

**anave**  
**ae**

Ano 9 Nº 41  
Órgão da Associação Nacional  
dos Homens de Venda em Celulose,  
Papel & Derivados



**O VENDEDOR NA ERA DA INFORMÁTICA**

# Pensou em papel cortado?

Decorridos 15 anos do lançamento da linha de papel cortado CHAM-EX, resultamos na mais completa linha de papel para uso em escritórios, escolas, indústrias, consultórios, etc.

Com papéis específicos destinados a cada sistema de reprodução, a linha CHAM-EX garante o sucesso da operação e o resultado final da cópia.

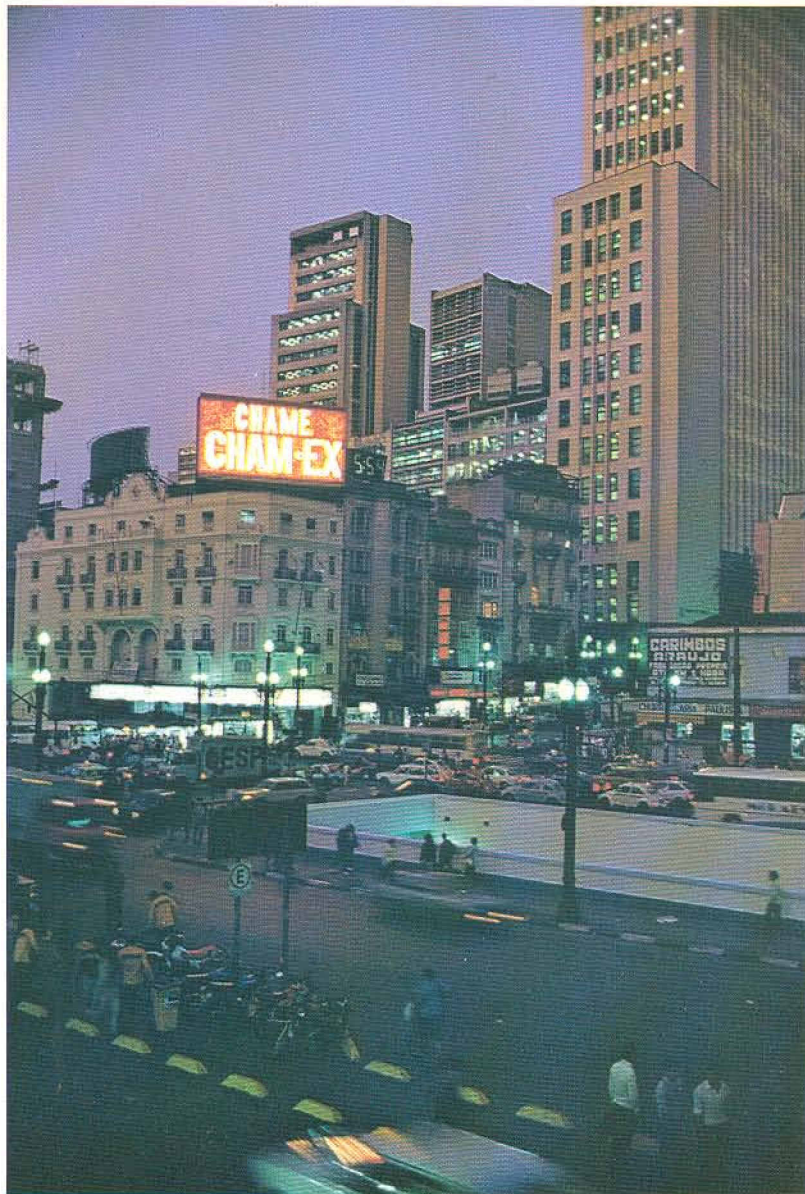
Seja para duplicadores a tinta, mimeógrafos a álcool, serviços gerais de escritório, ou uma sofisticada copiadora eletrônica, existe um tipo de papel CHAM-EX adequado.

Os papéis CHAM-EX são rigorosamente inspecionados pelo nosso Controle de Qualidade, e constantemente atualizados de acordo com as necessidades dos novos equipamentos reprográficos lançados no mercado.

Nossa condição básica é oferecer opções de escolha dentro das necessidades de cada consumidor, seja pelo tipo, formato ou gramatura do papel a ser utilizado.

Os nossos distribuidores estarão inteiramente à disposição para atendê-lo em qualquer ponto do País.

Chame CHAM-EX e receba a garantia integral do maior fabricante de papel cortado para expediente do País.



JUBILEU DE PRATA

Sede: Rodovia Campinas - Águas da Prata, km 60, tel.: (0192) 61-1657 - Mogi Guaçu - São Paulo  
Escritórios Regionais: São Paulo - 257-5122 - Belo Horizonte: 225-1909 - Porto Alegre: 22-8999 - Recife: 326-6344 - Salvador: 233-1930  
Fortaleza: 224-5561 - Curitiba: 224-4422 - Rio de Janeiro: 233-7922 - Representante: Brasília: 225-8099.

## Associados Patrocinadores

Abeto Embalagens Ltda.  
 Agassete Comércio e Indústria Ltda.  
 Antonio A. Nano & Filhos Ltda.  
 Caderbrás — Indústria Brasil. de Cadernos  
 Castioni & Cia. Ltda.  
 Celulose Irani S/A  
 Champion Papel e Celulose S/A  
 Cola Streb Ltda.  
 Cia. De Zorzi de Papéis  
 Cia. Industrial de Papel Pirahy  
 Cia. Nacional de Papel  
 Cia. Suzano de Papel e Celulose  
 Empax Embalagens S/A  
 Fabr. Cel. Papel da Amazonia S/A — FACEPA  
 Fabr. Papel Papelão N. Sra. Penha S/A  
 Fornecedor de Papel Forpal S/A  
 Gráfica Linel Ltda.  
 Gretisa S/A Fábrica de Papel  
 Hobrás Indústria de Papéis Ltda.  
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.  
 Ind. de Papel Gordinho Braune Ltda.  
 Indústrias Bonet S/A  
 Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A  
 Indústrias de Papel Simão S/A  
 Irmãos Anitablian  
 Kassuga do Brasil Indústria de Papel Ltda.  
 Lalekla S/A Comércio e Indústria  
 Madeireira Miguel Forte S/A  
 Max Indústria de Embalagens Ltda.  
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.  
 Metrôpole Comércio de Papéis Ltda.  
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.  
 Neyde Rosa Bonfiglioli  
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.  
 Papel e Celulose Catarinense S/A  
 Papyrus Indústria de Papel S/A  
 PISA — Papel de Imprensa S/A  
 Propasa Produtos de Papel S/A  
 Ripasa S/A Celulose e Papel  
 Sacotem Embalagens Ltda.  
 Samab — Cia. Ind. e Com. de Papel  
 Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose  
 Santo Alberto Artes Gráficas Edit. Ltda.  
 Schneider Papel Embalagem Ltda.  
 Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica  
 Waldomiro Maluhy & Cia.  
 Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

## Associados Colaboradores

All Coating's Ind. Com. Revestimentos S/A  
 ANAP — Associação Nac. Aparistas de Papel  
 Asahi Indústria de Papel Ondulado Ltda.  
 Brasilcote Indústria de Papéis Ltda.  
 Braspap — Cia. Brasileira de Papel  
 Leone Consultoria Industrial Ltda.  
 Marideni Embalagens e Artes Gráficas Ltda.  
 Papéis Pama Indústria e Comércio Ltda.  
 Regispel Ind. Com. de Bobinas Ltda.  
 Vieira & Neves Com. Serviços Ltda.

# anave

Ano 9 Nº 41  
 Setembro/Outubro  
 1.985

Órgão da Associação Nacional  
 dos Homens de Venda  
 em Celulose, Papel e Derivados



Criação e Produção:  
 Grafite Propaganda e Publicidade Ltda.

## NOSSA CAPA

Como uma homenagem ao vendedor de nosso setor, destacamos a importância desta atividade na era da informática.

A função do vendedor de papel assume posição relevante se considerarmos sob o ponto de vista da quantidade de papel consumida pelo setor de processamento de dados.

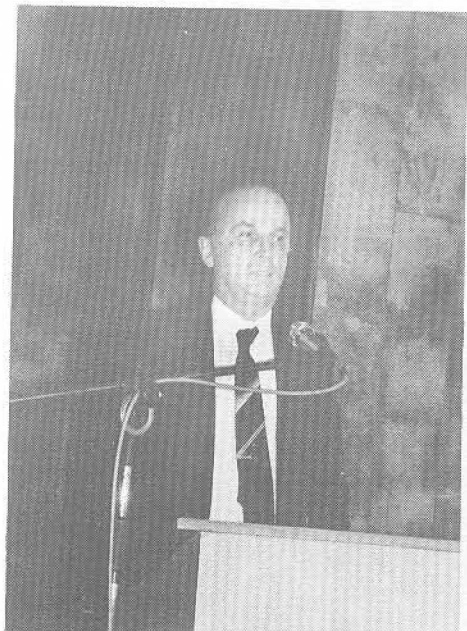
Todavia, diante do avanço tecnológico que leva a automatização a ocupar cada vez maior espaço

dentro das mais diversas áreas, o que se deve destacar não é apenas o aspecto acima, mas sim o fato de que a função do vendedor permanece firme e inteiramente apoiada no elemento humano.

A ANAVE congrega com prazer os profissionais que continuam a desempenhar a importante atividade de vendas, acreditando que esta sempre será uma atividade extritamente humana.

### ÍNDICE

Gente .....	4	Anave cumpre seu papel .....	14
Eventos .....	5	O Papel e a Impressão Offset .....	19
Empresas e Negócios .....	6	Protíme uma medida eficaz .....	22
Editorial .....	9	Leitura: O lazer mais barato .....	25
Na Fiepag a busca de novos mercados .....	10	O papel do mercado de ações .....	28
Anave festeja o Dia do Vendedor ...	12	Os 25 anos da Champion .....	30
Como você vê o vendedor .....	13	Livros .....	36
		Ponto de Vista .....	38



Plínio Assmann "Administrador Emérito"

**Plínio Oswaldo Assmann**, presidente do Grupo Simão, foi agraciado com o título de "Administrador Emérito", pelo Conselho Regional de Administração, após consulta a mais de 20 mil administradores registrados na 8ª Região. Este título é conferido ao administrador que tenha se destacado no desempenho de sua função e contribuído para o engrandecimento profissional da classe e foi entregue a Plínio Assmann em Solenidade realizada no dia 12 de setembro, no Clube Atlético Paulistano, quando também se comemorou o 20º Aniversário da regulamentação profissional da categoria.

**Franco Montoro** e **José Richa**, respectivamente governadores de São Paulo e do Paraná, foram homenageados pela Associação Paulista de Reflorestamento, que lhes entregou o prêmio "Araucária de Prata", em cerimônia realizada em 27 de setembro, no Palácio dos Bandeirantes. Os governadores Franco Montoro e José Richa foram destacados pela criação do Parque Interestadual do Litoral, pondo fim à secular demanda pelos limi-

tes entre os dois estados e aumentando a proteção à devastada região. Também receberam o prêmio "Araucária de Prata" naquela ocasião, **Dr. Edgar Campinhos Junior**, pelas pesquisas realizadas na Aracruz Florestal e premiadas internacionalmente; **Dr. Mauro Santayana**, pela atenção que sempre demonstrou ao setor florestal como profissional de jornalismo e **Dr. Antonio Paulo Mendes Galvão**, pela constante qualidade de seus serviços técnicos e profissionais no serviço público.

**Aldo Sani**, diretor da Riocell - Rio Grande Cia. de Celulose do Sul, foi empossado presidente da ABCECEL - Associação Brasileira de Exportadores de Celulose, para a gestão 1985/86. Também integram a diretoria **Cezar Thomé** (Aracruz); **José Luiz Paoliello** (Cenibra); **João Tarcísio Rebouças** (CCB) e **Pedro Nuno Verial** (Monte Dourado). A Abecel, fundada em maio de 1976, representa os principais produtores, responsáveis pela maioria absoluta das exportações de celulose do Brasil.



*Produtos de Papel Ltda.*

**A EMPRESA QUE NASCEU COM 25 ANOS DE EXPERIÊNCIA  
NO SETOR CADERNEIRO**

- CADERNOS ESCOLARES
- BOBINAS PARA MÁQUINAS DE CALCULAR E SOMAR
- BLOCOS
- PAPEL ALMAÇO
- ENVELOPES

Rua Visconde de Parnaíba, 1438/1450 - Telefones: 264-0009 - 264-0030

CEP 03044 - MOÓCA - SÃO PAULO - BRASIL

## EVENTOS

**ABTG – Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica**, realizou no dia 1º de julho, no Augusta Boulevard Hotel, um concorrido coquetel para comemorar o 25º Aniversário de Fundação da entidade. Na ocasião foi lançado oficialmente, o programa “Brasil na Drupa – 86”, evento que será realizado em Dusseldorf, Alemanha, de 2 a 15 de maio do próximo ano. Recentemente, a ABTG ampliou suas instalações, transferindo a sede administrativa social para a Rua Bento Freitas nº 178, conj. 73 – Fone: 220-0819, reservando o imóvel da Rua Itapeva para o Departamento Editorial da associação, e ao início de seu 26º ano de existência, mantém sua proposta de integrar os fornecedores e clientes do setor, promovendo a tecnologia no segmento gráfico, através de pesquisas e estudos variados.

**I Encontro Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose**, realizado de 18 a 20 de setembro, em São Paulo, organizado pelas Associações Nacional e Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose, contou com a participação de empresários, líderes de entidades representativas e autoridades do Governo, que juntos debateram os principais problemas do setor, visando implementar diretrizes de desenvolvimento para o segmento de celulose e papel, cuja meta estabelecida no I Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) da Nova República, é de um aumento da produção de papel de 3,7 milhões de ton. ao ano para 5 milhões e de celulose de 3,3 milhões de toneladas/ano para 6 milhões. A ausência de novos investimentos para ampliar a capacidade de acordo com a demanda prevista e a necessidade de aumentar a base florestal do setor, foram aspectos analisados durante o proveitoso evento.

**VII Semana do Sepaco**, em 3 de setembro foi realizado com grande sucesso o lançamento da II Olimpíada dos Papeleiros e do Programa de Esportes e Lazer da empresa, promovido pelo Serviço Social da Indústria do Papel, Papelão e Cortiça do Estado de São Paulo, sob o lema “Esporte é Saúde”.

**I Encontro Nacional sobre Indústria e Gerenciamento do Meio Ambiente**, realizado em Cubatão, no dia 26 de agosto,



*Paulo Bastos Cruz Filho coordena o I Encontro Nacional Sobre Indústria e Gerenciamento do Meio Ambiente*

sob a coordenação de Paulo Bastos Cruz Filho, responsável pelo Grupo de Trabalho Proteção e Melhoria do Meio Ambiente”, da ANFPC – Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose. O evento reuniu várias autoridades e empresários de diversos setores, contando também com a presença do ministro do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente, Flávio Peixoto da Silveira. Paulo Bastos Cruz Filho, fez uma avaliação das conclusões obtidas na Conferência Mundial da Indústria e Gerenciamento do Meio ambiente, realizada em novembro de 1.984, em Paris e o ministro Flávio Peixoto, na ocasião destacou o esforço conjunto do governo e da indústria visando priorizar as ações voltadas à defesa do meio ambiente. As conclusões apresentadas ao fim do encontro serão viabilizadas dentro de um projeto global voltado diretamente para a realidade brasileira.

**X Congresso Latino Americano da Indústria Gráfica**, promovido pela Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, de 09 a 12 de outubro, em Brasília, contou com a participação de numeroso público e dentre os temas abordados foram debatidos problemas comuns a todos os segmentos gráficos, não somente técnicos, como também administrativos e políticos.

**18º Congresso Anual de Celulose e Papel**, será realizado de 18 a 22 de novembro, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, promovido pela ABCP – Associação Técnica Brasileira de Celulose e Papel. Informações pelo telefone: 572-9182.

**Anave – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS HOMENS DE VENDA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS**, promoveu diversas atividades culturais e sociais. Os detalhes estão nas matérias publicadas nesta edição.

