, vontade e qualificação do grupo feminino para encarar os desafios que viriam para os alunos selecionados na faixa de idade requerida no Colégio Martinho Lutero.

O programa foi oficialmente lançado em Guaíba durante a VIII EXPOFEIRA de 1997, uma exposição comercial que acontecia de tempos em tempos na cidade, conjuntamente a uma competição de músicas nativistas denominada de Reculuta da Canção.

Antes de se começarem as jornadas de treinamento, foram realizadas palestras prévias aos pais, professores, advisers, sendo que a metodologia foi discutida com todos para perfeito entendimento do que estaria para acontecer e quais seriam as responsabilidades e deveres de cada um no processo.

A metodologia consistia na realização de 15 jornadas (uma por semana) de 3,5 horas de duração cada uma.





A filosofia do programa consiste na criação de uma empresa júnior para fabricação de algo para ser vendido, que deve ajudar na integração da equipe e a estimular os achievers a obterem resultados empresariais positivos. Todos os trâmites legais para registro de uma empresa, obtenção de alvará de funcionamento, emissão de notas fiscais, pagamentos de impostos e tributos, pagamento de funcionários, etc. devem ser obedecidos e cumpridos pela empresa júnior criada. Enfim, a empresa é real e legal - e não "de mentirinha".

Em 25 de agosto de 1997 aconteceu então a aguardada primeira jornada, que seria nossa primeira aula com os alunos, sendo que a última jornada aconteceria em 15 de dezembro do mesmo ano, com a finalização do programa para essa turma.

Logo na primeira jornada, quando a diretoria da Riocell se viu face a face com o grupo de jovens, já notamos o primeiro desafio enorme a ser vencido: "a diferença de linguagem", muito mais do que a diferença em idade. Lembro-me que me compliquei todo para tentar explicar que ganhar na loteria e viver dos rendimentos da poupança não era uma alternativa muito apropriada (como havia sugerido um dos alunos), porque ao consumir os rendimentos dos juros estaríamos pouco a pouco acabando com o patrimônio principal. Já nesse momento, eu e os demais advisers nos conscientizamos que teríamos que aprender a falar em um idioma menos economês ou técnico e mais adequado à realidade das pessoas não acostumadas com essas terminologias. Com esforço e atenção, logo superamos isso, até mesmo porque, com o avanço das aulas, os alunos passaram a aprender conceitos novos que facilitariam o diálogo e a comunicação entre todos.

O grupo de advisers era a diretoria da Riocell, exceto do diretor financeiro Jorge Lopez, que ficou como adviser suplente (para substituição eventual de alguém que estivesse ausente - mas não me lembro disso ter acontecido, tamanho foi o compromisso de todos os advisers efetivos).

Éramos então:

Alfred Freund: orientador da presidência da empresa júnior e da diretoria de recursos humanos;

Celso Foelkel: orientador da produção;

Sérgio Nicolau Kilpp: orientador da diretoria de marketing e das vendas;

Carlos Roberto Dias: orientador financeiro.

Logo nas jornadas iniciais se estabeleceu também a diretoria da empresa júnior, que foi a seguinte:

Presidente: Ingrid Wagner

Diretoria de Marketing: Júlio Izaga e depois Luciane Barreto

Diretoria de Produção: Fabiane Beline

Diretoria de Finanças: Charline Pires

Diretoria de Recursos Humanos: Patrícia Amaral

Já o grupo de coordenadores e de apoio era constituído das seguintes pessoas:

Pelo Colégio Martinho Lutero: Professora e diretora Regina Dornelles Marques e professor Gilberto Cruz da Silva

Pela Riocell: Maria Cristina Dornelles e Humberto Luiz Batista

Pela ACIGUA: Ivo Lessa Silveira Filho e Janete Jakatanvisky Batista

Durante as jornadas iniciais ocorreram diversas rodadas importantes, que colaboraram para a integração e foco dos diversos grupos envolvidos, tais como:

- Rodadas de palestras com executivos de sucesso de outras empresas guaibenses;
- Rodada de sonhos e ideais dos achievers e advisers;
- Rodadas de experiências dos advisers;
- Rodadas de "brainstorming" ou tempestades de ideias;
- Rodadas de aulas expositivas;
- Rodadas de debates para planejamento de ações.

