

anave

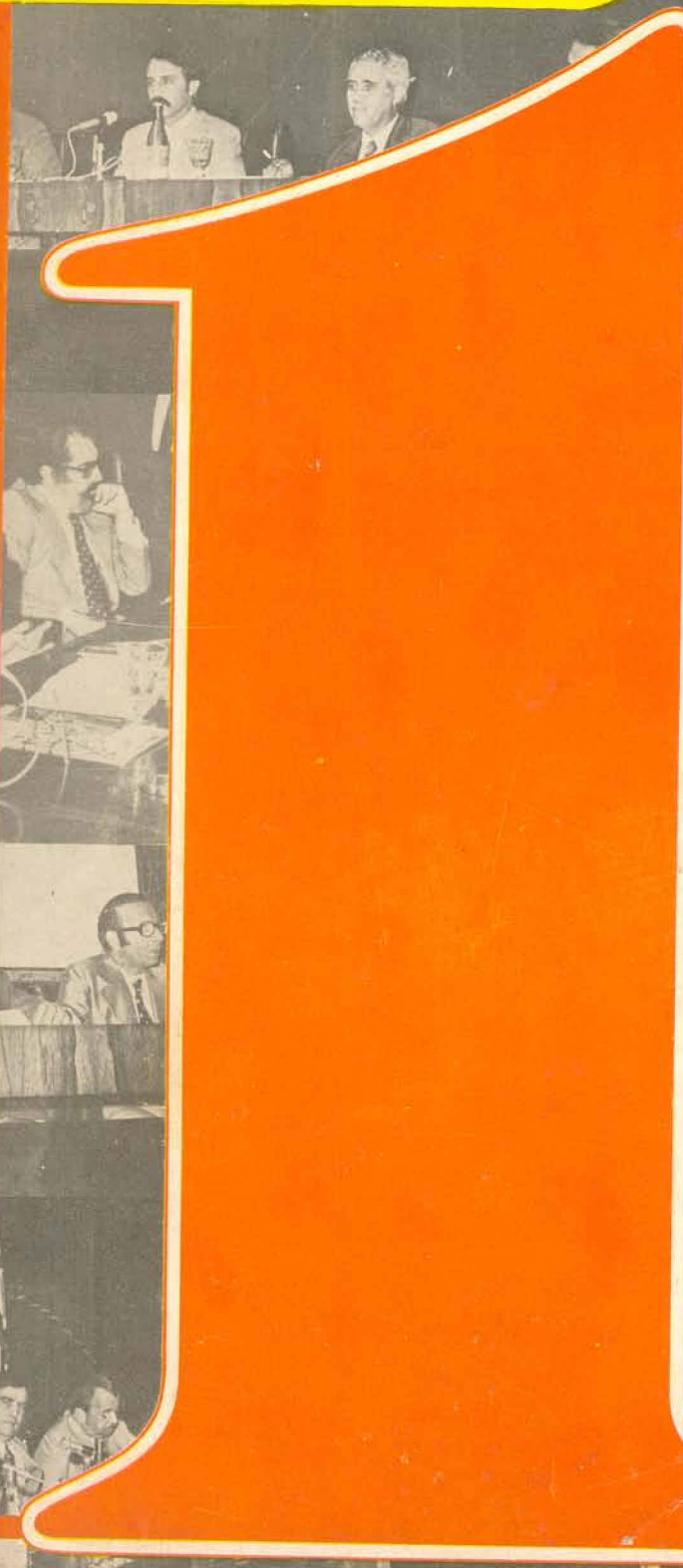
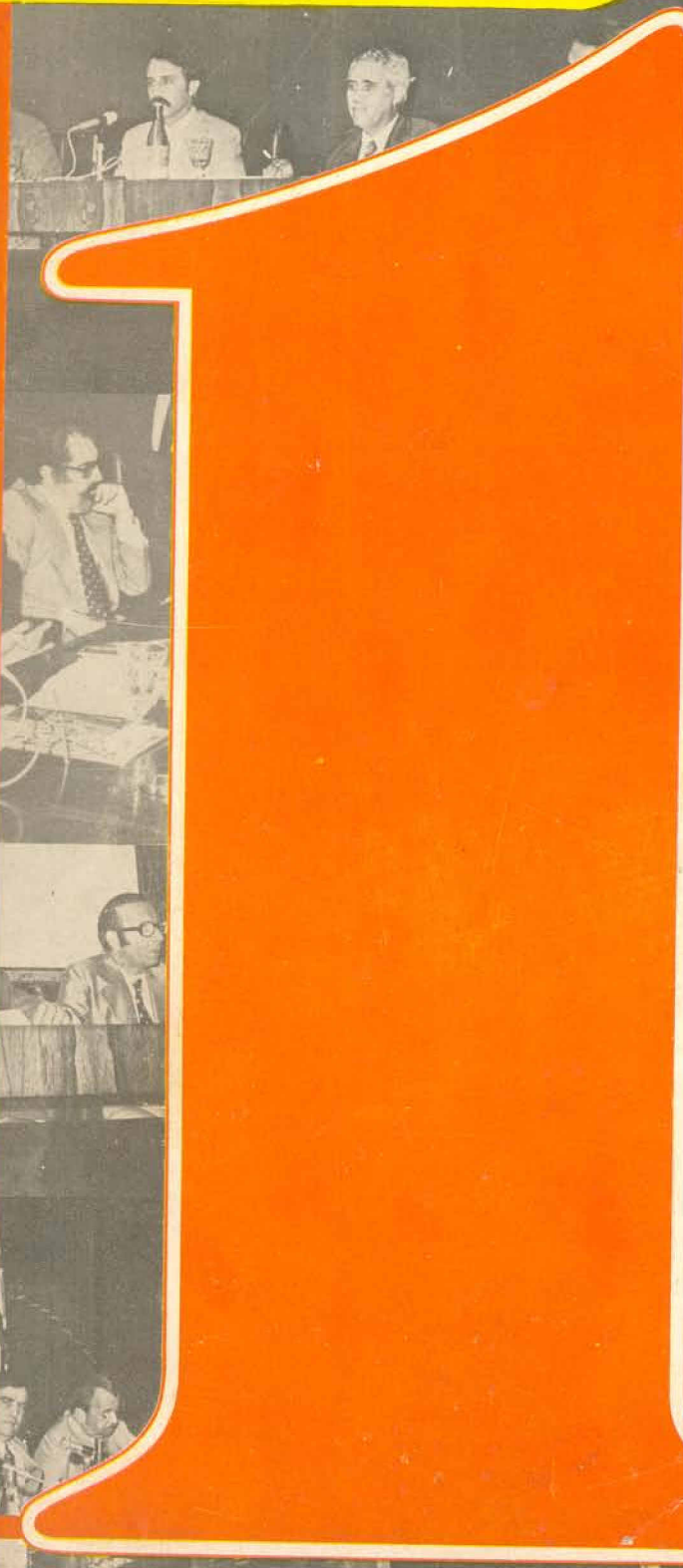
ANO 3 N.º 14

JUNHO - JULHO 1976

ORGÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DOS HOMENS DE VENDA EM
CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS



FORUM DE ANÁLISES
DO MERCADO
DE CELULOSE, PAPEL E
ARTES GRÁFICAS



Ponha seu talento no papel.

Grande Concurso Fotográfico Suzano Feffer.

O Grande Concurso Fotográfico Suzano Feffer é uma iniciativa do Grupo Suzano Feffer para reunir, de forma artística e original, com a participação de seus clientes, a melhor coleção de aspectos sobre o "papel" do papel na vida moderna para os "arquivos vivos" do Grupo.

O tema do Concurso, como já dissemos é, *Papel: desde o eucalipto, fonte da celulose, até a múltipla aplicação do produto final na vida do homem e no desenvolvimento do País.*

Podem participar do Grande Concurso Fotográfico Suzano Feffer todos os clientes do Grupo, isto é, da Indústria de Papéis Leon Feffer, da Indústria de Papéis Rio Verde e da Companhia Suzano de Papel e Celulose, desde os seus proprietários e executivos até todos os seus funcionários.

Como participar

Peça ao nosso vendedor o folheto com o regulamento do Concurso ou telefone ou escreva à Divisão Comercial do Grupo Suzano Feffer, Av. Paulista, 1754, 9º andar, CEP 01310, C.P. 6750, telefone 288-7059/6307, S. Paulo.

Basta preencher a ficha de inscrição, que vem no folheto, e enviar no mínimo uma foto cujo tema seja uma cena artística e original que "mostre" papel na escola, no lar, no trabalho,

no lazer, na rua, etc, etc, etc.

Quem entra no Concurso já sai ganhando: na volta do correio ou através da equipe de vendas Suzano Feffer, o participante recebe uma Cartela de Filmes Grátis, válida por um ano, oferecida pela Fotoptica. Apresentando a Cartela numa loja Fotoptica, na hora de revelar e copiar um filme, você recebe outro filme igual grátis, no limite de um por semana, durante um ano inteiro.

Os prêmios.

Quarenta mil cruzeiros em prêmios serão distribuídos entre os vencedores do Grande Concurso Fotográfico Suzano Feffer: projetores de slides, flashes, tripés, filmes, etc. Os trabalhos premiados serão exibidos nas grandes capitais do País (lojas Fotoptica e escritórios e fábricas Suzano Feffer) e publicados na Revista Fotoptica (20 mil exemplares) e na Revista Fibras Unidas, do Grupo Suzano Feffer (6 mil exemplares).



NOSSO AGRADECIMENTO

Dentre os esforços desenvolvidos pela ANAVE para cumprir seus objetivos culturais, o I Fórum de Análises do Mercado de Celulose, Papel e Artes Gráficas, recentemente realizado, teve o significado e alcance pretendidos por todos quantos deram o melhor de si na organização.

Da escolha dos homens e dos temas por eles expostos e debatidos, o sucesso não nos surpreendeu, pois todos os conferencistas são profundos conhecedores dos problemas enfocados. Daí o nosso

agradecimento, nosso respeito e

LEIA:

EDITORIAL • MERCADO DE EXPORTAÇÃO DE CELULOSE E PAPEL • SOFISTICAÇÃO DOS MÉTODOS DE IMPRESSÃO • PROGRAMA DE MADEIRA PARA ATENDIMENTO DO PLANO NACIONAL DE PAPEL E CELULOSE • NORMALIZAÇÃO TÉCNICA PARA COMERCIALIZAÇÃO CORRETA • IND. DO PAPELÃO ONDULADO NO BRASIL • EMBALAGEM: MERCADO NACIONAL EM DESENVOLVIMENTO

- ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS PROBLEMAS E SOLUÇÕES • LIVROS • ESCRIVE NEYDE ROSA BONGIGLIOLI.

DIRETOR

Silvio Gonçalves

EDITOR

Paulo Amaral de Mello

COORDENAÇÃO

Celso A. Souto Mello

DIAGRAMAÇÃO

Luiz Fernando

Marco Aurélio

FOTOS

Paulo de Souza Dias

Aguinaldo Conde

COLABORADORES

Neyde Rosa Bongiglioli

Théo de Barros

COMPOSTO E IMPRESSO

Brusco & Cia. Ltda.

PUBLICIDADE E REDAÇÃO

Rua Espírito Santo, 28

Fone: 278-0139

TIRAGEM

4.500 exemplares

Distribuição Gratuita

Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários

DIRETORIA

E

CONSELHO DA ANAVE

DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE — Armando Mellagi

1.º Vice Presidente — Sílvio Gonçalves

2.º Vice Presidente — Pascoal Spera

1.º Secretário — José Carlos Francez
2.º Secretário — Roque de Lisboa Nicolau
1.º Tesoureiro — Adhemur Pilar Filho
2.º Tesoureiro — Marco Antonio P. Roman Novaes
Diretor Cultural — Gilberto S. Blengini
Diretor de Patrimônio — Ettore Barocas
Diretor Social — José Tayar
Diretor de Relações Públicas — Atilio Simionatto

COORDENADORES:

Construção da sede própria — Jair de Castro
Campanha dos 1.000 sócios — Ismar Costa Camargo
Divulgação — Sílvio Gonçalves

CONSELHO DIRETOR

Presidente — Loé Cabral Velho Feijó

Agenor Gonzaga Cezar
Alpeu Pain Junior
Antonio Carlos Clemente da Silva
Antonio Roberto Lemos de Almeida
Bernardo Joelsas
Fernando Sucena Rasga
Gastão Estavão Campanaro
Germano Willy João Rebentisch
Henrique Nataniel Coube
Hugo Pereira de Lacerda
Ivan Scarpato
Oswaldo Ferrari
Pedro Massula
Rubens Leal
Rubens Pereira da Cunha
Sérgio Madl
Sérgio Paschoal Aun
Waldir Gomes
Weber Eustáquio do Monte
Werner Klaus Bross

CONSELHEIROS NATOS

Ciro Torcineli Toledo
Orestes Oswaldo Bonfanti
Ovidio Pimentel de Lima

SUPLENTES

Aristárdio Jarbas Fontes
Gerson Candido Azevedo
João Brait
Lino Fernandes Simões
Saturnino Pereira de Oliveira

DELEGACIA REGIONAL DO RS

Lygia D.D. Petersen
Armando Schneider
Rua Voluntários da Pátria, 595 — sala 201
PORTO ALEGRE — RS.

DELEGACIA REGIONAL DO RJ

Sílvio da Costa Braga
Rua da Alfandega, 111-A
RIO DE JANEIRO — GB

SOCIOS

PATROCINADORES

AGASSETTE COM. E IND. LTDA.
R. Cel. Emidio Piedade, 273 — SP.
CARTONAGEM FLOR DE MAIO S7A.
R. do Protocolo, 546 — SP.
CARVALHO S/A. COM. DE PAPÉIS
R. Luiz Gama, 748/56 — SP
CELULOSE IRANI S/A.
R. Siqueira Campos, 1184 — Porto Alegre — RS.
CIA. INDL. DE PAPÉIS PIRAHY
R. Dr. João Maia, 166 — SP.
INDÚSTRIAS REUNIDAS IRMÃOS SPI-
NA S/A.
R. do Hipódromo, 720 — SP.
CIA. TIETÊ DE PAPÉIS
R. Luiz Gama, 803 — SP.
CIA. SUZANO DE PAPEL E CELULOSE
Av. Paulista, 1754 — 6.º and. — SP.
CIA. AGRÍCOLA INDUSTRIAL CICERO
PRADO
Av. Rio Branco, 1675 — SP.
FÁBRICA DE PAPÉIS FORMOSA LTDA.
R. Barão de Iguape, 212 — SP.
FORNECEDORA DE PAPEL FORPAL S/A.
R. Teixeira Leite, 494 — SP.
INDÚSTRIAS BONET S/A.
Av. 7 de Setembro, 4615 — Curitiba - PR.
IND. E COM. ARTÉPAPEL JABAQUA-
RA LTDA.
R. Turumans, 304 — SP.
INDS. KLABIN DO PARANÁ DE CELU-
LOSE S/A.
R. Formosa, 367 — 18.º and. — SP.
IND. DE PAPEL SIMÃO S/A.
R. do Manifesto, 931 — SP.
INDÚSTRIAS REUNIDAS ALEXANDRE
DERMON LTDA.
R. Dias da Silva, 1122/36 — SP.
IPSA S/A. INDUSTRIAL DE PAPEL
Av. Guarulhos, 3201 — SP.
JET DISTRIBUIDORA DE PAPÉIS LTDA.
R. João Antonio de Oliveira, 363 — SP.
JOSÉ CASTIONI & CIA. LTDA.
Av. Bosque da Saúde, 546 — SP.
PAPEL E CELULOSE CATARINENSE S/A.
R. Líbero Badaró, 425 — 25.º and. — SP.
REFINADORA PAULISTA S/A CELULOSE
E PAPEL
R. Bela Cintra, 425 — 1.º and. — SP
SAFELCA S/A. IND. DE PAPEL
Av. Otávio Braga Mesquita, 921 — Gua-
rulhos — SP.
SINCARBON IND. E COM. S/A.
R. Jöli, 273 — SP.
SCHMIDT EMBALAGENS S/A.
R. Henrique Vaz, 137 - Juiz de Fora - MG
WALDOMIRO MALUHY & CIA.
R. do Gasometro, 921 — SP.
WEXPEL IND. E COM. LTDA.
R. Came, 523 — SP.

MERCADO DE EXPORTAÇÃO DE CELULOSE E PAPEL

1 — ANÁLISE ESTATÍSTICA

Uma retrospectiva histórica das exportações realizadas pelo Setor de Papel e Celulose revela a sua recente e ainda tímida participação no total de nossas vendas externas.

Apenas a partir de 1971, fruto da conclusão de projetos de expansão e instalação de novos equipamentos, é que o setor iniciou a sua agressão a mercados externos com volume de venda de 25.953 toneladas, das quais 3.505 toneladas de papel. Isto só foi possível através da estreita colaboração entre empresários e governo tecida num quadro de reformas institucionais progressivas, com objetivos nacionais permanentemente claros.

Os dados subsequentes de exportação de papel demonstram números de expressão ainda relativa mas de ascensão indiscutível:

1972 —	9.970 toneladas
1973 —	42.564 "
1974 —	30.860 "

O resultado obtido durante o ano de 1974, consequência de uma maior maturidade do setor, e de uma conjuntura internacional favorável, permitia antever que conquistas irreversíveis haviam sido efetuadas em termos de participação de mercado. Esta seria uma base que permitira uma expansão natural de nossas vendas em ritmo paralelo ao das disponibilidades internas.

Lamentavelmente a exclusão dos créditos fiscais de IPI e ICM, assim como do benefício do Imposto de Renda em meados de 1974 tornou os produtos brasileiros não competitivos no mercado internacional, ocasionando uma drástica redução no volume exportado: 11.952 toneladas. Sem nos alongarmos nos efeitos ocasionados por esta medida como por exemplo o descrédito e a desconfiança de clientes anteriormente conquistados, iniciou-se no último trimestre de 1975 o processo da recuperação de mercados.

O retorno dos créditos fiscais de IPI e ICM, embora a níveis inferiores ao da alíquota do IPI no mercado interno, já permitia que as vendas externas fossem novamente cogitadas, porém, é oportuno mencionar-se que o prazo de vigên-

cia da portaria 115/75 era de apenas 4 meses. Insensível aos riscos acarretados por tal medida e acreditando que a conquista de mercados externos se faz através da constância e regularidade, o setor respondeu sem hesitação aos novos estímulos.

Felizmente, a 25 de março de 1976 a portaria nº 91 corrigiu as distorções anteriormente efetuadas e determinou a fixação de realísticos percentuais de IPI e ICM para a exportação de papel. Também o benefício do Imposto de Renda foi restabelecido através desta Portaria.

Com relação às exportações de celulose delineia-se um quadro bastante distinto, decorrente da própria estruturação do setor,

Durante o período de 1971 a 1974 as vendas foram realizadas quase que exclusivamente pela Borregaard por força de contrato mantido com a matriz na Noruega, e em virtude de não se haver excedentes de produção no mercado interno. A disponibilidade doméstica passou a ser mais expressiva a partir de 1975, quando as vendas externas atingiram um total de 173.736 tons.

As exportações de celulose são realizadas sem os benefícios de créditos fiscais e tendo-se em vista a participação do governo nos projetos realizados em associação com o capital estrangeiro, as perspectivas são de que esta exclusão permaneça, sob a alegação de que o governo não poderia acumular tais créditos. Embora reconhecendo o propósito da medida, convém ressaltar-se a desigualdade das condições em que a indústria privada nacional instalou-se no passado e aquelas nas quais as empresas atuais vêm se constituindo, recebendo uma série de estímulos adicionais.

Esta diversidade por certo resultará em diferentes condições de competitividade no mercado externo e deverá ser alvo de medidas corretivas na esfera governamental.

A diferença com que estão sendo encaradas as exportações de papel e de celulose por certo produzirá reflexos negativos nos mercados onde ambos os produtos foram oferecidos, dada a inexistência de correlação entre os preços da matéria-prima, que não possui incentivo fiscal, e o preço do papel.



RAUL CALFAT

2 — POTENCIAL DO SETOR

O sistema de cotas estabelecido de comum acordo entre os empresários do setor e a CACEX, por si só retrata as limitações ainda existentes em termos de excedentes de produção.

Os volumosos investimentos realizados e a prioridade destacada pelo governo à Indústria de Papel e Celulose propiciam uma previsão de que dentro de curto espaço de tempo o Brasil se transformará em um dos maiores exportadores mundiais juntamente com os Estados Unidos, Canadá e a Escandinávia.

A título de comparação podemos citar que o maior produtor mundial de celulose é os E.U.A. com 43 milhões de toneladas, seguido do Canadá com 20 milhões e dos Países Escandinavos (Suécia, Finlândia e Noruega) com 14 milhões de toneladas. O Brasil ocupa a 11.ª posição com 1 milhão e 400 mil toneladas. Em papel, apresenta-se os E.U.A. com uma produção de 55 milhões de toneladas, a Escandinávia com 18, o Japão com 15 e o Canadá com 13. O Brasil é o 14.º produtor mundial com 1 milhão e 840 mil toneladas.

