

**EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA 01ª VARA REGIONAL EMPRESARIAL E DE
CONFLITOS RELACIONADOS À ARBITRAGEM**

1ª RAJ | FÓRUM JOÃO MENDES JÚNIOR

Processo nº: 1008821-32.2020.8.26.0565

Classe – Assunto: Falência de Empresários, Sociedades Empresariais, Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Concurso de Credores

Requerente: Massa Falida de Pan Produtos Alimentícios Nacionais S.A.

Requerido: Massa Falida de Pan Produtos Alimentícios Nacionais S.A.

KS Engenharia de Avaliações e Perícias Ltda. CNPJ. 35.826.612/0001-12 na qualidade da nomeação por este MM. Juízo em fls. 9473 dos AUTOS para Avaliação das Marcas registradas vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência apresentar o **LAUDO DE AVALIAÇÃO DAS MARCAS**.

Nesses termos, pede deferimento.

São Paulo, 29 de setembro de 2023

David Skaf Junior



Eng.º David Skaf Junior
KS ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES E PERÍCIAS LTDA.
CNPJ. 35.826.612/0001-12



LAUDO DE AVALIAÇÃO DAS MARCAS



Setembro/2023

1. OBJETIVO DA AVALIAÇÃO

O objetivo deste documento é apresentar para este MM. Juízo a Avaliação da marca **PAN** e outras marcas de propriedade de **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A** como parte dos ativos desta companhia. Esta avaliação está pautada na ISO 10.668 (*Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation*) e, na Resolução do CFC No. 1.139 que justifica e respalda o método de avaliação utilizado para os devidos fins legais.

INTERNATIONAL
STANDARD

ISO
10668

First edition
2010-09-01

Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation

*Evaluation d'une marque — Exigences pour l'évaluation monétaire
d'une marque*

Fonte: ISO 10.668

Pontuamos que as análises incluídas no presente relatório são frutos de consultas amplas, desde matérias jornalísticas, entrevistas com ex-executivos da empresa e do setor de chocolate, relatório de empresas de consultoria, além de referencial teórico que respalde nossas conclusões e cálculos. Além deste esforço documental, buscamos estudos de *benchmark* e análise de *cases* nacionais de empresas relacionadas à indústria do chocolate.

Segundo a metodologia da ISO 10.668 são consideradas 6 etapas para o cálculo do valor de uma marca. A seguir um fluxograma que ilustra o raciocínio e que está adotado neste relatório:

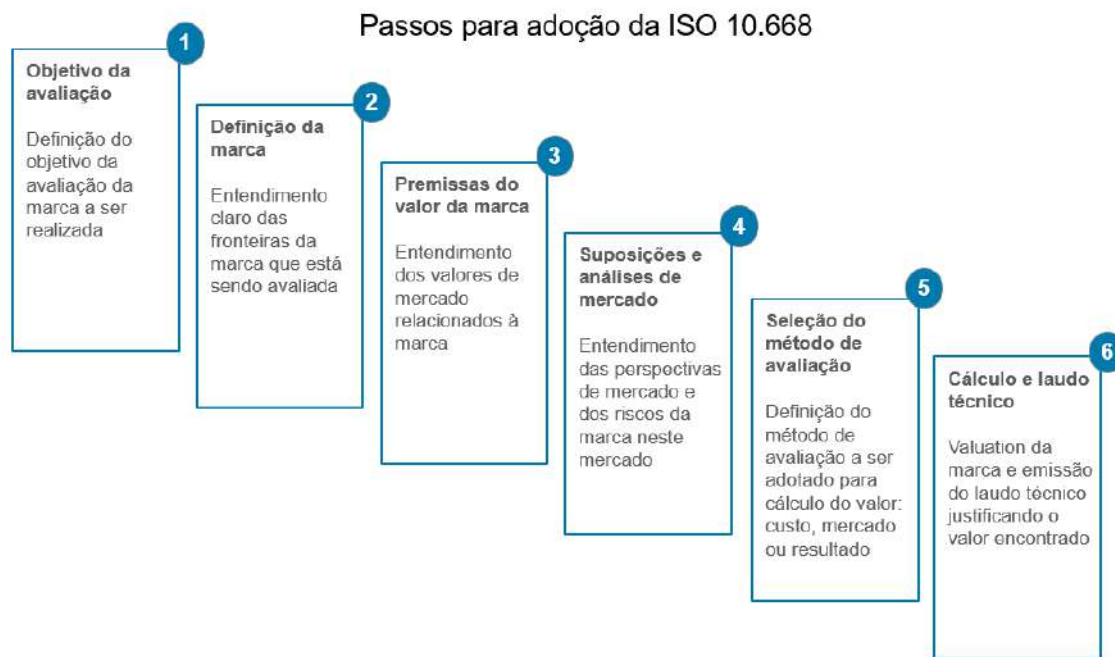


FIGURA 1 - Fonte: ISO 10.668

Este relatório está constituído em capítulos conforme as etapas sugeridas da ISO 10.668, sendo o primeiro capítulo a introdução e definição do objetivo da avaliação da marca a ser realizada.

O segundo capítulo apresenta a definição da marca com entendimento claro das fronteiras da marca que está sendo avaliada. Inclui considerações sobre a história centenária da marca, seu pioneirismo, inovação que criaram uma marca lúdica com lembranças de uma infância feliz. A **PAN** e seus produtos icônicos e chocolate de qualidade reconhecida,

transformou chocolate em lembranças memoráveis, construindo reconhecimento da marca como valor.

O terceiro capítulo apresenta as premissas de valor da marca com diversos olhares de entendimento de especialistas, expoentes do marketing com o reconhecimento sobre valor de marca – *brand equity*,

Na continuação, o quarto capítulo apresenta uma breve caracterização da indústria de chocolates, a partir da análise de dados secundários e amplitude mercadológica.

O quinto capítulo apresenta considerações sobre a ISO 10.668 e CPC 04 (Correlação às Normas Internacionais de Contabilidade), a seleção e definição do método de avaliação a ser adotado para o cálculo do valor potencial da marca **PAN**.

O sexto capítulo é efetuado o laudo técnico com consolidação de simulações financeiras feitas com base nas premissas para o segmento em questão para avaliação e justificativa do valor estimado da marca **PAN**.

O sétimo capítulo é efetuado o laudo técnico das marcas da empresa **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A** que não estão relacionadas à marca **PAN**.

O oitavo capítulo apresenta as conclusões do laudo.

Ao final constam as Referências Bibliográficas e Anexos.

2. DEFINIÇÃO DA MARCA

2.1 PAN, UMA MARCA COM PROPÓSITO

A **PAN** foi fundada em 1935 por Aldo Aliberti, engenheiro químico italiano e por seu cunhado Oswaldo Falchero em São Caetano do Sul no ABC paulista. Característica do espírito inovador da marca desde sua fundação foi a estratégia de lançamento adotada: Aliberti e Falchero colocaram um anúncio em um jornal de grande circulação, que no dia 12 de dezembro de 1935, um foguete seria lançado para a Lua. (MUNDO DAS MARCAS, 2023).



O Eng. ALDO ALIBERTI ao ser recebido pelo Eng. OSWALDO FALCHERO, durante as festividades do Jubileu de Prata da PAN.

FIGURAS 2 / 3 (arquivos PAN)

Para Duarte (2019) a **PAN** começou a se destacar no mercado em 1937, com o lançamento de uma linha de bombons em formato de peixes, corações e outras formas geométricas. Mas a criação mais lembrada quando se menciona a marca **PAN** são os Cigarrinhos de Chocolate, lançado em 1952, o produto teve que mudar de nome em 1996.



FIGURA 4 (CATÁLOGO PAN)

Na verdade, este lançamento que marcaria para sempre a lembrança da marca **PAN**, tanto nas pesquisas com consumidores quanto nas buscas na internet, carrega um enorme preconceito. Trata-se de uma estratégia comum nos anos 1950 utilizar referências de produtos destinados à adultos para as crianças.

Os “cigarrinhos” da **PAN** (FIGURA 4) foram banidos em 1996, na onda antitabagista e transformados em “Rolinhos de chocolate” (FIGURA 5). Mas apesar da lembrança marcante, cabe uma ressalva importante: diversas marcas, de chocolate a canetas, entre outros, fizeram versões de produtos com referência a cigarro, charutos e outros objetos focados no público adulto.

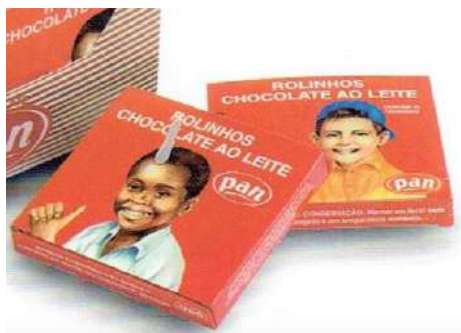


FIGURA 5 (CATÁLOGO PAN)

Um termo utilizado por historiadores ajuda a entender este fenômeno: **presentismo**. O ser humano tem uma tendência a trazer fatos passados para o tempo presente, descontextualizando a situação passada.

Sobre a associação à marca, tópico do constructo de *brand equity* nos permitimos ponderar que o uso dos mesmos personagens, o menino preto e o menino branco, com as mesmas cores e formato de embalagem, reforçou a lembrança dos “cigarrinhos de chocolate”, promovendo voluntariamente ou não, esta associação da marca a um de seus produtos.

Independente da conotação negativa atual, os “cigarrinhos” da **PAN** agregam lembrança para a marca, exatamente como o significado do termo em inglês, *brand*, cuja etimologia remete a queimar, marcar. Outra característica indiscutível para a **PAN**, que veremos abaixo, é a inovação em produtos, embalagens e forma.

Ao completar 25 anos da fundação da PAN, em 1960, foi elaborado um material publicitário (Anexo) na qual é apresentado, pelos próprios fundadores, o processo de construção da marca **PAN** e sua importância no contexto da indústria nacional:

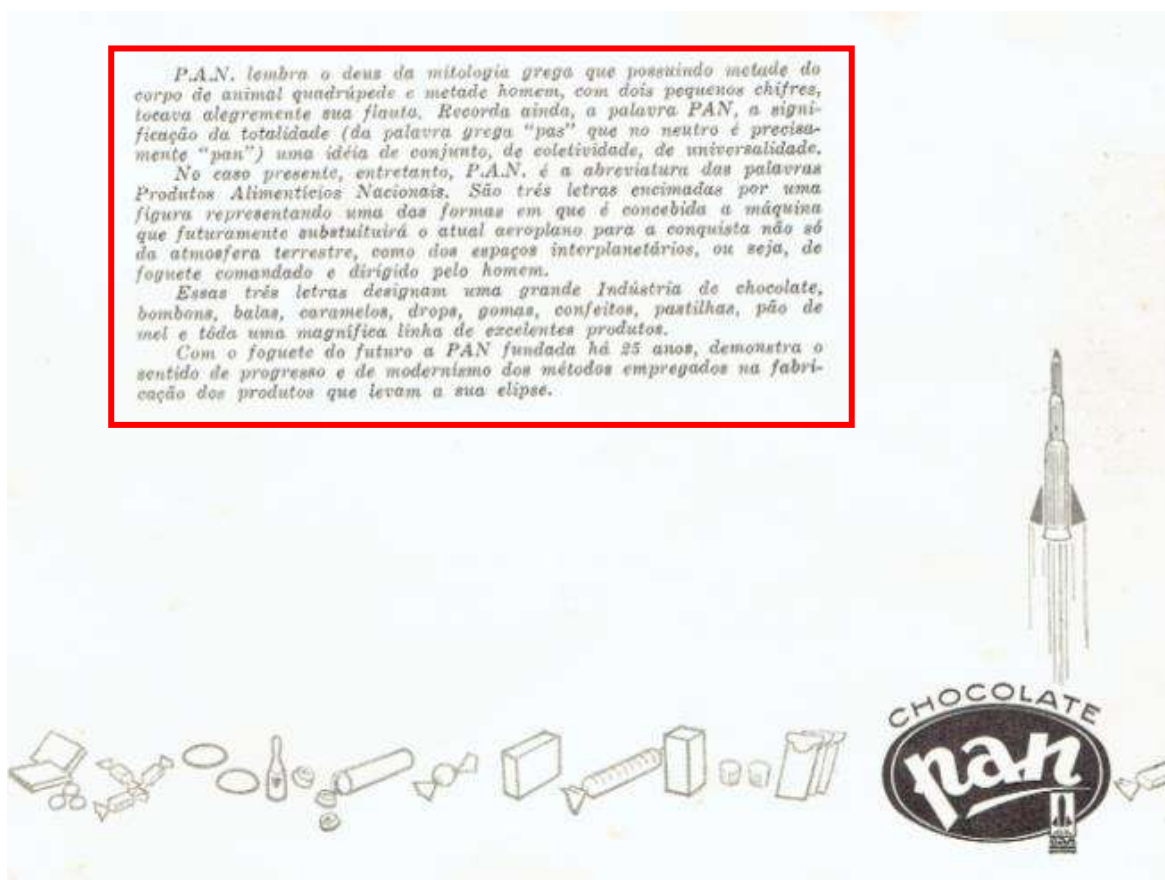


FIGURA 6 (ARQUIVOS PAN)

Das dezenas de produtos que a **PAN** lançou em seus mais de 80 anos de atividade, alguns se tornaram notórios, como as moedas de chocolate (FIGURA 7), o chocolápis (FIGURA 8) e o 1º chocolate ao leite diet no Brasil (FIGURA 9).