A principal de todas a primeiras tarefas foi definição do produto a ser fabricado e concomitantemente o nome da empresa em formação. Após acaloradas discussões, foram selecionados quatro potenciais produtos para a fase seguinte, que seria a de pesquisar o mercado local para verificar se existia potencial para vendas. Os produtos eleitos nessa etapa foram:

- Porta-camisinhas;
- Camiseta bordada;
- Mural de imã;
- Capa para banco de automóvel.

Cada opção foi avaliada tecnicamente e se realizou uma ampla pesquisa geográfica e demográfica do mercado local para cada alternativa, com mais de 400 pessoas entrevistadas. O produto com maior chance de sucesso demonstrou ser a camiseta bordada, principalmente por estar sendo fabricada na época prévia ao Natal, tendo chances de ser vendida como brinde de empresas locais.

Na análise da viabilidade técnica do produto eleito (camiseta bordada) se descobriram dificuldades com a máquina de bordar e o processo operacional (investimento, não disponibilidade para aluguel, prazo de entrega, requisitos de treinamento dos funcionários, custos de fabricação). Optou-se então por trocar o tipo de camiseta para o produto serigrafado (pintado), que teria menores dificuldades para se adequar aos custos e prazos que a empresa teria até o mês término de dezembro.

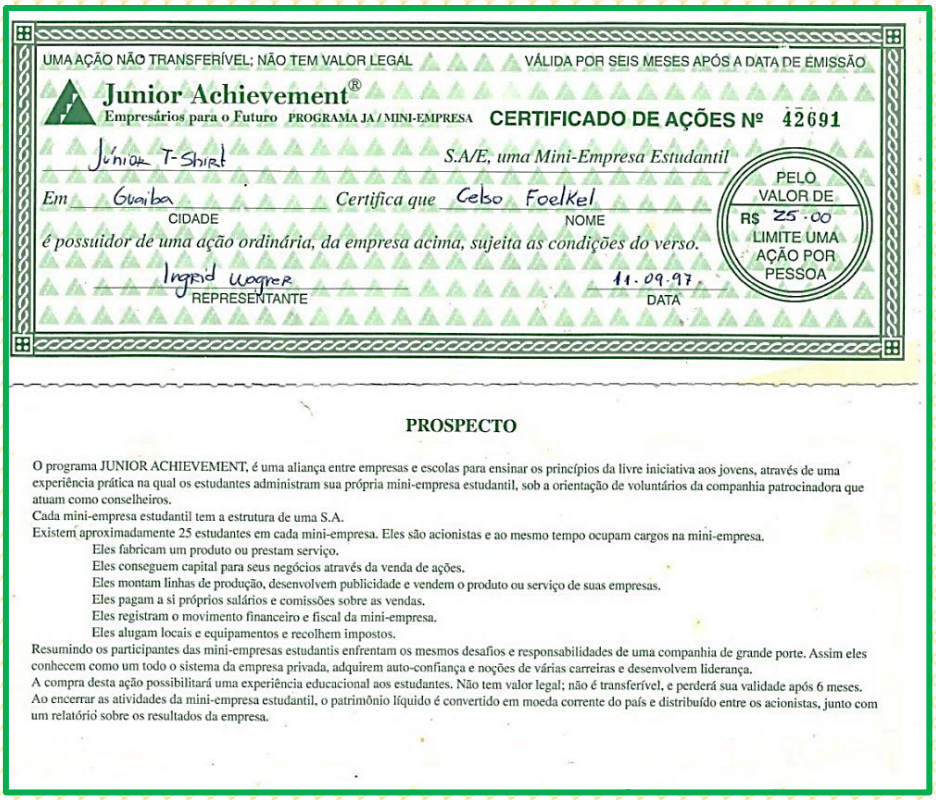
A partir dessa definição do produto, a empresa ganhou nome de Junior's T-Shirt S.A./E, tendo sido desenvolvido a logomarca para caracterização visual da mesma.

