



Nosso Papel

Exemplar grátis

Uma publicação bimestral da ABTCP para a educação no setor

R\$ 2,50

Edição nº 8

FORMANDO A FOLHA DE PAPEL

Conheça melhor os formadores da máquina de papel, responsáveis pelo desaguamento da suspensão fibrosa e pelo entrelaçamento das fibras

ADEUS, CONCORRÊNCIA!

Como as empresas devem se comportar para garantir presença no mercado

ABTCP

BRINDE ESPECIAL
Nesta edição, você vai encontrar um mapa do processo de produção de papel, um presente da Nosso Papel e da Ripasa para os papeleiros do setor!



ARQUIVO

Por Patricia Capó

(jornalista e editora responsável

– Publicações ABTCP)

Telefone: (11) 3874-2725

E-mail: patriciacapo@abtcp.org.br

A revista *Nosso Papel* está no site da ABTCP para download gratuito. Acesse: www.abtcp.org.br

O brilho da luz mais bela depende da escuridão mais intensa. Esta sabedoria da natureza, que combina contrastes e torna a diversidade o cenário mais lindo de se admirar, nos traz este mês uma reflexão importante sobre o valor de cada um no sucesso geral da equipe e dos resultados da empresa. Nosso setor, que integra realidades tão

distantes em termos de tamanho de fábricas, condições de trabalho e oportunidade de conhecimento, conta com muitos profissionais e artesãos do papel. Uns recebem mais benefícios organizacionais, outros menos!

Contudo, para nós, todos os papeleiros são importantes na mesma proporção de igualdade. Em uma entrevista rápida, publicada nesta edição, conhecemos a história de um papeleiro bastante experiente, de uma empresa sorteada aleatoriamente pela redação da *Nosso Papel*. Vamos aprender o quanto é preciso dar de si para conquistar os próprios desejos. Certa vez, ouvi dizer que a palavra “estrela” significa também “desejo”. Sob este prisma, podemos credi-

tar que as dificuldades e dores de cada um – ou seja, a escuridão individual – é capaz de nos mostrar claramente na luz da consciência nossos sonhos mais secretos. O meio para encontrar as estrelas é a superação de todos os obstáculos do caminho! Zé Pacel, nosso personagem da liderança que passou até hoje por tantas quedas no exercício do poder, irá compartilhar conosco este mês o seu momento de encontro com suas “estrelas” pela luz da consciência sobre seus enganos.

Nós não sabemos tudo! Esta foi uma das lições assimiladas por Zé Pacel em sua trajetória profissional como empreendedor. Mas é preciso humildade para admitir aquilo que não somos, mas pensávamos que éramos. É abrir mão de nossas certezas, para abandonar na vida e nos negócios o velho modelo do “sempre deu certo”, como sugere o artigo desta edição em *Imagem é Tudo*.

Neste período de comemorações do Dia do Papeleiro (valorizado na data de 20 de setembro), convido todos os profissionais a se permitirem ser diferentes, testar novos caminhos, arriscar projetos inovadores. Ou seja, vamos buscar conhecer oportunidades escondidas na escuridão dos nossos medos – de errar, falhar, perder, ser ferido, dentre outros, para ir mais fundo no processo de transformação pessoal.

A melhoria contínua, defendida diariamente nas empresas, é algo necessário para sua vida também. Nossos Parabéns a todos os papeleiros e ótima leitura!



Sumário

Linha de Produção Formadores para máquina de papel	4
Entrega Perfeita Gestão de estoques – Lição 1	6
Ordem na Casa Desvendando o mundo das normas – III	8
Perfil Empreendedor Alta Papéis: uma idéia que deu certo	10
Questão Pessoal Você é parte da empresa	12
Liderança Aventuras do Zé Pacel na liderança Sétimo episódio: “Ser humano é Freud!”	14
Imagem é Tudo Sem chances para a concorrência	18
Indicadores Comercialização	20
Especial Dia do Papeleiro	22

Nota do editor: nesta edição você receberá de presente, grampeado no miolo da Nosso Papel, um **Mapa do Processo de Produção de Papel**. Esta ação foi possível graças à parceria da Ripasa, que detém os direitos autorais desta criação. Muito obrigada à Diretoria da Ripasa.



Revista Nosso Papel - Ano II, nº 8 - Setembro/Octubro -2006
Publicação bimestral da Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel (ABTCP) sobre conceitos e experiências de empresas e técnicos do setor de papel. Circulação apoiada pela Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO) e pela Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), com tiragem de 70 mil exemplares, distribuídos em todo o Brasil.

Redação

Rua Zequinha de Abreu, 27 - Pacaembu
São Paulo - SP - CEP 01250-050

Telefones: editorial (pautas e sugestões de temas): (11) 3874-2726; e publicidade (patrocínios): (11) 3874-2720 / 2728 / 2738.

E-mails da redação: patriciacapo@abtcp.org.br / luciana@abtcp.org.br

Jornalismo e Publicidade

Editora responsável: Patrícia Capó – MTb. 26.351-SP

Coordenadora editorial: Luciana Perecin - MTb. 46.445-SP

Colaboração de pauta: Adriana Ceserani (Bracelpa),

Sueli Gonçalves (ABPO) e empresas do setor de celulose e papel

Ilustrações: Mario Mastrotti – (11) 4226-4397

Revisão: Adriana Pepe e Luigi Pepe

Design, Distribuição, Impressão e Papel

Projeto gráfico: desenvolvido pela Central Business, com cessão de direitos autorais para a ABTCP.

Produção: Fmais Comunicação e Marketing - (11) 3237-4046

Gráfica: Editora Parma

Papel miolo: esta revista foi impressa em papel Couché Kromma Silk 75 g/m², fabricado pela Ripasa S.A. Celulose e Papel em harmonia com o meio ambiente

Tiragem: 70 mil exemplares

Circulação Nacional: nos meses de fevereiro, abril, junho, agosto, outubro e dezembro/2006

Distribuição: Correios e Tecnocourier

Distribuição gratuita

Apoio: ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado

(11) 3831-9844

Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel

(11) 3885-1845

Os artigos assinados e os conceitos emitidos pelos entrevistados são de responsabilidade exclusiva dos signatários e emittentes.

ABTCP - OSCIP: patrocinando a revista Nosso Papel, você recebe benefícios fiscais por investir em um projeto de uma entidade OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, podendo abater parte do valor investido de seu imposto de renda devido.





Linha de Produção

Formadores para



Os formadores das máquinas de papel são os equipamentos que se situam logo após a caixa de entrada e que têm a função principal de processar todo o fluxo proveniente deste equipamento. Mas, embora muitos pensem que eles apenas realizam o desaguamento da suspensão fibrosa, o que é realmente o fundamental, a função dos formadores vai muito além - é nessa região que deve ocorrer o entrelaçamento ordenado das fibras, para formação da estrutura básica desejada da folha. Assim, podemos dizer que para produzir bons desaguamento e formação é necessário que as fibras, ao saírem da caixa de entrada da máquina de papel, estejam o mais dispersas possível, ou seja, livres de flocos. Desta forma, o contato fibra-fibra deverá acontecer realmente no formador, dando origem, aqui, a um entrelaçamento

de fibras que produza a sua melhor distribuição no corpo da folha, propiciando os melhores níveis de resistência e de outras propriedades do papel.