Estimativas do Programa Nacional de Papel e Celulose antevêm uma elevação

da produção anual de celulose para 4,2 milhões de toneladas até 1980. A produção de papel deverá ser elevada para 3,7 milhões de tons./ano.

3 — COMERCIALIZAÇÃO

Pretendo nesta fase apreciar de maneira sintética, alguns dos aspectos relacionados à comercialização, abrangendo desde a fixação de uma política mercadológica até a sua execução propriamente dita.

A decisão de exportar deve vir acompanhada de uma série de medidas paralelas visando criar um fluxo regular e natural ao consumidor.

Os aspectos a serem determinados com o estabelecimento de uma política de exportação referem-se fundamentalmente a:

1 — Quantidade a ser exportada:

— determinação do excedente exportável no ano corrente e durante os próximos 3 anos.

2 — Mercados a serem atingidos:

— Seleção de regiões que serão visitadas com base em critérios de vantagem comparativa com relação aos seguintes aspectos:

2.1 — Localização geográfica dos mercados consumidores:

Os produtos tendem a ser mais competitivos em mercados de maior proximidade geográfica. Deste fato decorrem duas vantagens concretas, a primeira com relação à taxa de frete que certamente será inferior comparada à de concorrentes tradicionais e a segunda com relação ao tempo de entrega. Estas duas vantagens revestem-se de importância significativa se atentarmos para os fatos de que o frete representa parcela ponderável do preço final do papel e da celulose, e um menor tempo de entrega por sua vez permite ao cliente a formação de estoques reguladores em nível inferior ao necessário, liberando desta forma capital de giro.

2.2 — Localização geográfica das fontes concorrentes:

Os países exportadores tendem a transformar as regiões periféricas em mercados naturais, fato que pode ser constatado com o Japão em relação ao Extremo Oriente, a Escandinávia com relação à Europa Ocidental e E.U.A. com relação à América Central. Este aspecto não deve entretanto ser analisado isoladamente, mas em conjunto com outras variáveis que podem eliminar ou até mesmo sobrepujar esta desvantagem inicial.

2.3 — Vantagens tarifárias:

Tarifas de importação mais reduzidas

são aplicadas ao Brasil ou aos países considerados em desenvolvimento através de acordos bi ou multilaterais. O Brasil pode considerar-se beneficiado neste aspecto pela ALALC e pelo Sistema Geral de Preferenciais que permite que sobre nosso papel incida um gravame inferior ou nulo.

2.4 — Existência de uma Infra-Estrutura de Transportes Marítimos:

Deve ser efetuado um exame minucioso das oportunidades de embarque para as áreas a serem abordadas, levando-se em consideração o número de embarques por determinado período e a regularidade dos mesmos.

2.5 — Determinação do Potencial de Mercados a serem atingidos:

Através de consulta a dados secundários existentes em Publicações Especializadas ou estatísticas obtidas junto a Embaixadas, Consulados e Câmaras de Comércio, pode-se obter informações sobre o consumo aparente de cada mercado e volume de importações efetuadas, o que dará indícios do grau de autossuficiência do mesmo. Estes dados devem entretanto ser analisados com extrema cautela pois de um modo geral não são feitas distinções a respeito de tipos de papel consumidos.

O enfoque de cada um dos itens expostos e o interrelacionamento dos mesmos permitirá a designação de mercados nos quais a empresa terá uma certa vantagem comparativa com relação aos concorrentes.

3 — CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

O próximo passo constitui-se na opção pelo canal de comercialização que será utilizado. As alternativas que se apresentam são as seguintes:

3.1 — Nomeação de agente ou representante independente, o qual será responsável pela introdução do produto junto à rede de distribuidores e consumidores finais, sendo remunerado através de comissão.

3.2 — Comercialização através de Trading Companies. Esta alternativa é principalmente indicada para empresas que possuem reduzido volume disponível para exportação e que conseqüentemente não estão preparadas para assumir gastos com a implantação de um Departamento de Exportação e promoção dos seus produtos.

3.3 — Estabelecimento de escritórios ou armazéns próprios: Esta hipótese poderá ser considerada para consolidação em determinado mercado, em casos em que o potencial do mesmo não está sendo suficientemente explorado pelo agente existente.

As empresas que exportam simultaneamente papel e celulose devem levar em consideração que métodos distintos de abordagem devem ser feitos aos seus clientes, sendo conveniente a designação de diferentes agentes para o cliente de papel e para o cliente de celulose, tendo-se em vista que este último é seu concorrente.

4 — PREÇO

O preço a ser praticado evidentemente deverá ser o do mercado local, com algumas variações decorrentes da qualidade do produto que vem sendo consumido e do que a empresa oferece. Como base de referência a empresa deverá estabelecer o seu limite de preço, através de cálculo de seus custos internos, acrescidos das despesas envolvidas na exportação e deduzidos os incentivos correspondentes.

A diferenciação de preços dentro de um mesmo mercado é também uma necessidade, sendo conveniente aplicar-se um determinado preço em nível inferior a distribuidores e um preço mais elevado para consumidores finais. A prática de um mesmo nível de preços para ambos os clientes tende a provocar uma pressão no sentido de reduzir os preços do mercado.

5 — PROMOÇÃO E PROPAGANDA

O esforço de venda pessoal deve ser acompanhado por uma divulgação mais ampla do produto visando reforçar a atuação do agente. Deste modo, considera-se indispensável a elaboração de um catálogo da empresa, o que propicia uma maior credibilidade por parte do consumidor.

Um fornecimento contínuo e imediato de amostras é outro fator de extrema importância, sendo responsável pela propagação de uma imagem favorável junto ao cliente e permitindo o aproveitamento das oportunidades de venda surgidas. Amostras impressas causam especial impacto de venda.

Propagandas efetuadas em publicações especializadas são também extremamente úteis no sentido de que propiciam novos clientes e reforçam a imagem da empresa junto aos já existentes.

A participação em Feiras e Exibições no Exterior são recomendáveis quando especializadas e é imprescindível que o Stand contenha pessoas perfeitamente entrosadas com a empresa e o produto para que o cliente em potencial obtenha todas as informações de que necessite.

6 — ORGANIZAÇÃO INTERNA

Uma série de alterações na estrutura organizacional da empresa devem ser efetuadas visando a criação de setores especializados:

a) — **Embalagem** — É indispensável a criação de um departamento de estudos de manuseio e proteção ao produto, levando em consideração as condições distintas que apresentam os vários portos a que se destina a mercadoria. Diferentes tipos de embalagem serão necessários para cada meio de transporte, seja ele rodoviário, ferroviário ou marítimo. De uma maneira geral podemos considerar como padrões:

Fardos de 100 Kg — transporte ferroviário;

Fardos de 200 Kg — transporte rodoviário e marítimo (portos onde o manuseio é efetuado sem o auxílio de equipamento).

Fardos de 250 Kg — transporte marítimo. Porto de destino utilizam-se de equipamentos rudimentares.

Pallets de 750 Kg — embarque marítimo. Portos aparelhados com modernas empilhadeiras.

Container — qualquer tipo de embarque. Facilita o transporte, tendo porém custo elevado.

b) — **Amostras** — Deve ser estabelecida uma rotina dentro da empresa onde as amostras recebidas do Controle de Qualidade são estocadas em recinto de-

terminado que se encarrega de rotulá-las em invólucro especial.

c) — **Documentação de Exportação** — O processamento da documentação assim como as tarefas relacionadas ao fluxo da mercadoria da fábrica para o porto exigem a criação de um Departamento compreendendo as seguintes funções especializadas:

- emissão dos documentos de embarque;
- coordenação do transporte e armazenagem;
- serviços externos — contato entre a empresa e os órgãos emissores.

d) — **Contabilidade** — Adaptação à escrituração e burocracia relacionadas aos incentivos fiscais.

Estas são as medidas ao âmbito da empresa que devem ser tomadas visando a criação de uma estrutura interna e externa para exportação de seus produtos. À parte dos problemas de ordem organizacional que vão surgindo com a sua implantação, outros de ordem comercial serão identificados sendo que muitas vezes a empresa em si pode ser considerada impotente para solucioná-

-los. Neste aspecto é oportuno ressaltar-se que poderá recorrer ao Comitê de Papel e Celulose que atua em estreita colaboração com a Cacex e poderá abordar o problema surgido e propor soluções.

O Comitê de Papel e Celulose foi criado em 28 de novembro de 1975, com objetivos de estreitar o diálogo entre o governo e o setor privado com vistas a se adotar decisões conjuntas e execução coordenada, e está dividido em sub-comitês para estudo de assuntos específicos do Setor. Assim é que foram constituídos os Sub-Comitês:

- Papel de Imprensa: Fernando Camargo (Klabin);
- Papel para Imprimir e Escrever: Kurd Riecken (Simão);
- Celulose de Fibra Curta: Marcello Pillar (Suzano);
- Celulose de Fibra Longa e Pasta Mecânica: Sindicato do Paraná;
- Embalagem: Roberto Jeha (São Roberto);
- Industriais e Outros: Rui Haidar (St.ª Terezinha);
- Cartões e Cartolinas: Fabiano Pires (Papyrus);
- Frete: Antonio Lopes (Simão);
- Importação: Horácio Cherkassky (Fabricadora).



FÁBRICA DE PAPEIS FORMOSA LTDA.

SEDE: SUZANO — ESTADO DE SÃO PAULO

YUEN FOONG YU PAPER MFG. CO., LTA.

ADD: 17. SECTION 1 CHUNG HUA ROAD. TAIPEL. TAIWAN

TEL: 381700-7. CABLE: "FONGPAPER" TELEX: 11461. YFPAPER

VENDAS:

S. Paulo: R. Barão de Iguape, 212 — 6º and. s/ 68-69 — Tel. 279-2533

Campinas: R. Arthur Freitas Leitão, 190 — Tel. 21-263

Curitiba: R. Brigadeiro Franco, 1.886 — Tel. 22-9511

Belo Horizonte: R. Guajajaras, 410 — 4º and. s/402 — Tel. 224-7570

Brasília: SDS Conj. Baracat — s/511-512 — Tel. 24-5241

Salvador: Av. Estados Unidos nº 1 — 5º and. s/514 — Tel. 2-5681

Porto Alegre: R. Vigário José Inácio, 216 — 3º and. — Tel. 21-3236

apéis impressos em flexografia, papéis fantasia, rôtes para macarrão e biscoito, cores com largura 100 cm apéis de bobinas para folha 20, cortamos papéis de bobina para bobina de 120 cm até 10cm, papel kraft corado para plastificação material para escritórios



MADEIRA

SOFISTICAÇÃO DOS METODOS DE IMPRESSÃO



SÉRGIO VAY

1º — ESCOLHA DO PROCESSO DE IMPRESSÃO EM FUNÇÃO DO TIPO DE TRABALHO A SER REALIZADO

Características da Impressão Tipográfica

As Possíveis Evoluções Futuras dos Vários Sistemas

É fato notório, que o momento mais característico e culminante do completo ciclo operativo do setor gráfico, é sem dúvida aquele da impressão propriamente dita, ou seja, o momento da transferência da imagem dos grafismos, da forma para o suporte.

Todos os problemas de formatura, os vários fenômenos conexos com a imprimibilidade, os problemas intrínsecos dos vários processos de impressão, ou seja a maneira com a qual é realizada a transferência da tinta da fôrma para o suporte, poderão apresentar-se de forma diferente, porém constantemente presentes em todos os processos de impressão, como constante resultará sempre presente o produto final "o impresso".

Para a realização deste produto, o gráfico poderá utilizar fases de trabalho, e, processos de impressão diferentes, os

quais, sob um certo aspecto podem ser considerados como iguais, porém não podem ser avaliados como equivalentes porquanto refere-se ao custo de produção e à qualidade do produto obtido.

Resultam numerosos os fatores que podem orientar a escolha de um processo no lugar de um outro para a realização de um impresso. Entre os fatores principais podemos lembrar: a natureza do próprio impresso, a qualidade dos textos (no que refere-se ao grau de legibilidade dos mesmos), a finalidade do impresso, a qualidade, a quantidade (tiragem), o formato, o tempo disponível para a realização e o custo final.

Analisando todos estes fatores, aqueles que resultarão mais importantes no confronto dos outros, determinação a escolha do processo de impressão para a realização do trabalho.

Por exemplo: quando o fator mais importante resulta o custo, a escolha do processo, será orientada no sistema mais econômico (sempre na base do caso específico).

Naturalmente o resultado será a obtenção de um impresso economicamente satisfatório, que porém apresentará algumas falhas que poderiam ser evitadas quando utilizados outros processos de impressão.

Se diferentemente o fator principal resulta "o tempo disponível", a escolha do processo, resultará orientada no sistema de impressão mais rápido, onde todas as fases de trabalho podem ser conduzidas com o máximo de velocidade.

Porém, também neste caso, o resultado final do trabalho, logicamente obtido com os menores tempos possíveis, nem sempre apresenta as melhores características, isso significa que a escolha do processo não apresentou-se necessariamente no sentido global como a mais adequada.

Deste rápido exame referente ao ponto inicial dos problemas gráficos, ou seja, a escolha do processo de impressão, resulta evidente que existe uma determinada concorrência entre os sistemas, que certas vezes apresentam-se em forma muito viva.

Esta concorrência algumas vezes dire-

ta, outras indireta, resulta elemento altamente positivo, enquanto é a maior causa do desenvolvimento de cada processo de impressão, no sentido que cada um deles, procura melhorar as próprias possibilidades especialmente nos pontos onde resulta em condições de inferioridade no confronto dos outros.

Naturalmente conduzindo um estudo aprofundado no setor, descobriremos que também hoje em dia, cada processo continua logicamente a apresentar fatores positivos e negativos no que se refere ao tipo de trabalho, ou ao tipo de suporte a ser utilizado.

Para eliminar totalmente estes inconvenientes, quando o gráfico procura a solução ideal para ligar as características do processo de impressão àquelas dos impressos, resultará uma boa solução, utilizar para a realização do mesmo impresso, diferentes processos de impressão.

Esta solução, que aparentemente, à primeira análise, apresenta-se como muito dispendiosa, algumas vezes, pode apresentar características válidas ao lado econômico, e produz sem dúvida resultados positivos no que refere-se a qualidade do trabalho.

Após esta rápida introdução ao argumento, vamos agora examinar as possíveis evoluções futuras de cada processo de impressão, e as características que as vezes não possibilitaram até agora imediatas aplicações práticas.

A tipografia, sem dúvida, cinco séculos depois da sua introdução, teve um constante mas lento processo evolutivo, e substancialmente, não ocorreram no processo mudanças revolucionárias que hajam representado realmente uma modificação drástica neste antigo sistema de impressão.

Devemos reconhecer, mais especialmente, que todas as inovações ocorridas neste setor, inovações em alguns casos até notáveis pela importância, não puderam ainda achar, até agora, a ampla aplicação no setor, como pelo contrário, ocorreu com a offset e com a rotogravura.

Esta situação fez, realmente, que o predomínio encontrastado de que gozou a tipografia por volta de até os anos 1950-1955, tenha gradativamente diminuído, e por contra, a partir daquela época, tenham começado a se afirmar outros sistemas.

Assim, está sempre aumentando o número de indústrias gráficas, que são levadas a potencializar as suas instalações offset, enquanto por outro lado, há uma tendência de reduzir as respectivas seções de impressão tipográfica.

Em outros casos, quando surge uma nova indústria gráfica, que atinja e supere as dimensões médias, é sempre mais difundida a orientação para sistemas diferentes daquele tipográfico.

Esta análise do problema, já daria o processo tipográfico tradicional, como em fase de rápido desaparecimento.

Precisamos porém lembrar, que pesquisas conduzidas nos setores gráficos internacionais, forneceram como resultado dados que indicam como predominantes no setor gráfico, as pequenas indústrias, e como neste tipo de estrutura industrial a tipografia seja ainda predominante sobre os outros sistemas.

O problema da sobrevivência tipográfica é ainda aberto e a solução pode ser encontrada em algumas técnicas amplamente conhecidas e utilizadas as vezes por outros sistemas: Fotocomposição — chapas gradadas (nylonprint), eliminação dos tempos improdutivos, utilização de máquinas rotativas a folha.

O sucesso das chapas gravadas, e a brevidade dos tempos que elas requerem, já valeram para chamar a atenção dos gráficos (também dos países menos tradicionais no setor tipográfico), sobre este assunto.

Assim, como colocar em evidência quão relevantes eram as dispersões e os onus que derivavam dos períodos de não produção decorrentes das paradas de máquina exigidos pela preparação, enramação da fôrma e sucessivamente pelo acerto.

Um outro fator que deve nos fazer pensar é que as indústrias de construção de máquinas gráficas, mesmo que tenham se dedicado nestes últimos anos principalmente ao setor offset, continuaram a criar, para todos os que acreditam na impressão tipográfica, as premissas de uma competitividade racional e válida, executando máquinas tradicionais, máquinas plano-curvas, bicolores, rotativas em folha dos mínimos formatos até aos máximos, com possibilidade de imprimir a uma ou mais cores.

Esta tendência serve para demonstrar como existe a percepção de dar a tipografia um lugar sempre de primeiro plano nos confrontos dos processos de impressão concorrentes.

Naturalmente quando pensamos que no futuro da indústria gráfica, haverá lugar tanto para a tipografia como para o offset e outros processos, pensamos também, que o conceito de tipografia, deve ser desvinculado de alguns preconceitos, que hoje vão, aos poucos perdendo consistência.

Se hoje, falar de impressão rotativa com chapas, de equipamento de fotocomposição a altíssima velocidade com possibilidade até de tradução simultânea, de gravação eletrônica dos clichês, pode parecer excessivo para muitos tipógrafos (e as vezes não para técnicos de outros setores), é somente por que ainda os tipógrafos não entenderam que, o offset por exemplo, nem sempre é a mais econômica, e que o tempo perdido pela tipografia ainda pode ser recuperado.

A chapa fotopolimérica de nylon é certa-

mente, no momento atual o impulso mais notável para a renovação do processo tipográfico, precisando porém neste caso desvincular-se do conceito da forma tipográfica tradicional.

É preciso desvincular-se da idéia que a tipografia significa liga metálica de chumbo.

A realidade a todos os níveis, vão dos mais simples aos mais sofisticados da fotocomposição, abriu perspectivas novas e tecnologicamente revolucionárias também para a tipografia, que até agora só forneceu este recurso a uso de outros processos.

Se ainda subsiste, em muitos gráficos, um estado de perplexidade e confusão, isto é devido em grande parte, à multiplicidade dos sistemas, e a que se pode definir a barreira econômica representada pelos custos de exercício, como também por uma série de problemas que poderemos chamar de "processo de assimilação" da idéia que depois de 500 anos de Gutenberg ainda é válido.

2º — CARACTERÍSTICAS DA IMPRESSÃO OFFSET

Analisando agora as características do desenvolvimento do processo offset, poderemos observar como os contínuos aperfeiçoamentos originados pelos desenvolvimentos tecnológicos em todos os setores, possibilitaram conseguir uma ótima impressão utilizando qualquer um dos processos, quando aplicados de forma correta.

Todavia, o processo de impressão offset, tem conquistado uma posição predominante, graças ao concurso de múltiplos fatores positivos, que fizeram deste processo o mais econômico para a execução de uma ampla gama de trabalhos, mantendo elevada a qualidade de impressão.

O sistema indireto de impressão é uma das principais características que tem contribuído de forma notável para o sucesso da impressão offset, de fato com esta característica é evitado o contato direto entre a fôrma e o suporte, reduzindo-se notavelmente o desgaste e o deterioramento das fôrmas, provocado pelas substâncias abrasivas sempre presentes no papel.

Além disso a superfície de borracha que recebe a impressão da fôrma, para transmiti-la ao suporte, é elástica e relativamente macia, permitindo a transferência da tinta também sobre suportes com superfícies ásperas, utilizando pressão modesta, e realizando uma perfeita cobertura das zonas impressas no suporte, também onde este apresenta leves rebaixamentos.

Destas considerações pode-se deduzir que a impressão offset, é largamente difundida em todos os setores gráficos, (editoriais, comerciais e de determinados tipos de embalagem), e presta-se também a conquistar o setor dos jornais.

Procurando analisar as possibilidades futuras do sistema, podemos dividir a pesquisa em dois setores: primeiramente a contínua afirmação do processo offset à bobina, e secundariamente as modificações tecnológicas do sistema de impressão.

Os modernos equipamentos offset de bobina, possuem todas as possibilidades para se afirmar tanto no setor editorial, como no setor dos jornais, resultando de fato possível com estes equipamentos, a impressão contemporânea dos dois lados do suporte, (sistema borracha contra borracha), característica esta que não é possível realizar seja no sistema tipográfico ou de rotogravura.