FIGURAS 7 / 8 / 9 (CATÁLOGO PAN)

No entanto, apesar destes exemplos de produtos memoráveis, nossas entrevistas com executivos da PAN confirmaram que os campeões de vendas eram o granulado (FIGURA 10), seguido do pão de mel (FIGURA 11) e as balas Paulistinha (FIGURA 12).



FIGURAS 10 / 11 / 12 (CATÁLOGO PAN)

Mas apenas os produtos diferenciados e inovadores constituem a construção da memória da população? No caso da PAN, a resposta é mais ampla, e denotam mais que a ideia genérica de ações criativas.

Em nosso entender estas ações revelam um propósito, como definido por Troiano e Russo (2019) que é quando as suas “autênticas qualidades se cruzam com as necessidades do mundo, aí nasce a sua vocação, o seu Propósito.” Com os exemplos apresentados, complementados pelos catálogos de produtos (Anexos), fica claro que produtos inovadores são o Propósito da **PAN**.

De forma complementar aos produtos exemplificados, desde a inauguração da **PAN** com a publicidade sobre o foguete, os carros da marca adereçados com um foguete bem como o lançamento de álbum de figurinha (CONCURSO **PAN**), estratégia até hoje reconhecida como forma de “guardar a marca”, principalmente para bens de consumo perecíveis, como chocolate.

Reproduzimos abaixo parte do texto da comemoração dos 25 anos da **PAN** em 1960:

GOSTOSAS RECORDAÇÕES QUE RENASCEM SEMPRE QUANDO VOCÊ OFERECE PAN!

Há 20 anos, **PAN** lançava as famosas figurinhas de futuro – máquinas fabulosas, aviões supersônicos, foguetes, satélites... sua imaginação criança se perdia no mundo fantástico do futuro... e você se lembra tão bem daquela doce (sic) sensação de prazer e criatividade ao desembulhar uma bala – que figurinha será? – eram emoções deliciosas que constituíam o universo maravilhoso dos sonhos que sempre se sonham quando se é criança.

Hoje, aquê (sic) futuro é presente... e você adulto.

ANEXO (arquivos PAN)

Como fica claro neste trecho do jubileu de prata da PAN faz mais sentido a reflexão de Troiano e Russo (2019) sobre propósito. Para os autores o propósito “é uma maneira única que a empresa escolhe para organizar sua contribuição para o mundo”. A FIGURA 13 apresenta o álbum criado pela PAN e a FIGURA 14 o regulamento do concurso.



FIGURAS 13 / 14 (arquivos PAN)

2.2 A GESTÃO DO NEGÓCIO PAN

Fundada em 1935, a **Produtos Alimentícios Nacionais – PAN**, em São Caetano do Sul, na região do ABC paulista por Aldo Aliberti, e seu cunhado Oswaldo Falchero, ambos engenheiros, construíram uma fábrica de chocolates, balas e confeitos. O objetivo era claro; competir com marcas tradicionais da época como Gardano, Lacta, Dizioli, Rocco, Falchi e Garoto.



A inovação e criatividade marcaram a **PAN** desde sua inauguração. Aliberti e Falchero publicaram “em um jornal de grande circulação da época, que no dia 12 de dezembro de 1935, um foguete seria lançado para a Lua” (documentos oficiais, Mundo das Marcas).

Focada na fabricação de chocolates, balas e confeitos, desde seu início, primando pela excelência, os primeiros funcionários contratados foram técnicos especializados com experiência no ramo, responsáveis desde a compra e avaliação das matérias-primas, bem como no processo de fabricação em si.

Se em sua fundação a **PAN** iniciou sua produção com maquinário usado, nos anos 1970, buscou automatizar a produção, ampliando sua linha de produtos e fortalecendo seu sistema de distribuição. Para tanto, de acordo com documentos oficiais, adquiriu e reformou máquinas para embrulhar bombons, tipo bola, possibilitando o aumento da capacidade produtiva para 7.000 quilos por dia. Isso permitiu a diversificação da produção e introdução da linha de bombons sortidos, com diferentes sabores; recheios com banana, laranja cristalizada, figo seco, cocada e uva passa.

A automatização, com a aquisição dos maquinários modernos para a época, permitiu a reformulação das embalagens de caixas de bombons para presentes, o volume de vendas foi elevado a 3.000 caixas por dia (Mundo das Marcas). Com isso a **PAN** manteve o produto na liderança até 1984.

No entanto em 2002, a empresa foi fortemente impactada pela crise econômica que se abateu na América Latina, em particular no Brasil, Argentina e Uruguai (Jornal FSP, 2002).

No Brasil, em particular, a crise nas principais economias latino-americanas, ocasionou a maxidesvalorização do câmbio. Somada a necessidade de importar cacau, principal matéria prima desta indústria, a **PAN** foi obrigada a pedir concordata (Jornal FSP, 2002).

Desta crise econômica, uma história relatada por um de nossos entrevistados é particularmente relevante. Com os problemas econômicos do país e seus próprios problemas de caixa, a **PAN** precisou adquirir cacau à vista. Esta matéria prima, comprada assim, exigiu na **PAN**, receber os produtos “frescos”, não estocados e, portanto, de alta qualidade. Estas circunstâncias reforçaram a qualidade dos produtos, em especial textura e maciez dos chocolates, transmitindo maior percepção de qualidade.

Além das informações pesquisadas em fontes secundárias como jornais, blogs especializados em marca e relatórios gerenciais, as entrevistas com antigos gestores permitiu observar um quadro mais amplo e nítido. Com a concordata e, após a morte de Falchero em 2005, a **PAN** passou a ser dirigida por suas filhas e genros.

A sucessão em uma empresa familiar é um processo estudado em cursos de gestão em todo o mundo e representa desafios enormes para estas empresas. Sucessores, geralmente, se mostram inaptos para gerirem os negócios de seus antecessores. O caminho seguido pela **PAN**, sucessão direcionada para as 03 filhas e genros de Falchero, Aldo Aliberti não deixou herdeiros, se mostrou desastrosa.

Ao longo da 1ª década dos anos 2000, a empresa perseguiu um plano de expansão que se mostrou malsucedido. Além de uma nova loja de fábrica, ingressou em novos segmentos de mercado com o lançamento de uma pequena linha de sorvetes e novos doces como paçoca coberta com chocolate e creme e pasta de amendoim.



Os problemas de gestão e competitividade em um mercado cada vez mais competitivo ocasionou na venda da **PAN** em 2016 para o Grupo Brasil Participações, empresa cujo negócio principal é comprar e vender marcas em dificuldades.

Com a ideia de abrir franquias de cafeterias com a marca **PAN** e chegar a 300 unidades pelo país, segundo os antigos gestores entrevistados, o Grupo Brasil Participações não logrou sucesso. E para piorar este cenário, a pandemia de COVID-19, cujo 1º grande impacto foi em março de 2020, atingiu diretamente o setor de chocolate na Pascoa daquele ano, resultou em um pedido de recuperação judicial no início de 2021.

Assim, de uma marca inovadora, desde sua fundação, antes mesmo de lançar seu 1º produto, passando por lançamentos icônicos, produtos reconhecidos por sua qualidade, a empresa foi gerida de forma desastrosa frente a uma concorrência profissional e aguerrida. Do desastre de gestão do século XXI, resta a história, tradição de uma marca conhecida por sua inovação, criatividade e reconhecida qualidade.

3. PREMISSAS DO VALOR DA MARCA

O escopo do presente trabalho tem por objetivo elaborar as premissas de cálculo para a marca **PAN**, considerando-as ativos intangíveis. Os ativos intangíveis são considerados por diferentes autores como componentes do patrimônio das empresas ou organizações, sendo, portanto, bens e direitos desta empresa, devendo ser mensuráveis monetariamente (HOOG, 2008).

Desta forma, para Ludícibus (2009) ativos podem ser definidos como

Recursos controlados por uma entidade capaz de gerar, mediata ou imediatamente, fluxos de caixas. Desta forma ainda contribui dizendo que o termo recursos é amplo e inclui tangíveis e intangíveis.

Para Khauaja e Prado (2008), a marca é uma forma de expressão que faz parte do cotidiano das pessoas, as quais têm em mente um nome ao lembrar de um produto ou serviço.

De acordo com a *American Marketing Association* (AMA, 1998) marca significa nome, termo, símbolo, desenho ou combinação desses elementos caracterizando referenciais físicos e simbólicos, que deve identificar os bens ou serviços e diferenciá-los dos da concorrência.

Esta definição é a base de formulação da ISO 10.668 (ISO; 2008) e reconhecida por diferentes autores nacionais e internacionais da área tais como Keller (2003, 2005); Kotler & Keller (2008, 2012, 2015, 2019), Aaker (2006), Martins et All (2010), Barreto e Famá, 1998, Khauaja e Prado, 2008, entre outros.

Faz-se necessário entender que uma marca é algo mais complexo do que somente um desenho ou um símbolo agregado a um nome. De acordo com Moura e Araújo (2014) as marcas, em seu primórdio, serviam para identificar o comerciante, através do brasão da família ou clã e “contar sua história”.

Desta forma, a origem e procedência de determinado bem estaria estabelecida para seus compradores. Ao longo dos séculos esta forma embrionária de comércio evoluiu de simples entrepostos familiares para lojas de departamento europeias, que ainda hoje carregam o nome de família em sua marca.

Para Tybout e Carpenter (2001) as marcas representam um papel importante na vida dos compradores; elas proporcionam funcionalidade, imagens e experiências nos diferentes pontos de contato com seus consumidores, seja na mídia ou nos estabelecimentos comerciais.

Para Kotler e Keller (2007, 2012, 2015, 2019) as marcas transcenderam seu próprio símbolo, tornando-se um elemento-chave, tanto na relação entre empresas e consumidores como na monetização do valor da própria empresa.

O conceito de *brand equity* (AAKER, 1994, 2006) expressa esta dualidade; para a construção de valor, a marca precisa ser reconhecida por seus públicos em razão de seu desempenho, seja como produto ou serviço.

Da mesma forma, Tybout e Carpenter (2001) reafirmam esta visão da marca, afirmando que sua força decorre da percepção de seus consumidores, traduzindo-se diretamente em lucros para as empresas.

Assim, em um mercado repleto de concorrentes ofertando produtos e serviços similares, a marca representará a diferenciação para o consumidor, permitindo o estabelecimento de valor para este. Portanto, de acordo com Moura e Araújo (2014) o valor da marca corresponde ao valor intrínseco que esta carrega consigo, ou melhor, ao valor agregado ao produto em decorrência do nome da marca que este representa.

Se para o consumidor a importância da marca, de acordo com Keller (2003), significa identificar o produto ou serviço que está escolhendo e seu responsável legal; implica reduzir o risco, custo e tempo de escolha entre produtos e serviços; e, por fim, implica reconhecer a qualidade deste produto ou serviço.

Por outro lado, e não menos importante, para a empresa o conceito de marca significa, segundo Keller (2003), possuir meios de proteger legalmente seus recursos exclusivos; capacidade de avaliar nível de qualidade de seus clientes satisfeitos; construção de associações exclusivas para seus produtos e serviços; ser fonte de vantagem competitivo e oferecer retorno financeiro.

Para reconhecer o conceito de marca como um ativo monetariamente avaliável é preciso destacar o conceito de valor agregado. De acordo com Gilbreath (2010), Passerini (2011), Kotler e Keller (2007, 2012, 2015, 2019) entre outros, valor agregado implica que ao desenvolver uma ação de marketing, uma empresa deve considerar o valor agregado e seu real impacto na decisão de compra do consumidor. Desta forma, de acordo com os autores, os consumidores estão mais dispostos a pagar um valor maior por seu produto ou serviço, em comparação com sua concorrência, maior é o valor agregado de sua marca.

Ao agir desta forma, os consumidores manifestam maior lealdade a determinados produtos em sua categoria, decidem se engajar mais com sua marca e estabelecem uma relação de troca que eles percebem como valiosa.

O valor da marca, *brand equity*, de acordo com Aaker (1994; 1998; 2007; 2105), Keller (2003), Keller e Machado (2006), Kotler e Keller (2007; 2012; 2015; 2019), é o conjunto de ativos, obrigações e atributos intangíveis, associados a um nome de marca e símbolo que agrega ou subtrai valor do que é fornecido por um produto ou serviço para os clientes da empresa ou para ela própria. Desta forma, o conceito de *brand equity* é reconhecido como um ativo intangível cujo valor adicional da marca diferencia seus produtos/serviços e a própria organização para o consumidor.

Assim, de acordo com Keller (2003) o conceito de *brand equity* é resultado da essência de *branding*, ou seja, refere-se ao esforço das empresas em construir diferenças para produtos de uma mesma categoria. A construção desta diferença entre produtos e serviços que cumprem / atendem a mesma utilidade resulta no conceito de "valor agregado".