# INMONT

**10 ANOS NO BRASIL**  
**Qualidade Mundial**  
**em Tintas de Impressão**

- FLEXOGRAFIA  
p/papel e filmes flexíveis
- ROTOGRAVURA  
p/papel e filmes flexíveis
- PREPARAÇÕES  
PIGMENTARIAS
- CHIPS
- VERNIZES DE ALTO  
BRILHO CATALIZADO
- VERNIZES ESPECIAIS
- OFF-SET
- TINTAS DE SEGURANÇA
- VERNIZES DE  
IMPRESSÃO
- CALANDRA  
SINTÉTICO
- BLISTER

**Fábrica:**

Estr. Velha de Campinas, Km 315  
Telex (011) 35278 - INQ BR  
Tel.: 431-2300

**Vendas São Paulo:**

Telex (011) 31301 INQ BR  
Tels.: 67-0677 - 67-0654

**Vendas: Rio de Janeiro**

Telex: (021) 32869  
Tel.: 248-4790

**KSR – Comércio e Indústria de Papel S/A**, distribuidora comercial incorporada ao Grupo Simão, inaugurou recentemente mais duas filiais, uma em Natal – Rio Grande do Norte e outra em Campinas – São Paulo, contando agora com 15 filiais espalhadas por todo o Brasil. As novas instalações da KSR proporcionarão um melhor padrão de atendimento nas regiões onde estão localizadas, além de agilização de serviços, pronta entrega e estreitamento na relação com os clientes. A filial de Natal localiza-se à Rua Alexandrino de Alencar nº 398 – Alecrim e a de Campinas, à Rua São Luiz de Paraitinga nº 56 – Jardim do Trevo.

*KSR inaugura com festa duas filiais*



**Ripasa S/A Celulose e Papel** investirá até o final do ano Cr\$ 50 bilhões, destinados ao aumento de produção de papéis e a projetos de reflorestamento e redução da poluição causada pela empresa. Os recursos para este investimento são provenientes dos lucros gerados pela empresa no primeiro semestre deste ano e da subscrição realizada no mês de março.

**Kalunga – Centro de Abastecimento Papaleiro** continua num ritmo acelerado de crescimento e expansão: depois de incorporar recentemente, através de mala direta, brinquedos das principais empresas do país, inaugurou também uma loja especializada na distribuição, a Kalunga Brinquedos, localizada na Rua Domingos de Moraes, 1257 - Vila Mariana.

**Indústrias Klabin de Papel e Celulose S/A**, empresa  *Holding* do Grupo Klabin, está projetando um faturamento de Cr\$ 1,35 trilhão este ano. Até o fim de junho a empresa havia obtido uma receita bruta de Cr\$ 509,1 bilhões, que comparada aos Cr\$ 132,1 bilhões do mesmo período de 1984 resulta em um crescimento real de 17,7%. A IKPC controla cinco empresas (Papel e Celulose Catariense, Celucot, Riocell, Cia. Fabricadora de Papel e Ponsa) e possui quatro outras subsidiárias integrais que venderam 941 mil toneladas em 1984. A empresa atua na indústria e comércio de celulose, pasta de madeira, papel e produtos florestais e agropecuários, tendo sua sede em São Paulo.

**Papirus Indústria de Papel S/A** destinou para a China (Xangai) durante o mês de setembro, o primeiro lote de Cartolina Duplex destinada à confecção de embalagens. Até dezembro, está prevista a exportação de 8 mil toneladas, atingindo um volume de negócios entre o Brasil e a China de US\$ 3,5 milhões; para 1986, espera-se que aquele mercado seja abastecido com cerca de 30 a 40 mil toneladas.

**Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica** lançou em agosto, nas papelarias de todo o país, a sua versão do bloco de anotações mais vendido nos Estados Unidos: O Bloco Yellow Tilibra. Em dois formatos (Ofício e Memorando), 50 folhas de papel especial na cor amarela, contra capa em cartão rígido, pauta azul e margem dupla, serrilha para facilitar o destaque e acabamento reforçado com grampos e tira gomada (para que a capa não solte), o Bloco Yellow Tilibra tem também dois padrões diferentes de capa, marrom e azul.

# O SISTEMA DE CORES QUE CHEGOU DO FUTURO

## PANTONE MATCHING SYSTEM



Novo sistema de cores que, implantado em mais de 60 países, constitui a linguagem universal das cores.

A SUPERCOR, credenciada a operar o Sistema PANTONE no Brasil, amplia a gama de mais de 500 tonalidades existentes no Catálogo PANTONE, oferecendo o desenvolvimento de padrões tonais exclusivos para você e sua empresa.

Homens de marketing, diretores de arte, layoutmen e produtores gráficos poderão, agora, criar com liberdade e personalidade, levando ao infinito as aplicações de cores em seus trabalhos gráficos.

Da criação à arte final, sempre que as cores são envolvidas, PANTONE SUPERCOR proporciona a melhor solução.

Para receber já seu catálogo PANTONE - printed in USA - remeta agora o cupom ao lado ou dirija-se a um dos endereços SUPERCOR.

PANTONE SUPERCOR, o sistema de cores que antecipa o futuro.



PARA ARTES GRÁFICAS

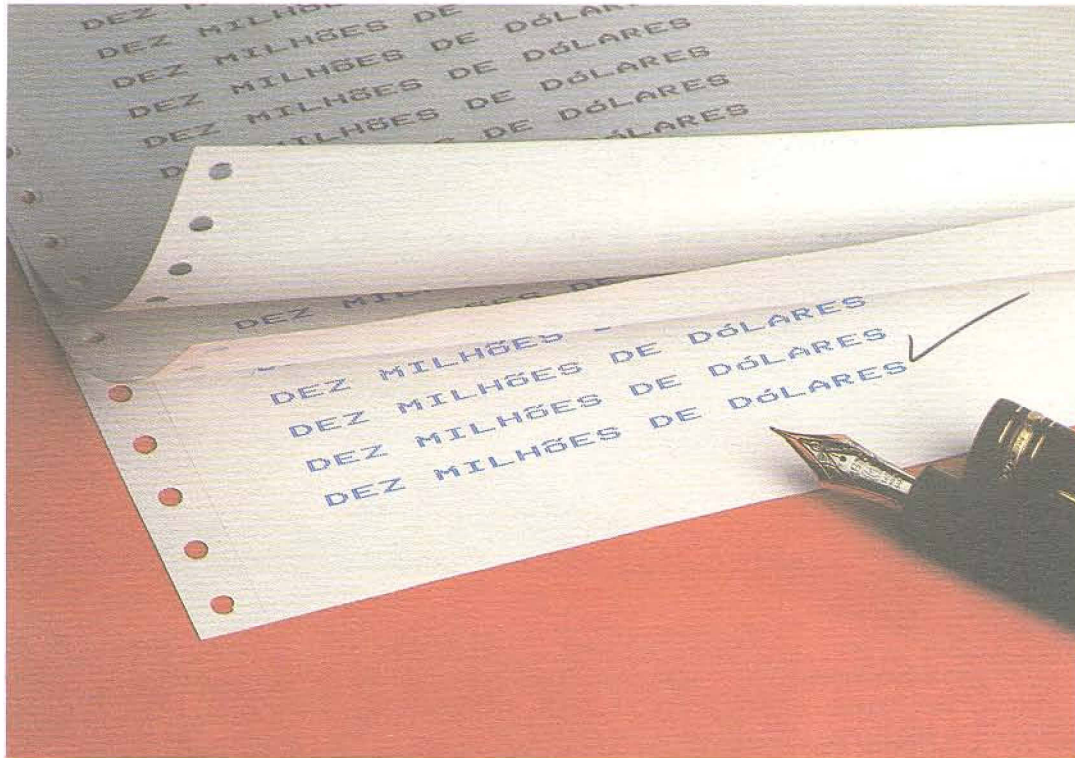
Rua Viúva Cláudio, 247/260 - CEP 20970 - Rio de Janeiro - RJ  
Tel.: (021) 201-2622 - Telex: (021) 31041 - TISU - BR

SÃO PAULO: (011) 220-6644  
CURITIBA: (041) 252-5722

PORTO ALEGRE: (051) 42-0657/0377  
BELO HORIZONTE: (031) 212-4448/4787  
RECIFE: (081) 221-0385/231-3537

**CATÁLOGO PANTONE® MATCHING SYSTEM**  
 Desejamos adquirir ..... exemplar(es) do Catálogo PANTONE  
(Preço especial até 31/10/85: Cr\$ 140.000).  
 Desejamos receber literatura técnica suplementar. Carga .....  
Nome .....  
Empresa .....  
Endereço .....  
CEP ..... Cidade ..... UF .....  
Anexo cheque n.º .....  
em favor de TINTAS  
SUPERCOR S.A.

# SABE QUANTO CUSTA UM FORMULÁRIO EM EXTRA COPY?



Dez milhões de dólares  
Parece muito dinheiro. E é mesmo.  
Foi quanto o Grupo Simão investiu  
na tecnologia de produção de papel  
autocopiativo. Em equipamentos,  
treinamento de pessoal no exterior,  
materiais, testes, etc.

Mas valeu a pena. Hoje, no Brasil, o  
papel autocopiativo Extra Copy  
apresenta um padrão de qualidade  
que se equipara aos melhores do  
mundo e já está sendo exportado  
para vários países da Europa e  
Estados Unidos.

Agora, com Extra Copy,

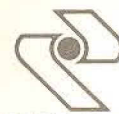
você pode tirar o carbono da vida da  
sua Empresa. Seus relatórios vão  
sair da impressora em quantas vias  
forem necessárias.

Com menor volume, sem sujeira,  
sem quebra de sigilo e com perfeita  
copiabilidade.

Tudo muito mais rápido e prático.  
E sem carbono.

Utilize uma das melhores  
tecnologias em papel autocopiativo  
do mundo, sem gastar 10 milhões  
de dólares.

O Grupo Simão já fez isso  
por você.



**INDÚSTRIA DE PAPEL  
PIRACICABA S.A.**  
Grupo Simão



## DIRETORIA EXECUTIVA

### Presidente:

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

### Vice-Presidentes:

Carlos Pontinha Pereira  
(*Cia. Suzano de Papel e Celulose*)  
Hércules Coelho do Nascimento  
(*Inds. Papel Simão S/A*)  
Miguel Maluhy Neto  
(*Waldomiro Maluhy & Cia.*)

### 1º Diretor Secretário:

Waldir Gomes  
(*Champion Papel e Celulose S/A*)

### 2º Diretor Secretário:

Antonio Carlos Rigotti  
(*Tilibra S/A Com. Ind. Gráfica*)

### 1º Diretor Tesoureiro

Vitor Paulo de Andrade  
(*Rio Branco Com. Papéis Ltda.*)

### 2º Diretor Tesoureiro:

Nicolau César Coimbra  
(*Santa Maria — Cia. Papel e Celulose*)

### Diretor Cultural:

Clayton Sanchez  
(*Cia. Fabricadora de Papel*)

### Diretor Social:

Wagner Alberto Assumpção  
(*MD Nicolaus Ind. Papéis Ltda.*)

### Diretor de Divulgação:

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

## CONSELHO DELIBERATIVO

### Presidente:

Neuvir A.V. Colombo Martini  
(*Ipanema Produtos de Papel Ltda.*)

### Vice-Presidente:

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

### Secretário:

Antonio Júlio Guimarães de Paula  
(*De Paula - Guimarães Representações*)

### Conselheiros:

Agenor Gonzaga César (*Autônomo*); Alberto Fabiano Pires (*Inds. Papel Simão S/A*); Armando de Sant'Anna (*Celpap - Marketing Ass. Ltda.*); Clayton Fernando Cafaro (*Ind. Matarazzo de Papéis S/A*); Ericeu Antonio Graziani (*Ripasa S/A Celulose e Papel*); Fernando Grassia Filho (*KSR Com. Ind. Papel S/A*); Francisco de Barros Barreto (*Ind. Matarazzo de Papéis S/A*); Jairo Joelsas (*Formakraft Ind. Com. Papel Ltda.*); João Batista de Oliveira (*Fornecedora de Papel Forpal S/A*); José Abreu Valente (*Cia. Industrial de Papel Pirahy*); José Campos Filho (*Santa Maria Cia. de Papel e Celulose*); José Carlos Francez (*Ripasa S/A Celulose e Papel*); José Carlos Gimenes (*KSR Com. Ind. Papel S/A*); José Tayar (*Autônomo*); Luiz Gonzaga de Souza (*Ind. Matarazzo de Papéis S/A*); Luiz Maria Martins (*Papéis Madi S/A*); Manoel Cardoso de Mendonça (*Ripasa S/A Celulose e Papel*); Marco Antonio P. R. Novaes (*Agassete Com. Ind. Ltda.*); Marcos Zimerfeld (*ANK Repres. Servs. Mercadológicos S/C Ltda.*); Mário Aparecido Spera (*Representações Spera S/A*); Oswaldo Ferrari (*Papéis e Papelaria O Grande São Paulo*); Pascoal Spera (*Representações Spera S/A*); Rogério Tadeu Sampaio Pinheiro (*Representações Spera S/A*); Werner Klaus Bross (*Samab - Cia. Ind. Com. Papel*).

### Conselheiros Natos:

Antonio Pulchinelli (*Cia. De Zorzi de Papéis*); Antonio Roberto Lemos de Almeida (*Indústrias de Papel Simão S/A*); Armando Mellagi (*Ind. Bonet S/A*); Ciro Torcinelli de Toledo (*Carvalho S/A Com. Papéis*); Paulo Vieira de Sousa (*Ripasa S/A Celulose e Papel*); Sílvio Gonçalves (*Gretisa S/A Fábrica de Papel*).

## EDITORIAL

Não nos permitimos nesta edição, excluir do editorial um comentário sobre o "Dia do Vendedor".

Vender é uma das mais antigas atividades que o homem realiza, todavia, com o desenvolvimento tecnológico e cultural, foi exigido do vendedor, além das qualidades advindas de sua personalidade, como simpatia, educação e boa aparência, um aprimoramento cultural, tanto a nível intelectual (adquirido nas instituições de ensino), quanto ao nível de informação geral, que lhes chega por diversas formas, jornais, rádio, televisão, revistas especializadas, palestras . . .

Em nosso setor temos excelentes profissionais atuando na área de vendas, com consciência do quanto é importante o trabalho que desenvolvem e sempre ávidos e abertos para a busca de novos conhecimentos e aprimoramento profissional.

Nos sentimos honrados em reunir em sociedade esta laboriosa classe e quando comemoramos a passagem do Dia do Vendedor — 1º de Outubro — registramos nossas sinceras homenagens aos companheiros do setor, os quais desejamos cada vez mais próximos de nossa associação.

A Diretoria

## EXPEDIENTE

### Diretor Responsável:

Caetano Labbate

### Editora e Redatora Responsável

Gracia Martin

Reg. Prof. Mtb 14.051

### Colaboradores:

Agenor Gonzaga Cesar

Clayton Sanchez

Neide Rosa Bonfiglioli

### Redação:

Rua Alabastro nº 165

Fone: 279-8570 — São Paulo — SP

### Produção e Publicidade:

Behrend e Victor Publicações e Promoções Ltda. "Editora Conselheiro"

R. Alexandre Dumas, 840 — São Paulo —

SP Fones: (011) 246-7566 e 247-8546

Contatos: Cláudio Behrend e Rui Almeida

### Impressão:

Ind. Com. Gráfica Conselheiro Ltda.

Av. João Barreto de Menezes nº 344

Fones: 577-6961 e 577-3543 — São

Paulo — SP

Tiragem: 10.000 exemplares

### Distribuição Gratuita

Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários

A 10ª Feira Internacional de Embalagem, Papel e Artes Gráficas, realizada no Anhembi, em São Paulo, reuniu cerca de 400 expositores.