Por Engº Carlos Henrique Godoy dos Santos
Gerente Técnico da Siderquímica S.A.
Telefones: (11) 8381-1398 e (41) 2105-3838
E-mail: chenriquesantos@uol.com.br

máquina de papel

O formador mais usado no Brasil é a mesa plana, onde a remoção de água ocorre por drenagem através da folha, isto é, a água retirada passa pela tela formadora, de cima para baixo. Já os formadores de tela dupla operam da mesma forma que a mesa plana, mas com sua tela superior retirando parte da água aspirando-a diretamente da face superior da folha. São por isso considerados como mais eficientes, principalmente por possibilitarem maiores regimes de operação.

Os fabricantes de papéis tissue (toalete, lenço, guardanapo, toalha, etc.) têm progressivamente substituído a mesa plana por formadores do tipo Crescent Former, uma técnica de formação que se processa entre tela e feltro, obtendo-se daí vantagens de operação e qualidade, especialmente quanto à maciez desta classe de folha.

Além da tela formadora, os componentes mais comuns dos formadores tipo mesa plana são:

- **Forming Board** – é o primeiro elemento de suporte da tela. Recebe o fluxo de água vindo da caixa de entrada e deve estar posicionado de forma que o jato da caixa toque a parte inicial da primeira lâmina. Assim, o

jato não deverá ser direcionado antes desta primeira régua para que não haja forte desaguamento prematuro, com conseqüente má fixação de fibras e prejuízo à qualidade.

- **Hydrofoils** – promovem a retirada de água por gravidade gerando pulsos na estrutura da folha, o que permite remoção controlada de água;

- **Caixa de Baixo Vácuo** – inicia a remoção de água que não pôde ser retirada por gravidade por aspiração forçada;

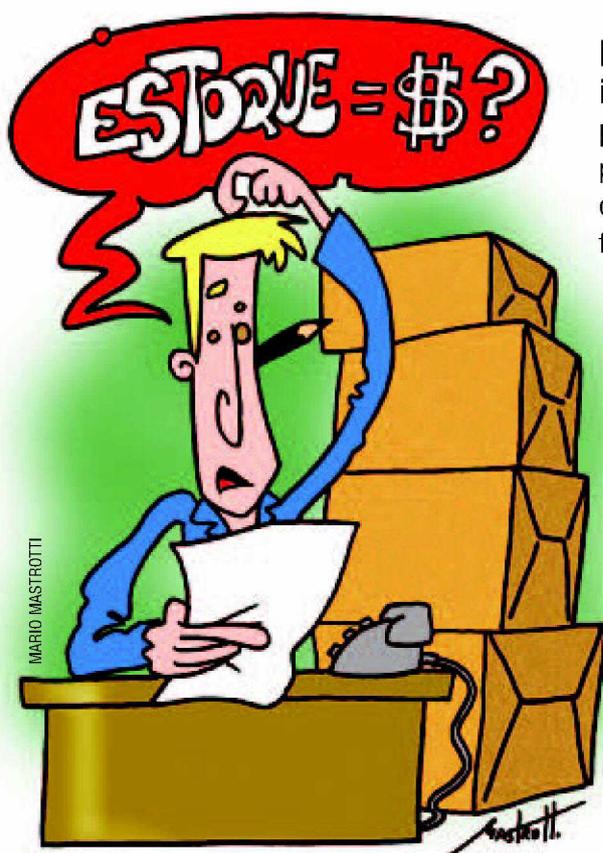
- **Caixa de Alto Vácuo** – promove forte sucção na folha de forma a remover o maior volume de água possível.

As telas desaguadoras também têm função importante na qualidade da formação da folha. Elas devem ser desenhadas de forma apropriada a cada tipo de fibra com vistas à classe de papel a produzir. As telas de dupla laje e meia ou tripla, apesar de mais caras, propiciam melhor qualidade ao papel e melhor durabilidade em operação, portanto, no geral mais interessantes aos fabricantes que avaliem mais atentamente a relação custo e benefício.

Na próxima edição falaremos sobre prensagem. Até lá!



Gestão de estoques – Lição 1



Neste artigo vamos falar sobre a importância dos estoques nas empresas e como melhor administrá-los, para não ter custos tão elevados nem correr o risco de deixar os clientes na mão por falta de mercadoria.

Em primeiro lugar, é importante esclarecermos a definição de estoque. Em uma empresa de varejo, por exemplo, estoques são as mercadorias disponíveis para comercialização. Os suprimentos (embalagens, material de limpeza e de consumo geral) utilizados na operação da empresa também são considerados estoques. Para poder trabalhar, uma empresa possui estoques, que, entretanto, têm custo. Caso sejam muito grandes, terão, igualmente, custos altos. Por outro lado, se forem muito pequenos, faltará mercadoria para atender aos pedidos dos clientes. Portanto, é preciso trabalhar com um tamanho de estoque ca-

paz de satisfazer a maioria dos pedidos dos clientes, mas não excessivamente grande. Justamente encontrar e manter essa situação significa administrar estoques. Você pode estar se perguntando: “Então, estoque é custo?”. Sim. O capital aplicado em estoques tem um custo, chamado “custo financeiro de estoque”. Quanto mais estoque tem a empresa, maior a quantidade de capital imobilizado e maior o custo financeiro. Além disso, os estoques têm custos operacionais decorrentes da guarda e dos cuidados necessários com as mercadorias e os materiais. Os principais custos operacionais são: mão-de-obra que trabalha no estoque, equipamentos (empilhadeiras e prateleiras, por exemplo), segurança, com-

putadores, scanners, softwares, contas de luz, água e telefone, e ainda impostos. Para prever as vendas, e dessa forma melhor calcular os estoques, podemos nos basear nas vendas anteriores da empresa. É preciso, porém, atenção a efeitos como sazonalidades (vendas tipicamente maiores ou menores em determinadas épocas) e promoções, que podem alterar a situação. Quando não há informação do passado (por exemplo, uma loja nova), podemos usar dados de outras empresas semelhantes ou consultar um especialista. Também é possível perguntar ao fornecedor. Na próxima edição da revista Nosso Papel, você vai aprender a medir o tamanho do estoque e a calcular o custo financeiro de sua manutenção. Aguarde!

Como evitar a falta de mercadorias?

Muitas vezes, as vendas são melhores do que se esperava ou acontecem situações imprevisíveis e a empresa pode ficar sem mercadorias para vender, o que lhe trará prejuízos. Para evitar isso, é preciso manter um estoque extra, de segurança. O tamanho do estoque de segurança deve bastar para manter a loja abastecida, atendendo às vendas habituais durante o período de ressuprimento.

Um exemplo de estoque de segurança: se normalmente uma papelaria vende quatro caixas de papel por mês (ou seja, uma por semana) e o tempo de ressuprimento é de uma semana, então o estoque de segurança será:

Estoque de segurança = 1 caixa/semana x 1 semana

Estoque de segurança = 1 caixa

NOTA: este texto foi adaptado da edição Gestão de Estoques em Papelarias, do manual Suport Report, cujo conteúdo foi produzido pelo Programa de Administração e Varejo (Provar). Este conteúdo não pode ser reproduzido sem a autorização da Suzano, sob pena judicial. Interessados em obter gratuitamente um exemplar da publicação da Suzano podem entrar em contato pelo telefone 0800-555100.