Ainda no sistema offset em bobina, o percurso da fita para a impressão de uma cor sobre a outra (molhado sobre molhado), é muito breve, possibilitando assim manter o registro de impressão sem excessivos problemas de controle e tensão da fita.

Estes equipamentos apresentam-se ainda com uma estrutura mais compacta no confronto daqueles rotográficos, onde para resolver problemas referentes a secagem da tinta os construtores precisam ampliar o percurso da fita impressa.

Em virtude dessas afirmações, podemos dizer que, um dos fatores que poderão contribuir para o futuro do offset é referente à escolha entre máquina à folha ou à bobina.

A resposta a porque do sempre maior interesse pelo offset à bobina, está também em parte, no contínuo desenvolvimento tecnológico do processo offset, no confronto dos demais processos de impressão, e em parte no melhoramento dos materiais, produtos e técnicas utilizadas.

Como problema técnico também referente à escolha entre máquina à folha e rotativa à bobina, no que se refere à utilização das chapas, lembramos, que nas máquinas a folha o espaço inutilizável do cilindro porta-chapa, representa cerca de um terço, da sua inteira circunferência.

Nas máquinas de bobina, este espaço resulta reduzido a menos de um centímetro, permitindo assim, uma grande utilização da área de impressão.

Lembramos também, que as características técnicas das chapas utilizadas no processo offset, apresentavam, até alguns anos atrás, o problema de permitir tiragens limitadas, comprometendo os custos finais dos impressos, com uma série de problemas, como paradas, máquinas contínuas, registro, qualidade de impressão não regular, etc.

Hoje, as chapas modernas permitem até milhões de impressões com resultados qualitativos satisfatórios, permitindo assim a completa utilização produtiva da rotativa offset, que devemos também lembrar, fornece-nos um produto acaba-

do, eliminando também tempos e despesas intermediárias de algumas das fases de acabamento.

No setor tradicional da offset à folha, e aos fabricantes de chapas e produtos, que deve ser reconhecido o mérito de terem colocado à disposição da impressão offset, modernas chapas monometálicas ou plurimetálicas que permitiram notáveis aumentos das possibilidades de tiragem e a diminuição da quantidade de água necessária a manter o equilíbrio água-tinta (problema fundamental do sistema offset).

Os construtores de máquinas, desenvolveram paralelamente estudos com êxito satisfatório sobre os temas molhagem à álcool, secagem com sistema "UV" e controles eletrônicos.

No que se refere à molhagem à álcool podemos dizer que desfrutando as propriedades que o álcool tem de baixar a tensão superficial da água com a qual resulta misturado, (soluções de molhagem), permite aumentar as características umidificantes com uma mínima quantidade de água resolvendo os problemas de impressão sobre suportes particularmente sensíveis à umidade (papel couchê), como também permite atenuar a ação negativa do processo no que se refere à diminuição ao brilho da tinta devido a presença da água no conjunto de tintagem.

O assunto ligado ao problema secagem com sistema "UV" (lâmpadas especiais ultra violetas), tende a resolver os problemas ligados aos sistemas de secagem em forno utilizados em alguns equipamentos multicor offset à bobina, onde os problemas velocidade de impressão e temperatura de secagem nem sempre podem encontrar pontos em comum para satisfazer as exigências dos vários tipos de suporte e tintas utilizadas na impressão.

Para a impressão offset em geral (folha ou bobina), devemos por fim pensar qual poderá ser o seu desenvolvimento tecnológico.

Poderá se difundir provavelmente o controle remoto dos tinteiros, poderão ser aplicados controles automáticos na água (PH estável), e no fim o futuro (já iniciado), das chapas fotograváveis em alto relevo, (nylonprint) e a impressão sem água (offset a seco), provocarão sem dúvida um grande encostamento de dois sistemas de impressão: tipográfico e offset, com resultados econômicos e técnicos que deverão ser acompanhados com profunda atenção de todos os industriais gráficos para não chegar atrasados como já aconteceu no setor tipográfico pelo simples motivo tradicionalista de acompanhar uma técnica conhecida sem avaliar friamente aquele que já é realidade não somente técnica, mas economicamente viável e reditizável de outros sistemas já experimentados em outros países.

3º — CARACTERÍSTICAS DA IMPRESSÃO ROTOGRAFICA

SETORES COMBINADOS ROTO-FLEXO

Analisando os processos tipográficos e offset descobrimos uma série de fatores que poderão no futuro criar uma estrutura única com o máximo aproveitamento tecnológico das melhores características de cada um deles.

No setor da rotogravura os aspectos são diferentes. Continuam a existir também nestes últimos tempos, uma série de preconceitos no confronto deste sistema.

Preconceitos que na maioria das vezes são exclusivamente devidos ao não conhecimento aprofundado deste processo de impressão.

As polêmicas sobre as possibilidades competitivas no mercado, sobre as possíveis ou impossíveis aplicações, sobre a qualidade do produto, são quase sempre devidas a análise superficial dos vários problemas.

Precisamos sempre ter presente que toda escolha técnica ou tecnológica que não consiga reduzir os custos, produzir melhor e mais, resulta numa escolha errada exatamente porque não resolve o problema básico industrial.

É lógico que uma rotogravura que resulte fora desta realidade, seria abstrata e por isso absolutamente inútil no contexto industrial.

Pelo contrário, quando nos conseguimos programar e respeitar os tempos de entrega, competir com os preços de venda, pré-determinar a qualidade dos produtos, aproveitar totalmente a força produtiva das instalações, teremos sem dúvida uma rotogravura competitiva com qualquer outro processo de impressão.

A rotogravura é, entre os três principais processos de impressão, aquela que em sua evolução tecnológica, acusou as maiores inércias, talvez por causa de uma tenaz resistência dos seus técnicos ao usar as técnicas tradicionais de trabalho, onde os resultados dependiam mais da capacidade e sorte individual, do que da eficiência e controle do sistema.

Resulta lógico que com estas características a constância e a repetibilidade dos resultados, levam a fatores mais problemáticos.

Mas não devemos com isso julgar negativamente o sistema, porque é também o processo de impressão que mais abriu as portas aos benéficos influxos das mais avançadas disciplinas científicas, e, mais do que todos os outros, tirou proveito das novas tecnologias, transformando-se em um processo sistemático com modernização e racionalização das sequências de trabalho.

Foi a necessidade tipicamente industrial de reduzir as margens de incerteza dos resultados, que deu início a procura

de métodos operativos mais facilmente controláveis, a classificação quantitativa sistemática dos resultados, e em última análise a criação de seguros standard de referência.

Os progressos substanciais que ocorreram na transformação do processo de preparação dos cilindros (eliminação do papel pigmento), e na gravação propriamente dita, (fatores responsáveis de modo determinante pelos resultados finais), tem operado, se bem em maneira diferente, também em favor de redução dos tempos de trabalho e dos custos operacionais, reduzindo as distâncias em relação às alternativas apresentadas pela tipografia e offset.

Para alcançar estes resultados os caminhos tecnológicos tomados são vários: a utilização recentemente introduzida de um computador de processo para conduzir a gravação em relação a um programa preestabelecido dentro do processo fotoquímico de gravação convencional.

Este sistema constitui um processo notável, porém, mais em relação à segurança dos resultados finais que para a diminuição dos tempos de trabalho, também que com análise mais aprofundada poderemos encontrar relação entre segurança dos resultados, não repetibilidade de cilindros por erros e lógica redução dos tempos totais de trabalho.

Outra escolha tecnológica importante, a ser examinada com atenção, é a gravação com sistema eletro-mecânico (helioklichograph), que apresenta a solução do problema da gravação dos cilindros em termos completamente diferentes, eliminando não só as fases de trabalho relacionadas com o papel pigmento, mas também todas as outras do transporte, revelação e gravação com ácidos.

Os resultados qualitativos obtidos com esta técnica resultam levemente inferiores àqueles apresentados pela rotogravura convencional, porém temos como compensação a constância dos resultados obtidos, ou seja, a repetibilidade sem variação do trabalho.

Perspectivas para o futuro, porém sem suficiente visão prática atual, poderão ser abertas ainda no setor de gravação dos cilindros, pela aplicação dos raios laser. Esta técnica forneceria gravações a velocidade elevada, porém no estado atual das experiências, o problema de controlar os resultados da gravação parece muito longe de ser resolvido.

Outra escolha tecnológica não ligada esta algumas vezes ao setor de gravação cilindros, mas ao tipo de equipamento para a impressão, mostra-nos o sistema de rotogravura indireta junto com o setor das máquinas combinadas.

O sistema de impressão rotográfica indireta poderia ser classificado como processo intermediário entre os processos de impressão flexográfico e rotográfico.

Na realidade neste processo hoje em dia, já bastante difundido, estão presentes as características dos dois sistemas.

A rotogravura indireta, realiza-se equipando o grupo de impressão com um tradicional cilindro gravado que resultará adequadamente entintado com o sistema clássico de tintagem rotográfica, (ou seja com mergulho do cilindro em tinta líquida baseada nos solventes voláteis), e sucessivamente limpo na sua superfície, pela ação também tradicional da racle.

A transferência da tinta, e por isso da imagem, não advirá porém diretamente da fôrma para o suporte, mas sobre um cilindro liso recoberto por borracha. Este cilindro suplementar possui os mesmos valores circunferenciais do cilindro fôrma, e transfere a impressão ao suporte, que resultará pressionado entre ele e um cilindro contra-pressor de aço. Este sistema representa a tentativa realizada pelos construtores de máquinas flexográficas, na obra de penetração no setor da impressão de qualidade tradicionalmente sob domínio da rotogravura.

De outro lado, representa também a tentativa dos fabricantes de máquinas rotográficas, na experiência de utilizar o sistema rotográfico, sobre suportes não suficiente lisos para a rotogravura tradicional.

Os resultados de impressão, resultam superiores àqueles obtidos com os tradicionais sistemas flexográficos, e um pouco inferiores à qualidade da rotogravura convencional.

O sistema apresenta porém uma série de problemas relacionados às tintas utilizadas na impressão, que obrigatoriamente devem possuir especiais retardantes químicos para evitar a secagem (também parcial), sobre o cilindro de borracha.

Precisa-se também levar em conta, que de outro lado, percentuais ligeiramente superiores do necessário de retardante na tinta, obrigaria a reduzir a velocidade da máquina impressora a fim de evitar o risco de uma secagem imperfeita.

Acompanhando esta idéia primária o desenvolvimento técnico no setor combinado roto-flexo, foi a realização de máquinas impressoras transformáveis, ou seja, máquinas rotativas dotadas de grupos impressores intercambiáveis, que permitem o aproveitamento dos equipamentos de maneira mais racional, alcançando assim, resultados de uma grande economia de exercício permitindo imprimir exatamente os tipos de trabalho que os clientes pedem, com o sistema mais apropriado, com resultado de reduzir os custos e aumentar a qualidade de impressão.

Lembramos ainda que no setor não tradicional da rotogravura, devemos ter presentes os ótimos resultados obtidos nestes últimos períodos, no setor da impressão sobre os tecidos, onde descan-

do as técnicas diretas de impressão, atua-se com o sistema "transfer", ou seja, imprimindo primeiramente com a tradicional técnica rotográfica (utilizando porém), especiais tintas sobre papel e transferindo sucessivamente a impressão sobre os tecidos.

Uma última análise, conclui que, pode ser feita a participação da rotogravura no setor dos jornais, participação que por enquanto resulta muito limitada.

A tendência futura é de utilizar o sistema rotográfico geralmente no setor dos pré-impresos e dos suplementos.

Resulta evidente que somente nos casos em que a qualidade e a vivacidade da reprodução são determinantes, e em todos os casos compatíveis com tiragem suficientemente elevadas, será conveniente confrontar o problema da utilização do processo rotográfico.

Todavia é considerado por muitos aspectos um sistema ideal de realização gráfica neste setor editorial, em que muitos especialistas, não excluem que a rotogravura possa ampliar sua zona de influência hoje determinante nas revistas e embalagem, e até certos setores da indústria editorial dos diários.

4º — CARACTERÍSTICAS DA FLEXOGRAFIA CARACTERÍSTICAS DA SERIGRAFIA

Examinados os três principais processos de impressão, passamos a avaliar agora as características de dois processos de impressão que também não possuem no mercado gráfico brasileiro uma difusão tão marcada como os precedentes, resultam porém em contínua fase de afirmação e começam a representar uma futura possibilidade de alternativa aos demais sistemas.

Estamos falando dos sistemas flexográfico e serigráfico.

O primeiro, ou seja, a flexografia, utilizando uma forma flexível de borracha derivada de uma matriz original tipográfica, e transformada sucessivamente em fôrma flexográfica, resulta condicionado pelo fato de ser um processo de impressão que não pode ser utilizado para realizar as características técnicas de todos os trabalhos gráficos.

O processo flexográfico de fato não resulta presente devido as suas características nos setores editoriais (livros, revistas, jornais), como não resulta presente nos setores dos impresos comerciais ou de propaganda. A sua presença ativa é no setor das embalagens como já observamos analisando o processo rotográfico, e em algum setor especial como impressão de guardanapos, cadernos e formulários contínuos.

Estabelecer qual pode ser o futuro da flexografia é algo muito difícil especialmente no contexto gráfico brasileiro onde o processo não tem muito sentido. Podemos porém afirmar que com a mo-

dernização dos equipamentos, como também com a racionalização das técnicas utilizadas na obtenção das fôrmas, será possível alcançar resultados qualitativos que permitam ao processo, de competir economicamente na realização de trabalhos compatíveis com as características do processo.

Lembramos também que os fabricantes de chapas fotopolímeras que já resolveram os problemas pelos processos tipográfico e offset, já colocaram no mercado chapas com características similares adaptáveis ao sistema flexográfico, com o resultado de simplificar notavelmente os ciclos de trabalho na obtenção das fôrmas, aumentando as possibilidades da tiragem com resultados qualitativos decisivamente superiores àquele obtidos com os tradicionais clichês de borracha.

Examinemos agora as características fundamentais do processo serigráfico.

O princípio sobre o qual baseia-se a impressão serigráfica, resulta de uma extrema simplicidade, sendo o processo caracterizado pela permeabilidade da sua matriz, através da qual a tinta é forçada a filtrar e a depositar-se sobre o suporte a ser impresso.

O processo serigráfico considerado como o quarto sistema de impressão, até alguns anos atrás não era suficientemente desenvolvido a nível industrial, apresentando-se por isso quase sempre com características artesanais que impediam a verdadeira realização do sistema.

Hoje, ao contrário, em vários países europeus e especialmente na norte-americana, este processo apresenta um grande desenvolvimento e resulta utilizado não somente pelo setor das artes gráficas e da publicidade, mas também em outros setores industriais, como por exemplo na indústria eletrônica onde o processo serigráfico é aplicado à impressão dos circuitos impresos reduzindo notavelmente os custos de produção e alcançando resultados qualitativos decisivamente superiores àqueles obtidos com outras técnicas de trabalho.

Na indústria do vidro e da cerâmica (artística e industrial), onde possibilitou as máximas realizações no setor da ambientação a custos razoáveis com resultados artísticos de qualidade.

Nas indústrias de brinquedos, eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de costura etc.), onde a impressão direta serigráfica, substitui o uso das decalcomanias.

As características que possibilitaram o grande desenvolvimento em tempo tão breve, devem ser examinadas na adaptabilidade do processo a qualquer tipo de suporte como também a qualquer tipo geométrico de superfície de fato: papel, papelão, feltro, tecido, vidro, madeira, cerâmica, couro, borracha, metais, materiais plásticos, podem ser impresos com suficiente facilidade.

Também a adaptabilidade do processo

à superfície dos suportes, resulta uma importante característica técnica, possibilitando a impressão sobre superfícies lisas, porosas, planas, curvas, cônicas, cilíndricas etc.

Praticamente podemos dizer que não existe suporte ou superfície que apresente problemas não resolvíveis com o processo serigráfico.

Concluindo esta rápida análise sobre as possibilidades oferecidas pelo processo serigráfico, podemos afirmar que as causas principais que aconselham a utilização da serigrafia são de tríplice natureza: financeira, econômica e técnica.

De fato, no confronto da impressão tipográfica ou offset, também utilizando máquinas especiais para impressão serigráfica, os investimentos necessários para iniciar a atividade industrial resultam relativamente modestos.

De outra parte a preparação dos quadros de impressão (fôrmas), apresenta características técnicas bastante simples, e de custos competitivos no confronto das fôrmas dos demais processos de impressão.

Resulta também um fator importante a ser considerado: a formação da mão de obra a ser utilizada no setor, formação que pode ser realizada sem precisar de cumprir períodos de aprendizagem com resultados satisfatórios em relação aos sistemas tipo e offset com a utilização do mesmo período de tempo.

5º — PROBLEMAS RELACIONADOS
PAPEL-PROCESSOS
DE IMPRESSÃO
ANALISE DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS

REFERENTES À PRODUÇÃO DO PAPEL EM RELAÇÃO COM OS PROCESSOS DE IMPRESSÃO

O contínuo desenvolvimento dos sistemas de impressão, provocou a necessidade de multiplicar-se em vários tipos de papel para satisfazer as exigências variadas dos vários sistemas.

Esta situação resulta verdadeira não somente para os setores tradicionais da impressão (livros, impressos comerciais e publicações variadas), mas sobretudo no setor da embalagem, onde a grande variedade e as diferentes características dos produtos a ser apresentados em embalagem de papel, pedem cada vez mais tipos diferentes de papel.

Além disso o aumento de velocidade nas máquinas impressoras, junto com as características mecânicas construtivas das mesmas, como também a difusão sempre maior da impressão a cor, molhado sobre molhado, com a conseqüente necessidade de obter a secagem quase imediata da tinta, pedem ao papel, novos requisitos no que refere-se à resistência, ao rasco, às características controladas de porosidade, à maior lisura superficial.

Precisamos também levar em conta que os vários sistemas de impressão: tipográfico, off-set, rotográfico e flexográfico, a causa das diferentes características das fôrmas, tintas, pressões utilizadas, sobre o suporte, precisam cada vez mais encontrar no papel características básicas que acompanhem o processo de impressão para permitir conseguir

os máximos resultados econômicos, qualitativos e quantitativos que foram planejados.

Para conseguir estes resultados, podemos lembrar que a produtividade seja mais qualitativa que quantitativa de uma máquina impressora, é fortemente influenciada pelas características do papel utilizado na impressão.

Precisamos também lembrar que, por exemplo os construtores das modernas rotativas utilizaram todas as técnicas mecânicas para permitir uma ótima produção sobre papéis de baixa gramatura, e que também todos os editores de revistas são orientados na utilização destes tipos de papéis que em virtude de peso menor permitem conseguir notáveis economias tanto de matéria-prima, como de despesas de expedição.

Para resolver todos estes problemas, precisamos cada dia mais de um diálogo aberto entre os gráficos e os fabricantes de papel, a fim de evitar que os primeiros não encontrem no mercado os papéis com as características desejadas, e os segundos não produzam um produto que não satisfaça as exigências técnicas e econômicas do mercado gráfico nacional.

Na posição de homem de escola, e por isso neutro no contexto gráfico e produtor de papel, a visão do problema é por mim mais clara e privada de política.

Só a maior união tecnológica dos dois setores conduzirá à solução de todos os problemas e a completa afirmação dos produtos nacionais.

CICERO PRADO

PAPEL E CELULOSE

FLOR POST	—	30 grs.
CRISTALITE	—	Impermeável — Diversas cores
ORECIC	—	Bristol especial — Massa compacta
CARTÃO ALFA	—	Duplex e Triplex — 210 a 600 grs.
KRAFT NATURAL	—	20 grs. — One time carbon
MONOLUCIDO	—	30 a 80 gramas

DIVERSAS LINHAS DE PAPÉIS PARA FINS INDUSTRIAIS

Endereço Comercial

Av. Rio Branco, 1675 — Fones

220-14-22
220-12-69
220-17-98
220-10-61

Cx. Postal 7727 - End. Teleg. Cicerprado

O Paraná produz

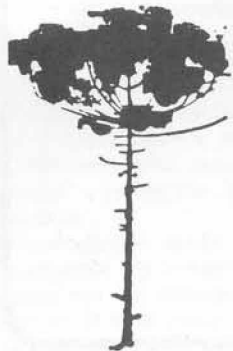
"Mellagi" distribui

- PAPEL BRANCO MONOLUCIDO
- DUPLEX
- PAPEL KRAFT
- CAPA DE ONDULADO KRAFT
- CARTOLINA LISA E MARMORIZADA
- PAPELÃO MODELO PARDO E COURO
- PAPELÃO BRANCO PARANÁ



REPRESENTADAS:

- MADEREIRA SANTA MARIA S.A.
- INDÚSTRIA DE PAPELÃO HORLLE S.A.
- PAPELÃO S. PEDRO DE NELSON A. BONET
- PAPELÃO SANTA CECILIA S.A.
- INDÚSTRIAS BONET S.A.
- DEBONI CELULOSE E PAPEL LTDA.
- PASTAMEC IND. E COM. E AGROPECUÁRIA



REPRESENTAÇÕES MELLAGI S. C.