Desta forma, defende Keller (2003) a premissa básica do *brand equity* “é que o poder de uma marca reside no que os clientes têm, aprenderam, sentiram, viram, ouviram etc. sobre a marca como resultado de suas experiências ao longo do tempo” (2003, p. 09).

O valor da marca (*Brand Equity*), segundo alguns autores, FIGURA como um conjunto de ativos, obrigações e atributos intangíveis, associados a um nome de marca e símbolo que agrega ou subtrai valor do que é fornecido por um produto ou serviço para os clientes da empresa ou para ela própria.

Autores apontam fases e dimensões na formação do valor da marca. As fases são basicamente aquelas seguidas para a avaliação de empresas, sendo que as dimensões consideradas passam por: (a) notoriedade; (b) associações/diferenciações; (c) qualidade percebida/liderança; (d) lealdade; (e) e o mercado (AAKER, 2001, p. 175; BARRETO; FAMÁ, 1998; LOURO, 2000; SERRALVO; FURRIER, 2008).

O *brand equity* é o valor adicional da marca sob o prisma do consumidor e da empresa que a possui para diferenciar seus produtos/serviços e a própria organização para o consumidor.

Nos últimos anos, esse conceito tornou-se importante na vida das empresas, principalmente pelo reconhecimento dos ativos intangíveis no processo de combinação de negócios (AAKER, 2001; SAMPAIO, 2002).

De acordo com Keller (1993), existem duas motivações gerais para o estudo do *brand equity*. Uma é baseada na motivação financeira de estimar o valor da marca o mais precisamente com os propósitos contábeis (em termos de avaliação de ativos para o balanço patrimonial), para fusões, aquisições, ou propósitos de alienação. A segunda razão para estudar o *brand equity* recai na estratégia baseada na motivação para melhorar a produtividade de marketing.

Nesse contexto, a mensuração do valor da marca é extremamente relevante para saber se os investimentos em marca dão resultado e geram adequados retornos, para assim justificar suas ações pelo marketing (YEUNG e RAMASAMY, 2007). Uma vez que Aaker (1996) ressalta que não é fácil construir marcas fortes devido à pressão para investir em outros ativos e por ser difícil dos resultados aparecerem no curto prazo.

Por um longo tempo, a falta de explicações e relatórios financeiros por parte do marketing “têm minado a credibilidade do marketing, ameaçado a permanência do marketing na firma, e ainda ameaçado a existência do marketing como uma distinta *capability* dentro da firma” (RUST, AMBLER, CARPENTER, KUMAR e SRIVASTAVA, 2004; MADDEN, FEHLE e FOURNIER, 2006). Dessa forma, o marketing tem se esforçado para criar métricas que se relacionem com desempenhos financeiros, dentre elas o valor da marca.

Contextualizando o valor da marca **PAN**, a identidade visual da marca passou por algumas remodelações ao longo da história, mas sempre foi mantido o formato oval do logotipo da marca (FIGURA 15 - MUNDO DAS MARCAS):



FIGURA 15

4. ANÁLISE DE MERCADO DA INDÚSTRIA DE CHOCOLATES

De acordo com relatório do Sebrae (2017) o Brasil é o terceiro maior mercado de chocolates do mundo, sendo que 07 de 10 brasileiros se declaram consumidores regulares de chocolate. A relevância deste setor pode ser exemplificada com a recente aquisição da Copenhagen pela Nestle, por aproximadamente R\$ 4 bilhões (O GLOBO; 06 de setembro de 2023).

No passado recente a gigante global Mondelez comprou a Kraft Food do Brasil, detentora da marca Lacta, uma das mais importantes marcas brasileiras.



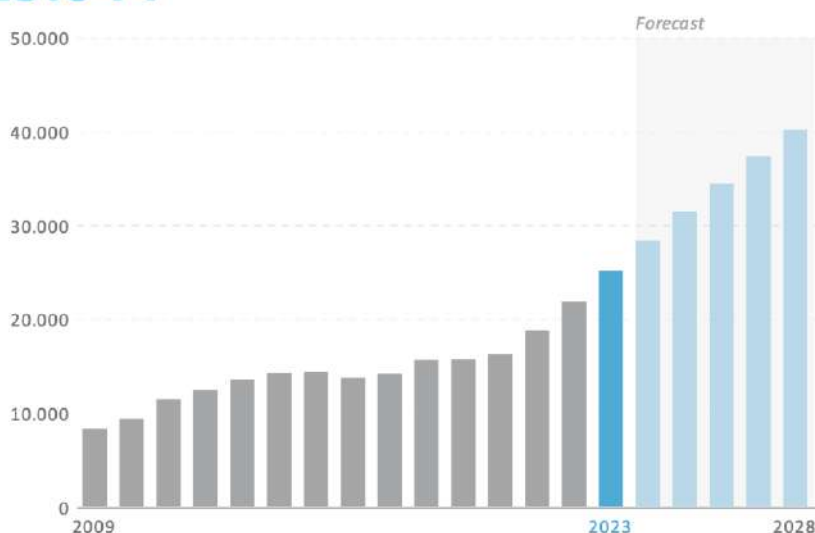
O relatório da consultoria Euromonitor (2023) apresenta a perspectiva para os próximos anos:

Market Sizes

Sales of Chocolate Confectionery

Retail Value RSP - BRL million - Current - 2009-2028

25.044



FONTE: RELATÓRIO EUROMONITOR (2023)

Pesquisa da ABICAB (2014) mapeou os principais atributos para a compra de chocolate no Brasil, sendo marca o mais citado com 42 % das respostas seguido por qualidade com 39%.

Estas duas características serão determinantes em nossas considerações sobre valor da marca **PAN**, na medida em que nossas pesquisas revelaram enorme carinho pela marca e referências espontâneas a qualidade de seus produtos.

Tanto para ABICAB (2014) quanto para Neto et al (2021), a indústria de chocolate no Brasil se origina com a chegada dos irmãos Neugebauer em Porto Alegre, em 1891 e a criação da Neugebauer, como atesta a FIGURA 16 (site da empresa, 2023). Demonstrando a pujança deste setor, a Neugebauer foi adquirida pelo Grupo Vonpar, engarrafadores da Coca-Cola no Brasil, em 2011.



FIGURA 16 (site original, 2023)

Outros marcos importantes na indústria de chocolate no Brasil foram a inauguração da Lacta, em 1912, da Copenhagen em 1928, em 1929 é criada a Garoto e em 1959 a Nestlé inicia a produção de chocolate no Brasil (ABICAB, 2014; Neto et al, 2021).

Todas estas empresas passaram por fusões nos últimos anos. As mesmas fontes apontam a Cacau Show como último grande player a entrar no mercado brasileiro, em 1988.

Dados retroativos do mercado de chocolate no Brasil, apresentados pelo Euromonitor, reconhecida plataforma de mapeamento de mercados e projeções, apresenta que as vendas totais nesta categoria foram, em 2009, de R\$8,25 bilhões para R\$25,04 bilhões em 2023.



Um crescimento de 329% em 14 anos mesmo com a profunda recessão vivida em 2015, 2016 e 2017, bem como os anos de pandemia, que afetaram profundamente este setor, particularmente na Páscoa de 2020. Esta exuberante transformação é explicada a partir de um conjunto de fatores, que passamos a analisar.

De acordo com a ABICAB (2021), somente no ano de 2021, a indústria brasileira produziu cerca de 693 mil toneladas de chocolates. Esse valor representa cerca de 36% acima do ano anterior, que foi de 510 toneladas.

Pesquisa realizada pelo Instituto Kantar para a ABICAB mapeou os hábitos de consumo dos brasileiros, para quem o sabor é responsável por 47% da preferência dos consumidores. Preço, em contrapartida, é o motivo de escolha para 52% dos brasileiros.

Este resultado expõe as questões socioeconômicas brasileiras e reforça a perspectiva da recente compra da Copenhagen pela multinacional Nestle. Como pode-se observar pelos dados a seguir do Euromonitor, a participação da Nestle reflete o somatório de suas marcas populares.

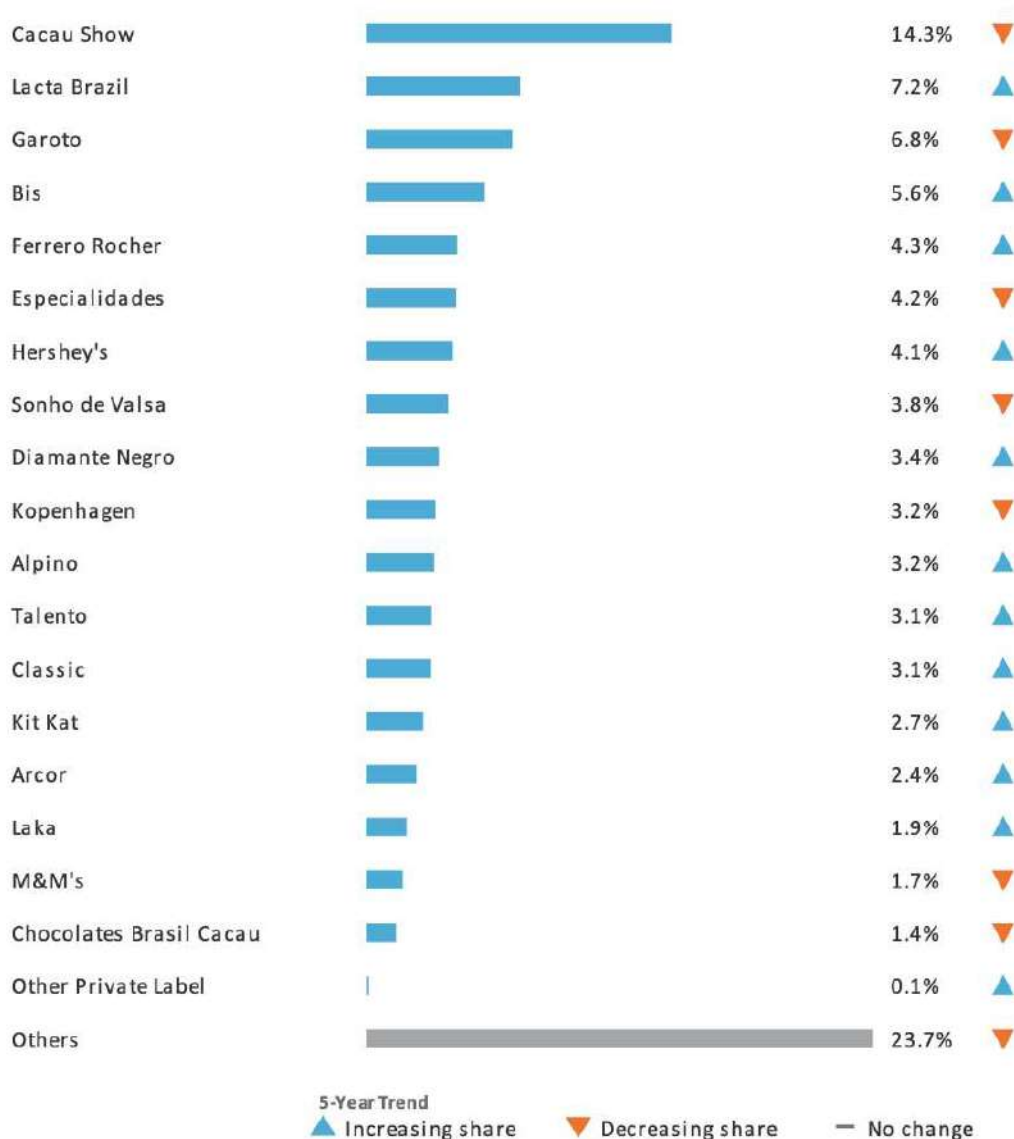
Chama atenção a posição da Cacau Show, com 14,3% de participação na tabela *Brand Share*. Por um lado, reflete a pulverização do mercado brasileiro, por outro o posicionamento da Cacau Show que, de acordo com o site oficial da marca, tem, em 2023, mais de 2.400 lojas com sua marca.



Outra observação pertinente a esta tabela, é o impacto na decisão de compra do nome da marca. Próximo de 75% das compras refletem a opção nítida do consumidor por suas marcas de preferência e, desta forma, o nome na embalagem e na loja impactam diretamente na decisão de 37% das pessoas (ABICAB, 2021) que compram e consomem chocolate.

Brand Shares of Chocolate Confectionery

% Share (LBN) - Retail Value RSP - 2023



FONTE: RELATÓRIO EUROMONITOR (2023)

A tabela reflete a posição da ABICAB (2021) que argumenta sobre a retomada da produção, bem como o sucesso do mercado de chocolates no Brasil é uma consequência dos hábitos de consumo do brasileiro, de 2,6 quilos por pessoa/ano. Ainda de acordo com a ABICAB (2021), o Brasil tem um dos maiores mercados do mundo em volume de vendas de chocolate.

Algumas empresas como Mondelez e Nestle, são proprietárias de muitas marcas, também designadas de submarcas, que compõe seu portfólio de marca por categoria. Esta análise explicita o predomínio da Mondelez, exatamente pela potência de suas marcas individuais, reforçando a estratégia de aquisição da Lacta em 2012, ano de forte expansão do consumo de chocolate no Brasil.