Desvendando o mundo das normas – III

Na edição passada, explicamos os princípios e os objetivos da normalização. Desta vez, vamos apresentar a ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – e o ABNT/CB29 – Comitê Brasileiro de Celulose e Papel, responsáveis pelo processo de elaboração e publicação de normas no Brasil. Acompanhe a seguir!

ABNT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

Criada em 1940, a ABNT é uma entidade privada, sem fins lucrativos, reconhecida como organismo de utilidade pública. Trata-se de um fórum nacional de normalização, reconhecido pelo Estado brasileiro, e signatário da OMC – Organização Mundial de Comércio/TBT-Barreiras Técnicas ao Comércio/Código de Boas Práticas para a Normalização. A ABNT tem a missão de harmonizar interesses da sociedade brasileira, fornecendo referenciais, por meio da normalização e atividades afins.

Até 1994, a ABNT possuía um sistema centralizado, ou seja, todos os Comitês eram mantidos e conduzidos pela própria ABNT. Após 1994, ela delegou aos setores, por meio de acordos com as Associações representativas, a função de elaboração e suporte financeiro da normalização. Isso garante que a gestão da normalização brasileira se mantenha dentro dos



MARIO MASTROTTI

padrões internacionais da ISO. Também é função da ABNT a gestão da certificação de produtos e sistemas, a capacitação dos interessados, a difusão da normalização e a representação do Brasil nos organismos de normalização regionais e internacionais. A ABNT, por ser o fórum nacional de normalização no Brasil, é a responsável pela representação do país na ISO, Mercosul e COPANT – Comissão Pan-americana de Normas Técnicas.

ABNT/CB29 – COMITÊ BRASILEIRO DE CELULOSE E PAPEL

O ABNT/CB29 foi oficializado em 1995 em atendimento ao processo de descentralização da ABNT, a fim de tornar o processo de elaboração e publicação de normas do setor mais dinâmico. Também havia o objetivo de melhorar a produtividade dos esforços, uma vez que eram elaboradas normas ABTCP e normas ABNT, enquanto a análise dos projetos da ISO era realizada pela ANFPC – Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose (sucédida pela atual Bracelpa desde setembro de 1997). A conscientização e a maturação das consciências e percepções proporcionaram assumir de maneira íntegra e formal a responsabilidade e o comando das ações de seu interesse na normalização ISO e nas regras da OMC.

O ABNT/CB29 conta, desde o início, com o apoio financeiro da ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel – e da Bracelpa – Associação Brasileira de Celulose e Papel, Mais recentemente passou a

contar também com a ABPO – Associação Brasileira do Papelão Ondulado. O ABNT/CB 29 possui 11 Comissões de Estudo, que são grupos de segmentos setoriais específicos em que as normas são debatidas, criadas e atualizadas. Destas comissões, hoje estão ativas as de: Terminologia de Papel e Pasta Celulósica, Ensaio Gerais para Papel, Ensaio Gerais para Chapas de Papelão Ondulado, Papéis e Cartões Dielétricos, Papel para Fins Sanitários, Ensaio Gerais para Pasta Celulósica e Aparas de Papel. Outras estão em recesso, por terem já atualizadas as suas necessidades específicas em reuniões passadas. São elas: Ensaio Gerais para Tubetes de Papel, Papéis e Cartões de Segurança, Papéis e Cartões para Uso Odontológico-Hospitalar e Madeira para a Fabricação de Pasta Celulósica. Essas comissões podem ser reativadas a qualquer momento, diante da necessidade do segmento brasileiro e também da atualização das normas ISO que basearam as normas nacionais. O acervo atual do ABNT/CB29 é de 170 normas, sendo a maioria baseada em normas ISO. Estas normas abrangem principalmente métodos de ensaios e aferição laboratorial. Atualmente estão em elaboração normas de especificação de produtos.

Mais informações:

Telefones: (11) 3874-2729 / 3874-2716
E-mail: cb29@abnt.org.br
Site: www.abnt.org.br/cb29





Alta Papéis: uma idéia que deu certo

Texto: Luciana Percin

Tudo começou quando Geraldo Karam Westphalen Jr. conheceu, num pequeno município de Santa Catarina, uma fábrica que estava em extremas dificuldades e sem perspectiva real de crescimento ou continuidade. Lá, ele enxergou mais do que isso, viu à sua frente um enorme desafio e uma boa oportunidade que, com muita dedicação, poderiam se transformar em uma de suas maiores conquistas profissionais. Era a chance de ele deixar de

prestar serviços de consultoria às empresas e se tornar um empresário.

Foi assim que surgiu a Alta Papéis, no ano de 1999. Para a empresa ganhar forma, Westphalen Jr. teve de utilizar todo seu know-how em consultoria empresarial e em recuperação e viabilização de empresas. Seu principal objetivo era claro: fomentar a produção e oferta altamente competitiva de Papelcartão usado nas indústrias e nas convertedoras de papéis tissue (basicamente tubetes para papel higiênico e papel-toalha).

Seguindo passo a passo, ele enfrentou



DIVULGAÇÃO ALTA PAPEIS

Geraldo Karam Westphalen Jr.

inevitáveis dificuldades chegando, inclusive, a dormir nas dependências da fábrica por certo tempo. Também nesta fase o apoio da esposa, Joseidy, foi incentivo essencial. Não se pode deixar de destacar, ainda, a formação de uma equipe de profissionais habilitados e o apoio e respeito aos colaboradores da linha de produção. Do pátio de produção aos proprietários, foi formada uma equipe consolidada, empreendedora e responsável pelo permanente compromisso de qualidade e inovação. Como resultado, a partir de 2002 a Alta Papéis já começou a colher o fruto destes investimentos e a definir sua carta de clientes. Atualmente, a empresa - sediada em Benedito Novo (SC) - possui 82 colaboradores em diversas áreas e produz cerca de 50 t/dia. Sua área total é de 20.000 m², dos quais 6.500 m² são destinados às instalações do parque fabril, laboratório e sede administrativa. Para se ter idéia do crescimento obtido, basta citar que, em 1999, a Alta Papéis produzia cerca de 9 t/dia, o que representa um aumento de mais de 500% em 7 anos. A empresa, que além do mercado nacional já atendia também operadores em El Salvador e na Argentina, tem atualmente desenvolvido e estabelecido parcerias com empresas no Chile e no Peru.

PRODUTOS QUE FAZEM A DIFERENÇA

Os diferenciais dos produtos da Alta Papéis têm início na matéria-prima utilizada. Além das embalagens de cartão laminado (embalagens TetraPak® pós-consumo) e de refis de fábrica de comprovada qualidade, a empresa conquistou, em fevereiro de 2000, a licitação da Klabin

para recolhimento e aproveitamento de resíduos industriais das unidades catarinenses de Lages I, Lages II, Otacilio Costa e Correia Pinto. São cerca de 600 t/mês de aparas de papel kraft natural da Klabin, fonte riquíssima de fibras longas, recolhidas e usadas com exclusividade como matéria-prima pela Alta Papéis. Hoje, o carro-chefe da empresa é o Papelcartão de 120g/m² e de 135g/m², principalmente destinados a empresas fabricantes de papel higiênico e papel-toalha. São papéis-cartão de baixa gramatura com os mesmos padrões técnicos que os similares concorrentes de gramatura mais alta. Além de atividade contínua em desenvolvimento e adequação de produtos, a empresa também presta Assessoria e Consultoria, e desenvolve projetos personalizados diretamente no ambiente de seus clientes. Com posição cada vez mais consolidada no mercado, a Alta Papéis está investindo agora no planejamento e criação de um Grupo de Representações, aliando outras empresas do setor papelero e de outros segmentos, buscando, com isso, oferecer uma gama ainda mais vasta de produtos e serviços.