RUA CONSELHEIRO CRISPINIANO, 344 — 8.º AND. — C. 808
TELS.: 36-1266 — 35-8677 — 34-5492 — C.P. 7557
CEP. 01037 — SÃO PAULO

REFLORESTAMENTO

PROGRAMA DE MADEIRA PARA ATENDIMENTO DO PLANO NACIONAL DE PAPEL E CELULOSE

Para o Brasil, que era praticamente coberto por uma única e imensa floresta, na época do seu descobrimento, falar hoje em dia em reflorestamento pode parecer um despropósito. Mas é que a realidade atual é bem outra. Os 470 anos que nos separam daquela época mudaram muito aquela antiga imagem.

A exploração de nossas florestas constituiu a primeira atividade econômica, altamente rentável, por sinal, a que se dedicaram os nossos descobridores. A partir de então, e apesar das alterações históricas porque passamos, as matas foram sendo sistematicamente derrubadas para atender a objetivos diversos, entre os quais: a necessidade de se dispor de novas áreas para expansão de outros setores, dos quais se destacam a agricultura e a pecuária.

Mas foi no início deste século que se falou pela primeira vez em reflorestamento no País. A exploração indiscriminada de nossos maciços florestais (anualmente são derrubadas mais de 300 milhões de árvores) estava rapidamente aumentando as extensões de áreas devastadas, fazendo prever um acelerado escasseamento de madeira para diversos setores. Assim, surgiram os primeiros reflorestamentos, que se desenvolveram quase sempre paralelamente às estradas de ferro, e por iniciativa delas próprias, a fim de garantir o fornecimento contínuo de madeira para a sua operação. Alguns anos mais tarde começaram a aparecer as primeiras indústrias de papel e celulose. Timidamente, mas já delineando os rumos que o país deveria seguir no futuro, foram formadas as primeiras grandes florestas homogêneas para atender a demanda dessas indústrias.

Contudo, a preocupação do governo com o setor é mais recente, e visa principalmente a preencher as lacunas deixadas pela devastação, que estava exaurindo rapidamente nossas reservas florestais nativas, chegando em alguns casos à beira da extinção, como o que ocorreu com a Araucaria Angustifolia ou Pinheiro do Paraná.

Com o objetivo de corrigir estas graves distorções no setor, em fins de 1936 foi criado o Incentivo Fiscal para o Florestamento e Reflorestamento, através da lei 5.106. Até 1970 esta nova opção de investimento dedutível do imposto de renda se manteve num apagado último lugar. Mas já no ano seguinte, num salto espetacular passou para o terceiro



DR. NELSON LEVY

posto, e um ano depois alcançava a segunda colocação. A criação desta sistemática propiciou um avanço sem precedentes do país neste setor. Na verdade, esta nova lei fez com que o Brasil começasse a tirar proveito das suas condições ecológicas (clima e solo favoráveis) além de grande disponibilidade de terras, para o desenvolvimento de florestas homogêneas. E foi na região Centro-Sul que se concentraram os florestamentos de eucalipto e várias espécies de pinus tropicais.

De 1966 a 1970 foram investidos 670 milhões de cruzeiros em projetos que abrangiam uma área de 530 mil hectares e onde foram plantadas 1,2 bilhão de árvores. Até dezembro de 1974, mais de 3,5 bilhões de cruzeiros haviam sido

carreados para a formação de florestas econômicas, cobrindo uma área superior a 1,5 bilhão de hectares, com mais de 3,4 bilhões de árvores.

O sucesso desta medida, aliado às excelentes perspectivas que se afiguravam para o país, neste particular, levaram as autoridades a conceder um novo e maior impulso à atividade, com a criação do Programa Nacional de Papel e Celulose, contido no II Plano Nacional de Desenvolvimento. Este Programa visa a preparar o país para alcançar, a médio prazo, a auto-suficiência na produção interna de papéis e, no que diz respeito à celulose, além de garantir o suprimento interno, gerar excedentes exportáveis ao nível de, pelo menos, 2 milhões de toneladas em 1980.

PROGRAMA NACIONAL DE PAPEL E CELULOSE

Metas físicas de produção desses insumos, a serem alcançadas até 1980

	Capacidade de Produção a Atingir (1.000 t)
1 — Papéis	3.680
a. Para Imprensa Periódica	550
b. Para Escrever e Imprimir	950
c. Para Embalagens.....	1.300
d. Industrias e outros....	880
2 — Celulose	4.200
a. Para o mercado interno	2.200
b. Para o mercado externo	2.000
3 — Pasta Mecânica	650

Este Programa reveste-se de maior importância, quando consideramos que, ao garantir a auto-suficiência do supri-

mento do mercado interno, que anualmente cresce a taxas elevadas, estará eliminando um item bastante pesado em

nossa balança comercial, conforme pode-se constatar nos quadros a seguir:

IMPORTAÇÃO DE PAPÉIS E DE CELULOSE 1965/73

Anos	Imprensa Periódica	Escrever e Imprimir	Embalagem	Industriais e Outros	Total de Papel	Celulose
	1.000 US\$	1.000 US\$	1.000 US\$	1.000 US\$	1.000 US\$	1.000 US\$
1965	10.259	2.493	594	1.855	15.201	1.131
1967	15.904	5.057	968	3.736	25.665	3.836
1969	23.552	6.887	2.126	6.030	38.595	3.484
1971	33.489	11.308	2.041	12.181	59.019	13.765
1973	39.528	22.020	12.050	37.977	111.575	30.015

Por outro lado, o Programa tornou-se meta prioritária do Governo na medida em que a produção de celulose e papel poderá ser altamente desenvolvida nos países que:

- possam produzir madeira rapidamente e a custos competitivos;
- ofereçam condições favoráveis de acesso aos mercados internacionais;
- adotem tecnologias cada vez mais evoluídas que propiciem atingir elevados índices de produtividade para o setor.

O Brasil pode facilmente se enquadrar neste contexto, podendo se tornar um importante exportador de derivados de madeira. Dentro das diversas opções para exportação de produtos de florestas, a produção de celulose é uma das mais promissoras, pois de acordo com previsões da FAO, o consumo mundial de celulose resultará, no ano 2.000, numa demanda superior a 300 milhões de toneladas.

Assim, o Programa Nacional de Papel e Celulose estabelece as seguintes me-

tas para a exportação brasileira de celulose a médio e longo prazos:

- 1980 — 2 milhões de toneladas;
- 1985 — 5 milhões de toneladas;
- 1990 — 10 milhões de toneladas;
- 2000 — 20 milhões de toneladas.

Trata-se de um Programa extremamente ambicioso, tanto no que se refere à eliminação do item papel e celulose de nossa pauta de importações, quanto no que toca à participação brasileira no mercado externo para esses produtos. Neste particular cabe salientar que estão previstos investimentos até o ano 2.000 da ordem de 16,7 bilhões de dólares, para uma receita de exportação calculada em mais de 51 bilhões de dólares. Caso estas metas sejam atingidas seremos um dos principais países produtores de celulose.

E aqui cabe uma pergunta: há possibilidade dessas metas serem alcançadas?

Temos todas as condições para a realização deste Programa. Evidentemente não será fácil. Um dos grandes problemas que teremos de enfrentar é o relativo à grande necessidade de capital exigido nesses projetos, seja na formação das florestas seja na instalação das indústrias, pois ambos constituem investimentos com maturação a longo prazo. Formação de florestas e implantação de indústrias são atividades que têm necessidade de capital intensivo, cujo retorno é também demorado.

Como o fator tempo, nesta área, representa papel fundamental, é necessário que as regras do jogo sejam mais ou menos as mesmas por um período razoavelmente longo. Esta afirmação é especialmente válida, quando nos referimos à sistemática dos Incentivos Fiscais, pois de 1966 até esta data, foram introduzidas modificações que trouxeram profundas alterações à situação, antes mesmo que os investimentos realizados no início tivessem dado resultado.

O próprio Programa Nacional de Papel e Celulose prevê déficits no fornecimento de madeira, conforme indica o seguinte quadro:

BALANÇO ANUAL DE MADEIRA - 1974/1980

(Em 1.000 estéreos sem casca)

Anos	Fibra Longa			Fibra Curta		
	Necessid.	Dispon.	Saldo	Necessid.	Dispon.	Saldo
1974	4.220	700	- 3.520	4.800	2.000	- 2.800
1975	4.630	1.600	- 3.030	5.400	4.100	- 1.300
1976	5.090	2.600	- 2.490	5.950	5.000	- 950
1977	5.520	3.900	- 1.620	6.680	6.800	+ 120
1978	6.120	4.800	- 1.320	7.380	11.700	+ 4.320
1979	6.730	6.500	- 230	8.160	18.000	+ 9.840
1980	7.400	7.400	—	9.010	18.300	+ 9.290

Por sua vez, o Plano Siderúrgico Nacional a carvão vegetal, que prevê para 1980 a produção de 7.700.000 toneladas de gusa, basicamente concentrada dentro dos atuais polos siderúrgicos a carvão de madeira, poderá enfrentar sérios problemas ocasionados pelo déficit no fornecimento de madeira para ser transformada em carvão, pois sabe-se que a política siderúrgica brasileira está orientada no sentido de utilizar ao máximo

seus próprios recursos energéticos; e que as reservas florestais nativas exploráveis das áreas de carvoejamento não serão suficientes para atender a demanda de carvão necessária para o Programa, se forem mantidos os atuais níveis de reflorestamento.

Nos últimos 8 anos, para atender à demanda do Plano Siderúrgico Nacional, considerando-se a utilização de

parte das florestas homogêneas, plantadas até 1975, deverão ser utilizadas florestas nativas numa percentagem média de 80% no período de 1976 a 1982.

Para o atendimento do Programa Nacional de Papel e Celulose e do Programa Siderúrgico Nacional a Carvão Vegetal deverão ser reservadas extensas áreas para o plantio de florestas, como indica o seguinte quadro:

Necessidade de áreas de efetivo plantio para o atendimento do Programa Nacional de Papel e Celulose, do Programa Siderúrgico Nacional a Carvão Vegetal e da Produção de Madeira processada mecanicamente (ha.)

Ano	A Área para Papel e Celulose	B Área para Carvão Ve getal	C Área para madei ra processada mecanicamente	D Área Total A + B + C
1976	196.000	245.000	105.000	546.000
1977	209.254	245.000	105.000	559.254
1978	233.645	245.000	105.000	583.645
1979	259.857	245.000	105.000	609.857
1980	299.857	245.000	105.000	649.857
TOTAIS	1.198.613	1.225.000	525.000	2.948.613

Vejam agora, uma comparação entre as áreas necessárias a reflorestar e as áreas possíveis de serem reflorestadas a partir de duas projeções de incentivos fiscais:

Tabela comparativa entre áreas necessárias a reflorestar e áreas possíveis de serem reflorestadas, a partir das projeções de incentivos fiscais - ha.

Ano	A Área possí vel de re- florestar sem a redu ção	B Área possí vel de re- florestar com a redu ção	C Necessidade total de plantio	D Deficit de área para plantio sem a redu ção. C - A	E Deficit de área para plantio com a redu ção. C - B
1976	318.850	267.825	546.000	227.150	278.175
1977	338.000	256.875	559.254	221.254	302.379
1978	361.650	245.925	583.645	221.995	337.720
1979	386.975	232.200	609.857	222.900	337.657
1980	414.050	238.425	649.857	235.807	411.432
TOTAIS	1.819.525	1.241.250	2.948.613	1.129.106	1.707.363

De todos os fatos e dados analisados e levantados neste trabalho podemos concluir que estamos diante de um grave impasse:

- de um lado, a formulação de planos ambiciosos que exigem grandes volumes de matéria prima florestal.
- e de outro, os incentivos fiscais para o setor, que constituem a base de toda a política de reflorestamento, e cujos níveis estão decrescendo gradativamente, e que poderão dificultar o atendimento das metas apregoadas nos Programas já mencionados.

Assim, é necessário um urgente reestudo da política fiscal relativa ao reflorestamento, com o estabelecimento de novos índices de incentivos fiscais, antes que a consecução das várias metas prioritárias nacionais, principalmente as enunciadas nestes dois Programas, fiquem seriamente comprometidas.

ESTIMATIVA DE PLANTIOS COM INCENTIVOS FISCAIS POR TIPO DE FIBRA - 1974/80

Anos	Curta ha	Longa ha
1974	150.104	80.192
1975	136.671	72.630
1976	124.260	61.818
1977	113.009	56.245
1978	102.587	51.058
1979	93.412	46.445
1980	93.412	46.445
TOTAIS	813.455	414.833

CICEPLA

UMA NOVA SIGLA — UM NOVO TRAÇO DE UNIÃO LATINO AMERICANO

Graças ao esforço e à visão de futuro de industriais de papel e celulose ligados às suas respectivas associações nacionais e, após colóquios preparatórios que tiveram lugar, primeiro na cidade do México, depois em Santiago do Chile, e no fim do ano passado em Guarujá, pôde ser realizado em maio deste ano em Cali — Colômbia, a 2.ª Assembléia Extraordinária da CICEPLA, a recém-constituída Confederação Industrial de Celulose e Papel Latino-Americana.

Esta instituição, que hoje é, por pleno entendimento com a ALALC, o único órgão consultor do setor de celulose e papel na América Latina frente aos demais organismos internacionais, teve a sua estrutura jurídica constituída na reunião do Guarujá, para cuja consecução, trabalharam ativamente desde o primeiro colóquio os delegados brasileiros, Drs. Fernando Camargo, Marcello Lettiere Pilar, Antonio Lopes e José Gregori, dirigentes da indústria e diretores que são das nossas associações de classe.

O que é, então, a CICEPLA? A que ela se propõe? Os produtores latinoamericanos de papel e celulose deliberaram criar uma entidade de cunho exclusivamente zonal que coordenasse e estimulasse os interesses que representam. A par dessa missão eminentemente associativa, a CICEPLA deverá cumprir funções de intercâmbio técnico, de levantamento estatístico e de padronização de nomenclatura técnica, defesa e incentivo da utilização do papel e celulose, objetivando ainda, um esforço gradual de substituição às importações extra-zona desses produtos.

A Secretaria executiva da CICEPLA tem sede permanente no Brasil e a ocupa o Dr. Daniel Sossa Miranda e a presidência se faz em rodízio alfabético, de 2 anos, pelos países latino-americanos. É o atual presidente o Dr. Jorge Aceiro, da Argentina e vice-presidente o Dr. Samuel Klabin, do Brasil.

Para a reunião de Cali, a delegação brasileira, (como os demais países membros que no momento são dez: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Equador, Perú, Venezuela, Uruguai e Panamá), formada pelos Drs. Samuel Klabin, Fernando Camargo, Marcello L. Pilar, Antonio Lopes e Ney Meirelles de Oliveira, apresentou um relatório sobre Recursos Fibrósos Nacionais.

Para a primeira Assembléia, que se realizará em novembro próximo, no México, foram constituídas três comissões de trabalhos, para o estudo dos seguintes temas:

Legislação e Promoção Florestal;
Estatística de Produção, Intercâmbio e Alfândega;
Política de Desenvolvimento Industrial, sendo que desta última participa o Dr. Marcello L. Pilar e os demais membros se distribuem, dando colaboração em todas as áreas de estudo indicadas.

A CICEPLA acaba de ser reconhecida como entidade jurídica no país e o Brasil vê com orgulho e responsabilidade a sua indicação como sede permanente da entidade latino-americana, que doravante se dedicará à concretização dos interesses interzonais de papel e celulose.

MATERIAIS TIPOGRAFICOS

E

CARTONAGEM

SULFITE — SUPER-BOND
— FLOR-POST — OFFSET —
CHAMBRIL — CHAMPION BOND
— WESTER-POST — TELADO —
COUCHÉ — COUCHÉ TELADO —
EMBOSSADO — MONOLUCIDO —
JORNAL — CARTÕES
— CARTOLINA —
— CARTOLINA DUPLEX — TRIPLEX

ENVELOPES —
— PAPELÃO: PARDO, PARANA
E COURO.

**PAPÉIS PARA EMBALAGEM EM BOBINAS
E FORMATOS "PAPÉIS KRAFT"**

H.D. — MACULATURA — MANILHA —
MANILHINHA — KRAFT PURO
— SEMI-KRAFT — KRAFT CREPADO

PAPEL DE SEDA

PAPÉIS IMPERMEAVEIS — TECIDO INGLÊS
— PAPEL ONDULADO EM BOBINAS.

**REBOBINAMOS, PAPEL
PARA PLASTIFICAÇÃO
E OUTROS FINS
EM DIVERSOS TAMANHOS**

FORPAL

Fornecedora de Papel Forpal S.A.

"Distribuidor CHAM-EX"

Esc. Compra e Venda:
R. Teixeira Leite, 494 — 1.º and.
Fone: 279-7122 — PBX
Séde Própria — SP.

Depósito: — Séde Própria
— R. Euclides Pacheco, 483 —
Fones: 296-5866 — 296-0714
Tatuapé — SP.

REPRESENTADAS:

IMPASA — INDÚSTRIA MINEIRA DE PAPÉIS S/A.

INDÚSTRIA DE PAPEL "FIBERPAP" LTDA.

ELIAS J. CURI INDÚSTRIA E COMÉRCIO S/A.

IND. E COM. DE PAPEL E PAPELÃO RIBEIRÃO PRETO LTDA.

Papel Higienico:

GIGI — LÍRIO — SUAVE

PAPEL MIOLO

PAPEL TIPO STRONG

MACULATURA PARA MIOLO

CARTOLINA CROMO-PLEX (capa)

PAPELÃO PARANÁ

PAPELÃO COURO

PAPEL MANILHA

MANILHINHA

PAPEL H D

ALPHEU PAIM JUNIOR

REPRESENTAÇÕES:

AVENIDA GUSTAVO ADOLPHO, 1.074

FONES: 227-1404 — 227-2326

SÃO PAULO

NORMALIZAÇÃO TECNICA PARA COMERCIALIZAÇÃO CORRETA

Em função do desenvolvimento explosivo porque passa a Indústria papelreira e em paralelo das indústrias gráficas, convertedoras e usuárias, ressentem-se de um lado os fornecedores e de outro os consumidores, da inexistência de um conjunto de trabalhos de normalização que abranja os campos técnico, industrial, comercial, científico e agrícolas.

Sob palavra normalização compreendemos as seguintes classes:

1. Procedimento
2. Especificação
3. Método
4. Padronização
5. Terminologia
6. Classificação
7. Simbologia

PROCEDIMENTO — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto metódico e preciso de preceitos destinados a:

- estabelecer regras para a execução de cálculos, projetos, obras, serviços ou instalações;
- prescrever condições mínimas de segurança na execução ou utilização de obras, máquinas ou instalações;
- recomendar regras para a elaboração de outras normas e demais documentos normativos.

Palestra proferida por Clayton Sanches, representando a ABCP, durante a realização do I Fórum de Análises promovido pela ANAVE.

ESPECIFICAÇÃO — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto metódico e preciso de preceitos destinados a fixar os característicos, condições ou requisitos exigíveis para matérias primas, produtos semi-fabricados, elementos de construção, materiais ou produtos industriais acabados.

MÉTODO — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto uniforme de preceitos a ser seguido para identificar, verificar ou determinar os característicos físicos, químicos, geométricos ou outros de elementos de construção, materiais ou produtos industriais. O método, além de ser de ensaio, pode ser de análise, e é quase sempre associado a uma ou mais especificações para as quais define o modo de verificar condições específicas que incluem.

PADRONIZAÇÃO — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto metódico e preciso de condições a serem satisfeitas com o objetivo de uniformizar formatos, dimensões, pesos ou outros característicos de elementos de construção, materiais, aparelhos, objetos, produtos industriais acabados, ou ainda, de desenhos e projetos.

TERMINOLOGIA — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto (coleção, lista, ou glossário) de termos técnicos precisamente definidos ou explicados, acompanhados ou não de ilus-

trações, sinônimos ou termos correspondentes em idiomas estrangeiros e classificados segundo um critério definido (alfabético, sistemático, misto).

CLASSIFICAÇÃO — É a classe de norma técnica que constitui um conjunto de elementos sistematicamente ordenados, designados, distribuídos e subdivididos em classes, graus, tipos, séries, categorias, famílias, gêneros, espécies e variedades.

SIMBOLOGIA — É a classe de norma técnica que constitui uma coleção metódica e precisa de símbolos gráficos representativos de certos conceitos, grandezas, elementos construtivos ou partes de um sistema, para visualizar de maneira uniforme, convencional e não ambígua esquemas de montagem, circuitos, fluxogramas, fórmulas, etc., referentes a um determinado setor científico, técnico, industrial ou comercial.