## Na Fiepag a busca de novos mercados



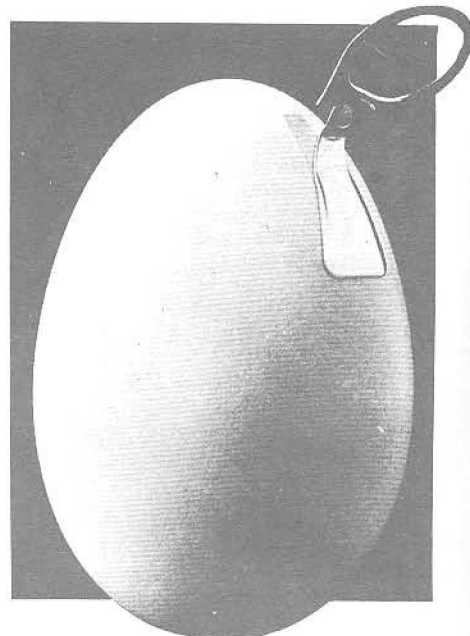
Uma análise retrospectiva revela que a 9ª Fiepag – Feira Internacional de Embalagem, Papel e Artes Gráficas, realizada de 13 a 20 de outubro de 1982, quando se estabeleceu a periodicidade trienal do evento, caracterizou-se por uma postura francamente expostadora: entre os 100 mil compradores, foram registrados cerca de 500 vindos de 11 países, principalmente latino-americanos e africanos – 30 deles por convite do Governo Brasileiro, através do Programa de Apoio à Exportação de Manufaturados (Paexpo). Com a participação de 340 empresas, 90% das quais brasileiras, a feira vendeu cerca de 5 milhões de dólares para o mercado externo e 1 bilhão de cruzeiros para o mercado interno, somente no setor de máquinas e equipamentos gráficos, segundo dados da Abimeg – Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos Gráficos.

Além de sua característica exportadora, a 9ª Fiepag mostrou também a instalação definitiva do uso do computador nos seus subsetores industriais, comprovada na meia centena de lançamentos de novas linhas de produtos.

Diante deste resultado, empresas dos mais diversos setores estão hoje conscientes de que as feiras setoriais, mais do que uma mostra de produtos, representam uma estratégia para a conquista de novos mercados, capaz de proporcionar um desenvolvimento crescente e eficaz.

A 10ª Fiepag, realizada de 14 a 20 de outubro deste ano, reforça esta tese, pois apesar de ainda não dispormos de dados oficiais, estima-se que este evento, com a participação de mais de 400 expositores, 90% dos quais brasileiros, foi visitado por cerca de 100 mil compradores potenciais brasileiros.

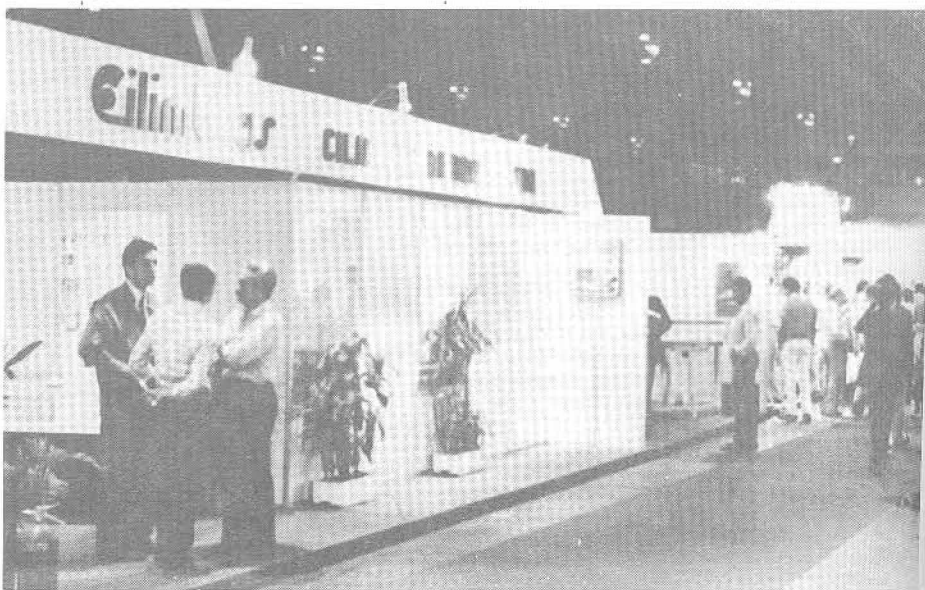
Patrocinada por 14 entidades, entre sindicatos e associações técnicas, a Fiepag em sua 10ª edição apresentou uma ampla mostra da fabricação nacional e



estrangeira de máquinas e equipamentos, produtos e sistemas utilizados nas indústrias de embalagem, papel e artes gráficas.

Um dos segmentos mais representativos nesta feira foi o fabricante de máquinas gráficas, que neste ano experimenta uma reação positiva de crescimento, conforme explica Ernst Dafferner, da Abimeg, depois de uma fase altamente favorável na década de 70, o setor sofreu com os problemas da economia brasileira, reagindo agora com uma perspectiva de crescimento da ordem de 8% anuais.

Parte dessa reação pode ser creditada à exportação, hoje as máquinas brasileiras já estão sendo fornecidas a 40 países, entre os quais Estados Unidos, Canadá, Holanda, Bélgica e a própria Alemanha, berço das artes gráficas.



Dentre as novidades apresentadas na 10ª Fiepag, que não foram poucas, destacava-se uma máquina de projeto e fabricação inteiramente nacionais, apresentada pela Cia. T. Janer Comércio e Indústria. Trata-se de uma compositora de margarida, equipada com terminal alfa numérico, um leitor gravador de disquetes de 5-1/4 para composição de textos em diversos corpos e famílias, através da troca de margaridas, com 106 caracteres cada, entre maiúsculas e minúsculas, números e sinais especiais em papel comum ou em papel poliéster até 34 cm de largura. Justificação e hifenização são executadas automaticamente em língua portuguesa, através do terminal onde todo o texto é dirigido, corrigido, diagramado através de programas específicos para posterior gravação no disquete e impressão no papel. Uma impressora de formulários contínuos, fabricada pela Dafferner, composta de uma unidade desbobinadora de papel, cinco unidades de impressão *off-set*, uma impressão tipográfica, uma de numeração, uma processadora e outra rebobinadora de papel, em uma linha compacta de 13 metros de comprimento, foi outra novi-



dade em destaque.

Dentre os muitos expositores, empresas do setor de papel também apresentavam seus produtos conquistando a atenção de numeroso público, dentre elas, Brascote Indústria de Papéis Ltda., Cia. Suzano de Papel e Celulose, Empax Embalagens S/A., Formakraft Indústria

e Comércio de Papéis Ltda., Indústria Matarazzo de Papéis S/A., KSR - Comércio e Indústria de Papel S/A., MD Nicolaus Indústrias de Papéis Ltda., Rigesa Celulose, Papel e Embalagens Ltda., Ripasa S/A Celulose e Papel e Indústria de Papéis de Arte J. Tscherkassky - Toga.



*Ao Rei da Imbuia*

**MADEIREIRA MIGUEL FORTE S.A.**

**COMERCIANTES E INDUSTRIAIS DE MADEIRA  
INDÚSTRIA DE CARTÕES DUPLEX COATING  
CARTÕES KRAFT E PASTA MECÂNICA**

**MATRIZ**

Avenida Marechal Deodoro, 2.565  
Fone 22-3044 - Telex 0422271 MIGL  
União da Vitória - Estado do Paraná

**ESCRITÓRIO ADMINISTRATIVO**

Rua Newton Prado, 761  
Fone PBX: 221-9533 - Telex 01138252 DIPM  
Endereço Telegráfico: "MIFORTE" - SÃO PAULO

*Associados, familiares e convidados comemoraram o Dia do Vendedor – 1º de Outubro – em clima de amizade e descontração.*

## **Anave festeja o dia do vendedor**

**C**umprindo uma tradição de vários anos, a Diretoria Executiva da ANAVE – Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, através da Divisão Social, promoveu com notável êxito, no dia 06 de outubro, domingo, uma confraternização em comemoração pela passagem do Dia do Vendedor – 1º de Outubro.

A festa, realizada no Rancho Querência, em Santo Amaro, reuniu grande número de convidados que em clima de muita animação desfrutaram de um agradável e inesquecível dia de lazer.

Principalmente as crianças souberam aproveitar todos os espaços para com criatividade e alegria inventar mil brincadeiras.

E para os adultos não faltaram atrativos, área verde, quadra de futebol, música ambiente, piscina, chopp, churrasco, refrigerantes e muitos amigos para um *bate-papo* descontraído.

Em homenagem aos vendedores e atendendo à solicitação de diversos associados, publicamos na página ao lado a crônica “Como Você vê o Vendedor?”, de autoria de nosso associado e conselheiro Agenor Gonzaga César.



Fotos: Caetano Labbate Jr.

# Como você vê o Vendedor?

*Dependendo do ângulo que você "olhe",  
o Vendedor pode parecer muitas coisas, se não vejamos:*

*Para o hoteleiro um bom freguês*

*Para o patrão um malandro*

*Para a mãe um sofredor*

*Para a sogra um turista*

*Para a esposa, um eterno namorado deixando-a sempre saudosa*

*Para o gerente, um alfinete no Mapa das Zonas de Vendas*

*Para o supervisor, uma cota a ser coberta*

*Para o contador, um custo a contabilizar*

*Para o cliente um "atuchador"*

## Entretanto:

*Ele precisa ter a resistência de Hércules, a arte de Maquiavel, o tato de um diplomata, a eloquência de um orador, o encanto de um galanteador e a agilidade de um matemático. Deve ser impermeável aos insultos e às queixas, à indiferença, à cólera, ao desprezo e aos efeitos dos aperitivos que toma em companhia de um cliente. Tem que ser capaz de vender todos os dias, entreter alguns clientes*

*durante a noite, dirigir pela madrugada até a cidade mais próxima e estar em seu trabalho às 8:00 horas com a disposição de um atleta. Tem que ser entendido em futebol e nos carteados, contar boas anedotas, ser homem de negócios, bem informado, agradável companheiro de mesa e atencioso ouvinte de histórias tristes e anedotas pesadas. Bem quisera que seus produtos fossem ainda melhores e mais bem aceitos, seus preços*

*menores, sua comissão mais elevada, sua zona menor, seus concorrentes mais leais, sua mercadoria entregue a tempo, seu chefe simpático, sua propaganda mais eficiente e seus clientes mais humanos. Entretanto ele é um realista, sabe que nada disso acontecerá, mas é otimista e de qualquer maneira realiza a sua venda. Viaja solitário em seu carro, ônibus, trens, táxis, sabendo que a solidão de um quarto triste de hotel é sua*

*única companheira, freqüentemente. A cada dia carrega nos ombros o peso morto das vendas do mês que passou e a cota requerida para o mês seguinte. Terminado o trabalho de rua, tem que enfrentar essa "maldição de Vendedor": a burocracia!!! Apesar de tudo isso, não deseja ser outra coisa na vida e é ele mesmo o primeiro a proclamar . . . Sou Vendedor . . .*

*do sócio nº 274  
Agenor Gonzaga César*

*Palestras têm resultados positivos: em agosto o tema foi Impressão Flexográfica e em outubro Marketing na Comercialização de Papel.*

## Anave cumpre seu papel



Gerson Sidney Netto: "o vendedor deve ser um profissional bem remunerado".

Através da Divisão Cultural da Diretoria Executiva, a ANAVE – Associação dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, vem realizando mensalmente palestras sobre temas diversos relacionados ao setor e conquistando a confiança e o apoio de associados e demais profissionais relacionados ao segmento de papel, celulose e áreas afins.

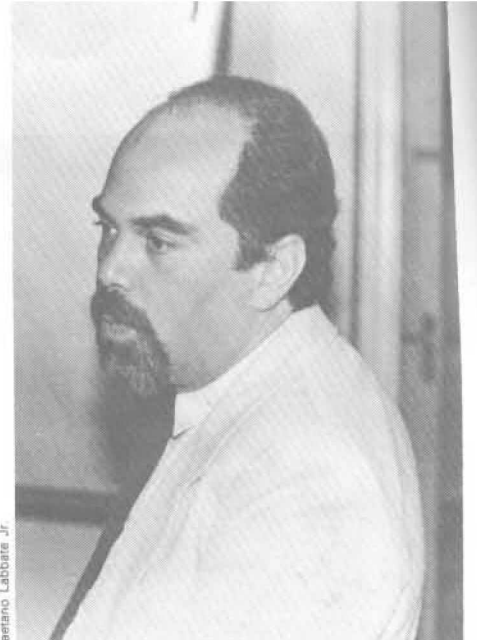
Para o cumprimento deste programa de atividades a Diretoria vem contando com a colaboração de profissionais altamente gabaritados que merecem o reconhecimento de nossa entidade.

*Impressão Flexográfica* foi o tema da palestra realizada em 15 de agosto, apresentada por Marco Antonio Novaes, diretor da Agassete Comércio e Indústria Ltda. e *Os Instrumentos de Marketing na Comercialização de Papel* foi o tema apresentado em 19 de setembro, pelo gerente de marketing do Grupo Ripasa, Gerson Sidney Jorge Netto.

As duas atividades tiveram grande afluência de público e os temas foram acompanhados atentamente.

### IMPRESSÃO FLEXOGRÁFICA

O fator chave no êxito que a flexografia obteve na indústria de artes gráficas é a sua versatilidade. Desde o princípio, quando o processo era baseado no uso de tintas anilinas e assim era conhecido como "*Impressão com anilina*", a flexografia era um processo muito apropriado em suas aplicações, ainda que o princípio fundamental do qual surgiu foi baseado no processo de *letterpress*, breve desenvolveu avanços próprios, por exemplo, eliminou muitos cilindros necessários ao *letterpress* e estabeleceu um sistema de impressão que constava somente de dois cilindros: o cilindro de controle e o cilindro fornecedor de tinta. Com o passar dos anos, a flexografia chegou a ser um processo respeitável e



Marcos Novaes falou sobre flexografia

aceito pelas pessoas dos demais segmentos da indústria, devido a crescente importância do processo no campo de impressão de embalagens.

O uso de tintas fluidas de secagem rápida (a base de água e a base de álcool), junto com o desenvolvimento de pranchas econômicas e flexíveis, seja de borracha ou de material fotopolimérico, aumentou a aceitação do processo flexográfico. Mas, o mais importante da flexografia era sua capacidade de produzir uma impressão econômica e de alta qualidade em uma variedade de materiais. A maioria desses materiais vem em bobinas, os quais depois de serem impressos, são rebobinados no final da tiragem. Na maioria das vezes, é possível fazer todas as operações em linha – sistema que elimina o processo de rebobinagem em vez de fazer passar o material diretamente



Atenção: uma característica constante.

ao equipamento de acabamento para produzir o produto final. Se o material, for em folhas, também é possível fazer as operações em linha, como por exemplo no caso de cartão corrugado, para entender porque a flexografia tem ganho tanta popularidade em outras áreas de trabalho juntamente com a indústria de embalagens, temos que identificar as vantagens que o processo oferece.

## VANTAGENS DA FLEXOGRAFIA

Devido sobretudo as tintas de secagem rápida usadas na flexografia, é possível alcançar-se velocidade de operação de até 2 mil pés por minuto. As planchas usadas na flexografia, que são de borracha ou de material fotopolimérico, são mais duradoras que outras planchas que custam o mesmo. Assim é que a flexografia resulta em ser um processo econômico.

Outra vantagem da flexografia em comparação com o *letterpress* e a litografia, é que não necessita tanto tempo para trocar as planchas e os cilindros nem para a preparação e partida da máquina.



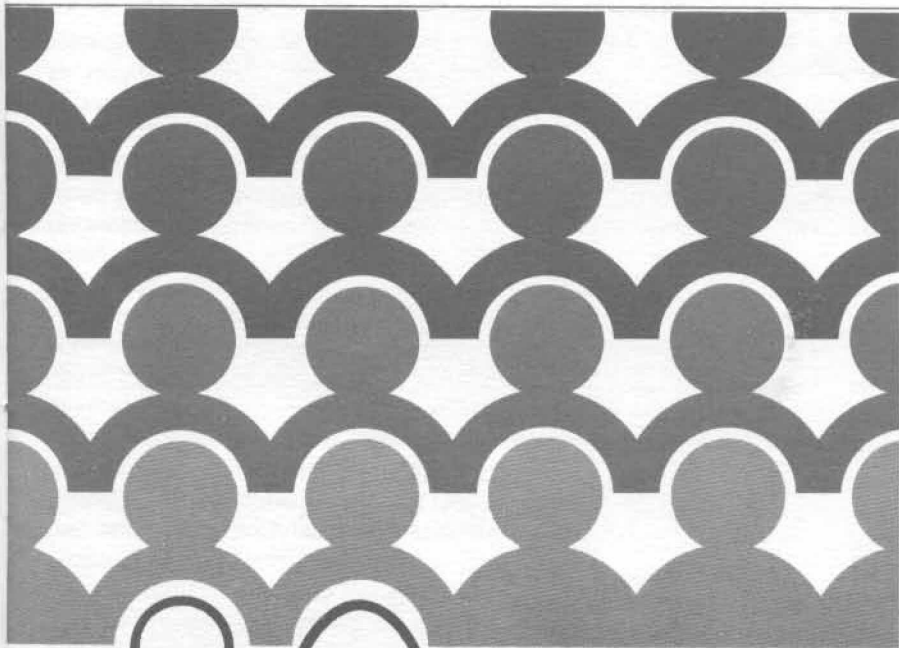
Aspecto do público

Além dos cilindros portaplanchas, que são fabricados de tal maneira que oferecem repetições variáveis para cada máquina e podem ser facilmente tirados da máquina, o que permite que a montagem da plancha, o registro e o processo de tira provas possam ser realizados sem a necessidade de por em funcionamento a máquina. Ainda resulta possíveis trocas durante a impressão usando simplesmente uma estação vaga, ou como é no

caso por exemplo, uma troca em uma só linha de texto, tira-se a plancha ou uma parte da plancha e substitui-se por outra plancha ou parte da plancha que contém a troca.