Alta Papéis

Localização:

Benedito Novo – Santa Catarina

Área de atuação:

Papelcartão - usado nas indústrias e conversões de Tissue (tubetes para papel higiênico e papel-toalha)

Capacidade de produção:

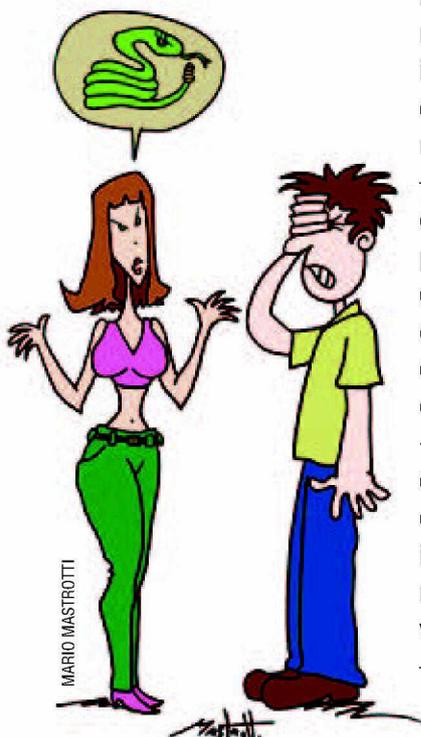
cerca de 50 t/dia

Número de funcionários: 82



Você é parte da empresa

- Cláudia, meu amor, o que está acontecendo com você? Tenho percebido que você está muito revoltada com o seu trabalho, ultimamente...



Por quê? – pergunta Sérgio, marido dela, que trabalha com consultoria comportamental.

- Ah, querido, estou mesmo! Você sabe o “duro” que dou naquela empresa, toda a minha dedicação de anos, mas raramente sou reconhecida por isso e, para piorar a situação, eles acabaram de contratar uma nova funcionária para me ajudar – a Judith – e ela está fazendo o maior sucesso. Primeiro, porque é bonita, muito educada e, depois, demonstra uma autoconfiança que está me deixando estressada, Sérgio! – respondeu Cláudia, bem irritada.

- Querida, não fique brava comigo, mas o que parece é que você está se sentindo insegura... Não fique assim, não, querida! Você tem que ver o lado positivo disso tudo – disse o marido, no seu modo tranquilo de ser.

- Positivo, Sérgio? Você só pode estar brincando comigo! E se ela tomar o meu lugar? Já pensou nesta possibilidade? – falou Cláudia, com um tom de voz bem alterado.

- Cláudia, se ela tomar o seu lugar é porque ela é mais competente do que você e eu acredito muito no seu potencial, meu amor. E, depois, ela está lá para ajudá-la nas suas tarefas e isso é sinal de que os seus superiores perceberam que você está sobrecarregada de serviços. Vocês têm que formar uma equipe coesa, senão a produtividade de vocês vai só decair – disse o marido.

- É..., mas eu estou dando um “gelo” nela. Se ela quiser aprender as coisas, que aprenda por si mesma. Não vou criar uma cobra para depois ela me morder – disse Cláudia, cheia de rancor.

Por Eliana Barbosa, palestrante e apresentadora de programas motivacionais de TV e rádio e autora dos livros *Acordando para a Vida* e *O Enigma da Bota – Enfrentando a sucessão empresarial com equilíbrio e sabedoria*, ambos da Novo Século Editora.
Site: www.elianabarbosa.com.br / E-mail: elianaconsultora@terra.com.br
Contato para palestras: (34)3336-6822

- Querida, estou decepcionado com a sua reação! Tenho que dizer isso, porque é com isso que trabalho... Você está demonstrando uma inveja que é o caminho mais certo para a infelicidade. As equipes precisam trabalhar com um único objetivo que é o sucesso da empresa, sem questões pessoais que envolvam falta de autoconfiança, inveja ou ciúmes – disse Sérgio, bastante chateado com a esposa.

Por outro lado, Judith, a nova funcionária, contratada tão somente pela sua competência na função que já exercia em outra empresa do mesmo setor, percebeu logo de cara a frieza da colega Cláudia. Na segunda semana de trabalho na empresa, Judith foi chamada para uma conversa com a supervisora do Departamento de Recursos Humanos e, depois de pensar muito se deveria fazer isso, contou para ela as primeiras impressões que teve em relação à Cláudia. Disse que foi bem recebida pelos outros funcionários do departamento, mas justamente a colega com quem iria trabalhar em conjunto – Cláudia – não demonstrou simpatia por ela.

- Fique tranqüila, Judith, muitas vezes isso acontece nas equipes, o que é muito triste!

– disse Sandra, psicóloga e supervisora de RH.

– O que eu posso dizer para você é que este tipo de reação da Cláudia demonstra insegurança da parte dela, medo de que você brilhe mais do que ela. Este é, infelizmente, um sentimento que ainda impera em muitas equipes.

- Mas, Dra. Sandra, o que eu faço agora? – perguntou Judith, confusa.

- Judith, seja você mesma, agradável com todos, solícita e dinâmica, porque foram estas qualidades que a trouxeram para a nossa empresa. Uma

forma de você quebrar um pouco o “gelo” dela é procurando motivos sinceros para elogiá-la, valorizando-a naquilo que realmente ela sabe fazer bem feito. Também não fique esperando que ela mude a maneira de ser. Se você quer mudança, quer uma melhora no seu relacionamento com ela, mude você primeiro, mostrando que você quer aprender muito com ela. E mais um detalhe, Judith, que serve para qualquer emprego em que você tiver que trabalhar em equipe: anote tudo o que for mandado para você fazer, principalmente ações com as quais você não concorde, mas que tenha que realizar. Esta é uma forma de se precaver de possíveis traições. Acredito que este não seja o caso da Cláudia, mas é bom ter cuidado... – disse a especialista, com um ar de preocupação e seriedade.

- É verdade, Dra. Sandra. Ninguém cresce sozinho e, com tato, vou conseguir me aliar a ela para juntas colaborarmos para que todos os objetivos da nossa empresa sejam atingidos. Quem mais ganha com o sucesso da empresa somos nós - afinal, esta oportunidade de adquirir experiências é única e é nossa!

Momento de reflexão: “Era uma vez uma cobra que começou a perseguir um vaga-lume que só vivia para brilhar. Ele fugia com medo da feroz predadora e a cobra não pensava em desistir. No terceiro dia de fuga, já sem forças, o vaga-lume parou e disse à cobra: ‘Posso fazer três perguntas?’ A cobra respondeu, irônica: ‘Não costumo abrir este precedente para ninguém, mas já que vou comê-lo mesmo, pode perguntar...’ ‘Pertencem à sua cadeia alimentar?’ ‘Não!’ ‘Fiz alguma coisa a você?’ ‘Não!’ ‘Então, por que você quer me devorar?’ E a cobra respondeu, friamente: ‘Porque não suporto ver você brilhar...’”