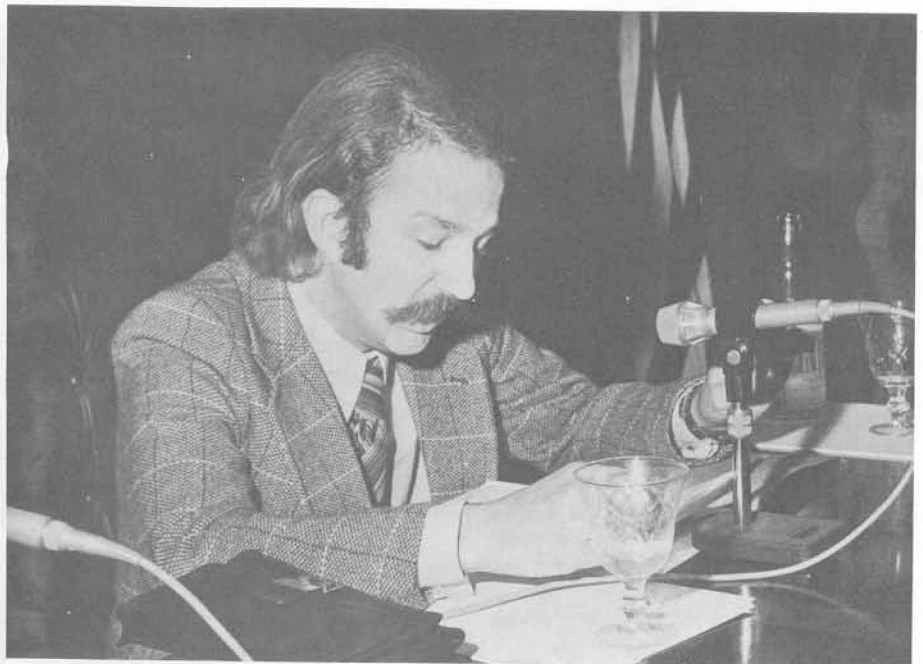
A ABNT — Associação Brasileira de Normas Técnicas, vem há alguns anos, contribuindo no campo das normas técnicas com a apresentação de diversos trabalhos.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas foi criada em 1940, tem por objetivo elaboração de normas técnicas nos campos científicos, técnico, industrial, comercial e agrícola. Tem como um de seus objetivos, a representação do Brasil como entidade nacional de normalização. Para alcançar seus objetivos procurará a ABNT apoiar-se na melhor experiência técnica e nos mais fidedignos trabalhos de pesquisa de laboratório harmonizando os justos interesses de produtores, comerciantes, consumidores, executantes de obras e serviços e órgãos técnicos, visando o aperfeiçoamento e progresso da ciência, da técnica, da indústria e do comércio do país.

Em países de comércio mais desenvolvido que o nosso, a tradição comercial consolidou certas práticas fazendo com que estas fossem consubstanciadas em verdadeiros códigos comerciais, sendo plenamente aceitas por ambas as partes (comprador-vendedor).

Por exemplo, no artigo 5 do Código das normas e usos na indústria e no comércio de papel na Itália tem-se:

"O peso nominal do papel prescrito na comissão, considera-se como peso médio, em cujo peso concede-se uma tolerância em mais ou menos:



CLAYTON SANCHES

até 6%			para papéis inferiores a 20 g/m ²
" 4%	"	"	de 20 a 40 g/m ²
" 3%	"	"	de 40 a 180 g/m ²
" 4%	"	"	de 180 a 240 g/m ²
" 8%	"	"	sup. a 240 g/m ²
" 5%	"	"	feitos a mão
" 5%	"	"	em bobinas
" 6%	"	"	de empacotar e embalar

Demais folhas e pedaços separados dos rolos, mais pesados ou mais leves que a tolerância, não são admitidos para julgamento do complexo da remessa. No caso que o comprador tenha especificado um peso máximo ou mínimo para seu papel, a tolerância não poderá deslocar-se mais que em um só sentido e o limite poderá alcançar o dobro do especificado."

Essas práticas comerciais recebem o rótulo geral de "usos e costumes" e no Brasil não houve ainda um trabalho que as consolidasse, ajuntando as espalhadas praxes comerciais. Nós não temos ainda políticas específicas a serem seguidas em determinadas situações, que obedecem a certas regras. O que predomina é o "bom senso" do vendedor em períodos da procura ou o "bom senso" do comprador em períodos de oferta.

Podemos dizer que para desenvolver um bom trabalho de normalização deve-

mos fazer uma combinação harmoniosa entre a norma técnica e a prática de usos e costumes, pois ambas se completam.

Exemplificando, enquanto uma norma técnica delimita com tolerâncias precisas por exemplo a alvura, a espessura, a colagem, a umidade, a resistência à tração, ao rasgo, ao arrebentamento, etc., de um papel cabe a prática de usos e costumes nortear no que se refere à diferença insignificante de composição da massa, erro insignificante na cortagem das folhas, deficiências na seleção, algumas folhas onduladas que se encontram no princípio do pacote, quantidades de pedido, gramaturas, formatos, condições de venda, peso a faturar, prazos para reclamação, parada ou quebra no estabelecimento gráfico devido ao papel.

A norma técnica (métodos, especificações) possibilita através de suas informações que compradores ou vendedores tenham acesso a série de dados imprescindíveis às negociações. A relação de características fixadas em uma norma com suas tolerâncias ou restrições-limitações servem ainda para impedir que firmas que não tenham habilidade suficiente se arrisquem a uma concorrência, etc.

A operação de compra/venda feita através de norma técnica bem elaborada possibilita a ambas as partes pontos específicos de controle de qualidade.

Quando nos deparamos com o
problema de aparas de
papel e papelão, um nome
está sempre presente

JOELSAS

APARAS DE PAPEL LTDA.

Rua Teixeira Leite, 494 — conj. 1
Fone:— 278-6420 — SP.

RUA TEIXEIRA LEITE, 494 — Cj. 1
FONE: 279-2214
DEPÓSITO: Av. Guilherme, 900
FONE: 92-4504

Além de têr sempre uma solução
imediate para o seu problema de
compra e venda de aparas, oferece
as melhores condições
do mercado É uma emprêsa que
contribui para o engrandecimento
do país no esforço da econômia
de divisas e colabora decididamente
com a ecologia através da reciclagem.

**COMPRA-SE QUALQUER TIPO DE APARAS DE TIPO-
GRAFIAS, REVISTAS, CARTÕES, HOLERITH, PAPEL
VELHO ETC.
RETIRAM-SE ARQUIVOS DE BANCO. DESTRUIÇÃO
IMEDIATA. PAGA-SE O MELHOR PREÇO DA PRAÇA.**

MERCADO ALALC PARA INDÚSTRIA DE ARTES GRÁFICAS

O mercado gráfico paulista — vale dizer brasileiro — é um setor pioneiro.

Pioneiro em "poluição", essa palavra hoje em moda.

Mas poluição comercial.

De fato, o setor gráfico, embora absolutamente inócuo ao ambiente físico, sofre de grave mal intestino que o vem corroendo há alguns anos: concorrência tresloucada.

Não desenfreada, que ocorre algumas vezes em épocas de crise.

Não a concorrência normal e sadia, apoiada nas variações de produtividade, e que acaba selecionando os mais aptos.

Mas a tresloucada, isto é, absurda, sem fundamentos.

Este intróito pode ser chocante, pelas palavras duras.

Mas, infelizmente, é verdadeiro.

E quais as causas ou culpados — se os houver — dessa situação?

Não o industrial. Ele é um pioneiro arrojado, tanto quanto qualquer outro dos tantos que ajudam este País a crescer.

Não a conjuntura do momento, porque conjunturas econômicas oscilam, ciclicamente, conforme todos sabem.

A primeira e principal causa, pelo nosso modo de ver, reside num estreitamento acelerado do mercado comprador, causado por três fatores:

a) — Verticalização de empresas. Hoje, qualquer indústria que fabrique qualquer coisa, sonha em montar uma gráfica própria, aparentemente iludida pelas perspectivas de enormes reduções de custos — mas sem levar em conta imobilizações de equipamentos, mão de obra semi-especializada, ociosidade que pode chegar a 80%.

b) — Entrada no mercado comercial, de gráficas estatais, paraestatais ou de sociedades de economia mista, cujos objetivos principais não são a fabricação de impressos para terceiros. Este tipo de concorrência, muitas vezes isentos dos impostos que o profissional gráfico é obrigado a recolher, conturba completamente o mercado.



DRAUSIO BASILE

c) — O próprio arrojo do industrial gráfico. Desejando, sadiamente, melhorar sua técnica de produção, aumentar sua produtividade, todos nós aumentamos e sofisticamos nossos parques gráficos.

Aproveitamo-nos da visão do sr. Presidente Castelo Branco, que criou o GEIPAG para dar ao povo — via setor privado — livros, meios de comunicação e material didático a preços acessíveis.

Importamos, em 66, 67, até 70, equipamentos e maquinário modernos. Nisto nos acompanharam os fabricantes de papel. Houve, portanto, consonância de objetivos.

Mas os fatores apontados acima, principalmente a descabida febre de montagens de enormes parques gráficos em todos os escalões de todos os âmbitos de governo — federal, estaduais, municipais, autarquias, sociedades de economia mista — desequilibraram o mercado e furaram as previsões.

A segunda causa é o despreparo dos compradores de artigos gráficos, com raras exceções. Os compradores melhor preparados, muitos, até, profundos co-

nhecedores da indústria — não arte! — gráfica, pertencem aos setores que fornecem produtos ao consumo público, produtos para os quais a embalagem é um apelo de venda muito forte. Estes conhecem o metier.

Mas para os demais, artigos gráficos como material de escritório, formulários, talonários, etc., têm importância secundária.

Não há preocupação em conhecer tipos e gramagens de papel, e geralmente não há um mínimo controle de qualidade.

Este fato gera distorções de qualidade, e, portanto, de preço. Poderá estar comprando caro, pensando pagar barato. Poderá estar usando um papel pesado, quando um bem mais leve seria suficiente.

A terceira causa, aliás objetivo desta palestra, é a falta de oportunidade do gráfico em voltar-se para o exterior.

Ao longo destes últimos dez anos, a preocupação maior da ABIGRAF tem sido elaborar acordos de complementação pela ALALC, abrindo mercados novos.

Porque também no setor de impressos, a balança comercial tem sido altamente desfavorável ao Brasil. Um levantamento recente, efetuado pela CACEX a pedido da ABIGRAF e das Associações Nacional e Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose, revelou algumas observações, como a importação de artigos como folhetos, artefatos de papel em geral e, mesmo, livros — impressos em português.

Felizmente essa situação está sendo corrigida pela CACEX. Mas todo o volume dessas mercadorias importadas veio tirar mercado das gráficas e, por extensão, de seus fornecedores, principalmente os senhores, da ANAVE.

Pois bem. Corrigida essa situação, compete ao industrial gráfico, agora, lançar-se aos mercados que já existem.

A África, por exemplo, que vinha importando impressos da Europa e Estados Unidos, poderá fazê-lo do Brasil. A própria China, em seu afã de educar a enorme massa de população, poderá tornar-se um excelente mercado.

Mas o grande mercado é a ALALC.

Em 1974 e 1975, a ABIGRAF participou de várias reuniões setoriais desse organismo. Agora mesmo, uma delegação brasileira, presidida pelo sr. Rubens Amat Ferreira, esteve em Montevidéu, num conclave visando aumentar os já extensos acordos de complementação.

Destas atividades, resultaram recomendações para que os governos respectivos permitam o intercâmbio de diversos produtos, semi-acabados. Ou seja, podemos iniciar-lhes os processos de produção aqui no Brasil, exportando-os em seguida aos países da ALALC signatários dos acordos, que terminam em suas oficinas o processo de fabricação, ou vice-versa.

Através deste sistema, podem ser comercializados os seguintes artigos:

1 — Folhas ou bobinas pautadas, total ou parcialmente, para a confecção de cadernos escolares, livros contábeis, cadernos de desenho ou música, papel de cartas e livros de anotações.

Para as folhas, nenhum lado poderá ser inferior a 36 cm, e para bobinas, a bitola mínima admitida é de 15 cm.

2 — Folhas ou bobinas impressas, total ou parcialmente, destinadas à confecção de calendários ou agendas. Prevelem as bitolas já mencionadas.

3 — Folhas ou bobinas impressas, total ou parcialmente, para a confecção de álbuns ou livros para colorir ou pintar. Entende-se por impresso parcial, aquele cuja superfície impressa represente ao menos 25% do total.

4 — Folhas ou bobinas impressas em um mínimo de 25% de sua superfície, destinadas à confecção de rótulos.

5 — Folhas ou bobinas impressas em uma face, em papel, papelão ou carto-

lina, com um mínimo de 180 gramas por m², destinados à confecção de embalagens.

6 — Folhas ou bobinas, total ou parcialmente impressas, para a confecção de capas de cadernos ou livros.

7 — Idem, para a elaboração de livros.

Este acordo prévio, aprovado na reunião de Montevidéu de 28 de abril, envolve Argentina, Brasil, Chile e Uruguai.

A sistemática da ALALC prevê contactos de empresas para empresas.

Há, porém, um entrave.

Aproximadamente 75% dos estabelecimentos gráficos brasileiros são de pequeno e pequeno-médio porte.

Esta classe de indústria, por seu tamanho, não tem condições de montar um esquema administrativo que possibilite, individualmente, os contactos necessários no exterior, e mesmo no próprio Brasil, para iniciar atividades na área da ALALC.

E, paradoxalmente, são os mais necessitados de uma ampliação do mercado. Porque essa faixa de indústrias é a que mais participa da taxa de ociosidade do equipamento — que é da ordem de 50%.

Os restantes estabelecimentos, de médio e grande porte, geralmente têm uma clientela ou linha de produtos, já consolidados no mercado nacional, ou estão aparelhados para fornecer os produtos finais.

Assim — embora as vendas, quaisquer que sejam, não sejam para desprezar — estas indústrias teriam que alterar sua linha de produção para atender à reciproca da exportação, isto é, teriam que produzir artigos semi-acabados, e finalizar outros, que receberia do exterior.

Porém, como isto envolve uma maior aptidão para flexibilidade técnica, nem sempre possível nas empresas grandes pelas linhas de produção já montadas e tiragens grandes ao mercado nacional, resulta daí uma primeira conclusão:

Numa fase inicial, o mercado da ALALC pode ser especialmente apropriado às empresas pequenas.

Estas, porém, como dissemos, geralmente não contam com estrutura para os contactos.

Segue-se uma segunda conclusão: — Caberá à própria ABIGRAF funcionar como elemento de aproximação entre a indústria do exterior e a nacional.

Esta função é, também, importante para equilibrar a distribuição dos quinhões de mercado, pelas várias regiões do país.

Sendo uma entidade de âmbito nacional, a ABIGRAF, por suas regionais, efetuará distribuições de serviços, evitando a concentração em algumas regiões em detrimento de outras.

Como informação adicional, eis algumas das recomendações aprovadas na reunião de Montevidéu:

a) — Por força de disposições do projeto de acordo elaborado pelas delegações participantes, que prevê a obrigatoriedade de requisitos específicos de origem para os produtos comercializados.

Recomendam às delegações do Brasil, Argentina, Chile e Uruguai, que façam gestões junto a seus governos para que, na oficialização dos tratados de comercialização, seja estabelecido um requisito específico — a matéria-prima seja de origem zonal, isto é, da zona da ALALC. E por matéria-prima entende-se papel e cartolina.

Notícia alviçareira para os senhores.

b) — Recomendação importantíssima! Frizamos no início da palestra, as dificuldades que o setor privado enfrenta, por força da estatização e verticalização.

Graças ao trabalho das delegações foi recomendado ao Comitê Executivo Permanente da ALALC que solicite aos respectivos governos um exame detido das reivindicações do empresariado visando corrigir essa situação.

Para isso, solicitar-se-á aos governos que tomem as medidas necessárias para que as oficinas gráficas estatais — sejam de que âmbito for — bem como das instituições religiosas ou de benemerência, destinadas apenas ao ensino, sem fins lucrativos, se limitem às funções específicas para as quais foram criadas, abstendo-se de interferir e competir com a atividade comercial da indústria gráfica privada.

Como curiosidade, e como exemplo, de forma de atenção decidida pela qual um governo incrementa o setor privado, livrando-se das peias da estatização, a delegação de empresários do Chile informou, em plenário, que o governo daquele país já começou a transferir este tipo de tarefas ao setor privado, e já está procedendo ao desmonte de seus próprios parques gráficos.

Com esta série de medidas, com o trabalho da Confederação Latino Americana de Indústrias Gráficas — CONLATINGRAF — a ALALC deverá preencher o vazio da comercialização até agora promovida por países fora da área.

Haverá mais mercado para o setor gráfico — o que implicará em mais vendas para os senhores.

E, principalmente, o balanço de pagamento do país não será agravado pelo passivo de cerca de 10 milhões de dólares, que foi a diferença entre as exportações e importações de impressos e artefatos de papel.

SOBRASIN, A 40 ANOS SINALIZANDO E ORIENTANDO O TRÂNSITO NO BRASIL

A SOBRASIN é a responsável direta pela sinalização das cidades brasileiras.

Ela vem desenvolvendo a técnica e os produtos de segurança.

Ela cria e planeja continuamente, buscando a perfeição, para preservar tua vida e tua integridade física.

Respeite e conserve os sinais do tráfego, pois eles são a tua e a nossa segurança.

Não dirija como se tivesse duas vidas, podendo arriscar uma. Vive-se só uma vez.

São estes os conselhos da empresa que trabalha, para a tua segurança.



SEMÁFOROS INSTALADOS

*CIDADE SINALIZADA —
CIDADE CIVILIZADA*

Em todo o Brasil estão sendo instalados hoje cerca de 10.000 semáforos nacionais. A SOBRASIN — SOCIEDADE BRASILEIRA DE SINALIZAÇÃO LTDA., a única empresa brasileira especializada na fabricação e manutenção de semáforos, é quem cuida de todos. Em suas instalações, técnicos especializados acompanham a construção de cada semáforo e cada um dos vários acessórios opcionais. Por isso, os órgãos municipais e estaduais que zelam por sua segurança e a de sua família confiam na SOBRASIN, assim como você confia neles.

Fundada por Jair Alvez Horta, a SOBRASIN há quarenta anos vem sinalizando e orientando o trânsito e o tráfego no Brasil.

Milhões de brasileiros, todos os dias, vêem os produtos da Sobrasin.

De instante a instante, homens e carros se detêm obedientes ao comando de seus produtos.

Entretanto, poucos sabem que os semáforos, os Pisca-Piscas, as Porteiras Elétricas, os Postes e as Placas de Sinalização, os Fiber-Glass e todo o material de segurança das estradas e do trabalho são planejados e executados pela SOBRASIN.

A SOBRASIN fabrica atualmente toda a linha de sinalização, quer do trânsito, quer do tráfego, quer no trabalho.

*TODA A VEZ QUE VOCÊ OBSERVA
O FAROL DO TRÁFEGO, VOCÊ
ESTÁ OLHANDO PARA UM
PRODUTO SOBRASIN.*

SOBRASIN SOCIEDADE BRASILEIRA DE SINALIZAÇÃO LTDA.

RUA CONDE DE SARZEDAS, 346 — FONES: 278-0198 — 278-5691
279-5091 — 278-8267 — D.P.T.º JURÍDICO — SÃO PAULO

A INDÚSTRIA DO PAPELÃO ONDULADO NO BRASIL



*Palestra apresentada por
Mário Parmigiani Jenschke,
de KLABIN IRMÃOS & CIA..*

Atualmente, o tipo mais comum de caixa usada comercialmente para despacho, é a caixa de papelão ondulado.

Isso, no entanto, é relativamente recente. As primeiras patentes referentes às caixas de papelão, foram concedidas na Inglaterra, em 1856; nessa ocasião e ainda durante muito tempo, as caixas de madeira eram largamente preferidas, e indefectivelmente encontradas em todos os locais.

Por exemplo: ao final da 1.^a Grande Guerra (1918), cerca de 20% das caixas fabricadas nos Estados Unidos eram de papelão ondulado e papelão compacto, enquanto que os outros 80% das caixas eram representados por caixas de madeira.

Já nos fins da 2.^a Guerra Mundial (1945), a situação era exatamente inversa, isto é, 80% das caixas fabricadas nos Estados Unidos eram de papelão ondulado, restando 20% para as caixas de madeira.

Aqui no Brasil, a indústria do papelão ondulado começou em São Paulo por feliz iniciativa da empresa J. Costa e Ribeiro, em 1935. Hoje, 41 anos depois desse evento, se nos afigura que os processos de fabricação empregados pelo pioneiro J. Costa deviam ser bastante rudimentares e vagarosos; ademais, a qualidade do produto fabricado, muito adequada e bem aceita àquela época, seria sofrível em termos atuais. Os dois detalhes apontados, no entanto, em nada deslustram o grande valor de pioneirismo que esta iniciativa representou.