E finalmente, funções auxiliares tais como: a adição de um fundo de tintas médias (de tom suave) e a aplicação de verniz ou laca, podem ser realizadas na máquina. Os adesivos sensíveis ao calor, podem ser impressos em registros nas áreas desejadas. Em muitas máquinas é possível fazer estas operações especiais nos dois lados da bobina simultaneamente.

Adicionando a sua importância na indústria de impressão de embalagens, a flexografia também tem ganho muita popularidade na impressão de revistas e de jornais, campos que mais êxito tem tido o processo. O sistema de impressão que utiliza somente dois cilindros, desenvolvido na flexografia, tem sido muito utilizado por impressores de jornais, que o tem modificado de acordo com as necessidades do processo *letterpress*. O resultado final tem sido máquinas menos pesadas (devido a eliminação de cilindros no trem de impressão) e o uso de tintas ►



# CAVALLARI

MARCA DE FORÇA, PRESENTE DE  
CORPO INTEIRO À QUATRO  
GERAÇÕES. 80 ANOS DE  
TRABALHO GRÁTIFICANTE  
ATRAVÉS DE PESQUISA,  
DESENVOLVIMENTO E QUALIDADE

Indústria Mecânica **CAVALLARI** S.A.  
R. Prof. Alves Pedroso, 452 - CEP 03721 - S.P.  
C.P. 26.239 - Telex (011) 34679  
Fone (011) 957-5011

## ATIVIDADES CULTURAIS

de secagem rápida. Estas duas práticas tem contribuído muito para a redução de custos em indústrias nas quais considerações econômicas muitas vezes são o fator determinante no êxito da companhia.

Todavia, no princípio básico, a flexografia é o sistema mais simples de todos, tem suas próprias variações e problemas. Por isso, também tem seus próprios especialistas e peritos, desde o artista que desenha o original ao técnico que se encarrega do acabamento do produto final. Por conseguinte, existe uma demanda crescente para empregá-los nesta indústria que tanto oferece aos bem capacitados.

Todas as vantagens que temos discutido surgem da grande flexibilidade do processo; processo que podemos qualificar atualmente como um dos mais populares e importantes na indústria de artes gráficas.

*(texto compilado da palestra apresentada por Marco Antonio Novaes em 15/08/85).*

## MARKETING EM DESTAQUE

Gerson Sidney Jorge Netto iniciou a palestra explicando o conceito de produto, que compreende o bem (papel), mais o serviço. Diante deste conceito e com o avanço tecnológico, há uma semelhança entre os diversos bens produzidos, os quais são diferenciados pelo serviço prestado pelo vendedor. A área



O Interesse pelas palestras é...

comercial é considerada a mais importante dentro da empresa e é responsável por 80% do produto (percentagem que representa o serviço).

O valor do produto é determinado através de sua imagem, dividida em três aspectos: interno (componentes físicos do produto); externo (percepção que o consumidor tem do bem) e intermediária (compreende todos os fatores que modificam o modo como o consumidor vê o produto, tais como propaganda, publicidade, recomendações verbais e fundamentalmente a apresentação do vendedor).

Definindo marketing, Gerson Sidney Netto afirmou: "é o sistema total de atividades empresariais, que objetiva planejar, apressar, promover e distribuir com lucro produtos que satisfaçam os desejos dos clientes atuais e potenciais."

Ele explicou também a relação que

existe entre a área de marketing e as demais da empresa (financeira, suprimentos, engenharia de produtos...), destacando entre outros aspectos, que a política salarial e o critério de avaliação são pontos fundamentais para que a empresa tenha uma boa equipe comercial. "Se nós de marketing queremos do homem de vendas informações para elaborar um plano, uma campanha ou qualquer outro tipo de trabalho, somente obteremos se ele for um profissional bem remunerado".

Saber o que vender, quando, quanto, onde e como vender são atribuições da área de marketing, sendo que a questão como vender é a mais importante de todas e é executada pelo vendedor. Referindo-se ao homem de vendas como um canal de informação entre o mercado e a área de marketing, Gerson Netto disse "nenhuma pesquisa pode me dar com fidelidade resposta às quatro informações: o que, quando, quanto e onde vender, porém estas informações posso obter do vendedor com quase 100% de acerto".

O gerente de marketing do Grupo Ripasa abordou muitos outros aspectos como mix de produto e uma análise a nível de empresa, a qual pode estar planejada para um dos seguintes pontos: produto atual, produto novo, mercado atual e mercado novo, e frisou: "o vendedor é importante nas quatro fases, mas especialmente na fase de produto atual e mercado atual, em que se situam hoje a maioria das empresas do setor de papel".

Todos os pontos abordados durante a apresentação da palestra "Os Instrumentos de Marketing na Comercialização de Papel" foram acompanhados atentamente pelo público.

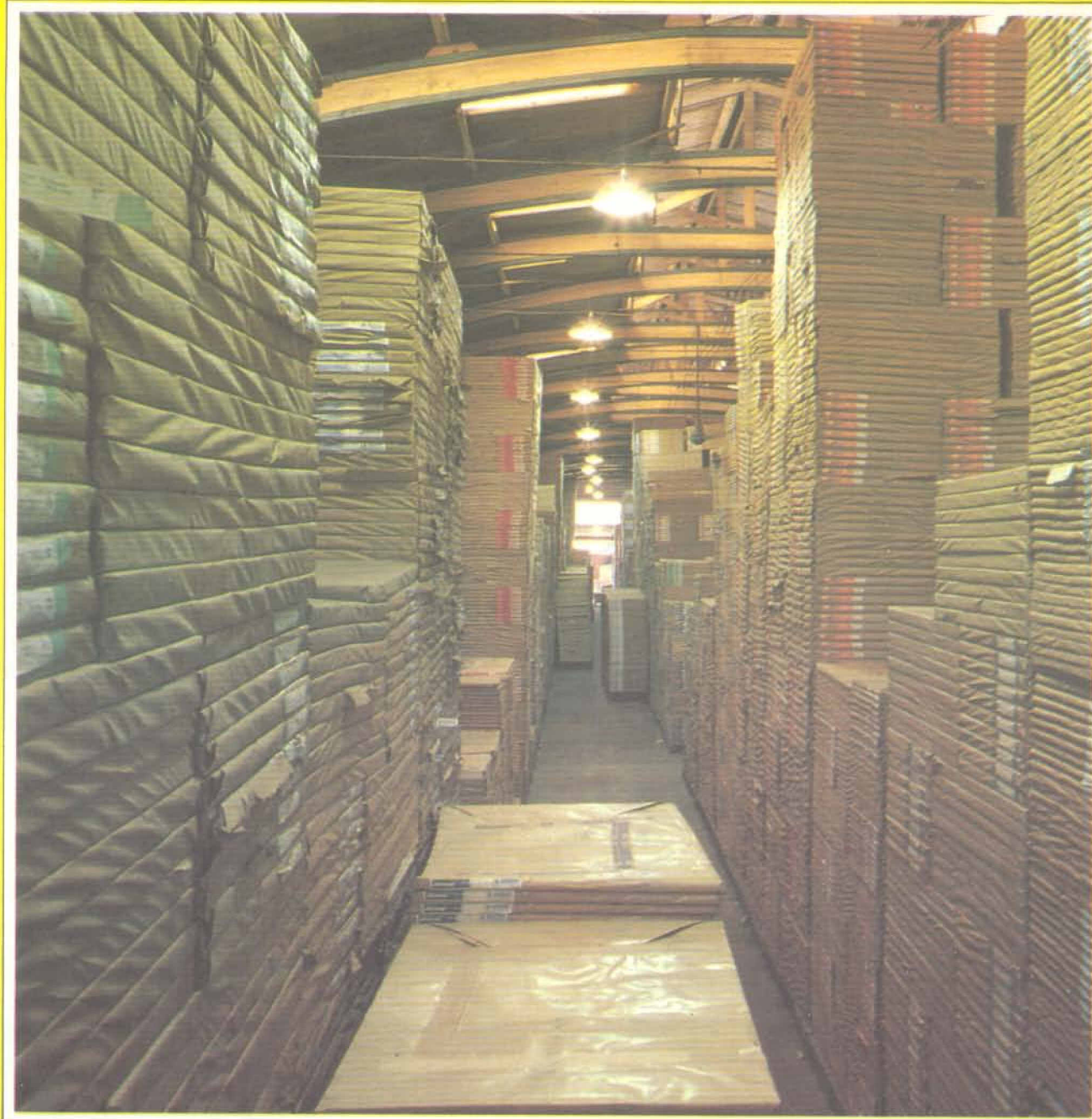


Caetano Labbate, Jr.

...cada vez maior



O NOSSO PRINCIPAL PAPEL  
É NÃO FAZER PAPELÃO



Com uma completa linha de produtos, a PLEXPEL  
tem o melhor atendimento e muita rapidez na entrega.

**CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS**

AG - Alta Alvura - Adesivo - Copel - Grafix - Marfim - Couche

Duplex - Ficha - Flor Post - Jornal - Kraft - Monolúcido - Off-Set

One Time - Security - Sincarbon - Self Copy - Sulfito

Super Bond - Report Copier - Envelopes

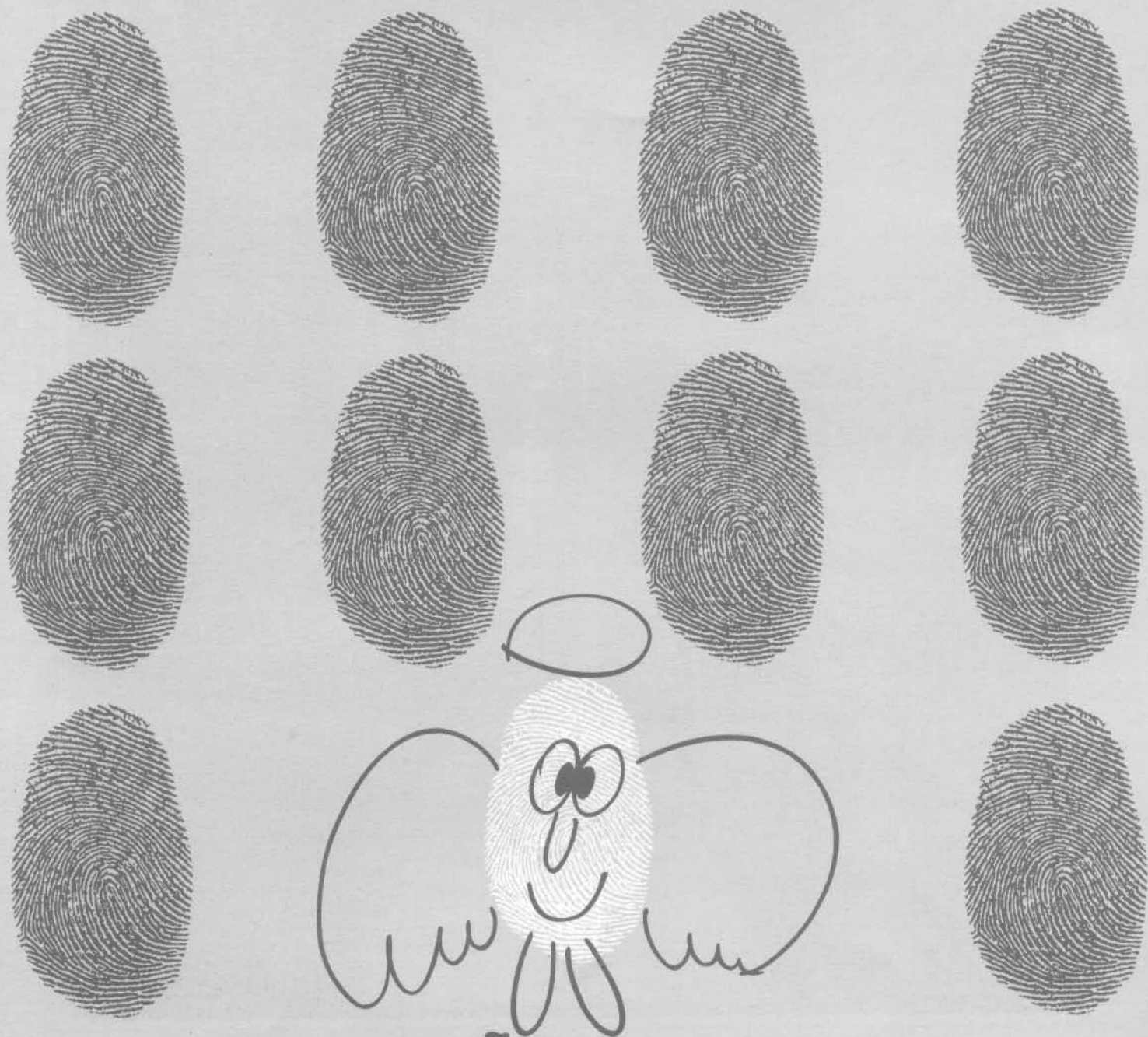


**DISTRIBUIDOR SINCARBON-MATARAZZO**

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

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

# MATARAZZO GARANTE:



**QUEM NÃO TEM FIBRA  
NUNCA SAI DO ANONIMATO.**

Sincarbon, o lado bom do papel-carbono, tem uma novidade que vai causar muito boa impressão a você. Agora, Sincarbon possui fibras de garantia. E isto significa que Sincarbon tem a mesma proteção do papel-moeda, que o diferencia dos papéis falsos. Você vê as pequenas fibras vermelhas em toda a superfície do papel. E a garantia de estar levando Sincarbon - e não outro papel qualquer. E a fibra da Matarazzo protegendo o consumidor.

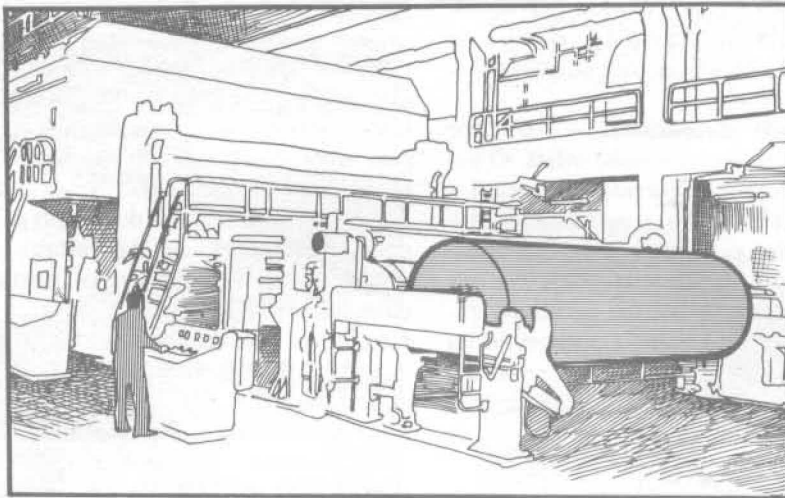


O PAPEL DE FIBRA DA  
**MATARAZZO**

A Fabricação de papel e sua utilização na impressão offset são enfoques abordados neste artigo do engenheiro Clayrton Sanchez

## O papel e a impressão offset

Autor: Clayrton Sanchez



Quando se fabrica papel, uma das preocupações mais importante é que este tenha uma formação uniforme. Por formação uniforme de um papel, entendemos o grau de dispersão das fibras e dos demais constituintes que o formam.