Aventuras do Zé Pacel

Sétimo episódio: “Ser humano é Freud!”

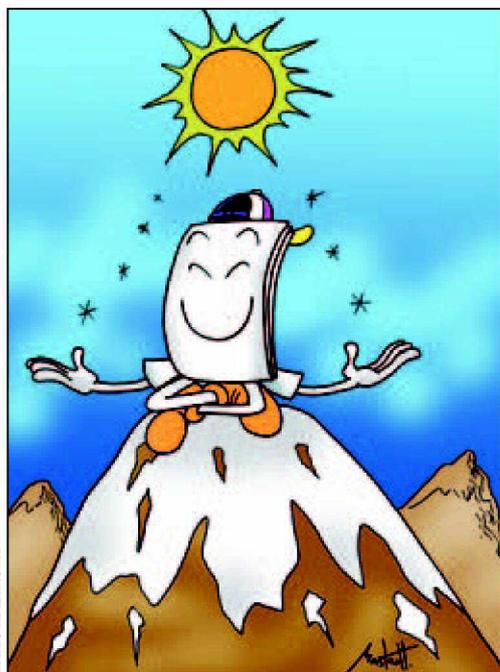
Nós não sabemos tudo! É preciso admitir, com humildade, a nossa ignorância sobre o nosso mundo interior. Estava certo Lao-Tsé ao afirmar que “a maior viagem da vida é interior”. O filósofo chinês deixou muitos conceitos importantes e válidos até os dias atuais sobre a arte da liderança e escreveu o livro da sabedoria chinesa – “Tao Te Ching”. Zé Pacel, depois de todas as lutas fracassadas, começava a despertar sua consciência para essa verdade chinesa. Difícil era o Sabetudo, o Todopoderoso e SuperMegaPower empreendedor da Papelomania Celulósica admitir suas imperfeições. Primeiro, para si

mesmo; depois, para aqueles que tinham sido afetados pelas escorregadas do líder entre as Cinco Tentações de um Executivo.

Caminhando pelas ruas, próximas à fábrica de papel, Zé Pacel seguia de cabeça baixa, mergulhado em seu pensamento confuso, na tentativa de encontrar uma resposta para suas falhas em meio às suas próprias justificativas. Por quê? Esta era a pergunta que não queria calar naquele momento de reflexão...e questionamento...

Zé Pacel estava tão cego entre as ilusões perdidas que acreditava estar sozinho no mundo, na rua, na vida... Chutou, de raiva, uma pedra à sua frente que foi bater bem na cabeça de um cara, que estava fazendo meditação em um parque da praça perto da Papelomania. Ao ouvir o berro do rapaz, que acabava de ser expulso de seu momento de serenidade interior, o coração de Zé Pacel disparou e ele se preparou para se defender do “inimigo” imaginário. - “Oh tio, já vi gente cega, mas o senhor, além de não enxergar um palmo à frente do nariz, ainda é louco?”, gritou o homem, que estava com a testa roxa e bufando de raiva, por ter sido atacado.

- “Mais louco é você, o cara pálido, que pensa que está no Tibet, parecendo um monge, sentado no meio da praça. E eu nem posso chutar uma simples pedrinha no meio da rua? O senhor sabia que a rua é pública, o parque é coletivo, e eu não lhe devo satisfação ou desculpas?”, rebateu Zé Pacel, enraivecido de ódio.



I na liderança

Na verdade, o rapaz estava certo ao reclamar, pois a “simples pedrinha” era do tamanho de um tijolo!

Sem nem pensar, o cara passou a mão no primeiro objeto que achou caído à sua volta e devolveu o arremesso em direção a Zé Pacel. Distraído, o líder arrasado pelas suas próprias falhas, as quais ele negava ainda, foi atingido por uma pinha seca em sua perna. Indignado com a atitude do rapaz, Zé Pacel abriu sua maleta executiva e sacou um dos últimos brindes recebidos de um cliente que havia visitado há alguns dias – um porta-cartões de madeira! - “Vou devolver na mesma moeda”, pensou Zé Pacel, associando o material do brinde ao do objeto que o tinha atingido na perna.

Mas ao levantar o lindo porta-cartões de madeira nobre, bem trabalhado, com o logotipo da empresa-cliente, percebeu sua própria estupidez e infantilidade.

O rapaz já tinha desaparecido da praça, Zé Pacel estava sozinho, com as mãos levantadas, a pasta executiva no chão, babando de raiva feito um cão feroz e ferido! A primeira crise de questionamentos foi iniciada: “preferir a harmonia ao conflito produtivo” (quarta tentativa!). Percebeu o quanto estava agressivo e se lembrou do quanto evitara qualquer discussão na fábrica, com medo de confrontar e alguém ter mais razão do que ele.

Sentiu-se um tanto quanto idiota como pessoa e também foi açoitado naquela fragilidade pela percepção de ter sido irresponsável ao

chutar a pedra para frente, sem sequer olhar para onde a atirava! Lembrou-se, então, de quanto preferiu a popularidade à responsabilidade diante dos outros papeleiros... (segunda tentativa).

E agora, ainda por cima, havia repetido sua fraqueza de preferir o status (poder) a reconhecer o resultado ruim (primeira tentativa) de sua atitude impensada durante a caminhada perto do parque público. Mas não conseguia aceitar que tinha ferido uma pessoa mais ainda com suas palavras estúpidas – só para tentar manter a razão – após tê-la ferido com a pedra!

Começou a analisar a situação, como uma fórmula matemática, com seus cálculos de raciocínio ilógico, para ter a certeza de que realmente ele não tinha culpa de chutar uma “simples pedrinha” – que era do tamanho de um tijolo – sem direção. A culpa era, na verdade, pensou Zé Pacel ao chegar à sua brilhante conclusão: do acaso!

O erro, a responsabilidade, a arrogância do líder eram claros naquela situação, mas Zé Pacel ainda não tinha certeza do que ocorreria! (terceira tentativa). Por isso, comportara-se como um cachorro louco diante do inocente rapaz.

- “Tudo, para não se sentir menos; tudo, para não ser culpado; tudo, para manter sua pose de superior; tudo, para não aceitar o desconforto da sensação caótica de vulnerabilidade (=abertura interior) e assumir o risco de errar



Liderança

(quinta tentação)”, dizia a voz interior de Zé Pacel, a qual ele preferia nunca ter escutado.

SABEDORIA HUMANA

No livro “Liberdade Emocional – Deixando o passado para viver o presente”, o escritor, psiquiatra e psicoterapeuta, David Viscott, explica que para cada força temos uma fraqueza correspondente em nosso caráter. “A vida é a luta entre a força e a fraqueza”, diz Viscott.

E as nossas fraquezas são os traços imperfeitos de nossa personalidade que vêm à tona em nosso comportamento bem quando podem nos causar mais danos: quando assumimos riscos e ficamos frágeis pela insegurança e medo de falhar.