Para sublinhar a importância dos frutos dessa iniciativa, daremos alguns números que representam, hoje, a poderosa indústria brasileira do papelão ondulado.

Bem, não são números de HOJE, são números de dezembro de 1974, conforme publicados pela Associação Brasileira do Papelão Ondulado em seu Anuário Estatístico 1974 e que pedimos licença para reproduzir:

CAPITAL SOCIAL

O capital social do setor de papelão ondulado atingia em 31.12.74 a expressiva soma de Cr\$ 764.690.000,00, representando um crescimento de 19% em relação a 1973 e 106% em relação a 1970.

O Estado de São Paulo conta com a maior parcela do capital aplicado no setor, representando concentração de 82%, imediatamente seguido por Pernambuco, com 12%.

GERAÇÃO DE EMPREGOS

A indústria do papelão ondulado gerou, no período de 1970 a 1974, as oportunidades de 3.453 novos empregos, representando um adicional de 75% sobre o contingente humano empregado pelo setor em 1970. Nosso compartimento industrial empregava em 31.12.74 cerca de 9.500 pessoas: considerando-se a família média brasileira como composta de 5 pessoas, poderemos dizer que em dezembro de 1974, aproximadamente 47.500 pessoas eram dependentes do setor do papelão ondulado.

SALÁRIOS E IMPOSTOS PAGOS

O contingente de trabalho do setor venceu, durante 1974, o total salarial de Cr\$ 121.244.000,00, representando esse valor um acréscimo de 50% sobre o montante salarial pago em 1973.

A contribuição dada pela indústria do papelão ondulado ao governo em 1974, sob a forma de taxas e impostos, foi de Cr\$ 262.573.000,00, representando aproximadamente 1/3 do capital social do setor.

PRODUÇÃO

A transformação do papel ondulado depende, basicamente, de uma única máquina, a ONDULADEIRA. As 49 onduladeiras existentes no Brasil em 21.12.74, variavam quanto à automação, velocidade, largura de chapa produzida, número de cabeçotes que permitam a confecção dos diversos tipos de ondas, etc.

A capacidade nominal dessas 49 onduladeiras era de 111.425.000 m²/mês, correspondendo a transformação de 61.466 toneladas de papel capa e miolo, em papelão ondulado. Sessenta e cinco por cento dessa produção concentra-se no Estado de São Paulo, 13% no Estado do Rio de Janeiro, 7% em Pernambuco, e o restante está dividido entre Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Da produção acima, foram expedidos durante 1974, 773.338.000 m² (64.445.000 m²/mês) ou sejam, 454.150 toneladas (37.846 toneladas mensais) significando 58% da capacidade nominal instalada.

A evolução da produção bruta de papelão ondulado nos últimos anos é a seguinte:

1970:	218.257 toneladas
1971:	242.376 "
1972:	283.848 "
1973:	434.620 "
1974:	510.370 "

Vejam que a produção vem subindo constantemente. Colocar essa produção no mercado é que tem dado um trabalho!...

Imaginem que foi prevista para agosto de 1975, a capacidade total (nominal) de onduladeiras de 136.308.000 m²/mês, e a de produtos acabados de 101.114.000 m²/mês, representando incrementos de 22% sobre a capacidade nominal de 1974, e 24% sobre a capacidade de entrega de produtos acabados de 1974 (caixas e acessórios). Imaginem o quanto de trabalho e "cuca" se dispendeu para colocar tudo isso!

A IMPORTANCIA DA INDÚSTRIA DE PAPELÃO ONDULADO NO BRASIL

Iniciada modestamente em 1936, como já foi informado há minutos, a indústria

brasileira de papelão ondulado reveste-se hoje de importância incomum no cenário industrial do nosso Brasil: já possuímos, em pleno funcionamento uma associação de classe, a Associação Brasileira do Papelão Ondulado, a familiar ABPO, a quem agradecemos, na pessoa de seu presidente, nosso amigo Roberto Nicolau Jeha, os dados aqui fornecidos.

Outrossim, ainda estão bem vivos em nossa memória, os ecos do III Congresso Mundial de Embalagem, realizado aqui mesmo em São Paulo, em novembro de 1974, sob co-patrocínio da Associação Brasileira de Embalagem — ABRE, entusiasticamente presidida pelo bom amigo nosso, Sr. Manuel Vieira, da União Latino Americana del Embalage — ULADE, e da World Packaging Organization, sediada em Hong Kong. Durante cerca de uma semana, São Paulo foi o centro e o foco dos assuntos sobre embalagem. O setor de papelão ondulado fez-se representar lucidamente em tal evento, e dele tirou benefícios decorrentes principalmente do contato com os "papas" mundiais do assunto.

O MERCADO DO PAPELÃO ONDULADO

Para onde vai o papelão produzido? Quais as tendências do mercado? Há razões para investir, ou será a hora de aguardar-se acontecimentos?

Gostaríamos de reproduzir aqui, tópicos da brilhante palestra do Dr. Washington Franco Mathias, de Klabin Irmãos & Cia., sob o título "Tendências do mercado de papelão ondulado", proferida por ocasião do I ENCONTRO DA INDÚSTRIA DE EMBALAGEM, realizado em dezembro último sob os auspícios da ABRE:

"Excetuando certas aplicações específicas e de pequena significação, o papelão ondulado tem seu principal uso como embalagem. Podemos, portanto, classificar o P.O. como sendo um BEM INTERMEDIÁRIO: ou seja, um bem de PROCURA DERIVADA.

Nestas condições, a procura de P.O. nos setores em que é consumido, vai depender da FUNÇÃO DE PRODUÇÃO daquele setor.

A função de produção exprime a quantidade que se obtém de um certo produto, em função das quantidades utilizadas dos fatores da produção. A função de produção, em princípio, é a chave para a análise do mercado de P.O., uma vez que, através dela, é possível determinar os coeficientes técnicos de utilização para cada setor consumidor.

De modo mais geral, entretanto, a demanda de P.O. será determinada pela atividade global da economia e pelo desempenho da atividade industrial em particular, uma vez que os bens de procura derivada têm suas demandas determinadas pelos bens de consumo.

Os setores maiores consumidores de P.O., por ordem de volume, são:

SETOR	%
Alimentício	34
Farmacêutica (incl. cosméticos)	14
Avícola	10
Têxtil	6
Bebidas	6
Eleto-Eletrônico	5
Outros	25
	100%

Verifica-se, pois, que 75% de consumo de P.O. encontram-se nas categorias dos bens de consumo. Os 25% correspondentes aos demais setores referem-se também a produtos industrializados. Deste modo, podemos caracterizar a demanda de P.O. atualmente como ligada diretamente ao crescimento de produção industrial.

Espera-se um crescimento mais moderado no produto industrial nos próximos dois anos como reflexo interno da crise econômica mundial. A queda nas exportações e a conseqüente restrição no balanço de pagamentos são as causas mais visíveis para o mercado interno dar resultados a mais longo prazo, e, por isto, associamos a retomada de crescimento industrial à recuperação das economias desenvolvidas.

Nessas condições, a projeção de consumo de P.O. é a seguinte:

Ano	HIPÓTESE (1.000 t)	
	Otimista	Pessimista
1975	384,4	384,4
1976	404,2	397,6
1977	439,0	418,0
1978	492,3	454,0

Verificamos que o consumo de P.O., caso se constatem as hipóteses feitas, deverá apresentar um crescimento mais moderado nos próximos anos.

Concluindo, diríamos que, face às observações feitas e aos modelos testados, o produto industrial é o melhor indicado para projetar o consumo de papelão ondulado.

As modificações pelas quais passa a economia brasileira na atualidade, tais como: maior ênfase para o crescimento do mercado interno, podem, entretanto, fazer com que os resultados sejam mais otimistas a longo prazo. Por outro lado, a persistência do esforço para exportação de produtos manufaturados pode influir mais que o previsto no crescimento do produto industrial.

Nestas condições, as análises feitas e as projeções apresentadas, devem ser vistas como passíveis de revisão, na medida em que se altere o contexto econômico".

Ao Dr. Washington Mathias, os nossos agradecimentos.

Agora, só aqui entre nós, homens de vendas da ANAVE: se o besouro tomas-

se real consciência de que o tamanho e forma de suas asas, em relação com a falta de aerodinâmica e o grande peso de seu corpo, o impede tecnicamente de voar, haveria de ficar pregado no chão, com MEDO DE TENTAR... No entanto, ele não sabe de nada: dá um impulso, faz um esforçozinho, bate desesperadamente as desajeitadas asas, e sai voando! Acho melhor a gente se comportar como besouro, senão, quem é que vai vender toda aquela metragem quadrada que lhes informamos há cinco minutos? Quem? Quem?

O negócio é conosco mesmo, e vamos dar tratos à bola prá resolver o problema, confiando sempre que Deus é brasileiro e sempre ajuda-nos a dar aquele jeitinho...

CONSIDERAÇÕES TÉCNICAS À MARGEM DO MARKETING DO PAPELÃO ONDULADO

Em 14 de novembro de 1975, em palestra proferida durante o Seminário de Marketing promovido pela International Corrugated Case Association — ICCA, na Europa, e Dr. C. DAGLIO, da Itália, teceu várias considerações de ordem técnica que, a seu ver, vêm dificultando o "marketing" das caixas de papelão ondulado na Europa.

Por julgarmos que as considerações feitas pelo Dr. Daglio para o mercado europeu encontram aplicação imediata nas condições atuais do comportamento do consumidor brasileiro, permitimo-nos a adaptar à nossa realidade alguns pontos dessa palestra, oferecendo-os à consideração dos amigos presentes.

O setor das linhas de embalagem primária de produtos sofreu nos últimos dez anos modificações contínuas em conceitos e tecnologia, com vistas à sua adaptação às necessidades cada vez mais complexas de novas embalagens, maiores velocidades, custos mais baixos, emprego mais racional da mão-de-obra, etc.

Nesse setor de embalagens, as mais sofisticadas alquimias de marketing, como misturas de cores, "design" avançado, novos materiais, etc. encontraram total correspondência e correlação com o desenvolvimento de novas máquinas de embalar. O conceito de SISTEMAS DE EMBALAGEM tem tido aqui uma aplicação racional e completa: embalagens de novos formatos, produzidas com novos materiais, têm se tornado realidade operacional através a introdução de máquinas especialmente estudadas para permitir seu uso.

E, quanto às embalagens para transporte?

E, quanto às caixas de papelão ondulado (em outras palavras)?

Aqui a evolução tem sido bem mais

lenta. Apenas nos últimos anos foi notada uma acentuada tendência à mecanização de uso de embalagens de papelão ondulado.

O CONCEITO DE UM SISTEMA DE EMBALAGEM

Um sistema de embalagem é um complexo formado por uma caixa de papelão ondulado e por uma ou mais máquinas automáticas que possibilitem a otimização de seu uso. O sistema é baseado no conceito de que a caixa ondulada é parte mesmo do processo de embalagem, onde caixa e máquinas estão perfeitamente integradas e auto-complementadas.

O esquema básico consiste de três estágios:

- I — Preparação da caixa ondulada para seu enchimento;
- II — Colocação de produto na caixa ondulada;
- III — Selagem da caixa.

Vários arranjos entre máquinas e caixas, máquinas e chapas, podem ser feitos, porém, basicamente, o sistema irá funcionar como descrito.

NO ENTANTO, A DESPEITO DE TODA ESSA NECESSIDADE DE INTEGRAR MÁQUINAS E CAIXAS...

Temos certeza de não estarmos errados quando afirmamos que, de forma geral, a posição de nossa indústria em comparação com a evolução dos sistemas de embalar, é muito fraca.

Nossos vendedores têm ficado isolados nos diversos escritórios dos diversos departamentos de compras dos diversos consumidores: enquanto esperam pedidos e discutem preços e condições, as linhas de embalagens, dentro das fábricas de seus clientes, estão passando por transformações radicais...

Um fato muito estranho vem ocorrendo frequentemente: decisões que envolvem mudanças profundas no uso de caixas onduladas, e mesmo, algumas vezes, influenciam a própria forma das caixas, têm sido discutidas e acordadas entre nossos clientes e os fabricantes das máquinas de embalar, sem que seja ouvido o fabricante das caixas, ainda confinado nas salas dos departamentos de compras, onde as escolhas são feitas exclusivamente na base dos preços e condições de venda!

Tivemos oportunidade de viver situações nas quais fabricantes de máquinas de embalar impuseram modificações no formato e construção de caixas, e mesmo na qualidade dos materiais usados na fabricação das caixas. Mas esses fabricantes de máquinas nem sabiam a diferença entre onda A e onda C! Não nos admiramos, portanto, de que os sis-

temas tão cuidadosamente projetados, nunca venham a funcionar perfeitamente...

O pior é que a responsabilidade sobre tal situação recai inteiramente sobre nossa indústria, sobre todos nós, os produtores de caixas de papelão ondulado. É uma questão de credibilidade, de reputação, de imagem.

Evidentemente, nossos clientes nunca nos consideraram capazes de participar da evolução dos sistemas que irão utilizar os nossos próprios produtos. Entretanto, lembram-se de nós imediatamente quando alguma coisa não funciona a contento em tais sofisticados sistemas: atiram-nos a responsabilidade toda, devolvem nossas caixas como inservíveis, alegando que suas máquinas são "sempre" perfeitas... (é claro, pelo tanto que custaram em bons dólares...)

A maior parte dos produtores de caixas não sabe o que acontece com as caixas que vende, até o momento das reclamações...

Será ele então compelido a modificar materiais, gramaturas, fechamento, a criar novos modelos e dimensões de caixas. Além disso, assumindo total responsabilidade por algo de cuja decisão não participou, será obrigado a "engolir" de volta as caixas acusadas de impróprias ao sistema... infalível e... perfeito... criado à sua revelia!

Assumir tal responsabilidade pode, no entanto, ser usado em nosso benefício, levando-nos à liderança do processo de desenvolvimento dos sistemas de embalagem a serem oferecidos aos usuários.

É uma possibilidade para:

1. **melhorar a imagem de nossa indústria** demonstrando: **capacidade** de desenvolver novos sistemas de utilização de caixas onduladas, **seriedade** no estabelecimento de relação com o cliente e **responsabilidade** parcial ou total pelas linhas de embalagem.

2. **vender melhor nossas caixas**, mettendo em nossa cabeça que somos fornecedores de "serviços", o que envolve a necessidade de alta eficiência.

3. **manter-nos competitivos em face a outros materiais** participando da evolução dos conceitos de EMBALAGEM por meio de novos sistemas capazes de enfrentar o ataque de materiais substitutivos da caixa ondulada.

O melhor processo para se conseguir isso, é introduzir, junto a clientes e fabricantes de máquinas, o método da **cooperação tripartite**: integração nos estudos dos processos entre:

1. o fabricante da caixa ondulada;
2. o fabricante da máquina que vai processar a caixa ondulada;
3. o cliente, que irá colocar seu produto na caixa ondulada...

Precisamos, a qualquer custo, fazer nossos clientes entenderem a cristalina verdade tantas vezes repetida como axioma por T.W. Dickes, da Standard Knapp: "As melhores e mais avançadas máquinas nunca poderão funcionar dentro dos níveis de eficiência que justifiquem sua compra, a não ser que sejam perfeitamente compatíveis com as caixas que deverão processar".

Senhores, há alguma dúvida de que essas palavras podem ser perfeitamente aplicadas à realidade brasileira?

Hoje, embalamos no Brasil desde ovos a computadores.

De laranja a televisores.

De pintinhos de um dia a refrigeradores.

De carne congelada a conicais de fios têxteis para exportação.

Só nos falta participar dos processos de seleção de sistemas de embalagem.

Vamos agora dar-lhes um merecido descanso: Porém, descansemos carregando pedras: vamos exibir-lhes um filme de alguns minutos, preparado pelo Fourdrinier Institute, dos Estados Unidos, onde é demonstrado um sistema de embalagem de maçãs.

Vejam como o sistema funciona bem,

perfeitamente integrado. Pode-se notar a perfeita interação entre as caixas onduladas e as máquinas que as processam.

Nos comentários do filme, ainda há queixas sobre a parte final de manuseio das caixas.

E nós? Chegaremos um dia a tal estágio?

É o que desejamos. Lutaremos por isso.

Muito obrigado pela atenção de vocês todos, colegas nossos de sacrifício... queremos dizer... de vendas!

Até uma outra oportunidade.



FABRIANO S/A. Papeis Especiais e de Segurança

R. CONSELHEIRO CARRÃO, 596 — FONE: 288-0659

VENDAS: FONES: 34-0585 — 33-4795 — S. PAULO

Representante exclusivo
para todo o Brasil da
Cartier Miliani Fabriano

PAPEIS:

Ingres/Cover - Muriilo - Fabriano Clássico
Rafaello - Castello - Rosaspina
e papeis de luxo para correspondência

BOSATELLI

A ARTE EM FOTOLITO

R. CLIMACO BARBOSA, 779 - FONE: 273-2289 - SP

REPRESENTAÇÕES PAPELSUL LTDA.

GERMANO REBENTISCH — Sócio Gerente

Praça das Contendas, N.º 106
Fone: 247-4662 — Cx.P. 12.796 — Z.P. 18
End. Telegráfico: "PAPELSUL"
SANTO AMARO — São Paulo



IAP. S/A IND. DE PAPÉIS E CARTÕES

INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPELÃO IBICUI S. A.
PAPEL TIPO KRAFT de 60 a 110 gm²

FÁBRICA DE PAPEL E PAPELÃO JUSTO S. A.
SÃO LEOPOLDO — RS
MANILHA 60x90 - MANILHA EM BOBINAS - KRAFT
MANILHINHA 34x45 - MIOLO ONDULADO

COMÉRCIO DE APARAS DE PAPEL
JUAN J. MARTINEZ & CIA. LTDA.
APARAS BRANCAS DE 1.ª - HOLLERIT - JORNAL

CELULOSE FIBRA CURTA E FIBRA LONGA
BRANQUEADA E NÃO BRANQUEADA.
TEMOS DISPONIBILIDADE
FONE: 247-4662

ESTAMOS ORGANIZADOS EM COMPRA
E VENDA DE MÁQUINAS E EQUIPAMEN-
TOS USADOS, PARA A INDÚSTRIA DE PA-
PEL E CELULOSE — CONSULTEM-NOS

EMBALAGEM

MERCADO NACIONAL EM DESENVOLVIMENTO

1) Apesar das embalagens, especialmente às destinadas ao transporte de cereais, café em grão, açúcar, farinhas, frutas e bebidas engarrafadas, serem de longa data conhecidas no Brasil, foi praticamente somente nos últimos 20 anos que vimos dando a devida importância às embalagens de um modo geral.

2) Desde que nossos antepassados inventaram o simples arado que lhes daria a possibilidade de aumentar sua produtividade agrícola, vem o homem preocupando-se em escala crescente com embalagens que servirão para melhor conter, conservar, transportar e comercializar seus produtos — quer sejam alimentos, vestuários, materiais de construção, etc.

Destes grupos, a alimentação, devido ao seu grau prioritário para a sobrevivência do homem, é a que mais atenção tem recebido e ainda hoje é responsável por aproximadamente 65% da embalagem consumida, tanto no Brasil como em outros países "desenvolvidos" ou "em desenvolvimento".

Assim mesmo, como já disse em outras ocasiões, ainda hoje se estima que no mínimo 20% da nossa produção de gêneros alimentícios no Brasil se perde por falta de embalagens adequadas para a conservação e transporte. Situação esta, que além de onerar o preço final ao consumidor, priva boa parte de nossa população, de baixo poder aquisitivo, de alimentos indispensáveis a um padrão mínimo de nutrição que até lhes afeta a saúde, sua produtividade, seu desenvolvimento intelectual.

3) Qualquer um pode facilmente verificar que apesar do processo havido, tanto no manuseio de produtos primários como na tecnologia de transformação, transporte, armazenagem e na comercia-

lização final de produtos, em muitas partes do Brasil, ainda hoje, boa proporção de gêneros alimentícios, especialmente os perecíveis tais como carnes, peixes, verduras, frutas e gorduras, perdem-se, ou pior, são consumidos semi-deteriorados, por falta de embalagem adequada e inadequadas facilidades de conservação de acordo com as condições climáticas (especialmente por falta de refrigeração).

4) — Como curiosidade, vou mostrar-lhes um exemplo de uma "venda" do começo deste século que combina com o seu título: "Aconchegante, atrativa, inconveniente, anti-higiênica e pouco prática". Vale a pena notar a indispensável ratoeira e o gordo "bichano"! (slide) Esta venda é na Inglaterra, mas eu tenho visto coisa pior no interior do Brasil, com baratas e ratos por todos os lados e caixas de peixe seco e carne seca servindo de mictórios de cães.

5) Em contra-partida, tenho aqui uma vista de uma seção de produtos alimentícios de um moderno super-mercado (slide), onde, além de ser uma festa para os olhos e agucar o apetite com a bonita apresentação dos produtos, em todos os tipos de embalagem, através da visível identificação de seus fabricantes, garantem sua origem, peso e qualidade.