Antes desta compra, a Mondelez já havia adquirido a Kraft Foods, em 1996. A poderosa composição de seu portfólio é representada hoje com marcas como Lacta, Bis, Sonho de Valsa, Ouro Branco, Toblerone, Laka, Shot. Algumas destas marcas posicionadas entre as mais vendidas no Brasil.

23% dos consumidores afirmaram comprar chocolate toda a semana e outros 19% de 15 em 15 dias. Ou seja, chocolate está presente na vida de mais de 80 milhões de brasileiros, todo mês. Estes dados são ainda mais interessantes quando analisamos a frequência de consumo de chocolates, com mais de 50% dos brasileiros consumindo até 01 vez por semana; 29% comem chocolates várias vezes na semana e 23% consomem uma vez por semana.



As marcas *premium* sofrem no Brasil em razão de nossa realidade socioeconômica, mas chocolate é uma das poucas categorias com data própria de consumo, a Páscoa, além de outras datas comemorativas. De acordo com a Confederação Nacional do Comércio “as vendas da Páscoa de 2023 vão movimentar cerca de R\$ 2,5 bilhões, sendo o terceiro avanço anual das vendas para essa data comemorativa”. Em relação ao gasto médio por compra, 53% gastam entre R\$10 e R\$30 quando compram chocolates.

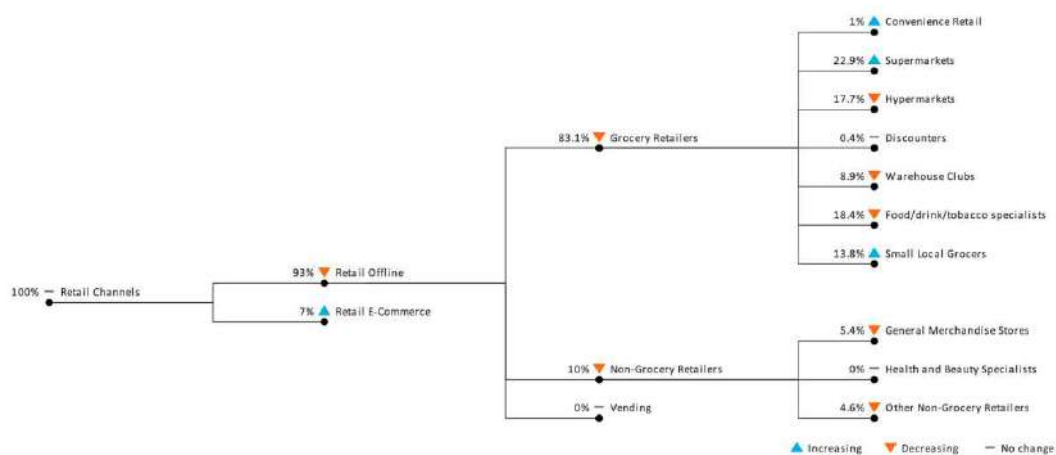
Ainda sobre impacto da Pascoa no consumo de chocolate no Brasil, a mesma pesquisa aponta que 85% dos consumidores pretendem comprar chocolate pensando na Páscoa. Reforçando ainda mais a discussão sobre a relevância de investimentos em marketing (produto, distribuição e comunicação) para as marcas populares em particular, 59% dos consumidores preferem o formato em barra, 48% caixa de bombom (veja a relevante participação de “Especialidades” no gráfico anterior), 42% bombons ou trufas avulsos.

O estudo revela ainda as marcas mais consumidas são Lacta (37%), Nestlé (27%), Hershey’s (13%), Milka (11%) e Ferrero (6%) e os doces favoritos são o Bis, da Lacta, (27%), seguido pelo Ouro Branco (Lacta) e Twix (Mars) com 20% e pelo Hershey’s Cookie and Cream.

A lacuna de dados formais sobre histórico de vendas do mercado e da **PAN**, em particular nos anos 1970, 1980 e 1990, apogeu da PAN, foi em parte suprida por nossas entrevistas com ex executivos da companhia, bem como executivos do mercado de chocolate.



De todos os pontos abordados por nossos entrevistados, 02 em particular se destacaram; O 1º reforça os relatórios e pesquisas de dados secundários apresentados neste relatório, comprovam que as marcas mais comercializadas de chocolate no Brasil pertencem a companhias com forte presença no varejo. A **PAN** possuía nas décadas mencionadas (anos 1970, 1980 e 1990) forte presença no mercado varejista, sendo considerada 2ª marca na praça de São Paulo, que responde a 40% do PIB brasileiro e do mercado de chocolate.



FONTE: RELATÓRIO EUROMONITOR (2023)

Observando o quadro do Euromonitor que indica que 93% das vendas estão no mercado presencial, dos quais 22,9% em supermercados, 17,7% em hipermercados e 13,8% em pequenos varejistas, exatamente a força da **PAN**, de acordo com nossas entrevistas. A combinação desta força de distribuição e presença da **PAN**, só cresce na medida em que correlacionamos com a força da Páscoa.

O 2º ponto fundamental para reforçar nossa avaliação é a forte memória lúdica da marca por parte dos consumidores. Estes consumidores, já adultos, não apenas recordavam da qualidade do chocolate em si, já discutido neste relatório, mas das marcantes ações de marketing promovidas pela **PAN**, desde sua fundação. A seguir o exemplo do pirata, personagem ligado a uns dos grandes sucessos, as moedinhas de chocolate (FIGURA 17).



FIGURA 17 (arquivos PAN)

O chocolate é um produto fundamental na cultura brasileira, seja como snack doce ou para presentear. Na hora das compras, o chocolate é um dos itens mais lembrados, aparecendo nos bombons, cereais e achocolatados. Em 2020, o produto estava na lista de 82% dos consumidores. Em 2021, a ABICAB observou um aumento de 27% em relação ao mesmo período do ano anterior.

5. SELEÇÃO DO MÉTODO DE AVALIAÇÃO

A norma técnica internacional, ISO 10.668 (2007), reconhece que marca significa “nomes, termos, sinais, símbolos, logotipos e designs, ou uma combinação destes, destinados a identificar bens, serviços ou entidades, ou uma combinação destes” (AMA, Apud Keller, 2003).

A ISO 10.668 admite e normatiza o reconhecimento formal e jurídico que uma marca representa, monetária e financeiramente, como parte dos bens de uma empresa ou organização.

Desta forma ao reconhecer a marca como um ativo, mais especificamente como um ativo intangível, significa que este ativo, como qualquer outro bem precisa ser avaliado a partir de critérios claros e mensuráveis. (SCHMIDT e SANTOS, 2002). Deste reconhecimento deriva o conceito fundamental que uma marca proporciona um diferencial competitivo e seu valor está relacionado com o retorno de mercado, seu reconhecimento e prestígio, suas vantagens competitivas percebidas pelo consumidor que agregam valor aos produtos ou serviços por ela identificados.

Desta forma os ativos intangíveis necessitam, para fins legais, de mensuração de seu valor monetário e, para tanto, a Resolução do CFC No. 1.139, que aprovou a NBC T 10.19, que entrou em vigor em 28.11.2008, apresenta diferentes abordagens para este fim.

Para Mariani (2006) “as Normas ISO buscam padronizar o funcionamento administrativo da instituição, e a educação não é um ato padronizado, pré-estabelecido” (2006, p. 01). A Norma ISO é um “documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece, para uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou para seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto” (2006, p. 01).

De acordo com Mariani (2006) a história da ISO está relacionada a fusão de duas instituições, ISA (*International Federation of the National Standardizing Associations*) em 1926 e a UNSCC (*United Nations Standards Coordinating Committee*) em 1944. Ambas as instituições objetivavam normatizar as boas práticas no campo de engenharia, em particular na engenharia elétrica.

A ISO 10.668, de acordo com *Australian Marketing Institute* (AMI, 2011), surge da constituição de um Grupo de Trabalho de avaliação da marca no AMI, em março de 2007, gerando um documento base no qual a Norma baseada foi um documento preliminar preparado pelo Instituto Alemão de Normas, DIN.

O objetivo da ISO 10.688 é criar normas e diretrizes que permitam as empresas validar suas próprias atividades de avaliação de marca quanto para promover a adoção mais ampla da própria avaliação de marca. Para tanto, a AMI reconhece que as marcas são “reconhecidas na profissão de marketing como importantes ativos intangíveis” (AMI, 2011). Desta forma consideram que as “marcas podem conferir vantagens consideráveis, como construir a fidelidade do cliente e possibilitar um preço *premium* para o produto da marca” (AMI, 2011).

Para Siqueira (2005) são 4 as categorias de ativos de uma empresa, as 2 primeiras categorias relacionam-se aos ativos circulantes e permanentes e a 3ª é constituída pelos investimentos como ações e obrigações de propriedade. A 4ª categoria é dos ativos intangíveis, entre elas o valor da marca.

Desta forma, a ISO 10.688 normatiza a marca como ativo intangível e por consequência o *brand equity* pode ser definido com o valor presente líquido dos fluxos de caixa (DCF) incrementais atribuídos para um nome de marca e para uma empresa que possui a marca em seu(s) produto(s) e serviço(s) comparado a produtos idênticos com nenhum nome de marca ou esforços de construção de marca (KELLER, 1993, 1998; RUST, AMBLER, CARPENTER e SRIVASTAVA, 2004; SHANKAR, AZAR e FULLER, 2007).

Em vista das características da Indústria de Chocolates e da maturidade inserida da marca **PAN** foi escolhido como Método de avaliação o **MÉTODO DE RESULTADO**.

Esta categoria de metodologia adota perspectiva futura de resultados relacionados à marca. Trata-se de metodologia com facilidade de discussão no ambiente financeiro e o valor é calculado pelo potencial da marca.

Tipos de Métodos para Brand Valuation				
	Métodos do Custo	Métodos de Mercado	Métodos de Resultado	Métodos de Fórmula
DESCRIÇÃO	Relacionados aos custos de criação e substituição de marca	Lidam com valores relacionados às intenções de venda e de compra de uma marca entre partes	Adotam perspectiva futura de resultados relacionados à marca	Métodos que adotam fórmulas de vários itens (quanti e quali); normalmente de propriedade de consultoria especializadas (ex: Inbrands)
PRÓ	<ul style="list-style-type: none"> Facilidade na apuração e discussão; Foco na contabilidade; Possibilidade de quantificar marca em criação (start up) 	<ul style="list-style-type: none"> Exprime melhor o valor percebido da marca por players do mercado / setor 	<ul style="list-style-type: none"> Valor vem do potencial da marca; Facilidade de discussão em ambiente financeiro; 	<ul style="list-style-type: none"> Flexibilidade ao adotar variáveis distintas; Possibilidade na configuração da fórmula para atender mercado / momento;
CONTRA	<ul style="list-style-type: none"> Não captura o real valor da marca; Não mede eficiência/eficácia na criação de marca 	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldade de encontrar transações de marcas com mesmo valor no mesmo setor 	<ul style="list-style-type: none"> Estimativa de premissas de alto impacto (ex: WACC, geração de caixa inerente a marca; etc) 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de transparência na estrutura das fórmulas; Dependência das proprietárias das fórmulas na emissão das avaliações;

Dentre os MÉTODOS DE RESULTADO foi adotado a **TAXA DE ROYALTIES** (também conhecido como *Royalty Relief*).

Este método parte do princípio de que uma marca conhecida no mercado pode ser licenciada para um terceiro pelo proprietário da marca. Neste cenário, o fluxo de caixa presente dos recebimentos do proprietário da marca pelo licenciamento ao terceiro constituiria o *Valuation* da marca.

Método	Descrição	Prós	Contra	Observações
3.1 Taxa de Royalties	Define como referência de quanto uma empresa teria que pagar, em royalties, para utilizar a marca em avaliação.	Método com informações disponíveis no setor e facilmente aceita por autoridades tributárias	Possibilidade de ter um amplo intervalo de valor de taxa de royalties paga no setor, requerendo um julgamento qualitativo de qual taxa adotar	Método mais usual no mercado

6. CÁLCULO E LAUDO TÉCNICO

De acordo com dados pesquisados no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial a **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A** efetuou 140 registros de marcas desde 1939. A empresa detém atualmente 37 marcas sendo 23 marcas vinculadas ao guarda-chuvas da PAN e, 14 marcas que não estão relacionadas à marca principal **PAN**.

Desta forma, os valores destas 14 marcas não estão relacionados ao valor da marca **PAN** e por isso tiveram valores específicos calculados e apresentados no próximo capítulo.

Para as marcas relacionadas à marca **PAN**, calculou-se *Valuation* único uma vez que estas marcas são indissociáveis.