Como adviser de produção, foquei muito em orientar o grupo para garantir excelente desempenho em indicadores chaves, para redução de desperdícios de matéria-prima, para evitar o retrabalho, para controlar os custos de produção e para garantir qualidade nos processos e produtos sendo fabricados. Nenhuma camiseta pronta para venda deveria ter defeitos ou não atingir os rígidos controles de qualidade previamente estabelecidos para obter a satisfação plena dos clientes. E não é que a meninada conseguia isso tudo!

A empresa Junior's T-Shirt procurou então criar um plano de marketing para promoção do produto a nível regional e criar formas para obter também o capital necessário para iniciar as operações financeiras. A estratégia para conseguir recursos financeiros foi vender ações, que custariam 25 reais cada uma e ao final do programa, o balancete final permitiria recomprar as ações com o capital

acumulado pelo lucro. Comprei duas ações gastando 50 reais e ao final do programa elas foram recompradas por quase 70 reais, um resultado de mais de 35% em pouco mais de 4 meses: um sucesso de resultado e do investimento que fiz, ao acreditar no potencial da equipe e da empresa.

As vendas foram excepcionais. A empresa Junior's T-Shirt produziu quase 1.100 camisetas, tendo que interromper as vendas pela incapacidade de operar as máquinas na velocidade das vendas. É claro que havia todo o charme de ser uma empresa de estudantes em treinamento pela Associação Junior Achievement, mas se o produto não fosse bom, não se teria tido o sucesso dessas vendas. Houve inclusive um pedido de cerca de 2.000 camisetas que a equipe teve que declinar, pois ele surgiu no mês de dezembro, um pouco antes de se ter que encerrar a empresa como parte final das atividades do programa. O interessante é que os achievers estavam dispostos a encarar o desafio, trabalhando a noite, finais de semana, etc. Após criteriosa avaliação, concluiu-se que a empresa não teria condições para atender essa enorme produção de camisetas, as quais seriam oferecidas como brinde de Natal pelo comprador. A opção foi direcionar o interessado para outros fabricantes de camisetas localizados na cidade de Guaíba, para evitar um possível fracasso final justamente no encerramento do programa. Se o pedido tivesse surgido algumas semanas antes, tenho certeza que a equipe encararia a produção das duas mil camisetas. Mesmo assim, a decisão foi festejada, pois a empresa compradora só aceitou colocar um pedido nesse nível devido ao fato de ter confirmado a qualidade e a relação benefício/custo dos produtos da Junior's T-Shirt, em função do preço e do mostruário de produtos de outras fabricações de camisetas feitas para outros clientes.



UMA AÇÃO NÃO TRANSFERÍVEL: NÃO TEM VALOR LEGAL — VÁLIDA POR SEIS MESES APÓS A DATA DE EMISSÃO

Junior Achievement®
Empresários para o Futuro PROGRAMA JA / MINI-EMPRESA

CERTIFICADO DE AÇÕES Nº 42691

Júnior T-Shirt S.A/E, uma Mini-Empresa Estudantil

Em Guaiba (CIDADE) Certifica que Celso Foelkel (NOME)

é possuidor de uma ação ordinária, da empresa acima, sujeita as condições do verso.

Ingrid Wagner (REPRESENTANTE) 11.09.97 (DATA)

PELO VALOR DE R$ 25.00 LIMITE UMA AÇÃO POR PESSOA

PROSPECTO

O programa JUNIOR ACHIEVEMENT, é uma aliança entre empresas e escolas para ensinar os princípios da livre iniciativa aos jovens, através de uma experiência prática na qual os estudantes administram sua própria mini-empresa estudantil, sob a orientação de voluntários da companhia patrocinadora que atuam como conselheiros.

Cada mini-empresa estudantil tem a estrutura de uma S.A.

Existem aproximadamente 25 estudantes em cada mini-empresa. Eles são acionistas e ao mesmo tempo ocupam cargos na mini-empresa.

- Eles fabricam um produto ou prestam serviço.
- Eles conseguem capital para seus negócios através da venda de ações.
- Eles montam linhas de produção, desenvolvem publicidade e vendem o produto ou serviço de suas empresas.
- Eles pagam a si próprios salários e comissões sobre as vendas.
- Eles registram o movimento financeiro e fiscal da mini-empresa.
- Eles alugam locais e equipamentos e recolhem impostos.