Os fatores que influenciam a boa formação de um papel são inúmeros e podemos destacar os seguintes, como mais importantes:

- Qualidade da água usada na fabricação;
- Qualidade da celulose;
- Qualidade das cargas (caulim, alga matolito);
- Qualidade das resinas;
- Qualidade dos aditivos;
- Grau de refino da massa de tanque

### Bibliografia:

- Casey - *Pulp and Paper*  
 Sanchez, Clayrton - *Tecnologia de Papel com Ensaio de Laboratório*  
 Higham, Robert R.A. - *A Handbook of Paper Making*

para tanque (variação do mesmo ao longo da fabricação);

- Nível de conservação dos componentes da máquina de papel (tela, feltros, cilindros, bombas, caixa de entrada, desaguidores, prensas);
- Velocidade da máquina;
- Qualidade e nível de atenção dos operadores e outros fatores também importantes.

A formação uniforme do papel influencia por sua vez, diversas propriedades, tais como: resistência à tração, ao rasgo, ao estouro, expansão/contrações, dois lados etc.

Em consequência do exposto anteriormente, notamos que a boa formação é importante para todos os tipos de papel, particularmente para papéis de impressão.

No caso de papéis finos, como por exemplo seda, cópia, é tremendamente importante.

Durante a fabricação do papel numa máquina plana (conhecida também como máquina de mesa plana ou *Fourdrinier* a mistura de celulose, água,

cargas, colas e outros aditivos é drenada continuamente. No lado inferior que está sendo formado existe um pequeno arraste das fibras pequenas e cargas, além de outros componentes de peso específico maior provocando em maior ou menor intensidade, uma diferença entre as duas faces do papel. O contato desta lâmina que está sendo formada com a tela formadora/drenadora também acrescenta uma diferença de tratamento dos dois lados.

O reticulado da tela utilizado é de fundamental importância na fabricação de papel, e para cada qualidade de papel sendo fabricado, se deve utilizar telas com número de fios por unidade de área adequados.

A tabela a seguir nos mostra a relação de fios e papéis típicos que se pode produzir:

Malha	Fios	Papel
55	55 x 38	Jornal, embrulho
60	60 x 40	Jornal, embrulho
65	65 x 44	qualidade média
70	70 x 52	qualidade média
75	75 x 56	livros
80	80 x 60	livros

Após passagem na tela formadora, o papel vai em continuação, sofrer compactação nas prensas que tem uma função muito importante na formação, pois elas podem afetar o perfil de espessura, a regularidade da umidade etc.

Já nos cilindros secadores, o perfeito controle das temperaturas dos cilindros, a inexistência de marcas ou sujeiras, o paralelismo das faces, o estado de conservação dos feltros, vão complementar a série de cuidados que se tomou anteriormente.

Existem algumas máquinas que tem um equipamento adicional e que está situado quase no fim da zona de secagem. Tal equipamento, conhecido como prensa de colagem (*size press*) tem como objetivos principais, o de melhorar a colagem superficial e melhorar as características de impressão. Este equipamento pode aplicar uma simples solução contendo amido ou então tintas pigmentadas um pouco mais elaboradas. Alguns fabricantes, erroneamente, chamam de couché de máquina um papel que recebeu um tratamento na prensa de colagem (pigmentado ou não). Para nós, o termo papel couché, só se aplica a papéis que tenham recebido uma cobertura maior ou igual a 10 g/m<sup>2</sup> de tinta, o que

não ocorre na prensa de colagem que pode chegar a 4 - 5 g/m<sup>2</sup> de revestimento por face do papel.

Após a prensa de colagem o papel atravessa mais uma bateria de secadores, passando posteriormente para uma calandra da máquina que irá dar um acabamento melhorado à superfície do papel em termos de lisura, porosidade, espessura etc.

Depois da calandragem, o papel poderá ser rebobinado ou então, irá sofrer uma operação de corte e escolha, dependendo da venda ser em bobinas ou em formato.

Quando se fabrica papel para impressão deve-se conhecer algumas características do processo de impressão que se vai utilizar e seus problemas típicos.

A impressão é um fenômeno coloidal complexo. É a aplicação de um material líquido ou plástico (a tinta) a uma membrana fibrosa coloidal, sob determinadas condições, com o objetivo de produzir certos efeitos óticos no papel impresso.

Pequenas variações na tinta de impressão, papel ou condições de impressão podem desbalancear o sistema.

O papel não pode ter suas características mudadas na gráfica, de forma que resta ao gráfico mudar a tinta ou as condições de impressão.

Assim como o fabricante de papel deve conhecer alguma coisa sobre as técnicas de impressão, o gráfico deve conhecer alguma coisa sobre as propriedades do papel.

## IMPRESSÃO OFFSET

Neste processo, a tinta de impressão é transportada praticamente no mesmo nível da chapa e não em alto relevo (tipografia) ou baixo relevo (rotogravura). Certas áreas (as de impressão) são receptoras e outras áreas são repelentes.

Se usa o processo de impressão Offset para os mais variados fins, destacando-se entre eles rótulos, livros, displays, folhetos de propaganda, calendários, cartuchos etc . . .

Os papéis mais comumente usados são apergaminhado, ilustração, acetinado, monolúcido, offset, papéis couchê (um lado e dois lados) etc . . .

Algumas propriedades do papel são decisivas para que o impresso tenha uma boa qualidade, destacando-se entre elas: **Lisura** - No início do processo de impressão offset, quando se usavam pedras

para imprimir, a lisura era muito crítica para se obter boa impressão. Com a introdução de cilindros revestidos com borracha, que são usados para transferir a tinta ao papel, tornou-se possível a impressão em papéis relativamente ásperos. Evidentemente ao se imprimir dois papéis com as mesmas características, com diferença apenas na lisura, o papel mais liso provavelmente dará um melhor resultado na impressão.

A lisura está correlacionada com o tratamento que se dá ao papel na calandra ou supercalandra. Comumente se confunde lisura com brilho. Queremos esclarecer que são duas propriedades que não são mecanicamente correlatas. O brilho obtido através da calandra de escovas não beneficia com intensidade a lisura do papel.

**Instabilidade dimensional** - Um dos pontos vitais em impressão offset. O papel é higroscópico (ávido por água) e muda de dimensões com variações na umidade. Essas variações são dependentes de uma série enorme de variáveis, tais como moagem, qualidade de fibras, tratamento a que o papel é submetido na máquina de papel, história da secagem, tracionamento etc. Estas mudanças são menores no sentido da fibra (direção de fabricação) do que contra a fibra.

Papéis e cartões variam no seu equilíbrio com relação ao teor de umidade, dependendo do tipo de fibra, equipamento utilizado na moagem, grau de moagem etc., em função da variação da UR do ambiente, vide tabela a seguir:

Papel	% de Umidade a diferentes graus de umidade relativa		
	43% RU	65% RU	82% RU
Sulfato	7,46	9,44	12,3
Sulfito	8,06	9,36	12,5
Livre de madeira	8,0	9,75	12,7
Glassine	8,76	10,5	13,5
Vegetal	7,95	9,67	12,5

Os problemas de instabilidade dimensional são minimizados com a observação dos seguintes fatos:

1. Maior uniformidade de formação, teor de umidade, colagem, distribuição de cargas;
2. Diminuir ao máximo a hidratação de celulose (moer em menor intensidade);
3. Aumento da gramatura do papel;

4. Aumento da espessura do corpo, conseqüentemente redução da calandragem. **Resistência Superficial** - As tintas utilizadas em impressão offset normalmente são de alta pegajosidade (alto tack) exigindo que o papel tenha alta resistência superficial para suportar os esforços de impressão.

O grau de fixação da superfície do papel pode ser determinado através do uso de bastões resinosos (ladres) com diferentes graus de pega. No mercado existem bastões denominados Dennison, que possibilitam uma medida. Usualmente, um papel que resista ao esforço de um bastão nº 10, não dará problemas na máquina impressora.

Esse método não é aplicável a papéis revestido (couchê) porque o ensaio é efetuado a temperaturas elevadas, o que mascararia o resultado, visto que os papéis revestidos usualmente contêm substâncias termoplásticas. Nesse caso, existe a possibilidade do emprego de mini impressoras de laboratório, das quais o IGT é um tipo bastante difundido.

**Exigências Químicas** - O papel deve ser livre de partículas abrasivas e impurezas, pois estas podem sair do papel e estragar a chapa da máquina, provocando espumas, fazendo com que a tinta seja atraída para as áreas de não imagem.

O pH da água deverá ser de 3, 8, pois nesses pH a chapa é mantida limpa e o filme da goma arábica das áreas não impressas mantém-se estável.

Por outro lado, a presença de produtos que sejam solúveis em água (alcali livre, ácidos, alumem, cloretos) provocam espuma por ataque químico à chapa.

O papel deve ser livre de agentes tenso ativos, pois estes tendem a se misturar na solução de água da máquina offset e causam conseqüentemente, modificações das tintas.

Os papéis não devem ser muito alcalinos, desde que alcalis tendem a neutralizar o ácido da água, fazendo com que o pH desta aumente até o ponto em que ocorram problemas.

A grande maioria de papéis não recobertos tem um pH ao redor de cinco, o que não causa problemas. Papéis couchê contendo pigmentos alcalinos (CaCO<sub>3</sub>, branco lustroso) são as causas mais frequentes de reclamações.

Normalmente o pH mais alto faz com que o processo de secagem das tintas de impressão se acelere.



Visando estimular o desenvolvimento das aplicações do Látex Sintético do Estireno e Butadieno Carboxilado na indústria de papel e cartão revestido, a Dow Química, com o apoio da Associação Técnica Brasileira de Celulose e Papel - ABCP, está instituindo o Prêmio Dow/Látex.

Este Prêmio está aberto a todos os técnicos das indústrias papeleiras, e será oferecido às duas melhores monografias sobre o uso de ligantes sintéticos em formulações para recobrimento de papel e/ou cartão.

O regulamento se encontra à disposição dos interessados e os trabalhos deverão ser entregues até 15.04.86 na sede da Dow Química em São Paulo.

Os candidatos de outras cidades poderão entrar em contato com J. L. Liberato ou Rosely Pasquali, por telefone ou correio. Dow Química do Sul Ltda. Av. Brigadeiro Faria Lima, 1541 14º andar CEP. 01451 Fone: (011) 212-1122

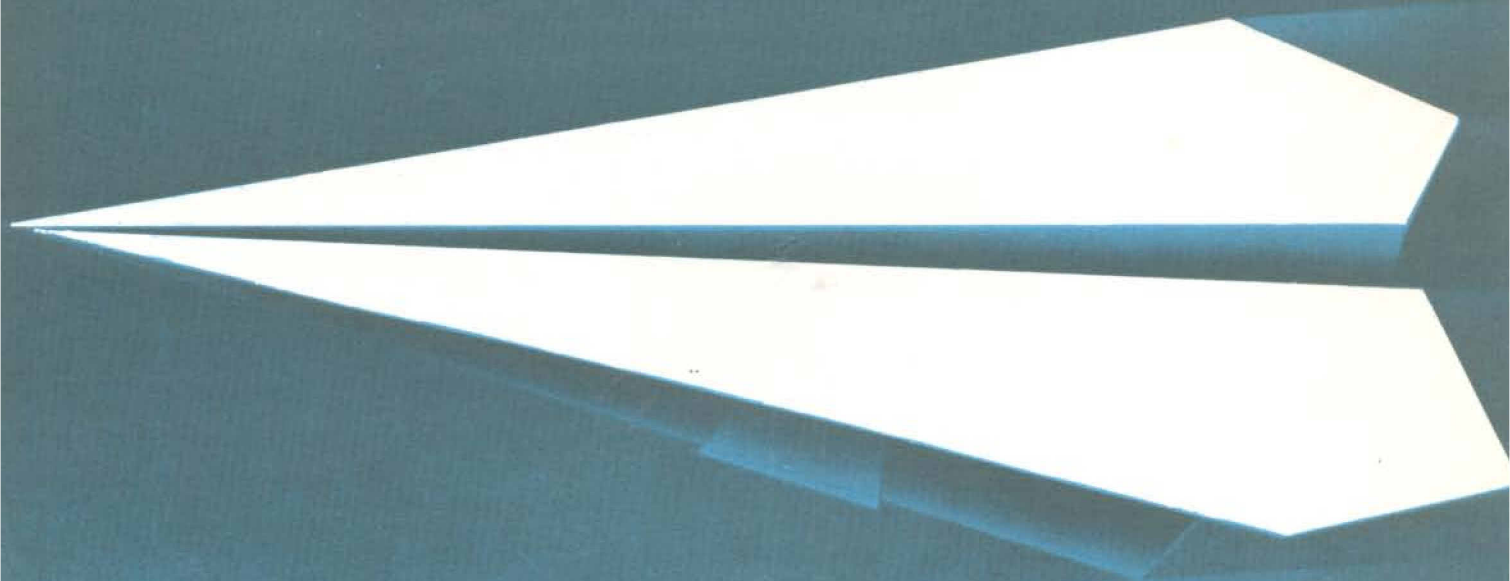


Dow Química do Sul Ltda.

Empresas Dow

# PRÊMIO DOW LÁTAX

# UMA EMPRESA TRADICIONAL COM IDÉIAS AVANÇADAS



## ATENDIMENTO SUPER RÁPIDO

A Maluhy sabe que bons negócios se fazem com decisão, e por isso mesmo colocou à disposição de seus clientes um perfeito esquema de comunicação, que compreende um completo sistema de TELEX, PBX e DDG. E para facilitar as consultas de preços, estoque, aperfeiçoar o faturamento e agilizar as entregas, foi implantado um moderno sistema de computação. Waldomiro Maluhy e Cia, há 40 anos aprimorando seus serviços!

**WALDOMIRO MALUHY & CIA.**  
**COMÉRCIO DE PAPÉIS**

Rua do Gasômetro, 931 - São Paulo - SP - CEP 03004  
PBX: (011) 292-6977 - DDG (011) 800-2000 - Telex: (011) 38329 WMEC-BR



### PAPÉIS FANTASIA EM GERAL

— PAPÉIS PARA PRESENTE EM BOBINAS e RESMAS NO FORMATO DE:

BOBINAS: 25 - 40 e 60 cm

FOLHAS: 50 x 70 e 60 x 90

LISOS e ESTAMPADOS

— PAPEL ESPELHO — (P/ TRABALHOS ESCOLARES, FORRAÇÃO, ETC.) EM RESMA ou BOBINA.

— PAPEL SEDA COLORIDA (P/ TRABALHOS MANUAIS, ENFEITES, BALÕES, PIPAS, ETC.), NAS CORES LISAS, LISTADAS e DISTINTIVOS DE CLUBES (DA CAPITAL SP), OUTROS CLUBES, SOBRE CONSULTA).

— ESTES PAPÉIS PODERÃO TER SUAS EMBALAGENS EM PLÁSTICOS ou CELOFANE (PARA ATACADISTAS), (RESMAS C/ 100 FLS. SOBRE CONSULTA).

— SUPORTE EXPOSITOR PARA RESMAS DE PAPEL, NO FORMATO DE 50 x 70 ou 60 x 90.

— SUPORTES PARA BOBINAS DE PAPEL DE QUALQUER TAMANHO (25-40 e 60 cm).



AGASSETTE - Comércio e Indústria Ltda.

Rua Cel. Emidio Piedade, 273 - Pari - SP

Fones: 292-6377

CONSULTE-NOS SEM COMPROMISSO

*Incrementar o mercado do livro em 20% em dois anos, é uma das metas do presidente da Câmara Brasileira do Livro, Alfredo Weiszflog.*

## Leitura: o lazer mais barato

Por: Gracia Martin

**A**lfredo Weiszflog atua no mercado editorial desde 1.967, ocupando hoje, o cargo de vice-presidente do Conselho de Administração da Cia. Melhoramentos de São Paulo. Já ocupou a vice-presidência da Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose e em várias gestões foi diretor do Sindicato Nacional dos Editores, desde maio deste ano, ele é o presidente da Câmara Brasileira do Livro.

Nesta entrevista que concedeu à Revista ANAVE no mês de outubro, Weiszflog fala sobre o desenvolvimento do hábito da leitura, destacando, "o importante é que efetivamente a pessoa passe a gostar de ler, a partir do momento em que isto ocorre, ela se abstrai de qualquer outro meio de distração para se concentrar no livro". Com o incentivo ao hábito da leitura, o mercado de livros no próximo ano, segundo ele, deve ter um crescimento da ordem de 20%, o que corresponde a um aumento

na produção e consumo estimada em 260 milhões neste ano, para 300 milhões de 1.987.