FIGURA 18 (arquivos PAN)



Marcas que possuem o nome "PAN"					
Número	Nome	Quantidade de vezes registrada	Vigência	Atividade	Categoria
1	Bombons Gianduia Pan	1	17/07/2027	Em vigor	Caixa de chocolate
2	Bombons Truffle Pan	1	12/06/2027	Em vigor	Caixa de chocolate
3	Chocolapis Pan Chocolapis	2	28/02/2031 (819722413) 05/06/2030 (812888146)	Em vigor	Outros chocolates
5	Chocopan	1	27/01/2029	Em vigor	
7	Cric Crac Pan	1	17/04/2027	Em vigor	
8	Crocante Pan- Americano	1	17/04/2027	Em vigor	
9	Menta-Pan	1	12/02/2025	Em vigor	
10	Moedas de Chocolate Ao Leite Pan	2	17/07/2027 (825997097) 17/07/2027 (825997089)	Em vigor	Outros chocolates
11	Pan	7	06/03/2030 (004021720) 08/05/2024 (770258808) 20/03/2027 (823712753) 20/03/2027 (823712745) 03/01/2025 (817140247) 31/10/2025 (817142231) 03/09/2026 (817904697)	Em vigor	-
13	Pan Chocotofe	1	25/09/2029	Em vigor	Toffees, caramelos e nougats
15	Pan Floc Pan	1	04/06/2029	Em vigor	Outros Açúcares
16	Pan-Bombons com Conhaque	1	26/06/2028		Caixa de chocolate
17	PanBall	1	20/03/2028	Em vigor	
18	Paulistinha Pan Paulistinha	4	12/10/2029 (002451557) 14/04/2030 (002358727) 21/12/2027 (002067285) 18/08/2027 (003573265)	Em vigor	Pastilhas, gomas, gelatinas e chicletes
19	Petit-Pan *2	2	22/11/2029 (002423731) 17/04/2027 (824116399)	Em vigor	Caixa de chocolate
20	Pomona Pan Pomona	2	17/04/2027 (824116429) 14/08/2027 (003576779)	Em vigor	Chocolates vendidos em sacos
21	Pop Pan	2	19/12/2027 (910073643) 15/06/2030 (829461043)	Em vigor	Outros Açúcares
22	Pop Pan Pan	1	17/07/2027	Em vigor	Outros Açúcares
23	Pop Pan!	1	26/12/2027	Em vigor	Outros Açúcares

O cálculo do valor da marca **PAN** com base no método da **TAXA DE ROYALTIES** utiliza os principais componentes:

1. Definição do potencial de vendas com a marca **PAN**;
2. Receita líquida projetada destas vendas para os próximos anos;
3. Taxa de Royalties que a marca poderia cobrar para um possível licenciamento;
4. Custo de capital do segmento da marca no Brasil (WACC);
5. Impostos envolvidos na operação de licenciamento;
6. Expectativa de crescimento de vendas após período projetado (variável g);

6.1 DEFINIÇÃO DO POTENCIAL DE VENDAS DA MARCA PAN

Uma vez que produtos da marca **PAN** não estão sendo comercializados no varejo, o potencial de venda da marca não pode ser estimado com base na performance atual de vendas.

Por outro lado, entrevistas com conhecedores da marca apontaram que nos últimos anos de operação das vendas da **PAN**, a queda de venda percebida na tabela abaixo foi oriunda de fatores ligadas à gestão financeira da empresa e não à demanda de mercado por produtos da marca. Ou seja, havia uma demanda por produtos da marca que não estava sendo atendida pela empresa.



Receita de Vendas - PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A

	2017	2018	2019	2020	2021
Receita Bruta de Vendas	33,63	35,32	23,31	9,49	9,10
(-) Deduções	- 12,36	-13,26	-10,20	-3,73	-3,55
Receita Operacional Líquida	21,27	22,05	13,11	5,76	5,55

(Valores em milhões de Reais)

As entrevistas com especialistas apontaram que o potencial de venda da marca foi atingido antes da transição de propriedade da empresa **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A** em 2016.

Por falta de melhores informações da operação antes de 2016, adotamos o resultado de 2017 com um parâmetro aceitável para o potencial da marca.

6.2 RECEITA LÍQUIDA PROJETADA PARA AS VENDAS PELA MARCA - PRÓXIMOS ANOS

Para projetar o potencial de receita da marca, foi feita uma associação entre as vendas de produtos com a marca **PAN** em 2017 e o mercado de chocolates estimado pelo EUROMONITOR.

De acordo com o EUROMONITOR, reconhecida plataforma de mapeamento de mercados e projeções, o mercado de Chocolates do Brasil teve um grande crescimento nos últimos 15 anos. As receitas totais nesta categoria foram, em 2009, de R\$8,25 bilhões para R\$25,04 bilhões em 2023.



Um crescimento de 329% em 14 anos, mesmo com a profunda recessão vivida em 2015, 2016 e 2017, bem como os anos de pandemia, que afetaram profundamente este setor, particularmente na Páscoa de 2020.

Mercado Chocolate Brasil	
Retail Value	
2009	8.259
2010	9.287
2011	11.391
2012	12.368
2013	13.504
2014	14.146
2015	14.316
2016	13.650
2017	14.079
2018	15.591
2019	15.635
2020	16.148
2021	18.679
2022	21.770
2023	25.044

(Valores em milhões de Reais / preço corrente)

FONTE: RELATÓRIO EUROMONITOR AGOSTO 2023

Considerando a Receita Operacional Líquida da **PAN** em 2017 no valor de R\$ 21,27 milhões para um Mercado de Chocolates de R\$ 14,079 bilhões, o *sell in* (venda para o varejo) da marca **PAN** seria de 0,151% do mercado nacional de chocolates.

Participação do *Sell In* da Pan no Mercado de Chocolate = $21,27 / 14.079$

Participação do *Sell In* da Pan no Mercado de Chocolate = 0,151%



As projeções para os próximos 5 anos do Mercado de Chocolates segundo o EUROMONITOR:

Mercado Chocolate Brasil	
Retail Value	
2024	27.149
2025	29.100
2026	30.949
2027	32.605
2028	34.016

(Valores em milhões de Reais / preço corrente)

FONTE: RELATÓRIO EUROMONITOR

Considerando o potencial de venda de 0,151% efetuamos uma projeção da Receita líquida da marca **PAN** para os anos 2024, 2025, 2026, 2027 e 2028. A seguir apresentamos o memorial de cálculo para a potencial máximo de venda:

Potencial Máximo de Venda	
2024	41,02
2025	43,96
2026	46,76
2027	49,26
2028	51,39

(Valores em milhões de Reais / preço corrente)



Uma vez que um possível adquirente da marca **PAN** tenha que iniciar uma operação de produção e comercialização de produtos com esta marca, foi considerado um período de crescimento de vendas na qual o potencial estimado de vendas seja atingido somente no 3º ano de operação.

Potencial Progressivo de Venda	
2024	13,67
2025	29,31
2026	46,76
2027	49,26
2028	51,39

(Valores em milhões de Reais / preço corrente)

6.2 TAXA DE ROYALTIES PELA MARCA PARA UM POSSÍVEL LICENCIAMENTO

Segundo a ABRAL (Associação Brasileira de Licenciamento) os *royalties* podem variar de acordo com as categorias dos produtos. No caso do segmento de alimentos, esta taxa pode variar entre 2% e 5% da Receita Líquida.

Como as informações do setor e o histórico da marca **PAN** apontam uma marca madura e consolidada, entendemos que uma possível taxa de royalties a ser cobrada num possível licenciamento da marca seria de 5%.

6.3 CUSTO DE CAPITAL DO SEGMENTO DA MARCA (WACC)

O custo de capital foi estimado através da média do custo de capital de empresas do segmento de alimentos as quais tem ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo, a B3.

Entendemos que o custo de capital destas empresas é uma boa representação da estrutura de capital de empresas que possam ter interesse num licenciamento da marca **PAN**.

Esta informação também é oportuna pela transparência e facilidade em replicação.

WACC médio	
	set/23
MINERVA FOODS	10,50%
BRF	13,30%
CAMIL	14,50%
JBS	12,00%
MDIAS BRANCO	12,30%
MARFRIG	12,10%
Média do Setor	12,45%

FONTE: XP INVESTIMENTOS

Em 21 de setembro de 2023, o WACC médio do setor de alimentos é de 12,45% aa. Este valor é nominal, embutindo perspectivas inflacionárias.



6.4 IMPOSTOS ENVOLVIDOS NO LICENCIAMENTO

Foi adotada a alíquota de 15% de impostos totais sobre a receita aferida num possível licenciamento que o proprietário da marca **PAN** teria que recolher para os diversos níveis governamentais.

6.5 EXPECTATIVA DE CRESCIMENTO PERPÉTUO DAS VENDAS APÓS PERÍODO PROJETADO (VARIÁVEL g)

Para a projeção de crescimento perpétuo foi adotado a taxa de 4,33% ao ano. Esta é a taxa de crescimento projetada pelo EUROMONITOR para o crescimento entre 2027 e 2028, último ano projetado pelo instituto de pesquisa.

Como a projeção considera números nominais entendemos que este número se aproxima muito da inflação projetada para após 2028.



VALUATION CALCULADO MARCA PAN

Com base na metodologia utilizada e nas premissas descritas, estimamos o valor da marca da **PAN** em **R\$ 27.583.262,00** (vinte e sete milhões quinhentos e oitenta e três mil duzentos e sessenta e dois reais).

Este valor representa 23 marcas registradas no INPI conforme mencionado e constam nos Anexos deste relatório.

Cálculo do Valuation da Marca PAN

valores em R\$	2024	2025	2026	2027	2028
Receita operacional Líquida (ROL)	13.672.276,07	29.308.971,78	46.757.800,28	49.259.504,40	51.390.462,59
Royalties Marca PAN	683.613,80	1.465.448,59	2.337.890,01	2.462.975,22	2.569.523,13
- Imposto de Royalties	(102.542,07)	(219.817,29)	(350.683,50)	(369.446,28)	(385.428,47)
Caixa livre gerado - projetado	581.071,73	1.245.631,30	1.987.206,51	2.093.528,94	2.184.094,66
Perpetuidade					24.918.790,55
Valuation da marca PAN					
Período projetado	R\$5.423.377,27				
Perpetuidade	R\$22.159.884,88				
Total	R\$27.583.262,15				

Obs. Qualquer mudança em premissa adotada pode impactar o valor estimado.

7. CÁLCULO DO VALOR DAS MARCAS NÃO VINCULADAS À MARCA PAN

A **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A** detém a propriedade de 14 marcas que não tem o nome **PAN** em seu descritivo e, em nossa avaliação, foram interpretadas como marcas sem relação com a marca **PAN**. Pela dificuldade de medir a força de cada uma, uma vez que não há informações de venda ou de conhecimento destas (“*brand awareness*”), entendemos que estas marcas devam ter seus valores estimados pelo **MÉTODO DE CUSTO**, de acordo com as premissas da ISO 10.668.

As marcas nesta situação são:

Marcas que não possuem o nome "PAN"					
Número	Nome	Quantidade de vezes registrada	Vigência	Atividade	Categoria
1	Balila	1	08/08/2027	Em vigor	
2	Bridge	1	17/04/2027	Em vigor	
3	Chocoalvo	1	15/10/2027	Em vigor	
4	Chocoman	1	10/03/2027	Em vigor	
5	Delicioso	1	17/02/2028	Em vigor	
6	Majestic	1	03/02/2029	Em vigor	
7	Mirim	2	17/04/2027 (824116364) 16/07/2027 (005009111)	Em vigor	Pastilhas, gomas, gelatinas e chicletes
8	Naná	1	17/04/2027	Em vigor	
9	NoBreak	1	24/06/2028	Em vigor	
10	Picolino	1	11/02/2026	Em vigor	Pastilhas, gomas, gelatinas e chicletes
11	Psui	1	21/03/2029	Em vigor	Pastilhas, gomas, gelatinas e chicletes
12	Veraneio	1	10/02/2027	Em vigor	
13	Xuá	1	21/01/2026	Em vigor	Outros chocolates
14	Zodiaco	1	28/07/2027	Em vigor	



O **MÉTODO DE CUSTO** indica que o valor de uma marca é o custo total de construção e obtenção da propriedade desta. No caso das marcas mencionadas da empresa **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A**, o custo de construção não está disponível e, mesmo se tivesse, seria de pouco uso uma vez que foram custos realizados há muito tempo, num ambiente econômico e empresarial distinto do momento atual.

Neste contexto, optamos em adotar o **MÉTODO DE CUSTO** a partir da perspectiva de qual seria o custo total, em setembro de 2023, para criação e registro de propriedade de uma nova marca no Brasil.

A partir de levantamento com especialistas do mercado, os custos totais para montagem de uma nova marca podem ser quebrados em 3 (três) blocos:

1. Custos na construção e desenho de logo de uma nova marca;
2. Custos para registro da Marca no INPI;
3. Custos internos para gestão da criação e registro da marca;

7.1 CUSTOS NA CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA MARCA

Normalmente, a construção de uma marca requer a contratação de um profissional ou empresa especializada no tema. A amplitude de valor pode ser grande indo de algumas centenas de reais até alguns milhões.



Neste contexto, optamos por adotar referência do site especializado na contratação de serviços especializado GetNinjas (www.getninjas.com.br). Segundo dados deste site em setembro de 2023, o serviço de criação de uma nova marca poderia ser contratado num valor entre R\$ 800,00 a R\$ 2.500,00, com valor médio de R\$ 1.200,00.