Resumindo os participantes das mini-empresas estudantis enfrentam os mesmos desafios e responsabilidades de uma companhia de grande porte. Assim eles conhecem como um todo o sistema da empresa privada, adquirem auto-confiança e noções de várias carreiras e desenvolvem liderança.

A compra desta ação possibilitará uma experiência educacional aos estudantes. Não tem valor legal; não é transferível, e perderá sua validade após 6 meses.

Ao encerrar as atividades da mini-empresa estudantil, o patrimônio líquido é convertido em moeda corrente do país e distribuído entre os acionistas, junto com um relatório sobre os resultados da empresa.

Certificado de compra de ações

O aprendizado empresarial que ficou para todos os achievers deve ter incluído:

- A escolha certa do produto para fabricar e vender;
- O entendimento acerca do mercado em que se quer atuar;
- A avaliação das vantagens competitivas da empresa;
- O estabelecimento de um plano de negócios;
- O cumprimento das metas de produção, qualidade e custos de fabricação;
- O respeito às pessoas e ao meio ambiente;
- O perfeito entendimento das finanças da empresa;
- O atendimento das expectativas dos clientes, funcionários, investidores e demais partes interessadas;
- A capacidade de vender bem, receber bem e pagar bem;
- A prática da ética e do respeito nas relações empresariais.

Já para mim, ao terminar o programa, percebi que havia conseguido bastante sucesso em transferir aos jovens alguns dos valores pessoais e profissionais nos quais acredito, tais como: responsabilidade, compromisso, inovação, qualidade, ecoeficiência, integração, respeito profissional e humano, autodesenvolvimento, busca por resultados admirados e satisfação daqueles com os quais temos relações profissionais.

Como reflexões finais, conclui que:

"A geração dos jovens tem condições de ser brilhante, responsável, audaciosa e inovadora, podendo aceitar desafios com galhardia e sucesso, procurando fazer a diferença. Trata-se, portanto, apenas uma questão de saber onde está o botão correto e o momento de acioná-lo para iluminar melhor o resto de suas vidas"

"O programa de criação de empresas júniores é um embrião para a vida empresarial, uma semente pronta para germinação, que precisa ser plantada na hora certa. Não pode nem ser muito tarde, pois a ideia pode ser engolida pelo tempo; nem muito cedo, pois a chance de sucesso pode ser tomada pelo fator imaturidade"

"O importante é não deixar o nosso sonho morrer, lutar com determinação e acreditar sempre que poderemos realizá-lo"

Como esses valores e reflexões não são válidas apenas para os jovens, chego à conclusão que a diferença e o sucesso podem ser conquistados por todos, até mesmo por pessoas com muito maior grau de senioridade.

Para encerrar esse relato de vida, registro as frases da achiever Ingrid Wagner, que foi presidente da empresa fabricante de camisetas, em sua entrevista para o

jornalzinho Junior's T-Shirt News, em dezembro de 1997, e que está disponível mais a seguir, na seção de referências de documentos daquela época:

"A prática em grupo é uma atitude não muito simples, pois lidamos com seres humanos e todos se diferenciam por pensamentos distintos, que muitas vezes geram conflitos - e outras atitudes normais no meio empresarial, mas igualmente importantes. Mas se todos forem dotados de espíritos aventureiros, empreendedores e arrojados, podem apostar – o sucesso vos espera. Muitas vezes uma empresa passa por momentos difíceis, nos causando um certo desânimo. Mas a sede de vitória é muito superior a qualquer outro tipo de dificuldade e nos ajuda a superar problemas. O mundo empresarial é mágico e imprevisível. O caminho se descobre caminhando; sem persistência, temos certeza, ninguém chega a lugar nenhum"

Enfim amigos:

Foi um privilégio ter tido essa experiência de vida, que serviu para fortalecer as relações humanas na minha vida profissional, no lar e em outras áreas de atuação. Uma lição de vida, não tenham dúvidas sobre isso.