**ANAVE** – Como presidente da Câmara Brasileira do Livro, qual o seu plano de atividades?

**WEISZFLOG** – A atual diretoria da Câmara Brasileira do Livro, que tomou posse em maio deste ano, teve como plataforma de trabalho o incremento do mercado de livros em 20% nos próximos dois anos. Isto em números significa aumentar a produção e o consumo de 260 milhões de exemplares por ano hoje, para 300 milhões de exemplares por ano, no prazo de dois anos.

**ANAVE** – O senhor concorda com a afirmação de que o brasileiro não gosta de ler?

**WEISZFLOG** – Eu não concordo com esta afirmação. O que eu acho é que ao brasileiro muitas vezes não é dada a

oportunidade de aprender a gostar de ler.

**ANAVE** – Como se desenvolve o processo que leva uma pessoa a gostar de ler?

**WEISZFLOG** – Isso começa em casa. Nós não temos a tradição cultural que existe nos países desenvolvidos, principalmente nos países europeus, onde os pais contam às crianças histórias de livros. Até aproximadamente 15 anos atrás, no Brasil não existiam mais do que 9 milhões de estudantes e hoje há 30 milhões, muitos dos quais tem pais que nunca tiveram um livro nas mãos. Afirmar a priori que o brasileiro não gosta de ler não está correto, talvez ele não tenha tido oportunidade de aprender a gostar de ler.

**ANAVE** – Neste aspecto, qual a participação da escola?

**WEISZFLOG** – A escola é fundamental neste aspecto, uma vez que a criança não teve a oportunidade de aprender o hábito da leitura dentro de casa, a escola é portanto, o último bastião onde efetivamente ela terá esta oportunidade.

**ANAVE** – Este processo, a seu ver está sendo devidamente desenvolvido com os atuais métodos de ensino adotados nas escolas de nosso País?

**WEISZFLOG** – Isso é muito variado, depende muito do professor. Nós estamos fazendo um trabalho na Câmara Brasileira do Livro, que teve início durante a última Bienal, realizada no ano passado, através dos seminários de literatura infantil – juvenil, motivando os professores e mostrando a eles qual é o caminho correto para a criação do hábito de leitura dentro da escola.

**ANAVE** – Na sua opinião, a televisão representa atualmente um obstáculo no desenvolvimento do hábito da leitura?

**WEISZFLOG** – Eu diria o seguinte, no momento em que o bichinho morde a pessoa não há televisão que seja obstáculo. O importante é que efetivamente a pessoa passe a gostar de ler, a partir do momento que isto ocorrer, ela se abstrai de qualquer outro meio de distração para se concentrar no livro.

**ANAVE** – A Ciranda de Livros teve um papel significativo no incentivo ao hábito da leitura?



Weiszflog: "Há um mito no Brasil sobre o problema do custo do livro, que é extremamente barato"



**WEISZFLOG** – A Ciranda de Livros foi uma iniciativa louvável da Fundação Roberto Marinho e principalmente da Hoechst do Brasil que a patrocinou, no sentido de criar bibliotecas em mais de 30 mil escolas deste país.

**ANAVE** – *E o custo do livro, que participação tem no desenvolvimento do hábito da leitura?*

**WEISZFLOG** – Há um mito no Brasil sobre o problema do custo do livro, que é extremamente barato. É o lazer mais barato que existe e eu provo o que estou dizendo: hoje, uma página de livro custa em média Cr\$ 150, portanto, um livro de 200 páginas custaria hoje, aproximadamente Cr\$ 30 mil e para ler um livro de 200 páginas o leitor precisa de aproximadamente 15 a 20 horas, dependendo da habilidade de leitura de cada um. Então, você tem um lazer na realidade de Cr\$ 2 mil por hora e eu lhe pergunto, qual é o lazer que você encontra hoje com este custo, não existe. Além disso, o livro você pode levar para onde quiser, pode passar para a frente, pode deixar de ler a hora que desejar e pode até usá-lo como escadinha, se você não tiver escada em casa, enfim, você tem mil e uma outras utilidades que tornam este lazer mais barato.

**ANAVE** – *Seria possível o senhor traçar um perfil da produção editorial neste ano de 1.985?*

**WEISZFLOG** – Estamos com 260 milhões de livros produzidos anualmente, dos quais aproximadamente 80 milhões são livros didáticos e o restante de livros não didáticos. Como afirmei no início, pretendemos ampliar esta produção para 300 milhões por ano.

**ANAVE** – *Quais os principais problemas enfrentados pelo segmento editorial?*

**WEISZFLOG** – Um dos principais problemas é aquele que todas as indústrias brasileiras estão sofrendo, que é o do custo do dinheiro. Os juros efetivamente solapam qualquer estrutura empresarial e a indústria do livro não é uma indústria de curto prazo, são investimentos que muitas vezes levam meses para se realizar e há uma produção que fica meses em estoque, seja nas editoras ou nas livrarias. Este a meu ver é hoje o maior

problema. Um outro problema que eu poderia mencionar, é que precisamos ampliar nossos canais de distribuição, apesar de que isto tem melhorado sensivelmente, nos últimos anos tem se aberto inúmeras livrarias, se tem entrado em novos canais de venda como supermercados, lojas departamentais, a mala direta já funciona em algumas editoras e é uma atividade muito forte, mas ainda precisamos ampliar e fortalecer estes passos.

**ANAVE** – *Como o setor editorial encara a atual situação do mercado de papel para fins editoriais?*

**WEISZFLOG** – As preocupações do mercado editorial em relação ao mercado de papel são três: ter a mercadoria certa, no tempo certo, ao preço certo. E esta é uma situação que flutua muito. Sabemos das dificuldades que também enfrenta a própria indústria de papel e esperamos que elas também entendam os problemas que a indústria editorial enfrenta. Mas, tem havido um bom diálogo entre as partes e na medida em que se conseguir manter o bom equilíbrio entre o mercado interno e externo não deverão existir maiores problemas.

**ANAVE** – *Qual o seu ponto de vista com relação ao livro descartável?*

**WEISZFLOG** – O livro descartável é outro jargão que se inventou, na realidade o chamado livro descartável nada mais é do que um livro didático em que os exercícios estão dentro do próprio livro para a criança preencher. Era uma metodologia que foi implantada pelo próprio Governo, na medida em que se mudou esta metodologia de ensino, também o chamado livro descartável se tornou desnecessário, tanto é, que praticamente já há quase dois anos não existe mais este tipo de livro. Posso explicar também, com relação ao livro descartável, que é uma questão de metodologia que o próprio governo impõe e fazer-se críticas que isto é culpa das grandes editoras é um grande problema porque a editora nada mais faz que se adaptar às exigências do mercado e quem determina o mercado educacional é o próprio governo.

**ANAVE** – *O setor editorial imprime livros para a Fundação de Assistência ao Educando – FAE. O senhor considera esta atividade positiva?*

**WEISZFLOG** – É difícil dizer se esta é uma atividade positiva ou negativa. Eu, por princípio e também vários colegas que compõem a diretoria da Câmara, somos contrários à atividade estatal dentro de nosso segmento, mas não deixamos de reconhecer que existem certos mercados no país de baixo poder aquisitivo, são alunos carentes que precisam ser assistidos. O grande perigo neste caminho adotado é de que se passe de um momento para outro a praticamente estatizar toda a produção do livro didático em nome de atender ao aluno carente. Facilmente pode se cair nisso com a demagogia do livro único, por exemplo, e coisas desse tipo, que são interesse somente de regimes totalitários, qualquer que seja a orientação.

**ANAVE** – *Qual a intensidade deste risco?*

**WEISZFLOG** – Este risco sempre é latente, na medida em que o Governo intervém na atividade privada. Não acredito que na atual gestão isto seja um perigo, pelo contrário, a gestão atual tem se preocupado em fortalecer a iniciativa privada, mas existe o problema de grande poder de barganha do próprio Estado, quer dizer, o Estado precisa compreender que, apesar dele conseguir comprar em condições especiais, devido às quantidades adquiridas, isto não pode ser razão para posteriormente vir a sufocar a atividade econômica das empresas.

**ANAVE** – *A aquisição do papel necessário à produção solicitada pela FAE para 1.986 poderá prejudicar outros setores?*

**WEISZFLOG** – Eu não acredito que isto venha a prejudicar outros setores, porque de uma ou outra forma é um papel que deveria ser consumido. O fato é que uma certa quantidade de livros que seria comercializada pela via normal será comercializada através da FAE, então, boa parte desse papel seria naturalmente consumido.

**ANAVE** – *Quanto ao parque gráfico nacional, haverá condições para suportar o volume dessas impressões sem prejuízo da produção dos livros que serão comercializados pelas editoras no mercado?*

**WEISZFLOG** – O parque gráfico tem condições de executar, o problema é uma questão de prazo somente. Com a

morte do presidente Tancredo Neves houve um atraso na posse da atual gestão da FAE e isso criou problemas efetivamente com relação a prazos, mas estão sendo feitos esforços de todos os lados, tanto da FAE, como por parte dos editores gráficos, para ver se realmente se consegue cumprir o programa, obviamente, quanto mais próximo se chegar da época de abertura, tanto mais difícil a coisa vai se tornando.

**ANAVE** – Voltando a falar sobre o hábito da leitura, o que está sendo realizado pela Câmara Brasileira do Livro para incentivá-lo?

**WEISZFLOG** – A Câmara como eu já disse, já vinha fazendo seminários de literatura infantil juvenil para professores do primeiro grau, que basicamente são cursos ou seminários em que se procura mostrar ao professor como criar o hábito da leitura, mostrar o que eles podem extrair de um livro no sentido de motivar a criança não só à leitura, mas também a outras atividades paralelas. Isto está sendo realizado desde a Bienal Internacional do Livro do ano passado e nas Bienais do Interior, neste ano e em

cada uma delas foram treinados aproximadamente 200 professores, então, são 1.000 professores que participaram de seminários neste ano e outros mil no ano passado, portanto, são dois mil professores que foram treinados em dois anos. Com o convênio que foi firmado recentemente com os fabricantes de papel, temos um projeto para nos próximos dois anos tentar reciclar aproximadamente 6 mil professores.

**ANAVE** – Como está firmado este convênio entre o setor de papel e as editoras?

**WEISZFLOG** – Este convênio assinado com os fabricantes de papel, que estabelece que 0,5% será pago pelos fabricantes de papel e 0,5% pelos editores, sobre o valor da fatura e esses recursos serão destinados para um fundo que será gerido pela Câmara, em conjunto com a Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose, para basicamente duas coisas: fazer campanhas publicitárias e promocionais em torno do livro, visando fortalecer sua imagem, e em segundo lugar, efetivamente incentivar e proliferar os seminários e cursos para o incentivo

ao hábito de leitura.

**ANAVE** – Além do setor de papel, há outras entidades participando das campanhas de incentivo à leitura?

**WEISZFLOG** – Sem dúvida nenhuma, existe por exemplo a Fundação do Livro Infantil e Juvenil, no Rio de Janeiro; várias bibliotecas infantis estão envolvidas conosco ou com programas próprios; existem várias associações, como no Rio Grande do Sul, em Campinas, enfim, em diversos lugares há pessoas preocupadas com a leitura.

**ANAVE** – O senhor gostaria de acrescentar alguma coisa a esta entrevista?

**WEISZFLOG** – Eu gostaria de aproveitar a ocasião para solicitar a colaboração de todos e principalmente daqueles que integram a ANAVE, no sentido de que colaborem conosco difundindo os trabalhos desenvolvidos pela Câmara, uma vez que será um benefício direto, pois na medida em que o mercado editorial cresce, também o mercado de papel cresce, por via de conseqüência, isso também facilitará a vida dos homens de vendas da área de papel.



*Cia. T. Janer*  
*Comércio e Indústria*

- PAPEL PARA IMPRENSA
- PAPEL PARA LIVROS E REVISTAS
- CELULOSE PARA INDÚSTRIA DE PAPEL

FILIAL: São Paulo

Av. Henry Ford, 811/833  
Tel.: 273-6011 PABX  
Telex 011/22945 "JANER"

MATRIZ: Rio de Janeiro

Outras Filiais em Porto Alegre,  
Belo Horizonte, Curitiba, Recife,  
Salvador e Brasília.

Segundo Boris Tabacof, o setor de papel e celulose revela tendências de uma maior participação no mercado acionário.

## O papel do mercado de ações

Por Gracia Martin

**T**endo passado há menos de dez anos de grande importador a potencial exportador, o setor de papel e celulose tem todas as condições para garantir um lugar definitivo no cenário mundial, há expectativas de que a curto prazo sejam produzidas 6 milhões de toneladas de celulose e 5 milhões de toneladas de papel.

Para Boris Tabacof, diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose – Prêmio Mauá – 1.984 – “o problema fundamental é encontrar recursos extremamente vultuosos para que o setor dê esse salto, pois ele tem condições objetivas para tanto”.

Este aspecto foi destacado por Boris Tabacof ao falar sobre o tema “O Setor

de Celulose e Papel no Mercado de Capitais”, durante almoço promovido pela ANAVE – Associação Nacional dos homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, em 14 de agosto p.p., no Salão Nobre do Ipê Clube.

Boris Tabacof, participando do evento como convidado de honra, destacou que os recursos para projetos altamente viáveis, que impulsionarão o desenvolvimento do setor celulósico-papeleiro podem ser adquiridos por diversas fontes:

**1º) Geração Interna de Recursos** – Uma empresa em seu esquema de capital, em primeiro lugar, tem que gerar recursos internos e isso obviamente depende da política de preço, que na opinião do di-



Cesariano Labbate Jr

Tabacof (à esq.), ao lado de Adhemur Pilar Filho, presidente da Anave, declara: “As empresas do setor que se abriram para o mercado acionário estão vendendo boas imagens.”

retor da Cia. Suzano de Papel e Celulose, atualmente é “uma política irrealista de compressão de preços, em que tem de se subsidiar o mercado interno às expensas das empresas privadas”.

**2º) Financiamentos** – A abundância de créditos baratos porque eram subsidiados, já deu grande impulso às empresas brasileiras, mas Boris Tabacof destaca que “hoje ninguém pensa nisso, porque recursos desse vulto são uma temeridade e não existiriam em abundância necessária”.

**3º) Sistema de Incentivos Fiscais** – Hoje bastante escassos, são no ponto de vista de Tabacof “uma necessidade”, ele afirma que “o estímulo fiscal deve ser dado ao investidor ou empresário que dirige seu capital para um investimento de risco”.

**4º) Mercado Acionário** – Uma tendência política macro-econômica.

### MERCADO DE AÇÕES

Em nosso País muitas empresas optaram pelo abertura de capitais como fonte geradora de recursos e nos últimos anos também o setor celulósico-papeleiro vem marcando presença no mercado acionário, isto na visão diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose, “é de certo modo um diploma de graduação, é um reconhecimento público de que o setor é maduro e está equiparado com os demais setores da economia brasileira”.

No setor de papel e celulose, como em



À mesa de honra figuraram personalidades notórias do setor de celulose e papel, dentre as quais destacavam-se Horácio Cherkassky, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, e Osmar Elias Zogbi, presidente da Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose.



Grande número de convidados prestigiou o evento.



No momento do sorteio, alegria e descontração.

Camargo Lobbano Jr.

diversos outros, encontramos empresas tradicionais de administração familiar descobrindo que com o crescimento e amadurecimento de suas organizações faz-se necessário buscar dinheiro no mercado e optando pela abertura de capital.

Como consequência da abertura de capital, Tabacof enumera vários pontos:

– O mercado acionário é como que um IBOPE feito diariamente para revelar ao investidor o que está sendo feito com seu dinheiro;

– Ao se tornar aberta a empresa busca reforçar sua estrutura, se viabilizar mais, ter menos dívidas e mais sócios e “o dono da empresa tem que prestar conta

do que está fazendo e isso gera uma sucessão de atitudes extremamente positivas e sadias para as empresas”.

Um outro ponto que se nota na estrutura das empresas de capital aberto é a transparência de informação, enfim, por via de consequência se “filtra a organização”.