É nessa mesma direção que a embalagem está caminhando no Brasil, e sua importância mais se acentua se quisermos concorrer com nossos produtos nos mercados cada dia mais competitivos, quer sejam nacionais como internacionais.

Gostaria nesse ponto, de mostrar-lhes uma série de slides de embalagens de produtos estrangeiros com os quais possivelmente estaremos concorrendo nas prateleiras dos diversos tipos de lojas no exterior.



Palestra proferida em São Paulo, por Manuel Vieira, Presidente da Associação Brasileira de Embalagem, em 4.5.76, no 1.º Fórum de Análises — Mercado, Celulose, Papel e Artes Gráficas da Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados.

Nota: Reprodução proibida sem autorização do autor, por escrito.

Notarão que algumas destas embalagens já são conhecidas no Brasil, muitas das quais de qualidade impecável.

É digno de nota o número de embalagens de papel e cartão combinadas com plástico e celofane e as garrafas/frascos e latas com rótulos de papel.

6) Em suma, quer seja com produtos alimentícios e industrializados (vide fotos caixas papelão corrugado) como produtos de higiene, vestuário, farmacêutico (até preciosas vidas se salvam com plasma e soros devidamente embalados), eletrodomésticos, ferragens etc., a embalagem é vital componente do progresso sócio-econômico do Brasil.

7) Com a evolução, em ritmo crescente, da mercadologia moderna, inclusive super mercados e outros estabelecimentos de "auto-serviço", onde grande parte das vendas são na base de "impulso", é de suma importância, além da proteção ao produto, também o lado estético/gráfico da embalagem, assim como a parte funcional no que diz respeito à facilidade de utilização/retirada do produto nela contido.

Isto também se aplica no caso de exportações, onde apesar de grande concorrência internacional, devemos lutar por nosso quinhão do mercado.

8) Agora vou tentar lhes dar uma idéia da representatividade da indústria de embalagem no Brasil. Basta dizer que o consumo de embalagem total para 1973 corresponde a 38% do valor total das exportações nesse ano, ou 30% das exportações de 1974 e 24% das de 1975.

Muitos setores econômicos, além de serem usuários e/ou consumidores de embalagens, contribuem direta ou indiretamente com matérias-primas básicas, ou componentes, acessórios, máquinas e equipamentos para a sua fabricação e para sua utilização final por seus usuários.

Eu calculo que no Brasil, no momento, mais de um milhão de pessoas se ocupam na fabricação de matérias-primas e componentes para embalagens, na fabricação de embalagens propriamente dita, assim como na sua utilização no acondicionamento dos produtos às quais se destinam.

9) De acordo com estatísticas de diversos países, está comprovado que o consumo de material de embalagem está relacionado com o poder aquisitivo da população. Enquanto para o Brasil em 1973 eu estimava o consumo total de todos os tipos de embalagem em torno de US\$ 1,5 bilhão de dólares ou US\$ 14.00 per capita para um PIB (Produto Nacional Bruto) médio de US\$ 768 (1.83% embalagem versus PIB), o consumo total nos Estados Unidos em 1973 foi de US\$ 22,6 bilhões de dólares ou US\$

107,50 per capita para um PIB US\$ 5,200.00 per capita (2,1% em relação ao PIB).

Nestas cifras não está incluso o valor da mão-de-obra do usuário da embalagem por ocasião do acondicionamento final dos produtos.

10) Quanto ao consumo de embalagens no Brasil em 1974 e 1975, eu esti-

mo US\$ 1,85 bilhões de dólares para 1974 e US\$ 2,1 bilhões em 1975, valores estes afetados pela alta de preços em 1974 e uma menor demanda em 1975.

11) Vale a pena comparar as estimativas da evolução do consumo de material de embalagens no Brasil de 1970 a 1973, 1974 e 1975, com as grandes cifras para os E.U.A.:

CONSUMO DE EMBALAGEM — BRASIL E E.U.A.

ANO	TOTAL US\$ MILHÕES		PER CAPITA		
	BRASIL	E.U.A.	BRASIL		E.U.A.
	(x)	(xx)	Cr\$ (xxx)	US\$	US\$
1970	850	18.597	41,85	9.00	90.00
1973	1.470	22.579	87,08	14.41	107.50
1974	1.850	25.258	131,88	17.75	118.60
1975	2.100	28.512	173,30	19.44	132.00

(x) Estimativa M. Vieira

(xx) Revista Modern Packaging, Dez. 1975

(xxx) Base taxa cambial fim de ano

Ao interpretar estas cifras, onde, enquanto o consumo per capita em dólares dobrou do ano de 1970 para 1975, os valores equivalentes em cruzeiros se quadruplicam devido à desvalorização do cruzeiro neste período ter sido inferior a nossa inflação interna.

12) Creio que todos estão conscientes que, independente de margens de erro comuns em estimativas deste tipo, tem havido grande progresso no setor de embalagem no Brasil. Como exemplo podemos citar:

- Embalagens "one-way" (latas e vidro) para cervejas;
- Substituição das garrafas de leite multi-viagem por saquetes (sacos) plásticos e de cartuchos de cartolinas especiais (Tetrapack e Pure-Pack);
- Extraordinária evolução nas vendas de yogurt, gelatinas e margarinas em embalagens (copos e potes) de plástico;
- Maior proporção de arroz, feijão e outros cereais pré-acondicionados

para venda ao consumidor, em sacos de papel e plásticos;

e) Maior proporção de ovos, frutas e legumes pré-acondicionados (inclusive nos próprios super-mercados);

f) Aumento de embalagens individuais de metal, latas, papel, vidro e plástico;

g) Aumento de embalagens de viagem de papelão ondulado para atender à maior demanda para transporte interno de frutas e verduras, de cerveja "one-way" e de produtos manufaturados, inclusive para exportação (Vide ilustrações Klabin).

13) Apesar do progresso havido ainda temos muito que evoluir, quando nos comparamos com os Estados Unidos e mesmo com alguns principais países europeus. Para tanto, creio ser suficiente mostrar o consumo per capita (em quilos) dos principais materiais de embalagem no Brasil em 1973 em comparação com os Estados Unidos e Europa (1970).

CONSUMO PER CAPITA — KGS

MATERIAL DE EMBALAGEM	BRASIL (1973)	EUA (1973)	EUROPA (x) (1970)
Folha de Flandres	4,8	30,0	11,5
Alumínio	0,15	3,8	1,0
Vidro	3,2	47,0	36,0
Papel	3,9	19,0	10,0
Cartão Ondulado	5,9	70,0	24,0
Cartão Liso	2,6	33,0	15,3
Celofane	0,2	0,7	0,7
Plásticos	1,4	11,4	10,5
"PIB" PER CAPITA (US\$)	768	5.200	2.490

(x) Média Alemanha, França, Itália, Bélgica/Luxemburgo, Holanda e R. Unido

14) Na minha opinião, além de seus *melhores padrões de vida*, em consequência de sua *renda per capita* mais elevada, o maior consumo de embalagens nestes países desenvolvidos, está também relacionado com suas exportações em geral e de produtos manufaturados e até de hortaliças, frutas, carnes e pescados frescos e congelados pré-acondicionados.

Como ilustração, apesar dos dados referirem-se a 1970, vale a pena dizer que o valor médio das exportações per capita nestes seis países europeus, foi de US\$ 429, nos Estados Unidos de US\$ 210, enquanto que no Brasil foi de apenas US\$ 29. Mesmo em 1973, 1974 e 1975, apesar de nossas exportações terem subido, a média per capita foi muito inferior a daqueles países em 1970.

Exportações per capita US\$: — 1973: 61.0; 1974: 75.7; 1975: 80.1.

Participação de Manufaturados: 1973: 24 por cento; 1974: 29 por cento; 1975: 30 por cento.

Nossa participação de "manufaturados" também *continua sendo* muito *baixa*. Isto significa que não obstante a melhoria havida, nossas exportações ainda se compõem essencialmente de produtos básicos e em menor escala de semi-manufaturados, os quais são exportados praticamente a granel.

15) Todos sabem que o grande mercado potencial brasileiro tem, até agora *desviado a atenção* de nossa indústria e agricultura do *fantástico mercado de exportação* de produtos brasileiros de todos os tipos pré-acondicionados para venda ao público, tais como, roupas, eletro-domésticos, ferragens, alimentos frescos, bebidas, sucos de frutas, verduras e conserva em geral, que além de valerem mais por tonelada exportada, projetam a imagem dos nossos produtos junto ao consumidor no exterior, através de suas marcas.

16) Devemos nos lembrar, todavia, que uma boa e atraente embalagem *ajuda muito a vender* o produto, mas é de suma importância que o *produto nela contido* seja de *padrão impecável* para que, através da repetição de compras, possa o mesmo formar e firmar sua demanda.

17) Apesar de saber que o criador de uma embalagem é responsável pelo controle de qualidade do produto acondicionado, vou passar um filme intitulado "Preservação de Alimentos" para exemplificar os cuidados que devem ser tomados para que um bom produto, que deverá concorrer com muitos outros no "ponto-de-venda", não somente atraia o consumidor pela sua apresentação, mas também *corresponda* a sua *expectativa de qualidade*.

18) Porém, antes da projeção, considerando que a maioria presente está ligada direta ou indiretamente ao setor de papel, eu gostaria de dizer que se tomarmos os Estados Unidos como base, apesar do apreciável aumento de consumo de embalagens plásticas, metálicas e vidro, as de papel e cartão, simples ou

compostas, tem mantido sua participação.

A tabela abaixo mostra a evolução dos recipientes de papel e cartão e de material de embalagens flexíveis de papel, plásticos, celofane e películas metálicas flexíveis:

	US\$ Milhões		Participação (%)	
	1970	1974	1970	1974
RECIPIENTES DE PAPEL E CARTÃO	7.454	10.348	40,1	40,8
MATERIAL DE EMBALAGEM FLEXIVEL	1.576	2.100	8,5	8,3
a) Papel	487	570	2,6	2,3
b) Plásticos	760	1.183	4,1	4,7
c) Celofane	253	246	1,4	0,9
RECIPIENTES METÁLICOS	4.265	6.001	22,9	23,8
RECIPIENTES DE VIDRO	1.785	2.350	9,6	9,4
RECIPIENTES DE PLÁSTICOS RÍGIDOS E SEMI-RÍGIDOS	660	1.108	3,6	4,4
OUTROS MATERIAIS DE EMBALAGEM	2.839	3.351	15,3	13,3
TOTAL GERAL	18.597	25.258	100,0	100,0

A conclusão que se tira é que no Brasil o consumo de embalagens de todos os tipos é tão baixo que tudo deve ser feito para atingir o consumo potencial a curto e a médio prazo.

Basta observar que em 1974 só os recipientes de papel e cartão nos Estados Unidos correspondeu a aproximadamente 5 anos do consumo de todos os tipos de embalagem no Brasil.

CONSUMO DE PAPEL PER CAPITA NO MUNDO 1962-1973

	Kilos per Capita	
	1962	1973
Brasil	11(x)	18
U.S.A.	199	273
Inglaterra	101	136
Canadá	130	171
França	65	112
Alemanha	85	135
Holanda	92	149
Bélgica	69	129
Oceania	84	129
Japão	58	146
Itália	39	82
Rússia	17	28
China	4	6
Índia	1,3	1,8
África	2,9	4,3
Escandinávia	106	185
Média Mundial	27	39

Nota: 30-40% para jornais, livros e escrever.

(x) — 1966

Fonte: Relatório "Indústria da Carta" Itália 1976 (menos Brasil)

anave
at

Precisa de voce.

**Vamos trabalhar juntos
para enriquecer nosso
Quadro Social com mais
mil novos Associados
e partir para a
Séde Própria.**

Isso depende de nós.

Do esforço de cada um.

**Associação que trabalha unida,
cresce unida.**

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

PROBLEMAS E SOLUÇÕES

ELAZIER A. BARBOSA

ASSOCIAÇÃO HARMÔNICA E EQUILIBRADA

INTRODUÇÃO

Um dos grandes problemas enfrentados por qualquer empresa, é exatamente obter o equilíbrio entre DESPESA & RECEITA. E, adiantando a análise, diríamos que o mais importante ainda, será conseguir constantemente uma Receita maior que a Despesa.

Para conseguir esse grande intento, a empresa precisa obter outro equilíbrio. RECURSOS & ATIVIDADES existentes na organização.

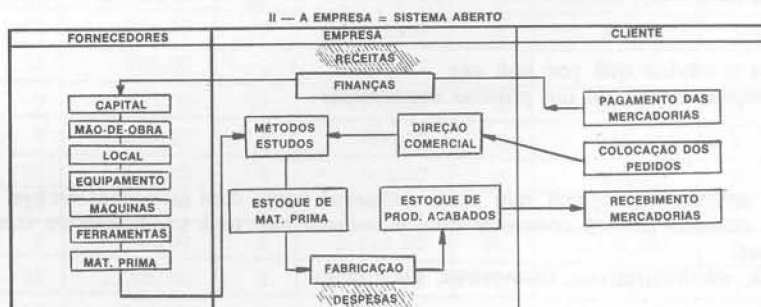


ASSOCIAÇÃO HARMÔNICA E EQUILIBRADA



A obtenção desse equilíbrio exige do administrador, um esforço de constante atualização de informações, motivadas pelas peculiaridades impostas pela situação da empresa compor tar-se como um sistema aberto, interagindo constantemente com outros sistemas.

Para melhor ilustrar esta explanação, temos o gráfico abaixo:



Adentrando mais profundamente na problemática organizacional, podemos detectar outros elementos importantes que contribuem para a sua complexidade, conforme demonstra o gráfico.

EMPRESA		
FATORES ORGANIZACIONAIS INTERNOS	IMPOSIÇÕES TÉCNICAS	ADMINISTRAÇÃO DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
HIERARQUIA PESSOAL ORÇAMENTO OBJETIVOS DA EMPRESA POLÍTICAS DE AÇÃO	COMUNICAÇÃO CONTROLE COORDENAÇÃO RELAÇÃO LINHA STAFF DISTRIBUIÇÃO DE TRABALHO	NORMAS ROTINAS ARQUIVOS FORMULÁRIOS RELATÓRIOS MÉTODOS DE TRABALHO

Prosseguindo nossa análise, confrontaremos os problemas existentes no ambiente externo que afetam a empresa, conforme demonstra o gráfico abaixo:



Meior exemplificando:

RESTRIÇÕES LEGAIS

Produção e/ou comercialização de produtos e/ou equipamentos poluidores.

Exemplos:

- motores de veículos
- escapamentos esportivos
- detergentes não biodegradadores

RESTRIÇÕES FISCAIS

- Certos controles internos administrativos que a empresa já efetua, poderia alimentar diretamente com informações determinadas exigências fiscais, mas isto não é feito em virtude de certas restrições. O livro MOD. 1 "ENTRADA DE MERCADORIAS", poderia ser feito por computadores, com consequentes resultados positivos para a organização. No entanto, o prazo de 5 dias que o fisco concede para que o registro seja feito, é insuficiente.
- A própria microfilmagem ainda recente algumas restrições quanto a destruição de alguns documentos, após sua microfilmagem.

Apesar de todos esses problemas, a empresa ainda sobrevive, procurando atingir o seu objetivo maior que tradicionalmente se denomina LUCRO. Mas, orientar somente por esse objetivo, poderá resultar no fracasso total da organização. Vejamos o que Peter Drucker diz a respeito:

LUCRO:

SEGUNDO PETER DRUCKER:

O lucro de uma empresa não resume a sua razão de ser; na verdade ele apenas atesta seu objetivo maior ou prioritário, que significa:

- inovação
- criação de novos produtos que por sua vez
- atendem necessidades novas de um público consumidor.

SOLUÇÕES

Continuando nossa análise, admitamos que certa empresa conte com uma considerável carteira de pedidos a serem atendidos. Um estudo mais acurado poderá constatar que, a mesma não terá condições de cumprir aqueles compromissos, por uma série de deficiências:

Deficiências técnicas, administrativas, financeiras, etc. com:

- INSTALAÇÕES
- EQUIPAMENTOS
- PESSOAL
- MATÉRIAS PRIMAS, ETC.
- INVENTÁRIO FÍSICO E SEU CONTROLE

Citando o problema "pessoal", alertamos para a situação onde a falha numa política de excesso de treinamento, teria como consequência:

- insatisfação das pessoas treinadas ante a perspectiva de melhores cargos e salários.
- saída desse pessoal treinado para outras empresas (muitas vezes até concorrentes).
- como resultado a empresa teria uma perda de tempo, dinheiro e descrédito perante os funcionários que se submeteram aos cursos de treinamento.

Qualquer que seja o problema de uma organização, sempre existirão várias alternativas de solução. Elas poderão ser certas, ou não; obtidas rapidamente ou através de estudos demorados.

Seja o problema "inventário físico e seu controle".

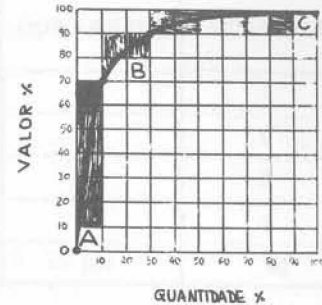
COMPOSIÇÃO NORMAL DE UM INVENTÁRIO:

- matérias primas
- materiais auxiliares
- materiais em trânsito
- materiais em beneficiamento por terceiros
- produtos acabados
- materiais e produtos em consignação, demonstração, etc.

TÉCNICAS DE ADMINISTRAR INVENTÁRIOS

A — CLASSIFICAÇÃO E CONTROLE DO INVENTÁRIO PELO VALOR DE SEUS ITENS E QUANTIDADES CONSUMIDAS

ITEM	QUANTIDADE	VALOR
A	10%	70%
B	20%	20%
C	70%	10%



Esta técnica é conhecida como ANÁLISE ABC. Ela demonstra que se concentrarmos todo nosso esforço de controle (local, equipamento, formulários) nos itens da classe A, estaremos controlando 70% do valor do nosso estoque e, preocupando-nos diretamente com apenas 10% dos itens.

Isto não significa que devemos desprezar os demais itens, uma vez que eles existem e participam também da elaboração do produto final.

Mas tais itens devem receber controle menos burocratizados.

A análise ABC, pode ser aplicada em racionalização de trabalhos administrativos, onde o objetivo é liberar tempo para o executivo desempenhar tarefas mais importantes. Vejamos o seguinte caso apontado pelo autor:

O gerente do Deptº de Compras está sobrecarregado com excesso de trabalho, motivado pela necessidade de assinar todos os pedidos de compras (independente de seus valores).

Uma análise dos pedidos que passaram pelo Deptº, feita em 1971, referentes aos pedidos emitidos durante o ano de 1970, resultaram no seguinte quadro:

ANÁLISE DOS PEDIDOS DE COMPRAS DO ANO DE 1970										
PASTA No.	Cr.\$ 1,00/100,00	QUANT.	Cr.\$ 101,00/200,00	QUANT.	Cr.\$ 201,00/300,00	QUANT.	Cr.\$ 301,00/400,00	QUANT.	Cr.\$ 401,00/...	QUANT.
5	993,00	18	690,00	4	938,00	4	643,00	2	46.285,00	13
6	663,00	13	1.073,00	9	1.495,00	6	330,00	1	15.078,00	11
7	717,00	16	1.637,00	11	783,00	3	1.013,00	3	14.018,00	10
8	634,00	11	704,00	5	1.153,00	4	366,00	1	59.219,00	21
9	623,00	11	555,00	4	1.255,00	5	989,00	3	45.589,00	19
10	685,00	9	1.530,00	10	777,00	3	1.023,00	3	81.916,00	15
11	379,00	8	1.138,00	7	712,00	3	773,00	2	78.477,00	18
12	822,00	17	668,00	4	542,00	2	350,00	1	57.982,00	16
13	732,00	14	543,00	4	1.027,00	4	1.623,00	7	22.905,00	14
14	474,00	8	568,00	4	2.528,00	10	1.650,00	5	19.011,00	13
15	497,00	11	1.208,00	8	208,00	1	1.772,00	5	11.576,00	15
16	834,00	18	495,00	3	764,00	3	1.006,00	3	19.327,00	13
17	815,00	14	1.135,00	8	719,00	3	659,00	2	23.344,00	13
18	696,00	11	956,00	7	536,00	2	1.033,00	3	42.400,00	21
19	774,00	11	791,00	6	1.467,00	6	0,00	0	89.415,00	18
20	214,00	5	2.427,00	18	762,00	3	756,00	2	26.503,00	12
21	96,00	3	848,00	10	1.312,00	5	666,00	2	80.681,00	22
22	759,00	12	661,00	4	441,00	2	360,00	1	94.921,00	21
23	359,00	6	343,00	2	455,00	2	1.044,00	3	82.211,00	27
24	531,00	12	789,00	6	748,00	3	638,00	2	45.475,00	17
25	577,00	9	1.106,00	8	811,00	3	0,00	0	39.570,00	20
26	577,00	8	1.002,00	6	1.009,00	5	2.699,00	8	39.745,00	19
27	200,00	4	955,00	6	490,00	2	685,00	2	192.310,00	30
TOTAL	13.651,00	249	21.872,00	154	20.932,00	84	20.128,00	61	1.227.958,00	398
%	1%	27%	2%	16%	2%	9%	2%	6%	93%	42%
V. MÉDIO	Cr.\$ 55,00		Cr.\$ 140,00		Cr.\$ 250,00		Cr.\$ 330,00		Cr.\$ 3.080,00	

O QUADRO ACIMA PODE SER RESUMIDO DA SEGUINTE FORMA:

PORCENTAGEM EM				VALOR DO PEDIDO
VALOR		QUANTIDADE		
POR FAIXA	ACUMULADO	POR FAIXA DE VALOR DE PEDIDO	ACUMULADO	
1	1	27	27	até Cr\$ 100,00
2	3	16	43	de Cr\$ 100,00 até Cr\$ 200,00
2	5	9	52	de Cr\$ 300,00 até Cr\$ 400,00
2	7	6	58	de Cr\$ 300,00 até Cr\$ 400,00
93	100	42	100	de mais de Cr\$ 400,00

OBSERVAÇÕES:

- 1 — foram considerados aleatoriamente 10%, dos pedidos de cada parte.
- 2 — os 10% somam 946 pedidos num valor total de Cr\$ 1.304.541,00.