As cinco tentações sofridas pelo personagem Zé Pacel durante os episódios das fábulas da liderança que se encerram neste capítulo, são exatamente fraquezas comuns apresentadas pelos seres humanos no exercício do poder. Todos nós demonstramos um pouco do comportamento de Zé Pacel em momentos difíceis e desa-

fiadores de nossas vidas. Não há como escapar: ser humano é Freud!, parodiando a frase do ator e humorista Tom Cavalcante, dita por seu personagem “João Canabrava”.

Ao longo dos anos de atendimento profissional, Viscott descobriu que “cada pessoa é uma mescla, em graus variáveis, de três traços básicos de personalidade: dependente, controlador e competitivo”. Por mais diferente que tentemos ser, precisamos aceitar que somos muito parecidos no campo das emoções.

Daí a necessidade de o líder ser cuidadoso, acima de tudo, ao conduzir pessoas na organização. Ferir é muito fácil. Difícil é motivar, despertar os outros para suas potencialidades, para seus talentos, seus dons. O líder sábio se supera como ser humano e promove o crescimento de sua equipe, levando cada um a reconhecer seu próprio valor individual no time que contribui para o resultado final de todos.

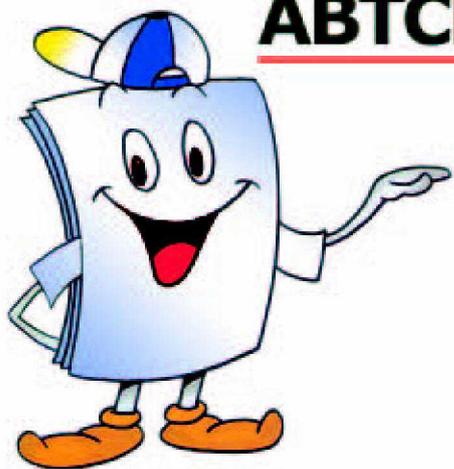
Dentre tantas definições, o mestre e co-autor desta série de fábulas da liderança – Yui-

chi Tsukamoto – costumava defender que “para liderar é preciso servir”. Em complemento à sabedoria deste mestre, encerro esta série de fábulas com os conceitos de Viscott sobre o propósito e significado da vida aliados à arte da liderança – liderar é conduzir os outros ao desenvolvimento de seus próprios dons e, assim, levá-los junto consigo a realizarem o propósito da vida; além disso, é ensinar a equipe – com sua sensibilidade – a encontrar o significado da vida, a partir do compartilhar dos seus dons individuais com cada um dos integrantes do time.

Nota da editora Patrícia Capó:

agradeço a todos os grandes líderes que tive a oportunidade de conhecer em nosso setor de celulose e papel e que compartilharam suas experiências desafiadoras comigo, para que eu pudesse transformar meus conhecimentos teóricos em fábulas verdadeiras. Na próxima edição apresentarei a vocês, queridos leitores, a nova série de fábulas da liderança que revelará os cinco riscos de fracasso dos times de trabalho.

***Nota explicativa:** esta série de fábulas sobre liderança baseia-se no livro As Cinco Tentações de um Executivo, do consultor internacional Patrick Lencioni. A mesma obra foi adaptada pelo consultor de Estratégia Internacional e professor de MBA Marketing Yuichi Tsukamoto (falecido em 7.10.2005), em co-autoria com Patrícia Capó, jornalista e editora de Revistas e Publicações da ABTCP para a série original da revista O Papel – “Mr. Pulp and Paper Management” (agosto/2002–março/2003). Os interessados em adquirir cópia desta série original de fábulas da liderança poderão solicitá-la por carta ou e-mail aos endereços publicados no Expediente desta revista.



ABTCP-TAPPI 2006



39º CONGRESSO
E EXPOSIÇÃO
INTERNACIONAL DE
CELULOSE E PAPEL

EU VOU! E você vai também.

Porque esta será uma grande oportunidade de nos encontrarmos para vermos juntos as últimas novidades de nosso setor. Serão mais de 250 expositores das mais diferentes áreas de negócios de celulose e papel.

Não perca!

16 A 19 DE OUTUBRO DE 2006

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER - SÃO PAULO - SP

Patrocínio

ALBANY
INTERNATIONAL

BASF
The Chemical Company

FABIO PERINI
B2A S 11
INDUSTRIAL - CASALINI - MISC

KORBEN
PARCELIN

INA
FAG
SCHAEFFLER GROUP
INDUSTRIAL

LOGOS
QUÍMICA

NSK

SKF

VOITH
Engineered reliability.

Apoio

ABIGRAF

ABIMAQ
Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos

ABPO
Associação Brasileira de Produtores de Celulose

ABRAFORM
Associação Brasileira de Produtores de Formas de Papel

ABRAMAN
Associação Brasileira de Manufatura

AB TIC
Associação Brasileira de Tecnologia da Informação e Comunicação

acotepac

anave

ANDIPA

ABRACEL

BRACELPA

IPEP

FIESP

SESI

SENAI

SINUSGRAF

SABO

Centro de convenção

TRANSAMÉRICA
EXPO CENTER

Co-realização

TAPPI
making resources solutions!

Realização

ABTCP
Associação Brasileira de Celulose e Papel

Para mais informações contate Milena/Kellen e-mail: milena@abtcp.org.br/kellen@abtcp.org.br
Telefone: 55 11-3874/2714/55 11-3874-2708 website: www.abtcp-tappi2006.org.br



Imagem é Tudo



Sem chances para a concorrência

Com a alta velocidade das mudanças no mundo dos negócios – novos produtos sendo oferecidos e outros tantos tirados de linha, novos fabricantes, formatos de lojas diferentes, vendas por internet e telefone, etc. –, o comerciante que imagina poder

Por Claudio Czapski,
superintendente da Associação ECR Brasil

sobreviver com o velho modelo “que sempre deu certo”, corre o risco de fazer feliz apenas o concorrente. Aliás, muitos varejistas ainda nem se deram conta de que a concorrência é uma das permanentes ameaças em qualquer segmento. Muitos, quando procurados por um cliente que deseja um produto diferente de que não dispõem no momento, acabam indicando que o cliente procure seu concorrente. Pronto, lá se foi o valioso cliente que depois de muito tempo e esforço de parte do lojista havia se tornado assíduo a ele!

É claro que uma empresa, por maior que seja, não pode oferecer tudo que existe à venda no mercado. Mesmo assim, não se pode abrir a possibilidade de um suicídio comercial. Em vez disso, a melhor alternativa será o conhecimento do consumidor e a busca obstinada por oferecer-lhe o melhor serviço, mantendo-o feliz com esforços e resultados para que encontre as soluções que deseja. Se o produto está em falta, a dica ao lojista é providenciar a entrega no domicílio do consumidor, por exemplo, para evitar não apenas o transtorno de ele ter de se deslocar para outro estabelecimento, como de dar oportunidade ao concorrente de capturá-lo. Afinal, muito foi investido para que ele conhecesse a loja e decidisse voltar, deixando de freqüentar outro local. Não é fácil atender a todos os anseios e

necessidades dos consumidores e, muito menos, ter uma equipe preparadíssima para isso. Uma saída pode ser treinar os funcionários para que, em tudo que façam, se perguntem, antes de tomar a decisão: “Será que isso aumenta a probabilidade de o cliente voltar?”. Um exemplo: quando o consumidor gasta um tempo, que ele tem a impressão de ser enorme, tentando encontrar algumas mercadorias em diferentes seções, será que você está contribuindo para trazê-lo de volta? Não seria melhor modificar a arrumação com base em um conceito claro de categorias, que sugeresse com simplicidade e lógica em que área deveria se localizar cada produto? Quando o supermercadista decide aproveitar uma oferta e compra com grande desconto um produto quase na data do vencimento, colocá-lo na gôndola fará o consumidor feliz? Ele realmente quer esse produto e ficará satisfeito em comprá-lo um pouco mais barato às vésperas do vencimento?