Pela história de investimento em marcas da **PAN**, assumimos que as marcas criadas estariam num valor superior da faixa, ou seja, R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais)

7.2 CUSTOS PARA REGISTRO DA MARCA NO INPI

Segundo cotações obtidas de empresas especializadas em registros de marca – CRIMARK e APOLO Marcas -, o custo total para registro de uma nova marca no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) fica entre R\$ 4.687,00 e R\$ 7.870,00. Neste valor está contemplado tanto os serviços da empresa especializada quanto os impostos a serem pagos no processo.

Desta maneira, estimamos o custo médio para registro da marca no INPI em R\$ 6.279,00 (seis mil duzentos e setenta e nove reais).

Valor médio para registro no INPI = $(R\$ 4.687,00 + R\$ 7.870,00)/2 = R\$ 6.279,00$

7.3 CUSTOS INTERNOS PARA GESTÃO DA CRIAÇÃO E REGISTRO DA MARCA

Tanto a criação da marca quanto o registro dela no INPI devem ser realizados por empresas especializadas com o acompanhamento de um profissional sênior da empresa que terá a propriedade futura da marca.

Neste contexto, estimamos o envolvimento de um profissional do nível de um Diretor de Marketing com um esforço de 16 horas em todo o processo.

Segundo tabela salarial da consultoria Robert Half, um Diretor de Marketing de uma empresa grande em São Paulo tem um salário médio R\$ 38.000,00/mês. Com os encargos e benefícios padrões, o custo total deste profissional fica em torno de R\$ 59.000,00/mês equivalente a R\$ 368,75/hora.

Neste sentido, entendemos que para acompanhar todo o processo o custo estimado total em R\$ 5.900,00 (cinco mil e novecentos reais)

Custos Internos = 16 horas X R\$ 368,75/hora = R\$ 5.900,00

7.4 VALUATION DAS DEMAIS MARCAS

Estimamos o valor de cada uma das 14 marcas não vinculadas à marca **PAN** em R\$ 14.678,00 (catorze mil, seiscentos e setenta e oito reais).

Valor da marca = R\$ 2.500,00 + R\$ 6.279,00 + R\$ 5.900,00 = R\$ 14.678,00

8. CONCLUSÕES

O objetivo central deste trabalho é a Avaliação das Marcas registradas de propriedade da **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A**. A **KS Engenharia de Avaliações e Perícias Ltda.** na qualidade da nomeação por este MM. Juízo em fls. 9473 dos AUTOS para o honroso trabalho efetuou a avaliação tendo dividido as 37 marcas registradas em vigor em blocos distintos. A **PAN**, principal marca da empresa, congrega 23 marcas registradas em um único guarda-chuva. Já as 14 marcas restantes foram avaliadas de forma individualizada.

Com relação à marca **PAN** caracterizamos o valor histórico bem como seu potencial frente a um mercado com perspectiva de crescimento como demonstra o relatório setorial do Euromonitor (2023). Nosso entendimento, respaldado por inúmeros artigos internacionais, busca explicitar a representatividade da história da **PAN**, repleta de exemplos reais de inovação e criatividade, como alicerce para construção do cálculo do *Valuation*.

Como definir a marca de chocolates **PAN**? Em uma palavra, caracterizou-se como marca **monolítica**, ou seja, seus principais produtos – chocolate – sempre foram nomeados **PAN**. Outro exemplo de marca monolítica na categoria chocolate foi a Garoto, até ser comprada pela Nestlé, em 2002.

Acreditamos que a lembrança da **PAN**, relaciona-se a esta estratégia de marca, pois consolida um único nome, em uma categoria pulverizada, como demonstra o relatório do Euromonitor.

A extensa lista de registros de marca no INPI reforça seu papel na categoria de chocolate. Por ser uma marca monolítica, também conhecida como guarda-chuva ou marca mãe, esta estratégia caracteriza-se por uma proliferação de produtos, definida como extensão de linha. Mesma marca na mesma categoria, neste caso chocolate.

Não é uma gestão de marca simples, implica em decidir pelo foco, preservando a identidade central. Como demonstrado ao longo deste relatório, ao longo de quase um século, a **PAN** geriu sua marca antes mesmo do conceito de marketing ser reconhecido nos EUA, em 1937. Esta orientação é conhecida por “defensores da marca”, aquelas pessoas que dedicam sua vida profissional a defender o legado e propósito da marca.

De acordo com a ISO 10.668 (*Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation*) utilizamos premissas técnicas e a metodologia da **TAXA DE ROYALTIES** para avaliação do valor da marca **PAN, marca monolítica a qual congrega 23 marcas registradas no INPI** conforme descrito neste relatório.

O valor da avaliação da marca **PAN**:

R\$ 27.583.262,00

(Vinte e sete milhões quinhentos e oitenta e três mil duzentos e sessenta e dois reais)


Para as demais 14 marcas da **PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A**, as quais não tem o nome PAN em seu descritivo, de acordo com a ISO 10.668 (*Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation*) utilizamos premissas técnicas e a metodologia do **MÉTODO DE CUSTO** para avaliação.

O valor de avaliação de marca unitária sem o nome PAN em seu descritivo:

R\$ 14.678,00

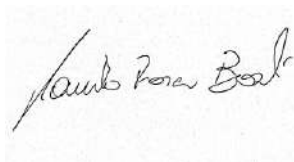
(Catorze mil seiscentos e setenta e oito reais)

São Paulo, 21 de setembro de 2023



Eng.º Fabio Domingues

- ✓ Graduado em Engenharia de Computação pela UNICAMP
- ✓ Mestre em Administração e Estratégia de Negócios pela FGV
- ✓ Pós-graduado em Finanças Corporativas pela FGV
- ✓ Extensão em Marketing e Economia pela School of Business da SUNY / Albany



Dr. Marcelo Rosa Boschi

- ✓ Coordenador do MBA Marketing Estratégico da ESPM (2000 – atual)
- ✓ Professor de Branding e Marketing ESPM, FDC e FGV (1986 – atual)
- ✓ Presidente do Comitê de Branding – ABA/RJ (Associação Brasileira de Anunciantes), (2010-2014).
- ✓ Doutor em Administração UNIGRANRIO,
- ✓ Mestre em Gestão Empresarial - FGV e Graduado em Administração - UFF




Eng.º David Skaf Jr.

CREA/SP 5060778235 / IBAPE/SP 1859

- ✓ Graduado em Engenharia Civil pela UNICAMP
- ✓ MBA em Real Estate pela Escola Politécnica da USP
- ✓ Pós-graduado em Direito Imobiliário pela UNISECOVI e Negócios Imobiliários pela FAAP
- ✓ Extensão em Marketing e Economia pela School of Business da SUNY / Albany
- ✓ Extensão em Engenharia de Avaliações pelo IBAPE, RICS e UFSC
- ✓ Membro titular do IBAPE/SP (Instituto Brasileiro de Avaliações e Perícias)
- ✓ Membro titular do IBRADIM (Instituto Brasileiro de Direito Imobiliário)
- ✓ Certificado de Qualificação Profissional em Engenharia de Avaliações pelo IBAPE NACIONAL
- ✓ Perito judicial em Engenharia de Avaliações

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAKER, David. *Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca*. São Paulo: Negócio Editora, 1998.

ABRATT, Russell e BICK, Geoffrey. *Valuing Brands and Brand Equity: Methods and Processes*, 2003.

AMA. *American Marketing Association*. Disponível em: <<http://www.marketingpower.com/mg-dictionary>> Acesso em: jan. 2008.

AMI, ISO 10688

GILBREATH, Bob. (2011). *Marketing com Valor Agregado*. ed: M. Books. Edição 1, 2010

KELLER, Kevin Lane. *Strategic brand management: building, measuring and managing brand equity*. New Jersey: Prentice Hall, 1998. 635p.

KOTLER, Philip.: Keller, Kevin. *Administração de Marketing*. 12a. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MARIANI, E. J. As normas ISO. *Revista Científica Eletrônica de Administração*. Ano VI, n. 10, jul. 2006. Periódico Semestral.

NETO, P. F., FRANCESCONI, M. e PEDROSO, M. C. (2021) “Uma análise estratégica sobre o mercado brasileiro de chocolates / A strategic analysis about the Brazilian chocolate market”, *Brazilian Journal of Business*, 3(4), p. 3108–3127. doi: 10.34140/bjbv3n4-023.

PASSERINI, Fabio, (2011). Valor agregado e valor percebido no marketing de relacionamento B2B.

Disponível em: <http://www.housepress.com.br/blogpress/Valoragregado-e-valor-percebido-no-marketing-de-relacionamento-B2B>, Acessado em: 22 de set 2012.

RUST, Roland T., AMBLER, Tim; CARPENTER, Gregory S., KUMAR, V.; SRIVASTAVA, Rajendra K. Measuring Marketing Productivity: current knowledge and future directions. *Journal of Marketing*. v.86. October 2004, p. 76-89.

SALINAS (2009), *The International Brand valuation manual*.

SHANKAR, Venkatesh; AZAR, Pablo; FULLER, Matthew. *Bran*eqt: a model and simulator for estimating, tracking, and managing multicategory brand equity*. October 2006. Revised February 2007.

SITES:

<https://www.guiadoscuriosos.com.br/ciencia-e-saude/comida/a-historia-dos-chocolates-pan/>

<https://mundodasmarcas.blogspot.com/2011/02/pan-chocolate.html>

ANEXOS



**ANEXO I – CONCURSO PAN
(CAMPANHA PUBLICITÁRIA 1940)**





"CONCURSO PAN"

Em forma nova e original a "ORGANIZAÇÃO PAN", oferece aos consumidores dos seus deliciosos e inigualáveis produtos, um interessante CONCURSO, que se evidencia pela seriedade do plano e pelo interesse dos argumentos tratados em seu ALBUM.

As cláusulas do CONCURSO, além de estipular lindos prêmios aos Alburns Completos, distribui também prêmios a um certo numero de figurinhas avulsas, sem distinção, mostrando assim a honestidade que preside o "CONCURSO PAN". (Veja a penultima pagina da capa).

O ALBUM PAN é idealizado com altos fins instrutivos, procurando com os argumentos das figurinhas e com as explicações das mesmas, despertar nos jovens, o interesse, a curiosidade e o amor à Ciência.

Para esse fim escolhemos assunto interessante, principalmente para certas atividades particulares da ciência, em realizações recentes, projetos para o futuro, enaltecendo o valor dos cientistas e dos estudiosos em geral.

O ALBUM PAN quer dar uma pequena contribuição para ajudar a formação da mentalidade dos jovens que devem ver no esforço intelectual, seu ideal mais elevado; o espirito científico domina a vida moderna e a compreensão dos fatos científicos já não é privilegio de iniciados, devido a propaganda que escolas, jornais e cinemas fazem dos mesmos.

A marca da fabrica PAN é a Astronave em viagem para a Lua, simbolo escolhido com o fim de representar o espirito de modernismo e progresso, que preside a fabricação dos seus produtos.

Grande parte das figurinhas, são dedicadas à Astronomia e a Astronautica.

Infelizmente a intensidade da vida moderna, faz com que raramente possamos levantar a cabeça para o céu, afim de interrogar os astros e pensar nos sublimes misterios do Universo. Pouco tempo dedicamos às mais sugestivas das Ciências. E a Astronomia que nos ensina a conhecer o mundo em que vivemos, e a Astronautica é a que se propõe a resolver os problemas das viagens do homem aos outros planetas.

As figurinhas sobre a Astronautica não resumem a fantasia de romancistas, mas sim, os estudos de cientistas de renome, projetos de hoje, realidade de um amanhã bem proximo.

Propositamente escolhemos alguns argumentos difíceis para os jovens colecionadores, afim de aguçar o engenho e a curiosidade científica.

São argumentos de palpitante atualidade e que apaixonam a humanidade inteira. São fies fonte continua de perguntas aos pais ou a pessoas que se interessam de melhor explicar os argumentos do nosso ALBUM.

Termina o ALBUM PAN, com paginas sobre Aeronautica.

Aeronautica é o preludio da Astronautica, sonho dos pilotos de hoje, dominar a atmosfera terrestre; ideal dos pilotos de amanhã, voar no mundo dos astros.

NOME _____ RUA _____
CIDADE _____ ESTADO _____

*Os Alburns completos serão trocados nos escritórios da "PAN" Productos Alimenticios Nacionaes Ltda.
Rua 25 de Março N.º 338 — São Paulo*

Coordenação das figuras e dizeres pelo Eng.º Aldo Aliberti — Direitos de reprodução reservados.

Uma coleção de 25 ou de 50 figurinhas N. 1-2 e 3, mesmo sendo misturadas, pode ser trocada, por um coupon selado com o qual o colecionador adquire o direito a escolher prêmios proporcionalmente ao numero de figurinhas.

100 figurinhas N. 72 (Santos Dumont), trocadas por um coupon selado, dão direito ao colecionador, à escolha de uma caixa que contém todo material já montado, bem como desenhos e instruções detalhadas para a montagem de um dos modelos de avião P-20, com motor a e-lastico, ou P-30, planador.

As figurinhas N. 1, 2 e 3, podem também, separadamente ou misturadas com as de N. 72, ser trocadas, quando em numero de 100, para a escolha de modelos P-20 ou P-30.