RESUMINDO:

quantidade de pastas em 1970 = 23
quantidade média de pedido por pasta = 400
quantidade média total de pedidos = (23) . 400 = 9.200
% de pedidos até Cr\$ 300,00 = 52%
quantidade média de pedidos até Cr\$ 300,00 = 5(52) . 9200 = 4.794

TEMPO GASTO PARA A PREPARAÇÃO DE UM PEDIDO

DATILOGRAFAR = 13 minutos
PREPARAR = 3 minutos
TOTAL = 16 minutos

TEMPO: (16') . 4794 = 76.704 — 60' = 1.278 horas X Cr\$ 2,00 = Cr\$ 2.556,00
FORMULÁRIO "PEDIDO DE COMPRAS" = 4.794 X Cr\$ 0,48 = Cr\$ 2.301,14
FORMULÁRIO "CHEQUE" = 4.794 X Cr\$ 0,276 = Cr\$ 1.323,14
FORMULÁRIO AUTOR. EMISSÃO "CHEQUE" = 4.794 X Cr\$ 0,018 = Cr\$ 862,00
PASTAS A/Z = 10 X Cr\$ 2,27 = Cr\$ 22,70
TOTAL = Cr\$ 7.065,88

Cr\$ 7.065,88	= 37
Cr\$ 187,20 = salário mínimo em maio de 70	

FATORES QUE NÃO FORAM CONSIDERADOS

- 1 — pagamentos à vista geralmente gozam de descontos.
- 2 — redução pela metade dos trabalhos burocráticos do Deptº de Compras.
- 3 — redução pela metade do trabalho do Deptº de Processamento de Dados, referente à perfuração e conferência de pedidos de compras.

CONSIDERANDO 3 CARTÕES POR PEDIDO:

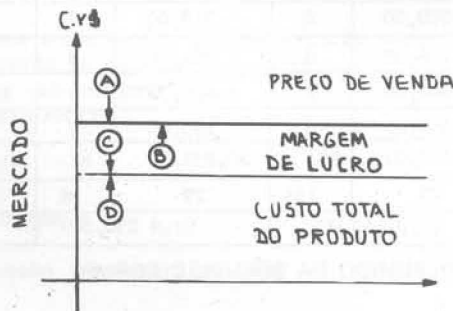
$$\frac{3 \times 4.794 = 14.382 \text{ cartões}}{100 \text{ cartões por hora}} = 143 \text{ horas}$$

- 4 — Agilização das compras até Cr\$ 300,00.

B — COMO PODEMOS VERIFICAR, a simples aplicação da análise ABC, permitiu:

- que o gerente, mesmo deixando de assinar 52% das quantidades de pedidos, estava controlando diretamente 95% do total em cruzeiros das compras efetuadas.
- uma economia de 37 salários mínimos, somente em função da decisão de liberar o gerente da assinatura de pedidos de compras até Cr\$ 300,00.

CONCLUINDO ESTA SINTESE DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS TECNO-ADMINISTRATIVOS DAS EMPRESAS, DEMONSTRAREMOS PELO GRÁFICO ABAIXO, A IMPORTANCIA DIRETA DAS REGRAS EXPLANADAS:

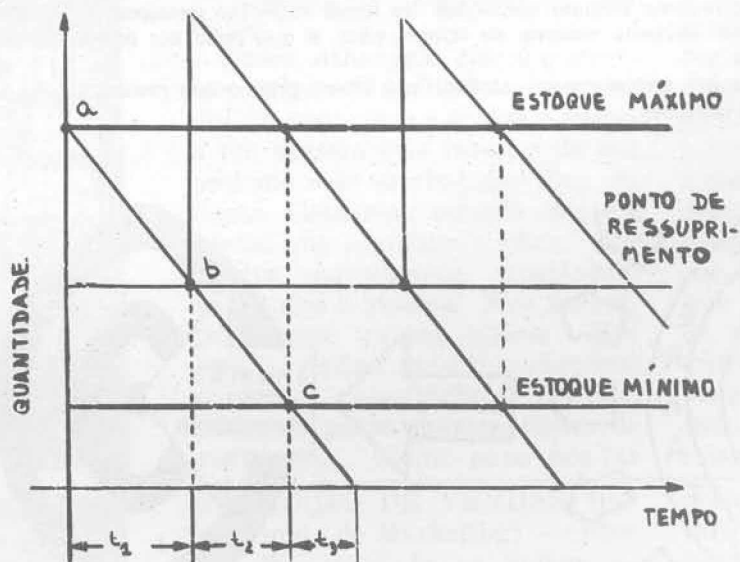


- A = CONCORRÊNCIA FORÇANDO BAIXAR O PREÇO
Ou situação de mercado comprador.
- B = MERCADO VENDEDOR
Ou administração eficiente.
- C e D = CONDICIONAM O CUSTO TOTAL DO PRODUTO AO GRAU
OU INTENSIDADE DE ADMINISTRAÇÃO E OPERAÇÃO GERAL DE TODAS AS ÁREAS
E OPERAÇÕES DA EMPRESA.
- B — DETERMINAÇÃO DAS QUANTIDADES ECONÔMICAS A COMPRAR.



- Quanto maior for a quantidade adquirida, menor será o preço.
- Quanto maior for a quantidade adquirida, maior será o custo de manutenção.

C — ADMINISTRAÇÃO IDEAL DOS NÍVEIS DOS ITENS DE ALTO VALOR E DE DIFÍCIL REPOSIÇÃO.



FATORES:

- a — estoque máximo = $t_1 + t_2 + t_3$
equivalente à quantidade econômica determinada pelo custo ótimo de aquisição.
- b — ponto de ressuprimento = $t_2 \cdot t_3$
correspondente à quantidade em estoque que se estima seja consumida durante o tempo necessário às operações normais de compra.
- c — estoque mínimo = t_3
quantidade suficiente para assegurar a continuidade da produção.

$$Qt = (a + b + c + e) - (d + f)$$

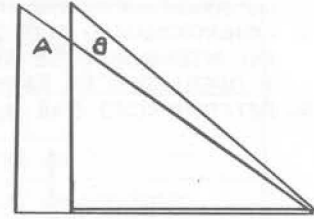
Quantidade a ser comprada quando:

Qt = O ESTOQUE ATINGIR O PONTO DE RESSUPRIMENTO

ONDE:

- a = estoque mínimo ($t_1 + t_2 + t_3$)
b = quantidade que será consumida durante as operações normais do item (t_2)
c = estoque mínimo (t_3)
d = quantidades compradas e ainda não recebidas.
e = quantidades requisitadas e ainda não entregues.
f = estoque em mãos.

TEMPO COM { MÃO DE OBRA
EQUIPAMENTOS
DESPESAS INDIRETAS DE FABRICAÇÃO



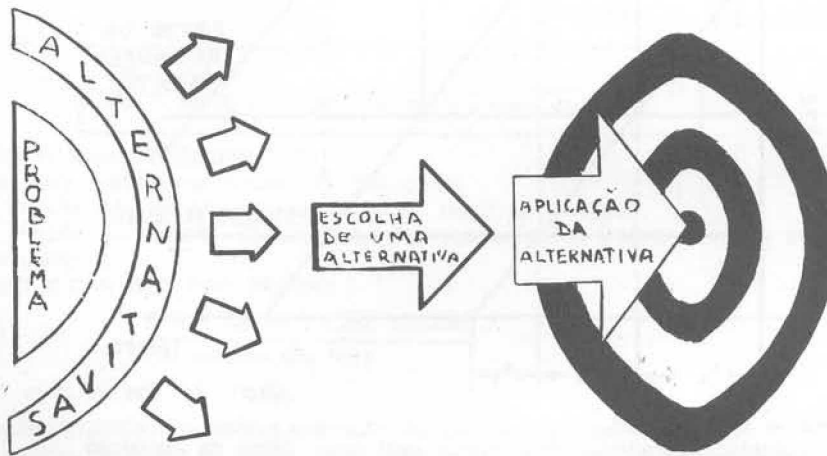
VANTAGENS OBTIDAS:

- MENOR CAPITAL IMOBILIZADO
- MENOR CUSTO DE MÃO DE OBRA APLICADA
- MENORES CUSTOS INDIRETOS DE FABRICAÇÃO
- MAIOR DISPONIBILIDADE E AUTONOMIA DOS EQUIPAMENTOS, INSTALAÇÕES, MÃO DE OBRA E ADMINISTRAÇÃO PARA ATENDER NOVAS ENCOMENDAS.

De qualquer maneira, a TOMADA DE DECISÃO (CORRETA), é fundamental para a SOLUÇÃO DE CONTINUIDADE DOS NEGÓCIOS, e permite-nos fazer o seguinte ordenamento de idéias:

- 1 — negócio é um conjunto de problemas carentes de solução;
- 2 — na organização é contínuo o processo de encaminhar problemas à consideração de indivíduos mais qualificados;
- 3 — a pessoa mais qualificada é aquela que necessita do menor volume de informações para tomar a melhor decisão;
- 4 — toda decisão envolve um certo grau de risco impossível de ser eliminado, e
- 5 — para que os administradores tenham condições de tomar melhores decisões, é necessário, entre outras coisas, assessorá-los com um eficiente sistema de informações, o que pode ser obtido através do DEPT.º DE SISTEMAS & MÉTODOS.

Terminando nossa exposição, apresentamos abaixo, um último gráfico que resumirá toda a problemática da organização e a conseqüente ordem de soluções.



Apesar da simplicidade do esquema, podemos enfatizar que:

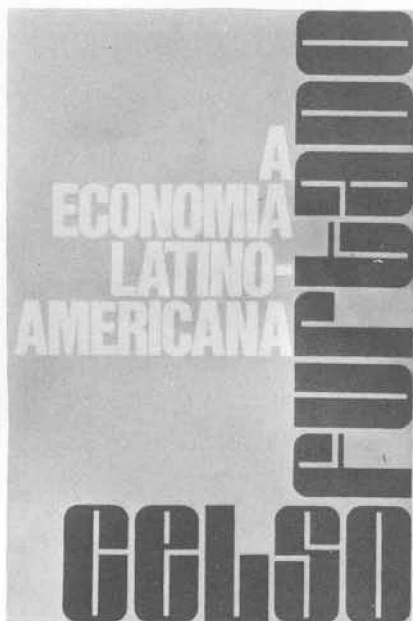
- 1 — Nem sempre conseguimos obter várias alternativas para a solução de um problema. Isto motivado por falta: tempo; gente; know how, etc.
- 2 — a escolha de uma alternativa entre várias existentes, também enfrentam vários problemas de ordem política: Na implantação de um computador numa empresa pode surgir resistência, ou, ao contrário, por questão de "status", certa Diretoria pode reivindicar prioridade para a utilização do computador, na elaboração de seus trabalhos.
- 3 — A aplicação da alternativa pode ser dificultada por falta de: tempo; dinheiro; pessoal; habilidade, etc.

Livros

ECONOMIA LATINO-AMERICANA - Celso Furtado - 1976 - CIA. EDITORA NACIONAL — São Paulo.

O prof. Celso Furtado dispensa maiores apresentações. Em 1949 ingressou no corpo de economistas da ONU, com atuação na Com. Econ. para a Am. Latina (CEPAL), chefiou o grupo misto CEPAL-BNDE, foi um dos responsáveis pela criação e 1º Superintendente da SUDENE, Diretor do BNDE e Ministro Extraordinário para o Planejamento. Dedicou-se posteriormente ao magistério tendo atuado como professor em diversas universidades da Eu-

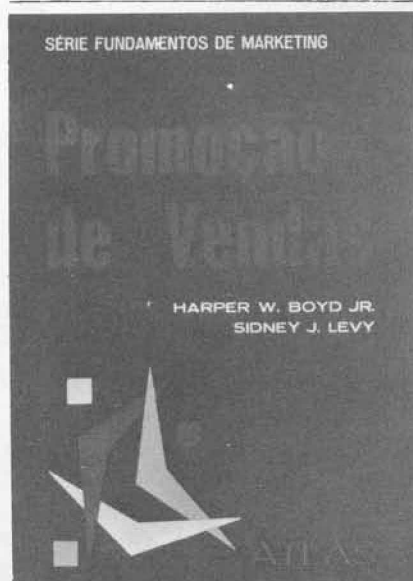
ropa e dos Est. Unidos. O autor brinda agora os estudiosos em particular e ao público em geral com essa excelente obra. Esta nova edição revista e reescrita (em 1969 e traduzida para vários idiomas) procura, no entanto, manter o espírito e os objetivos que nortearam a original — analisar a economia dos países americanos de origem ibérica desde seus primórdios históricos, sua evolução nos vários setores de atividades e sua atualidade, estimulando, ainda, o interesse dos países desenvolvidos bem como os chamados do Terceiro Mundo, para a realidade atual desta região, — a América Latina.



O AZUL DA MONTANHA — Enéas Athanázio — Capa de Luz e Silva — 93 págs. — Ed. 1976 — Editora do Escritor — São Paulo.

Enéas Athanázio, não é o escritor, antes é o anfitrião e cicerone que hospeda, leva e enleva o leitor, a um passeio pelo interior de seu pequeno mas arrebatador Est. de Santa Catarina, através dos 13 contos que compõem a obra. Nos conduz por campos, montanhas, vales, rios e riachos. Nos faz experimentar pratos típicos. Nos leva a visitar casebres, cárceres, paróquias, casas ricas de fazenda, bailes de gente simples, festas de gente rica. Canta para nós as

cantigas típicas da região. Nos apresenta ao zé-mulambo, ao coronel, ao pároco, ao delegado, juiz ou a prostituta, — o seu povo. A sua gente nas variadas facetas e camadas sociais. O faz ressaltando todo o colorido, seu dia-a-dia, angústias e anseios. O faz tão bem e com tanto calor humano que só é dado aqueles que amam e entendem realmente seu povo, a capacidade de captá-los em dia toda a sua plenitude. Sua linguagem é rica mas revestida de simplicidade, aliada a grande acuidade descritiva, que só é conseguida pelos bons escritores, pois só a eles é dado enfatizar com segurança, as coisas simples.



PROMOÇÃO DE VENDAS (Série Fund. de Marketing) — Harper W. Boyd Jr. e Sidney J. Levy — 1ª Edição — Ed. Atlas — 1976 — 161 págs.

Os autores da presente obra são elementos altamente capacitados para a sua elaboração, dada a larga militância exercida no setor. Harper W. Boyd Jr., é prof. de Marketing da Graduate School of Business da Un. de Stanford e Sidney J. Levy, ocupa a mesma cadeira na Graduate School of Business da Northwest University, além de exercerem, ainda, várias outras atividades ligadas à matéria e ambos com diversos outros trabalhos publicados. Enfocam na

presente, em termos simples, sob vários aspectos os principais elementos que compõem o processo da promoção de vendas. Assim é que em variados capítulos, analisam: o Processo de Promoção, Comunicação e Estratégia de Marketing, o Processo de Comunicação (dispensando especial tratamento no estudo dos meios e veículos de comunicação), Audiência, Conceito de Segmento do Mercado, Variáveis Demográficas para Segmentar o Mercado, Canais e Fontes de Promoção. Bem ilustrado com gráficos e tabelas. Obra de real valor para elementos ligados ao setor de promoção de vendas.

Nos intervalos da palavra

Nos artigos que escrevi, procurei sempre comunicar-me com as pessoas e transportá-las a uma perspectiva de qualquer problema, sensibilizando-as na percepção das palavras e no desenrolar de imagens — fundamentada na realidade de minhas vivências.

Posso admitir que não concordem com os conceitos emitidos, mas um confronto de opiniões não é porque pensamos a mesma coisa mas, sim, cada um à sua maneira procura dar o significado da própria verdade.

Não é uma definição sobre certas coisas — mas o esforço de um diálogo, porque procurar entender é aceitar uma compreensão.

Espero sempre que uma palavra feliz alcance, com um novo sentido, certos fatos ou momentos da experiência de cada um, colocando em relevo algumas idéias.

Na abertura do conhecimento de cada instante, o nosso monólogo interior procura dizer, às vezes, em voz alta, as falas da linguagem universal, no mesmo horizonte do mundo que partilhamos.

A comunicação é como um espelho, onde há momentos em que as palavras se invertem, num reflexo do leitor que traz consigo inúmeras relações de comportamento próprio.

A partir disso, ou ele se dispersa e não vê a imagem ou não a quer ver, como também, o reflexo é a imagem-resposta de quem lê e assimila, pois espelho e imagem é um só — viu aquilo que projetou.

Há, também, aquele em que o espelho da comunicação vai funcionar como um prisma, onde as palavras se acrescentam e criam outros campos de compreensão.

Tudo tornou-se difícil nos dias de hoje, desde a convivência e a comunicação com o próximo, até o “tempo” que parece curto e apressado, para um melhor entendimento. Às vezes, temos a impressão de que ninguém sabe ver mais, ouvir ou participar de alguma coisa, pois o que importa é a velocidade dos meios empregados — para se chegar a uma finalidade que, muitas vezes, nem sabemos qual é. E o lamentável é constatar que, no fundo, as pessoas sabem que não podem enganar a si próprias, mas continuam a usar máscaras diante de um espelho social, que projeta uma imagem deformada para ocupar e manter determinado lugar na coletividade.

Não seria o caso de pararmos para refletir, convocando toda a sensibilidade dentro de nós, para alcançarmos o essencial do pensamento com o mundo e os outros, e depois, de atenção presente, abertos a todas as significações será possível o autêntico sentido da comunicação do semelhante com o semelhante.



industrial papeleira

santa mônica

FABRICA: ALAMEDA SANTA MONICA, N.º 1
SÃO JOSÉ DOS PINHAIS — ESTADO DO PARANÁ — TELEFONES: 913 E 714

FABRICANTES DE:

DUPLEX - COATING

KRAFT NATURAL - BASE CARBONO

PAPELÃO PARANÁ

PASTA MECANICA

REFLORESTAMENTO

REPRESENTANTES EM SÃO PAULO

PELMA S/A - COMÉRCIO DE PAPEIS

RUA GUAPORÉ, N.º 465 — PONTE PEQUENA

TELEFONES: 227-2253 — 227-8393
228-1875 — 228-5929

RIO DE JANEIRO - TEL. 234-0756

PORTO ALEGRE - TEL. 42-5418



Confissões de uma cinquentona.

*Com 50 anos muita gente sente-se realizada
Não as Indústrias de Papel Simão.*

*Nestes primeiros 50 anos a Simão dedicou-se à consolidação.
Iniciando-se como uma modesta fábrica de papelão, com a "prodigiosa" capacidade
de produção de 15 toneladas/dia, as Indústrias
de Papel Simão se transformaram*

*em um gigantesco complexo, totalmente integrado, que abrange desde
imensas reservas florestais até a produção
dos mais variados tipos de papéis para todas as finalidades.*

*A capacidade atual de produção das Indústrias de Papel Simão
está em torno de 250.000 toneladas de papel e celulose.*

*Equipamento ultra-sofisticado, três unidades fabris (a esta altura já são 4),
2.500 funcionários.*

*Uma marcante participação no mercado interno e externo.
Aos 50 anos, as Indústrias de Papel Simão sentem-se com a disposição de um adolescente.*

Com a força, com o entusiasmo e vibração da juventude.

Mas com o equilíbrio e a sabedoria de quem já viveu 50 anos.

Mudando um pouco o ditado, a Simão diria que a vida começa aos 50.



Indústrias de Papel Simão S/A.