Há muitos exemplos de empresas que revolucionaram a maneira de servir criando novos paradigmas no segmento em que atuam. Quem agradece é o consumidor, que fica satisfeito com respostas completas e satisfatórias aos seus desejos. E, por consequência, não damos chance à concorrência de conquistá-lo.

Comercialização

Este é um problema que atinge fortemente o segmento produtor de papéis de fins sanitários, que tem nos super e hipermercados o principal canal de comercialização de seus produtos. Basta dizer que a maior rede varejista nacional comercializa um volume de papel aproximadamente igual à produção do 5º maior fabricante brasileiro. Aparecendo pela primeira vez na França, os hipermercados são enormes áreas de auto-serviço, normalmente acima de 3 mil m², pertencentes a grandes redes nacionais. São construídos sempre onde haja grande concentração de consumidores sensíveis a preços e vendem até 50 mil itens entre alimentícios e não. O modelo de hipermercado exige uma constante busca por preços menores, embora os ganhos nem sempre sejam repassados aos consumidores finais. Uma das conseqüências da concentração no varejo é o fortalecimento de empresas

fornecedoras cada vez maiores. No segmento de papéis sanitários, no entanto, o tipo de produto permite a existência de fábricas próximas aos grandes centros consumidores, o que possibilita a existência de empresas menores. Se considerarmos ainda o atual excesso de capacidade de produção, poderemos imaginar quão complicada é a tarefa de comercializar papéis sanitários. Na verdade, este problema não se restringe a um único segmento. Em 2000, uma pesquisa realizada pela revista Super-giro mostra que 94% das empresas consultadas, de todos os segmentos produtivos, consideravam difícil o relacionamento com os grandes varejistas que atuam em nosso país. A evolução da economia brasileira, muito aquém do necessário para manter um crescimento do consumo interno ajustado à oferta, vem permitindo que os varejistas sempre saiam ganhando, e consolidem uma relação ganha-perde que acaba sendo prejudicial aos fabricantes e,

a médio e longo prazo, ao próprio país.

As condutas praticadas pelos varejistas são numerosas e estão sempre se renovando. Abaixo vão citadas algumas delas:

- Verba de combate: valor fixo pago pelo fornecedor do produto que apresenta preço inferior na empresa varejista concorrente;
- Verba de distribuição: valor destinado a cobrir custos de distribuição de mercadorias para as diversas lojas da rede;
- Verba incondicional (Rappel): percentual sobre o faturamento mensal;
- Verba de quebra: contribuição para cobrir resultados inferiores às metas de venda das lojas;
- Verba de inauguração de concorrente: desconto no preço dos produtos para competir com loja concorrente inaugurada nas proximidades;
- Verba de inauguração: contribuição para compor estoque de loja a ser inaugurada;
- Verba de reinauguração: contribuição para reinaugu-

Por Pedro Vilas Boas
Telefone: (11) 9704-9507
E-mail: pedrovb@terra.com.br

ração de loja após reforma, para a qual também é comum pedir-se uma contribuição;

- Desconto financeiro: desconto solicitado para pagamento sem atraso;
- Tablóide: verba destinada ao custeio da impressão do jornal de ofertas onde constará o produto do fornecedor que, adicionalmente, deverá fornecer desconto nos preços de seu produto que será veiculado no jornal.
- Verba de aniversário: desconto para comemoração do

aniversário da loja;

- Compra de ponta de gôndola: verba para colocação do produto em posição que favoreça o consumo;
- Enxoval: fornecimento gratuito de produto, normalmente quando houver inauguração de loja nova; Existem muitas outras condutas, algumas vinculadas a

determinada época do ano, como Natal, Dias das Mães, etc. Deste amplo leque de procedimentos resulta claro que o esforço do produtor está longe de terminar com a conclusão de seu processo produtivo. Na verdade, o fim da produção marca apenas o início de uma outra fase - talvez ainda mais complicada.



Obtenha mais dados sobre preços e produção de celulose e papel na revista *O Papel*.

Custos de Produção	Unid.	R\$ por Unid. de Consumo			R\$ por t de Papel Sanitário			R\$ por t de Papel-Miolo		
		Fev.	Mar.	Var. %	Fev.	Mar.	Var. %	Fev.	Mar.	Var. %
Custo Parcial de Produção					1.156,60	1.146,15	-0,9%	735,53	697,57	-5,2%
A - Matérias-primas					781,38	770,92	-1,3%	394,42	356,44	-9,6%
Aparas ⁽¹⁾					745,24	734,78	-1,4%	357,67	319,69	-10,6%
. Brancas I	t	1.088,71	1.064,29	-2,2%	239,52	234,14	-2,2%			
. Brancas IV	t	526,80	521,50	-1,0%	505,73	500,64	-1,0%			
. De Ondulado	t	298,06	266,41	-10,6%				357,67	319,69	-10,6%
Frete Aparas 100 km	t	30,62	30,62	-	36,13	36,13	0,0%	36,74	36,74	0,0%
B. Utilidades					375,23	375,24	0,0%	341,12	341,13	0,0%
Óleo Combustível ⁽²⁾	t	772,11	772,17	0,0%	146,70	146,71	0,0%	185,31	185,32	0,0%
Energia Elétrica ⁽³⁾	MWh	207,75	207,75	0,0%	228,53	228,53	0,0%	155,81	155,81	0,0%

Fonte: Anguti Assessoria Estatística

Obs.:

(1) Preços considerados FOB depósito sem impostos.

(2) Preços praticados pelas refinarias, incluindo: Cide, PIS/PASEP, Cofins. Não considerado o ICMS. Fonte: ANP

(3) Média de preços praticada pelas Distribuidoras de Energia Elétrica, sem Impostos (ICMS, PIS/PASEP, Cofins). Fonte: Aneel

Composição dos Papéis:

Miolo: Mix de aparas de Ondulado I e Ondulado II já considerado no preço das aparas.

Higiênico de Alta Qualidade: 20% aparas Branca I e 80% aparas Branca IV



Especial Dia do Papeleiro

Vida de papeleiro

Dizem que quem entra para o setor de celulose e papel se apaixona e nunca mais quer sair. Comprovando esta teoria, profissionais de todo o Brasil dedicam-se diariamente para que suas fábricas sejam cada vez mais eficientes. Nesta edição, a Nosso Papel escolheu, por meio de um sorteio, uma dessas pessoas que se destacam na indústria. Ao comemorarmos o Dia do Papeleiro, no dia 20 de setembro, homenageamos Silvestre Migieski, da Mili Papéis, representando todos os outros profissionais que fazem do nosso setor o sucesso que ele é. Acompanhe abaixo a entrevista com ele.