As figurinhas N. 72 (Santos Dumont), oriundas ou misturadas com as de N. 1-2 e 3, servem, unicamente, quando em numero de 100, para a escolha dos aeromodelos P-20 ou P-30, não podendo com elas, serem retirados outros brindes.

Uma coleção de 25 ou de 50 figurinhas N. 72 (Santos Dumont), também pode ser trocada por um coupon selado com o qual o colecionador retirará, pelo vale correspondente, material para a construção de aeromodelos. Esse material consta de moldes especiais em blocos ou em folhas, serrafios, moldes componetes, discos, elásticos, colas, rolos, etc.

Uma coleção de 100 figurinhas, ainda mesmo que misturadas entre as de N. 1-2 e 3, trocada por um coupon selado, tem o mesmo valor do coupon de um album.

Exemplos: 38 fig. N. 1 (Caneleira), 34 fig. N. 2 (A Bandeira) e 28 fig. N. 3 (Homemagem aos professores), pertencendo o total de 100 figurinhas, tem o mesmo valor de um album completo.

A série completa das 120 figurinhas "Concurso Pan" coladas neste album, dá direito a um coupon selado com o qual o colecionador escolherá um dos premios de acordo com o plano abaixo discriminado.

Plano de premios do CONCURSO PAN para o ano de 1942.

Os Alburns distribuidos em 1941 continuam válidos sendo para eles aplicado o plano de premios de 1942.

UM ALBUM completo dá direito a escolha de um dos seguintes premios:

- 1 Finissimo sortimento de "Productos Pan";
- 1 Boneca
- 1 Caneta tinteiro
- 1 Lapseira
- 4 Livros "Terramarer"
- 1 Furolete manual americano
- 1 Camisa e 1 calção para futebol
- 1 Par de meias, 1 par de caneleiras e 1 góreo
- 1 Par de torzoeleiras
- 1 Esqueiro
- 1 Cigarreira
- 1 Jogo dominó de madeira, 1 loto e 1 jogo ludo
- 1 Jogo boliche em cores e 1 jogo dominó em madeira
- 1 Avião Estrela e 1 estratoplano
- 1 Fortaleza voadora e 1 guarda costa, modelos em madeira
- 1 Arco e flecha
- Novidades Apeticicas a escolher e brinquedos diversos
- 1 Licorero com 7 peças
- Louças, copos, chucaras, pratos, vasos, estatuetas, avulsos a escolher.

DOIS ALBUNS completos:

- 1 Finissimo sortimento de "Productos Pan";
- 1 Raqueta para tenis, encordada, especial oferta da afamada fabrica de raquetas "Hygimo Franchini";
- 1 Boneca
- 1 Bola para futebol
- 1 Camisa, 1 calção e 1 par de meias para futebol
- 1 Par de churutas
- 8 Livros "Terramarer"
- 1 Bilhar
- 1 Violão
- 1 Cigarreira
- 1 Esqueiro
- 1 Jogo ping-pong
- Novidades americanas a escolher

Jogos variados em louças e cristais a escolher: jogo salada com 7 peças, estojo com 6 colheres lapidadas, 1 duzia de copos finos, ou taças para champagne, jogo para água 7 peças, jogo pratos para bolo 7 peças, aparelhos para chá ou café 8 peças, licorero com 13 peças, etc., etc.

TRÊS ALBUNS completos:

- 1 Finissimo sortimento de "Productos Pan"
- 1 Raqueta para tenis, encordada, especial oferta da afamada fabrica de raquetas "Hygimo Franchini"
- 1 Boneca
- 1 Máquina fotografica
- 1 Bola para futebol
- 1 Violão
- 1 Jogo boliche grande
- 1 Caneta tinteiro
- 1 Lapseira
- 1 Cigarreira com isqueiro
- 1 Esqueiro
- Jogos variados em louças e cristais a escolher: aparelhos para café, 15 peças.

QUATRO ALBUNS completos:

- 1 Ferro elétrico
- 1 Máquina fotografica
- 1 Bola para futebol
- 1 Violão
- 1 Boneca ou bebê
- 1 Caneta tinteiro
- 1 Plano
- 1 Bilhar juvenil
- Jogos variados em louças e cristais a escolher.

CINCO ALBUNS completos:

- 1 Microscópio completo "GILBERT" Mod. I

1 Laboratório químico completo "GILBERT" CHEMISTRY OUTHIT, Mod. I

- 1 Boneca ou bebê
- 1 Relógio de pulso ou bolso
- 1 Máquina fotografica
- 1 Jogo de 11 canetas para futebol
- 1 Aparelho para jantar de 22 peças e jogos variados em louças e cristais a escolher.

DEZ ALBUNS completos:

- 1 Máquina de escrever "Simplex Typewriter"
- 1 Microscópio completo "GILBERT" Mod. II
- 1 Binóculo
- 1 Laboratório químico completo "GILBERT" CHEMISTRY OUTHIT" Mod. II
- Aparelhos finissimos para jantar e serviços completos em louças e cristais a escolher.

N. B. — Além dos premios relacionados, os organizadores do "Concurso Pan", procurarão, a pedido, entregar brindes diferentes e que possam ser preferidos pelos colecionadores. Um encarregado da nossa exposição atenderá aos interessados para quaisquer esclarecimentos.

AOS AEROMODELISTAS

1) Album dá direito à escolha de uma caixa contendo todos os preparos e instruções detalhadas em lingua portuguesa para a construção dos aeromodelos P-20 ou P-30.

2) Album dá direito à escolha de uma caixa para a construção de aeromodelos com motor a elástico ou planadores, caixas de fabricaçoão Norte-Americanas.

10) Album dá direito à escolha de uma caixa para a construção de aeromodelos com motor a gasolina (o motor não faz parte da caixa).

20) Album dá direito a um motor a gasolina, a ser aplicado em aeromodelos.

O "CONCURSO PAN" promoverá periodicamente competicoes entre os participantes dos modelos P-20 e P-30.

Encontrarão ainda, os colecionadores, entre as figurinhas do "Concurso Pan", outras figurinhas carinhadas e animadas por um Disney do concurso. Uma destas figurinhas, apresentada juntamente com um album completo, dá direito à escolha de premios de maior valor, tais como: Rádio, bicicletas, aeromodelos com motor a gasolina, etc.

Essas figurinhas denominadas "Pape Tado" não são figurinhas de concurso. Qualquer figurinha da coleção que leve cartões, molduras ou qualquer outra marcação, será unicamente com o fim de evitar falsificações.

Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de Sao Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1R1J23700286422. Para conferir o original, acesse o site https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396AC3.

4 ASTRONOMIA

Quando se fala em astronomia, geralmente pensa-se numa ciência abstrata, feita para senhores e sem nenhum proveito prático.

Pela astronomia conhecemos o Universo, o lugar que ocupamos no infinito, o fim para o qual caminhamos impulsionados por forças sobrenaturais arrastando em vertigosa corrida, a Terra e o sol ao seu destino.

E' pela astronomia que aprendemos a contar e a medir o tempo, escolhida a orientação na navegação, além de outras utilidades práticas. Concedendo ainda os mais prazeres e gozos espirituais, se é o estudar e desenvolver os comparáveis mistérios do Universo.

1 CIENTISTA

Tudo o que a Sociedade possui de útil e agradável o deve aos homens de gênio. E ainda novas descobertas científicas, novas invenções veem aumentando o conforto material e espiritual da Humanidade. O sábio e o homem genial, nunca se acha satisfeito com o progresso, nunca se contenta com a última descoberta. Quer sempre melhorá-la, deseja sempre aprimorá-la, em busca de um desenvolvimento insuperável de beleza, perfeição e felicidade. A vida de qual todos os homens de ciência e de talento, a história de sofrimento, amargura e desilusão. Mas nada os faz esmorecer, nada os impede de continuarem a luta com entusiasmo e devoção, como se o amor, o desejo, as aspirações e as vicissitudes, mais lhes servissem de estímulo que de arrefecimento.

O Brasil, em nome de suas Pátrias, ama e venera os homens de ciência, procurando limitá-los no seu amor ao estado, na elevação de seu pensamento e na força de sua vontade. Não vos esqueçam de que não eles os construtores deste mundo de conforto material e bem estar espiritual em que vivemos. O Brasil precisa de cientistas que transformem as suas riquezas em felicidade coletiva.

5 ASTRONAUTICA

O progresso deste século é tão vertiginoso que já não deixamos das mais admiráveis possibilidades de realização da ciência.

Tudo é hoje possível, diante desse rápido desenvolvimento científico. A astronáutica — viagens interplanetárias, passeios dominicais à Lua ou à Marte — é problema já teoricamente resolvido por Oberth, Noordung, Godard, Valier, Scherachewsky, Emanuel Pelter, Ananoff e outros. Calcularam este, com a máxima precisão, a velocidade, o tempo, percurso, carga de explosivo e todas as particularidades para estas viagens.

A realização dessas viagens parece tão próxima que não duvidamos de que possam ser elas tentadas ainda pela nossa geração. Até estas as tentativas vitoriosas do avião-foguete (fig. 48) e o início de aproveitamento da energia atômica (fig. 50).

A astronáutica está para abrir à humanidade um novo ciclo, um novo rumo ainda não concebido nas suas possibilidades e no seu alcance. Veremos talvez o homem, sedento de espaço e fascinado pela velocidade, a viajar pelo mundo dos astros, em busca de novos conhecimentos que lhe possam satisfazer a curiosidade sem limites.

2 A BANDEIRA

A Bandeira é a representação simbólica da Pátria, a expressão da sua história, dos seus feitos gloriosos, da sua grandeza e da sua poética. A Bandeira do Brasil é a representação grandiosa dos nossos mares, dos nossos céus, das nossas florestas verdejantes.

Ordem e Progresso é o lema engravado no coração da Bandeira, indicando-nos as diretrizes que devemos seguir na nossa história, os rumos que devemos tomar em todas as nossas tarefas, a orientação de todo o nosso trabalho, o caminho de nossa evolução econômica e cultural.

E para servir honrar a tua Bandeira, para engrandecê-la e amar a tua Pátria, crêntes da nossa terra, o Brasil não vos pede mais que o amor pelo estudo, a dedicação pelo saber e o respeito pelos mestres. A Pátria vos requer de centenas de milhares de técnicos e de operários classificados. E só pelo estudo continuado, pelo amor aos livros, pela devoção ao saber, é que podéis integrar o exército dos construtores da grandeza do Brasil.

Estudai com amor, aprendei com entusiasmo, lidei tudo o que possa aumentar o vosso conhecimento, cientes de que estais trabalhando desde já pelas glórias presentes e futuras de nossa Pátria querida e idolatrada.

6 AVIAÇÃO

"A aviação é a predileção histórica dos brasileiros", disse o chefe supremo da Nação, o presidente Getúlio Vargas. Palavras de empolgante realidade e de perfeita compreensão dos problemas magnos de que necessita o Brasil para o seu completo desenvolvimento econômico.

A configuração geográfica do imenso território nacional, onde a grandiosidade da natureza até parece conspirar contra a solução do aproveitamento geral de nossos riquezas nos pontos mais afastados do país, exige um meio rápido de locomoção, um novo sistema de transporte, um meio prático de encurtar as distâncias e de transportar barreiras. Esse meio de transporte é a aviação. É ela que aproximará as distâncias, que criará novos centros de consumo e produção de riqueza.

A fim de contribuir para a formação da mentalidade aviária que com tanto entusiasmo se vem formando no Brasil, mereço do magnífico exemplo dado pelo chefe da Nação e da campanha empreendida por brilhantes jornalistas e devotados esportistas, o "Album Pan" dedica parte das figurinhas à aviação, distribuído como prêmio, modelos de aviões e materiais para a sua construção!

3 HOMENAGEM AOS PROFESSORES

Sendo os professores, os mais leais servidores da Pátria e da Humanidade, e querendo o "Album Pan" homenagear à laboriosa classe, oferece para o Concurso, esta sugestiva e eloquente figurinha.

Venham perfeitamente o quanto as crianças estimam seus professores, e devem mesmo amá-los porque são eles que vos ensinam com seus sábios ensinamentos e vos transformam em verdadeiros cidadãos, tornando-vos dignos filhos de vossa querida Terra.

De fato é excessiva a missão do professor que, na tenda obscura da *littoria Primária*, elabora a futura grandeza da Pátria; é ele quem mais covetura na grande obra da mais covetura na grande obra da formação do caráter nacional!

E' portanto com o maior prazer e justiça que o "Album Pan" oferece esta homenagem, ao glorioso e nobre "Professorado Brasileiro".

7 NASCIMENTO DA TERRA PRIMARIA

Uma grande comédia está à milhã de anos desenvolvida sobre a terra, a comédia biológica, tendo como primeiro ato o *hominem*, ao qual o sono da divindade elevou das simples funções orgânicas a uma vida racional.

Desde o aparecimento da vida sobre a terra, continuam modificações perpetuando-se a vida dos animais e em seu aspecto exterior que continuamente adapta-se ao ambiente; por sua vez o homem desenvolve e melhora suas qualidades orgânicas.