Uma seleção de alguns documentos referentes ao Programa Junior Achievement de 1997, no Colégio Martinho Lutero – Guaíba/RS

Junior's T-Shirt News. Segundo semestre. 12 pp. (1997)

http://www.celso-foelkel.com.br/artigos/1997_Juniors_TShirt_News_Report1.pdf

http://www.celso-foelkel.com.br/artigos/1997_Juniors_TShirt_News_Report2.pdf

Junior's T-Shirt Relatório final. Segundo semestre. 33 pp. (1997)

http://www.celso-foelkel.com.br/artigos/1997_JUNIORS_TSHIRT_Relatorio_final.pdf

Junior's T-Shirt Relatório fotográfico. Segundo semestre. 40 pp. (1997)

http://www.celso-foelkel.com.br/artigos/1997_Juniors_TShirt_SA.pdf

Websites a serem visitados para se conhecer mais sobre o Programa Junior Achievement e sobre o Colégio Martinho Lutero em Guaíba/RS

http://www.juniorachievement.org.br/jars (Junior Achievement do Rio Grande do Sul)

https://www.juniorachievement.org/ (Junior Achievement internacional)

http://www.juniorachievement.org.br/ (Junior Achievement Brasil)

http://www.juniorachievement.org.br/www.jaro.org.br/downloads/5 ("As quinze Jornadas" e relatórios de empresas)

http://www.juniorachievement.org.br/jabr/junior-achievement/cases-de-sucesso (Casos de sucesso)

http://www.juniorachievement.org.br/www.jaro.org.br/downloads (Manuais para *downloading*)

http://www.juniorachievement.org.br/www.jaro.org.br/downloads/25 (Edições da revista "Fazendo a Diferença")

http://www.juniorachievement.org.br/www.jaro.org.br/downloads/force_download/Guia_do_Voluntário6.pdf (Guia do voluntário do Junior Achievement Bahia – 12 pp.)

http://www.juniorachievement.org.br/www.jaro.org.br/downloads/force_download/GestaoFinanceira1.pdf (Gestão financeira – SEBRAE – 24 pp.)

http://www.ulbra.br/educacao-basica/martinho-lutero/ (Colégio Ulbra Martinho Lutero – Guaíba/RS)

CERTIFICADO DE MÉRITO COMUNITÁRIO

Conferimos a

Celso Fortuel

em reconhecimento aos relevantes serviços prestados à comunidade na preparação de jovens para o exercício de uma cidadania consciente, participativa e responsável, dentro dos valores e princípios da livre iniciativa.

Guaíba, 15 de dezembro de 1997

Carmen Cotts Franco

Junior Achievement ®
Programa Mini-Empresa

Um privilégio

Achievers, facilitadores, advisers, professores, familiares na reunião encerramento do programa

---

PinusLetter é um informativo técnico, com artigos e informações acerca de tecnologias florestais e industriais e sobre a Sustentabilidade das atividades relacionadas ao ***Pinus*** e a outras coníferas de interesse comercial

Coordenação e Redação Técnica - **Celso Foelkel**

Editoração - **Alessandra Foelkel**

GRAU CELSIUS: Tel.(51) 9947-5999

Copyrights © 2012-2016 - celso@celso-foelkel.com.br

A **PinusLetter** é apoiada por uma rede de empresas, organizações e pessoas físicas.

Conheça-os em http://www.celso-foelkel.com.br/pinusletter_apoio.html

---

As opiniões expressas nos artigos redigidos por **Celso Foelkel** e por outros autores convidados e o conteúdo dos websites recomendados para leitura não expressam necessariamente as opiniões dos patrocinadores, facilitadores e apoiadores.

Caso você queira **conhecer mais sobre a PinusLetter**, visite o endereço http://www.celso-foelkel.com.br/pinusletter.html

---

Descadastramento: Caso você **não queira continuar recebendo** a **PinusLetter**, envie um e-mail de cancelamento para
foelkel@via-rs.net

Caso esteja interessado em **apoiar ou patrocinar** a PinusLetter, envie uma mensagem de e-mail demonstrando sua intenção para foelkel@via-rs.net

Caso queira se cadastrar para passar a receber as próximas edições da **PinusLetter -** bem como do **Eucalyptus Online Book & Newsletter,** clique em **Registrar-se**

Para garantir que nossos comunicados cheguem em sua caixa de entrada, adicione o domínio **@abtcp.org.br** ao seu catálogo de remetentes confiáveis de seu serviço de mensagens de e-mail.