Quando você começou a trabalhar na Mili?

Silvestre - Comecei exatamente quando a Mili foi inaugurada, em 1983. Nessa época eu tinha 18 anos. Foi meu segundo emprego, dois anos antes disso eu tinha trabalhado numa outra empresa da área tissue, a Sepac, que fica na cidade de Mallet, no Paraná. Lá, eu era o 2º assistente da máquina de papel.

Você começou cedo...

Silvestre - É... Precisamos encarar a vida cedo!

Como você foi trabalhar na Mili?

Silvestre - O Sr. Valdemar Lissoni, que é um dos sócios da Mili, administrava a Sepac. Ele me ofereceu o trabalho nesta nova fábrica e eu aceitei o desafio. Não era casado, então não tinha nada que me impedia. E confiava bastante nele. Se a empresa desse certo, eu daria também.

Texto: Luciana Percin

E que lição você teve ao longo desses anos?

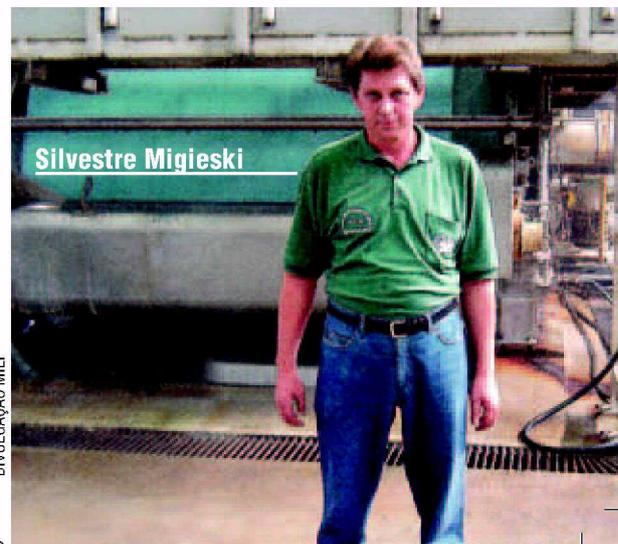
Silvestre - Aprendi muito com a evolução que tivemos, principalmente em relação à tecnologia. Muitas coisas mudaram e é preciso ter flexibilidade para lidar com isso. Muitas pessoas são resistentes às mudanças, o que é muito ruim. Hoje, sou gerente industrial e posso dizer que conheço cada parafuso da empresa.

Como a produção da Mili evoluiu nesse período?

Silvestre - Começamos com uma máquina, que produzia 8 t/dia e hoje temos quatro, que produzem 200 t/dia. A tecnologia que temos é de ponta, além das preocupações sociais e com o meio ambiente.

O que é ser papeleiro para você?

Silvestre - É gostar do que se faz, porque se não for assim é impossível. A fábrica de papel é sempre um desafio e os problemas não têm hora marcada para acontecer. Mas o conhecimento que se adquire é enorme.



DIVULGAÇÃO MILI

CHAMEQUINHO APRESENTA:

OS GUARDIÕES DA BIOSFERA

PORTAL

UM PROJETO QUE TEM TUDO PARA FAZER ESCOLA.



Há mais de 15 anos, Chamequinho investe em projetos culturais e educacionais como "Os Guardiões da Biosfera", que vai levar conhecimento sobre o meio ambiente e nossas reservas naturais para mais de 36 mil escolas. O projeto consiste em um filme que será disponibilizado para as escolas, podendo todo o conteúdo ser trabalhado pelos professores através de materiais de apoio, com DVDs e cartilhas aplicáveis em diversas disciplinas de 1ª a 4ª séries. O conteúdo está disponível na internet no site www.guardioesdabiosfera.com.br. Acesse e saiba como o Chamequinho está contribuindo para a educação das futuras gerações.

Patrocínio

INTERNATIONAL  PAPER



Apoio



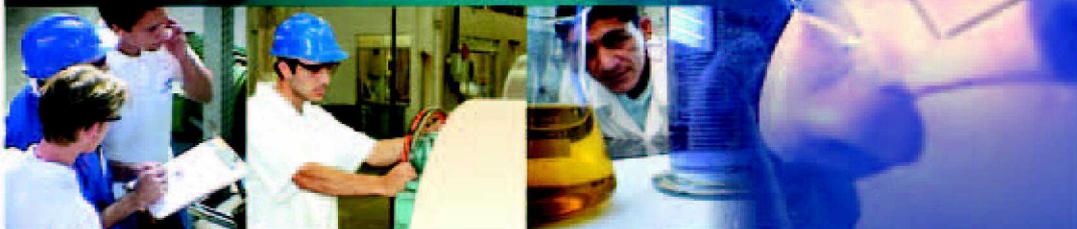
Desenvolvimento



Produção



Valorizar Sua Produtividade. Este é o Nosso Papel.



As indústrias e conversões de tissue já contavam, além dos nossos projetos de desenvolvimento personalizados, também com todas as **Características e Vantagens Exclusivas** que só a **Linha Papel Cartão de Baixas Gramaturas** - a partir de **90g/m²** - da **Alta Papéis** sempre ofereceu.

A partir de agora, quem também vai poder contar conosco é o **Setor de Embalagens**: a **Alta Papéis** está lançando **Novos Produtos** para todos aqueles que, como nós, buscam oferecer somente o **Melhor**.

Não deixe para investir depois nos muitos benefícios que sua empresa, colaboradores e clientes podem ter agora.

Acesse o site e entre em contato com um de nossos representantes.

Características Exclusivas:

Papel Cartão Baixas Gramaturas

- Rigidez
- Resistência
- Papel (fita) sem emendas
- Bobinas firmes, sem resíduos de corte
- Bobina com tubete interno preso adequadamente
- Bobina: mesmo tamanho, maior comprimento linear
- Rígido controle de qualidade
- Baixas gramaturas, a partir de 90g/m²
- Diminuição de volumes estocados
- Redução de custos com fretes e logística

Vantagens Exclusivas:

Papel Cartão Baixas Gramaturas

- Tubetes rígidos e eficazes
- Alta resistência
- Velocidade média de 70m/min
- Menor desgaste, maior produtividade
- Baixíssima abrasividade
- Economia de máquina, cola, raspa e mandril
- Paletes menores ergonomicamente aprovados
- Papel com baixo conteúdo de cinzas (impurezas)
- Maior vida útil do disco orbital

Projetos Exclusivos Alta Papéis:

Indústrias e Conversões de Tissue

- Desenvolvimento de projeto exclusivo para o cliente
- Demonstração do produto e teste prévio no ambiente de produção da empresa parceira
- Assessoria Alta Papéis presente na empresa, auxiliando os trabalhadores em seu próprio local de trabalho

Novos Produtos Alta Papéis:

- Miolo • Test Liner • Kraft Liner • Papel Capa
- Papel WTL Duplex (White Top Liner)
- Cartão 300 g/m² a 450 g/m²

Estes produtos são aplicados na confecção de tubos, bastões, laços de artilharia, pastas suspensas, tubetes e nas indústrias gráficas entre outras.



Alta Papéis

Fazendo seu papel.

www.altapapeis.com.br