“As empresas do setor que se abriram para o mercado acionário estão vendendo boas imagens” – disse Tabacof, que concluiu revelando:

–Estão no mercado Klabin, Suzano, Aracruz, Propasa, Ripasa e Irani e eu acho que a abertura de capital não vai se restringir a essas empresas.

Movimento de preços das ações da Cia. Suzano de Papel e Celulose (PP)							
2ª quinzena de agosto de 1985/84							
1985				1984			
DIA	Abertura	Médio	Fechamento	DIAS	Abertura	Médio	Fechamento
17	185,00	174,88	173,00	16	72,00	72,00	72,00
20	175,00	175,29	180,00	17	75,00	75,10	75,00
21	180,00	182,95	180,00	21	75,00	75,10	75,00
22	170,00	170,09	180,00	22	76,00	76,00	76,00
23	—	—	—	23	—	—	—
24	179,00	179,06	179,00	25	78,01	79,80	80,00
27	—	—	—	28	80,00	80,00	85,00
28	175,00	177,99	180,00	29	80,00	80,00	85,00
29	180,00	179,41	182,00	30	85,00	85,07	85,00
30	180,00	175,40	170,00	31	90,00	90,25	95,00

Fonte: Bovespa

# NÓS TEMOS A SOLUÇÃO

Se Papéis Confidenciais como:- **ARQUIVO MORTO, CHEQUES, RELATÓRIOS e APARAS DE PAPEL VELHO** em geral, são a sua preocupação **FALE CONOSCO APARAS VILLENA**

## OS COMPRA

e oferece a mais alta tecnologia, na destruição desses papéis e, para sua maior segurança, na sua presença.

## EQUIPAMENTOS

## MODERNÍSSIMOS

## ÚNICOS NO BRASIL.

**APARAS VILLENA LTDA.**

**PABX:- 858-3166**

**DEP. DE COMPRAS**

*A Champion Papel e Celulose S/A comemora seus 25 anos de atividades investindo na inauguração de uma nova máquina de produção de papel.*

## Os 25 anos da Champion

**"D**e uma maneira geral, não descartamos nenhuma possibilidade de crescimento", esta afirmação do diretor executivo da Champion Papel e Celulose S/A, Ronaldo A. Guedes Pereira, confirma a filosofia de crescer com os mercados para crescer sempre, adotada pela maior fabricante de papéis cortados do Brasil em seus 25 anos de existência.

Para comemorar este marco histórico, a Champion está inaugurando oficialmente neste ano a sua nova máquina para fabricação de papéis brancos de imprimir e escrever. Em operação desde junho de 1.985, a MP - 6 tem capacidade para produção de 243 toneladas/dia e exigiu investimentos de US\$ 55 milhões, inteiramente concretizados com recursos próprios.

Esta é a quinta máquina a integrar a linha de produção de papel da Cham-

pion, sendo que a primeira serve para secagem de celulose. Com sua instalação, a Champion completa um ciclo de investimento que ultrapassa US\$ 350 milhões em valores históricos nestes 25 anos.

Entre a elaboração do projeto e a montagem da MP 6, que não encontra similar na América Latina, transcorreram 30 meses, período em que também se fez o treinamento do pessoal, ao todo foram contratados 346 novos funcionários, com acréscimo de aproximadamente 15% no quadro de pessoal. Ronaldo A. Guedes Pereira destaca os excelentes e surpreendentes resultados obtidos com a nova máquina, explicando que a chamada "curva de aprendizagem" da máquina (learning curve), originalmente de 17 meses, vem sendo percorrida em tempo recorde: três meses após o *start-up*, foi alcançado o patamar previsto para o décimo mês da curva.

Outra marca excepcional havida sido registrada já no *start-up*, que ficou restrito a não mais de 18 minutos, tempo extraordinário para uma máquina de papel, particularmente no caso daqueles 100% de fibra curta.

A nova máquina da Champion, de marca Beloit - Rauma, tem índice de nacionalização da ordem de 89%, é dotada de controlador de processo e dispõe também de sistema automático de transporte de rolos e estangas vazias, comandados por um controlador lógico programável. Igual componente equipa a nova embalagem de bobinas e as novas cortadeiras no acabamento.

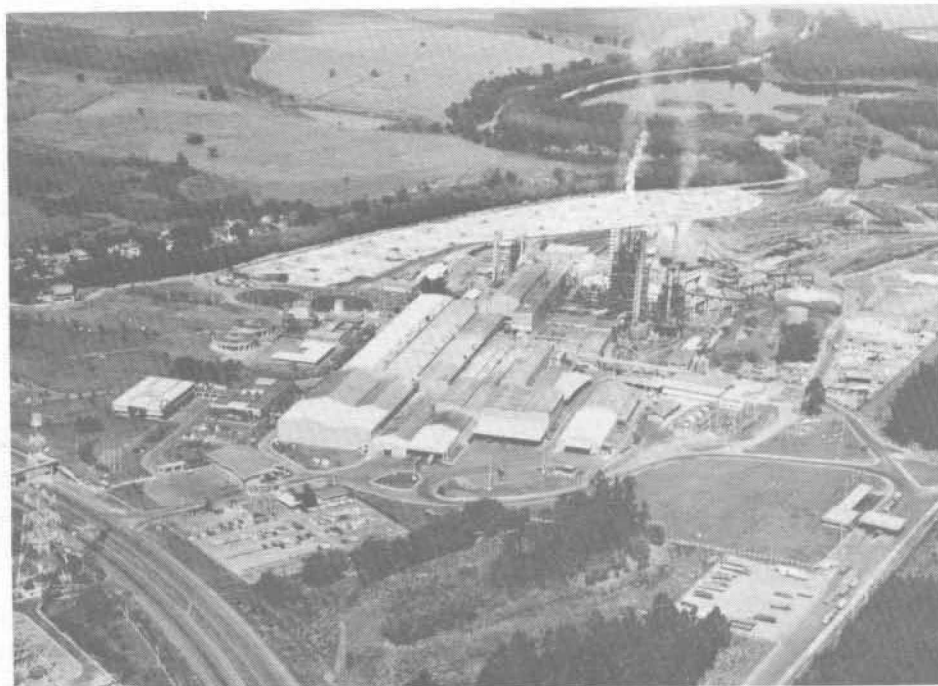
### MAIOR OFERTA

O mercado de papel, um dos mais estáveis da economia nacional, estará contando no próximo ano com um acréscimo de 20% na produção, visto que além da Champion, está prevista a colocação de mais duas novas máquinas de papel, uma pela Cia. Suzano de Papel e Celulose e outra pela Cia. De Zorzi de Papéis. Segundo Odair Garcia, diretor de planejamento e materiais da Champion, a máquina que será inaugurada pela Cia. Suzano tem "uma capacidade idêntica à MP 6 (243 ton/dia) e a da Cia. De Zorzi, do Rio Grande do Sul, tem capacidade de 100 toneladas/dia".

Apesar do aumento na oferta do papel, conseqüente da ativação das novas máquinas, o setor de papel e celulose, muito exigente em termos de capital, necessita que sejam realizados novos investimentos e requer por parte do Governo, medidas que viabilizem a aplicação de novos investimentos, visto que, segundo o diretor comercial da Champion, John Warren, "lamentavelmente o setor não tem capacidade de acompanhar a velocidade do crescimento da demanda".

Além da necessidade de investimentos e incentivos, o setor de papel e celulose convive com o controle de preços, que segundo John Warren, "interfere com a política de oferta do livre mercado e distorce tudo. Não existe nenhum país no mundo - disse ele - que tenha sofrido um controle de preços tão árduo e tão longo como o nosso".

Ele garante que mesmo com a entrada da nova máquina proporcionando aumento da produção de papel, a Champion continuará mantendo sua filosofia de direcionar 70% da produção total para o mercado doméstico, enquanto os ▶



*Champion: 25 anos de expansão e desenvolvimento*



---

# NOTA

---

Toda empresa se orgulha do seu produto,  
mas na hora de promover esse produto  
surge o maior problema:  
como fazer o anúncio, o catálogo  
onde e como fazer  
etc. etc. etc...

Agência de propaganda, nem pensar!  
Custa caro e é muita burocracia.

Há sete anos nós resolvemos esses problemas  
de forma simples, objetiva e sem burocracia,  
pois, em matéria de publicação e mídia impressa  
podemos dizer: NÓS ENTENDEMOS.

Somos um ESTÚDIO de criação, fotografia,  
fotolito e fotocomposição e EDITORA e LIVRARIA.  
Temos redatores, tradutores para todas  
as línguas, arte-finalistas, produtores  
e desenhistas para atendê-los prontamente.

Somos a

**AURA ESTÚDIO, EDITORA E LIVRARIA**  
**Rua Cunha Gago, 661 - Pinheiros - SP**

Nosso telefone:

**815-5033**

P.S.: Esta revista foi composta e arte-finalizada por nós.

## REPORTAGEM

30% restantes são destinados ao mercado externo.

### 25 ANOS DE HISTÓRIA

A Champion Papel e Celulose S/A, subsidiária da empresa norte-americana Champion International Corporation, nasceu em janeiro de 1.960, no município de Mogi Guaçu, no interior de São Paulo.

Passando por diversos estágios, a empresa inaugurou em 1.965 sua primeira máquina de papel e em 1976, já com duas outras máquinas em funcionamento, duplicou sua produção.

Grande produtora de papéis cortados tipo expediente e papéis para livros e revistas, como também papéis de alta qualidade para o setor gráfico e de formulários contínuos, a Champion detém participação acima de 20% nesses mercados no Brasil, estando prevista para 1.985, a produção de um volume total de 250 mil toneladas de papel.

Neste ano, quando comemora seu Jubileu de Prata, a empresa inaugura sua



Nova máquina produz 243 ton/dia

quinta máquina de papel, que deverá elevar a produção em 40% nos próximos doze meses, proporcionando em 1.986 a produção de 300 mil toneladas anuais.

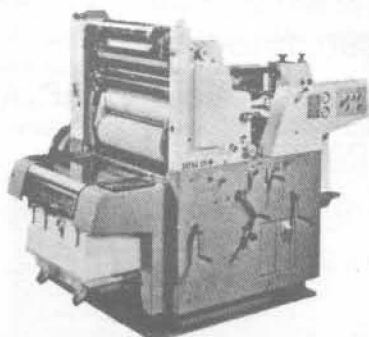
Até o final do ano a empresa deve faturar cerca de Cr\$ 800 milhões, sua participação na exportação brasileira de papéis deve suplantar 25% do volume total exportado em 1.985, com uma contribuição da ordem de US\$ 40 milhões para o balanço de divisas do País.

A Champion, que antes destinava

25% de sua produção de celulose a terceiros, com a entrada da nova máquina passará a absorver totalmente as 650 toneladas produzidas diariamente através do processo sulfato de natureza química.

Embora mantendo constante desenvolvimento, a empresa destaca-se por sua ação consciente na preservação do meio ambiente e na segurança do trabalho.

Em agosto de 1.984, por exemplo, chegou ao recorde mundial de segurança



# Rosset

COMÉRCIO DE MÁQUINAS E MATERIAIS GRÁFICOS

## ESPECIALIZADA EM OFFSET

CONHEÇA NOSSA LINHA

IMPRESSORAS OFFSET INDUSTRIAIS E SEMI-INDUSTRIAIS, GUILHOTINAS, GRAMPEADEIRAS, SERRILHADEIRAS, FURADEIRAS E MATERIAL GRÁFICO.

**DISTRIBUIDOR ENVELOPES PLANALTO**  
• VENDAS • SHOW-ROOM E ASSISTÊNCIA TÉCNICA

**MATRIZ - SÃO PAULO**  
RUA CORONEL ANTÔNIO MARCELO, 229  
\* 948-5389 CEP 03054

**FILIAL CAMPINAS**  
RUA NAZARENO MIGNONI, 865 - CEP 13100 - SP  
(0192) 47-0782 • 47-0379

do trabalho no setor, com a extraordinária marca de 8.226.600 horas/homem trabalhadas sem acidentes com afastamento.

Com quase 3 mil funcionários, esta importante empresa do setor celulósico papelero tem duas subsidiárias: a Chamflora Planejamento Florestal S/C Ltda., com 960 funcionários e sede em Mogi-Guaçu, dedica-se à elaboração e execução de projetos de reflorestamento e extração de madeira. Em Bicas, Minas Gerais está a Mineração Anasteve Ltda., com 370 funcionários, é uma empresa de exploração, industrialização e comércio de caulim, também usado na produção de papel.

Com florestas próprias, a Champion garante cerca de 70% da madeira de que necessita, o restante provém de fornecedores que freqüentemente utilizam mudas cultivadas no viveiro da empresa, onde são produzidas cerca de 12 milhões de unidades/ano. Do total extraído, 85% destinam-se à fabricação de celulose branqueada e 15% serve para a produção de energia, nos termos de um programa de substituição de óleo combustível.

## **PRESERVANDO A ÁGUA, O AR E O SOLO**

Equipamentos localizados nos diferentes pontos-chaves das instalações da Champion Papel e Celulose, os quais permitem a realização de controle ambiental ininterrupto (24 horas por dia), evidenciam a preocupação da empresa com a proteção do meio ambiente, uma prioridade permanente desde a fundação.

Com uma equipe integrada por um engenheiro químico, seis técnicos e três auxiliares, a Champion realiza contínuo acompanhamento das condições de água, ar e solo, observando todos os padrões exigidos por lei.

Recebendo diariamente 85 mil metros cúbicos de água do Rio Mogi Guaçu, para utilização na fábrica, a Champion mantém um sistema de cinco lagoas para tratamento de água, dispostas em área de 85 hectares, avaliando permanentemente todo o sistema de tratamento, bem como os efeitos do lançamento do efluente tratado, através de análises físicas, químicas e biológicas. A atenção para com o Rio Mogi Guaçu vai

além, periodicamente faz-se a verificação das condições gerais do rio e de seus afluentes, o que equivale à permanente atualização do perfil sanitário desses cursos de água.

Com destaque especial, a empresa observa também a qualidade do ar, exercendo controles sobre a emissão de gases e particulados pelas chaminés de caldeiras e fornos. Com atenção também para os resíduos sólidos, de modo a promover seu aproveitamento econômico ou sua adequada disposição no aterro sanitário.

Com estes procedimentos, a Champion Papel e Celulose S/A revela absoluto respeito à comunidade da qual hoje é parte e que a acolheu há 25 anos, oferecendo-lhe possibilidade de instalação e expansão. *Por: Gracia Martin*

**A Beloit - Rauma  
congratula-se com a  
Champion pela inauguração  
da Máquina de Papel N- 6**

**RIO BRANCO**

**RIO BRANCO**

**RIO BRANCO**

**RIO BRANCO**

## **O NOVO CONCEITO EM DISTRIBUIÇÃO**

O nosso objetivo é formar um elo entre o fabricante e nossos clientes, só assim poderemos garantir a certeza de um melhor atendimento e rapidez na entrega.

- PAPÉIS PLANOS
- CARTÕES E CARTOLINAS
- ENVELOPES E TINTAS
- FORMULÁRIOS CONTÍNUOS
- BOBINAS P/TELEX
- PAPÉIS XEROGRÁFICOS

**RIO BRANCO Comércio e Indústria de Papéis Ltda.**

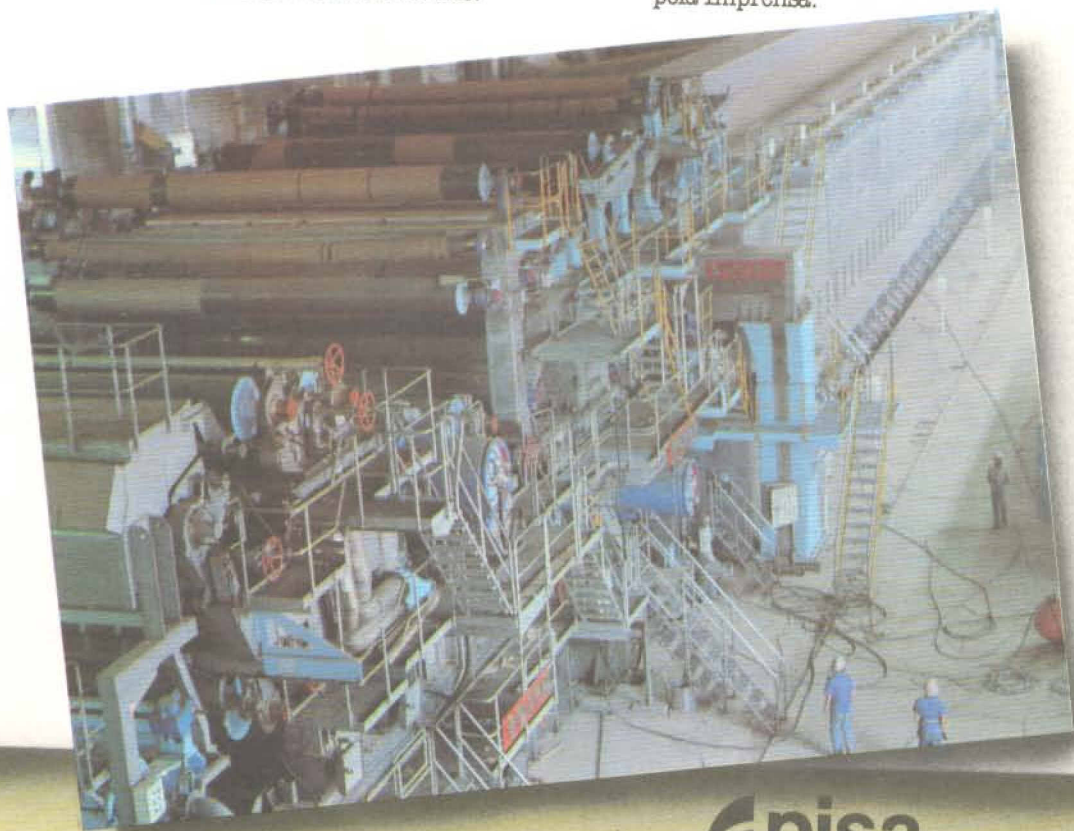
Rua Padre Raposo, 1015 - Mooca - S. Paulo - CEP. 03118  
Tel.: 291-0377 - Interior (DDG) 011-8002010 e 8002003 - Telex: (011) 36642



# Notícia boa tem que vir de tonelada.

Que tal 136 mil toneladas ao ano? Pois é esta a capacidade nominal de produção da nova fábrica de papel da Pisa, situada em Jaguariaíva, no Paraná, que entra em operação no final deste ano. Esta será a maior máquina de papel da América Latina, suprimindo mais de 1/3 do volume de papel de imprensa atualmente utilizado no Brasil, o que representa uma economia de divisas da ordem de 70 milhões de dólares ao ano.

A nova fábrica da Pisa também manterá um fornecimento constante ao mercado de 35 mil toneladas ao ano de pasta mecânica e termomecânica, matérias-primas com propriedades específicas e custos que as colocam como fontes de material fibroso de 1.ª linha. Com a Pisa, 1.200 novos empregos diretos vão surgir no Paraná. E, sem dúvida, toneladas de outras boas notícias virão pela Imprensa.



**PISA - PAPEL DE IMPRENSA S.A.**

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1735 - Cep 01451 - São Paulo - SP  
Tel.: (011) 815.9444 - Telex: (011) 32214

Fábrica: Rod. PR 151 - km 232 - Cep 84200 - Jaguariaíva-PR  
Tel.: (0439) - 35.1456 - Telex: (041) 6861 PPIS BR

# Grupo De Zorzi



## Cia. De Zorzi de Papéis

"SEMPRE VOLTADA AOS ESPECIAIS"

- **Linha Standard**

Print Dez - Superbond - Coruluz - Monolucido - Duplex Print Dez Revestido - Cartão Rigi Dez  
Cartão Amarelo Calandrado - Higiénico.

- **Linha Especial**

Cristalex: Branco, Alfa, Cores e Opaco  
Abrasivos: SB, NB e SBL  
Alto Base - Artes - Onion Skin - Couche Dez - Desenho.



## De Zorzi Distribuidora de Papéis S/A

- Papeis para Imprimir
- Cartão Duplex
- Papel Report
- Cadernos
- Cartolinas
- Cartão Triplex
- Tintas
- Envelopes

Fábrica: Fazenda Coruputuba - Fone: (0122) 42-2122 - Telex: 122-353 - CEP 12400 - Pindamonhangaba - SP

Sede: SÃO PAULO-SP-Rua Luiz Gama, 803 Cambuci-Fone(011)279-7822-Telex (011)21218

Filiais: CAMPO GRANDE-MS (067)383-3039

PORTO ALEGRE-RS (0512)220577

RIBEIRÃO PRETO-SP(0166)25-3059

CAMPINAS-SP (0192) 311147

RIO DE JANEIRO-RJ(021) 264-3952

PASSO FUNDO -RS(054)313-3847

CUIABÁ-MT (065) 321-9522

CRISCIUMA -SC (0484) 33-1436

PORTO VELHO - RO (069) 221-4622

BELO HORIZONTE - MG (031) 224-7699



**Informática e Sociedade**  
 Autor: Henrique Rattner  
 Editora Brasiliense - 1.985

**I**nformática, assunto bastante em voga na sociedade brasileira hoje, é o tema central desta obra de Henrique Rattner, que questiona o processo de informatização da sociedade, buscando responder a questões como que atitudes e posições críticas devemos adotar e transmitir face aos problemas da política científico-tecnológica? Podemos nos dar ao luxo de resistir à penetração da tecnologia moderna na vida cotidiana? Por outro lado, defender a integração criativa das novas tecnologias não significaria cair na lógica do discurso dos vendedores e tecnocratas?

Rattner formou-se em Ciências Sociais na FFCL da USP, onde obteve também o título de mestre em Sociologia. Doutorou-se em Economia Política e Prestou concurso para Livre - Docente e Professor Titular na Faculdade de Economia e Administração da USP.

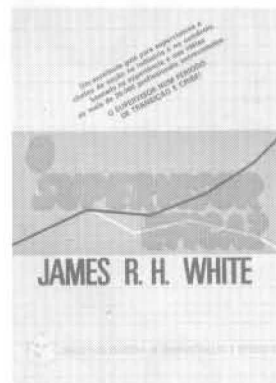
**D**irecionada a supervisores, chefes de seção ou de departamento, visando proporcionar-lhes os conhecimentos práticos necessários para o desempenho mais eficaz de suas funções e, com isso, tornarem-se melhores líderes de

equipe, o livro "O Supervisor Eficaz", baseado na experiência e nas idéias de mais de 20 mil profissionais entrevistados, se propõe a ser um excelente guia para o supervisor que desenvolve sua difícil atividade num período de transição e crise.

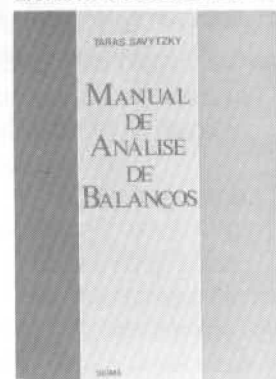
James White, além de extensiva formação acadêmica, tem uma ampla experiência profissional em grandes empresas, na Industrial Society e posteriormente na Management Training Consultants, da qual é presidente.

**"U**ma obra que procura reunir frutos de uma longa experiência na matéria, em forma didática, o que provavelmente será útil aos que se iniciam na especialidade de Análise de Balanços", assim o autor Taras Savytzky define este livro, que dentre outros tópicos analisa a Estrutura do Balanço (Lei 6404/76); A Terminologia Contábil e a Lei 6404/76; Estrutura do Balanço para Efeito de Análise; Exame, Classificação e Reclasseificação de Contas para Efeito de Análise e Modelos de Análise de Balanços Reais. O livro "Manual de Análise de Balanços" é uma publicação da Editora Sigma, que conta com a distribuição exclusiva, em todo o Brasil, da Livraria Nobel (Fone: 857-9444 - São Paulo).

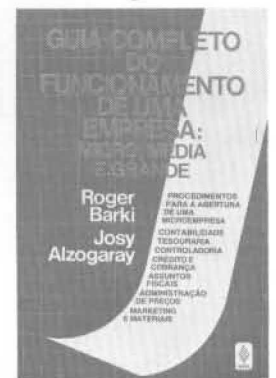
**O**ferecendo uma visão ampla e interligada de todas as áreas de uma empresa, sem atirar conceitos, mas mostrando-os através do acompanhamento da criação e desenvolvimento de uma empresa fictícia, que vai crescendo no decorrer do livro junto com o leitor, este guia de administração empresarial proporciona a orientação que procura o pequeno empresário na abertura de sua microempresa, a visão prática que deseja o universitário e amplitude que procura o profissional atuante.



**O Supervisor Eficaz**  
 Autor: James R.H. White  
 Livraria Pioneira Editora - 1.985



**Manual de Análise de Balanços**  
 Autor: Taras Savytzky  
 Editora Sigma Ltda. - 1.985



**Guia Completo do Funcionamento de Uma Empresa: Micro, Média e Grande**  
 Autor: Roger Barki e Josy Alzogaray  
 Editora Vozes Ltda. - 1.985



**AGASSETE - Comércio e Indústria Ltda.**

Rua Cel. Emidio Piedade, 273 - Pari - SP  
 Fone: 292-6377

**CONSULTE-NOS SEM COMPROMISSO**

**Cortamos Papéis em todos os Formatos**



Todos sabem que a **papyrus** é uma empresa fabricante de cartões, processando a reciclagem de papéis usados, e para isso possui uma sofisticada tecnologia considerada das melhores e mais atualizada.

Porém o que alguns ainda não sabem é que, após muitas experiências, a **papyrus** conseguiu atingir um padrão de qualidade em seus cartões que está atendendo as necessidades dos consumidores de forma surpreendente.

Se você ainda não teve a oportunidade de conhecer estes novos cartões solicite amostras e comprove.

**TBC**

*TRIPLEX BRANCO COUCHÉ  
TRIPLEX BOARD · COATED*

**DBC**

*DUPLEX BRANCO COUCHE  
DUPLEX BOARD · COATED*

**DBF**

*DUPLEX BRANCO  
DUPLEX BOARD · UNCOATED*

**CTL**

*CARTÃO MARRON  
CARDBOARD BROWN*

**papyrus indústria de papel s.a.**

01452 – Av. Brig. Faria Lima, 1058 - 9º/10º and. - Cx. Postal 4523 – São Paulo  
Telex (011) 25862 – PAPI – BR – Telefone: (011) 813-1011

## Contrastes

O sorriso, o aperto de mão. As palavras de sempre, surgindo automaticamente, sem significado, sem qualquer objetivo que não seja o de cumprir uma obrigação. A despedida rápida, sem sinceridade. Encontro ou desencontro?

É preciso lembrar que cada encontro desse tipo – onde cada um dá mais importância a si mesmo e não ao interlocutor, pretendendo demonstrar uma superioridade que não existe – representa mais do que um desenvolvimento. Significa, na verdade, o desperdício de uma possibilidade de encontro. E logo agora, na hora em que mais precisamos nos situar num mundo repleto de incompreensões e conflitos, que segue em ritmo cada vez mais rápido, artificializando a vida e a criação consciente.

Toda a possibilidade que não se realiza, vem carregada de desencontros, porque a irrealização de uma proposta é que se

perde na fronteira de inúmeros desencontros.

Nossa época não pode ser marcada como a do fim do diálogo, da conversa franca, do verdadeiro encontro. É necessário nos conscientizarmos de que não criaremos o grande se não soubermos antes o que é o pequeno. Que nunca compreenderemos os contrários, enquanto não sentirmos os similares, pois para entender é preciso reconhecer e analisar a contradição.

No mundo de hoje, o desencontro – entre pessoas, grupos, nações – é a regra do desentendimento, que leva aos confrontos e às guerras, sua consequência mais drástica.

Por isso, é urgente sempre superar os contrastes, dentro de uma harmonia interior, apesar de muitos lutarem para desintegrá-la pela acentuação de um contraste, entregando-se a si mesmo – e

a seus semelhantes – a um gesto acômico de destruição, como um problema mal resolvido.

A maior parte do relacionamento humano surge de um misto de motivos e inclui uma combinação de vários sentimentos. Mas, levando-se em conta esses motivos contraditórios, o critério mais seguro que possuimos é a capacidade de intercâmbio de emoções.

“São olhos que se perdem nas pupilas de alguém, que passa e se vai, mas que plasam sonhos e cantigas, prisioneiros do mistério da esperança que, sem decifrá-lo, jamais desistem de se dar. Olhares que se encontram em pleno desencontro...”

O verdadeiro encontro é aquele marcado dentro de nós mesmos – do qual não podemos escapar.

Neyde Rosa Bonfiglioli

**Fotolitos a Laser.**

**Gráfica**  
**FOTOLITO**

**A qualidade  
que seu impresso  
merece.**

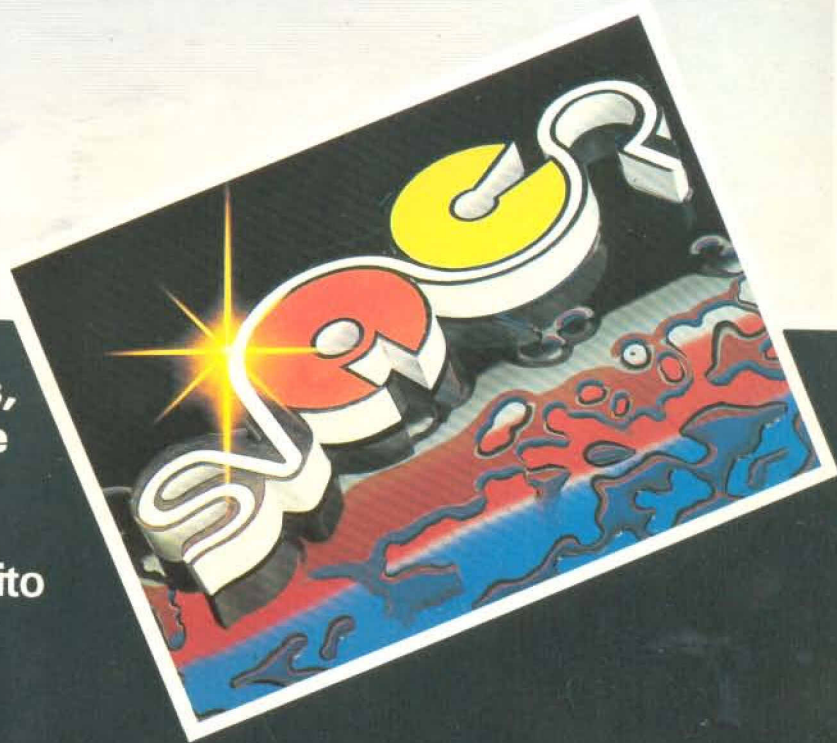
RUA MESQUITA, 107  
FONES: 270-2958 - 278-7342

# Distribuir é o nosso papel.



**Papéis, Cartões, Cartolinas,  
Duplex, Chamex, Envelopes e  
Bobinas.**

Estruturada para atender as exigências das gráficas, a São Vito mantém um sistema de pronta entrega, para todo o Brasil.



**SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEIS/ LTDA.**  
**RUA SAMPAIO MOREIRA, 200/226 - PBX 229.4477 - SÃO PAULO**

# Muitos se dedicaram para que chegássemos à liderança!

As empresas são como as Nações; só crescem e têm sucesso quando gente dedicada trabalha nelas.

A SANTISTA pode orgulhar-se da dedicação dos seus funcionários. Desde a produção da matéria prima até o produto final, inúmeras fases e testes dependem, além de sofisticados equipamentos, de eficaz mão de obra.

A esta fiel e competente equipe, é que a SANTISTA dedica este anúncio.

**CONTINUEM, GENTE!**

**A Lenda do Elefante, muita inspiração e 99% de transpiração.**



Nossa Agência bolou para Campanha do Cartão Marfin o tema com o Elefante, o cartão e um contafios, que foi veiculado para 24.000 clientes em todo Brasil, atingindo atacadistas, gráficas, editoras, papelarias e agências de propaganda. Baseados nesta Campanha, o pessoal da SANTISTA, teve que trabalhar muito, desde o controle da matéria prima, até a qualidade do produto final no cliente. O sucesso desta campanha só foi alcançado porque os atacadistas, gráficas, editoras, papelarias e agências de propaganda, acreditaram em nosso trabalho.

**MARFIN<sup>®</sup>**  
**SANTISTA**  
Cia. Santista de Papel



**MARFIN<sup>®</sup>**  
**SANTISTA**  
Cia. Santista de Papel