Venham nas sucessivas figuras, o que nos apresenta a inteligência do homem; mais do que isso devemos dele esperar; a humanidade é muito jovem; sua civilização comparada com a idade da vida na terra é recentíssima. O homem ainda se acha na infância da sua evolução. Se olharmos no passado que precede a era pré-histórica, passado que abraça milhares de milhões de anos, nos mostra uma terra coberta de maravilhosas vegetações, povoada de monstros e na de homem ainda barbárico e selvagem se detestava para dominar o mundo.

A história da terra desde os seus abissos, é fielmente revelada pelos vestígios que no seu rochas que são chamadas os "Livros dos Mortos".

A terra era há milhões de anos árida, uma bola de mara incandescente; esfriando-se, cobriu-se de uma leve camada sólida, formando-se em sua superfície ondulações que deram

8 TIRANOSSAURO

origem às montanhas e aos vales. A água que se formou da condensação dos vapores acumulou-se às localidades mais baixas, transformando-se em mares. Sobre as primeiras rochas solidificadas começou a vida e com a vida a evolução dos seres vivos.

Em milhões de anos, um acontecimento dos fenômenos atmosféricos, chuvas, correr de rios e vegetação, enquanto fenômenos sísmicos terremotos e movimentos favoreceram o enterrar dessas detritas. Com o andar dos tempos essas detritas solidificaram-se dando origem às rochas. Procurando nas rochas, essas detritas fossilizadas e que lesões com dedicações locais, a história da natureza tem mostrado com os séculos, toda a capacidade de criação, formando maravilhosas vegetações e animais fantásticos.

Fig. 7 — Venham nesta figura como se apresentava uma paisagem da era primária ou carbonífera.

O sol, agreste supremo de toda e qualquer esfera sobre a terra, produzindo sobre a mesma um calor tropical, fazia desenvolver uma vegetação luxuosa e maravilhosa. Essa vegetação renovava continuamente e coberta por terra em virtude de cataclismos e macmotos, transfor-

9 BRONTOSSAURO

mou-se com o andar dos tempos em carvão. O que chamamos atualmente de Carvão Mineral e que queimamos em nossas fornalhas são apenas adaptações de sol concentradas.

Em épocas sucessivas seres fantásticos de proporções gigantescas e de força formidável povoaram a terra.

Em época sucessiva vimos o Allosaurio ou Tiranosaurio, o mais feroz de todos, com 5 metros de altura e 15 de comprimento, e um crânio de 1 metro de comprimento; seu cérebro não passava de poucos centímetros cúbicos de capacidade. Possuía uma formidável coroa de dentes duros como aço e pontiagudos como verdadeiros punhais. Travava lutas encarniçadas com outros animais, decidindo na sua passagem estragos e carnificina, lutando até à vitória com os próprios Diplodocus e Brontossaurios.

Fig. 8 — Nesta figura vemos o Allosaurio ou Tiranosaurio, o mais feroz de todos, com 5 metros de altura e 15 de comprimento, e um crânio de 1 metro de comprimento; seu cérebro não passava de poucos centímetros cúbicos de capacidade. Possuía uma formidável coroa de dentes duros como aço e pontiagudos como verdadeiros punhais. Travava lutas encarniçadas com outros animais, decidindo na sua passagem estragos e carnificina, lutando até à vitória com os próprios Diplodocus e Brontossaurios.

Fig. 9 — Os Diplodocus e os Brontossaurios são os maiores seres que apareceram e viveram sobre a terra. Seus esqueletos tem 30 metros de comprimento e pesavam no mínimo umas quarenta toneladas, tendo porém, um cérebro mínimo de 5 centímetros de comprimento. Eram herbívoros e depois de sua força muitas vezes tomavam vítimas dos Tiranosaurios e de outros saúras menores.

Fig. 10 — Os Eozoponuros são seres que podiam entrar em fúria Tiranosaurios. Possuam eles nos coxos e na cauda arêtes e aguilhões de madeira mole como de madeira que se amoleciam a enorme pressão, que depositavam no coxos de seus adversários.

10 ESTEGOSSAURO

Fig. 10 — Os Eozoponuros são seres que podiam entrar em fúria Tiranosaurios. Possuam eles nos coxos e na cauda arêtes e aguilhões de madeira mole como de madeira que se amoleciam a enorme pressão, que depositavam no coxos de seus adversários.

11 MOSASSAURO

Fig. 11 — Os oceanos também eram povoados por seres gigantescos e monstruosos. Esta figura nos representa um Mosassaurio (espécie de lagarto) de uns 15 metros de comprimento, procurando caçar uma tartaruga de uns 4 metros.

Aparar de suas enormes proporções e dos seus poderosos meios de ataque e defesa, o reino desses animais pré-históricos, que se prolongou por milhares de séculos, terminou tragicamente, sem deixar quasi vestígios. São seus esqueletos descobertos através, o crocodilo, jacarés, lagartos, morcegos e outras formas secundárias da vida.

A evolução continua lentamente. O tempo amolda os seres vivos em novas formas, adaptadas ao ambiente; também o homem por sua vez evolui.

O problema das virtudes espirituais nos homens é ainda hoje privilégio de poucos. A religião e a ciência procuram que o homem supere a si mesmo, corrigindo seus defeitos, dominando a matéria, possa chegar à era em que o espírito triunfa.

A era Pré-histórica, era em que a Verdade com a Ciência, a Bondade com a Religião e a Moral, a Beleza com a Arte, constituíam o verdadeiro espírito da vida.

12 MOSASSAURO

Fig. 11 — Os oceanos também eram povoados por seres gigantescos e monstruosos. Esta figura nos representa um Mosassaurio (espécie de lagarto) de uns 15 metros de comprimento, procurando caçar uma tartaruga de uns 4 metros.

Aparar de suas enormes proporções e dos seus poderosos meios de ataque e defesa, o reino desses animais pré-históricos, que se prolongou por milhares de séculos, terminou tragicamente, sem deixar quasi vestígios. São seus esqueletos descobertos através, o crocodilo, jacarés, lagartos, morcegos e outras formas secundárias da vida.

A evolução continua lentamente. O tempo amolda os seres vivos em novas formas, adaptadas ao ambiente; também o homem por sua vez evolui.

O problema das virtudes espirituais nos homens é ainda hoje privilégio de poucos. A religião e a ciência procuram que o homem supere a si mesmo, corrigindo seus defeitos, dominando a matéria, possa chegar à era em que o espírito triunfa.

A era Pré-histórica, era em que a Verdade com a Ciência, a Bondade com a Religião e a Moral, a Beleza com a Arte, constituíam o verdadeiro espírito da vida.



16 A TERRA

A terra é um enorme globo ou esfera, sobo completamente no espaço, girando em torno do seu eixo e no mesmo tempo ao redor do sol.

O movimento que executa em redor de si mesma, em 24 horas, dá lugar ao dia e à noite e chama-se movimento de rotação.

Pela rotação parece que a terra é fixa e o sol gira em torno dela.

O movimento da terra em redor do sol, em 365 dias e 6 horas, a uma distância de 148 milhões de quilômetros, produz o fenómeno das estações e é chamado movimento de translação.

O globo terrestre move-se no espaço, com a velocidade de 106.000 quilômetros por hora. Não são conhecidos essa fantástica corrida, por estarmos como a atmosfera, fortemente ligados à Terra pela força de gravidade.

E vai assim a Terra levada pelo tempo ao encontro de um fim que nunca chega.

13 TELESCOPIO DE PASSADENA



17 O CAMINHO DA TERRA

A terra não gira somente em torno de si mesma e ao redor do sol, tem além disso, mais 8 movimentos.

O principal é o que leva a terra a cair no espaço, seguindo o sol no seu destino, sendo esse o seu verdadeiro movimento astral.

Na parte inferior da figura, vemos qual é o movimento real do globo terrestre, girando em volta do sol, acompanhando-o na sua vertiginosa corrida pelo infinito.

O sol caminha com uma velocidade de mais de 100.000 quilômetros por hora, levando consigo a terra e os demais planetas, em direção a uma região do espaço, indicada na figura com uma flecha, onde está a constelação de Hércules.

14 PLANETARIO ZEISS



18 ONDE VIVE O HOMEM

As estrelas que vemos brilhar no firmamento, nada mais são que sóis. Milhões e milhões de sóis povoam os espaços siderais e um dos menores é o nosso.

Si num recanto qualquer do Universo existissem, (como é muito provável existir) seres inteligentes como o homem, dificilmente notariam a existência do nosso sol, que como uma pequena estrela brilhará no seu céu, e nem mesmo os mais poderosos telescópios assinalariam a existência da Terra. Comparada com a imensidão do Universo e a grandeza dos astros que a povoam, a Terra não é mais do que um grão de areia perdido no espaço. O homem, com toda a sua arrogância, é uma insignificância que somente vale alguma coisa pela inteligência e pela fé que inspira nos homens a sua matéria.

A figura mostra uma parte minúscula do Universo, e somente nesse pedacinho existem milhões de sóis, entre eles o nosso com seus planetas, sendo a Terra um deles lançada a seu destino na eternidade.

15 TELESCOPIO ELETRONICO



16 A TERRA



13 TELESCOPIO DE PASSADENA

Na figura vemos o modelo do maior telescópio do mundo. Ficou pronto em 1949, e será instalado no monte Palomar na Califórnia; é sustentado por uma cúpula com um diâmetro de 40 metros.

Com esse telescópio provido de um espelho de 5 metros de diâmetro, poderão ser vistas estrelas distantes um bilhão de anos luz; os atuais telescópios alcançam apenas a distância de 250 milhões de anos luz.

Chama-se ano luz a distância percorrida durante um ano pela luz, sendo a sua velocidade de 300.000 metros por segundo.

Vemos com esse telescópio 10 vezes mais estrelas do que atualmente e a Lua nos aparecerá como se estivesse a uma distância de 10 Km., sendo visível um objeto de 9 metros de comprimento, tal como um ônibus, si tal veículo existisse sobre a Lua...

17 O CAMINHO DA TERRA



14 PLANETARIO ZEISS

A tumultuosa vida moderna, nas grandes aglomerações urbanas, impede-nos quasi, considerar as belezas do firmamento nas noites estreladas, e estudar os fenomenos celestes.

O diretor do "DEUTSCHES MUSEUM" de Monaco, afin de que pudesse estudar a qualquer hora e a qualquer tempo e ter uma ideia do infinito, mandou construir na casa ZEISS, o planetario que vemos na figura, projetado pelo Engenheiro Hlaussfeld.

Sobre o ferro, em forma de semi-esfera, esse aparelho reflete milhares de luzes, que representam na posição exata, a disposição do céu. Com um movimento mecânico de precisão os planetas e as estrelas percorrem suas orbitas com a velocidade desejada. Assim em 4 minutos, podemos observar a marcha dos mesmos em um ano.

Esses planetarios que estão sendo instalados nas maiores cidades do mundo, são obras primas de engenharia e calculo, dando ao público a possibilidade de se estudar o céu em qualquer circunstancia e momento.

18 ONDE VIVE O HOMEM



15 TELESCOPIO ELETRONICO

Os telescópios do futuro não serão tão imponentes como os atuais. Substituirão o poder das enormes lentes e dos cilindros espelhos, por células fotoelétricas e multiplicadores de elétrons.

A teneba luz que nos vem dos longínquos astros dos abismos siderais, será aumentada 100 milhões de vezes por meio de lentes e espelhos eletrônicos.

O astrônomo belga Henrotte e o francês, Lallemand aplicando o mesmo principio do super-encontraponto eletrônico, construíram um telescópio igual à figura, com ótimos resultados.

O aperfeiçoamento do aparelho abrirá novos e verdadeiros horizontes no campo da astronomia.

22 MERCURIO

Mercúrio é o planeta situado mais perto do sol, sendo um mundo de fogo e de gelo. Não gira sobre si mesmo e portanto apresenta ao sol sempre a mesma face. Dista-se lado a lado um eterno dia, desdormante de luz, aparecendo o sol 8 vezes maior do que para a Terra. A temperatura do solo é de 300° e os seus rios, são torrentes de metais fundidos cortando a superfície.

De lado oposto reina a mais completa escuridão e um frio sideral gelando os incensos mares, formando uma grande camada de gelo cuja temperatura se afasta mais do que a temperatura registrada nos polos terrestres.

Si existe vida em Mercúrio, somente se pode desenvolver na faixa que separa a zona torrida da gelada.

Pouco sabemos sobre esse planeta para se formular hipóteses, por serem grandes as dificuldades de observação devido à sua proximidade do sol.

19 CARTA GEOGRAFICA DA LUA



A curiosidade do espirito da humanidade não tem limites; desejariamos bastante conhecer o que se passa sobre a Lua e quão satisfatórios seriamos sabendo a verdade por seres inteligentes, iguais ao homem em cultura e valor.

A lua não gira sobre si mesma, portanto só nos é dado ver uma das suas faces.

Os astrónomos fizeram a Carta Geográfica da Lua, mediante um estudo a altura das montanhas e o diâmetro das crateras.

Vemos na figura um mapa da lua. Os chamados mares não são mares e sim planícies, por se haver extinguido a água nesse planeta. O grande telescópio de Pasadena, contemplado na figura 13 aumentará tanto o tamanho da Lua que a vemos como se estivesse a uma distância de 10 Km.. Dai melhores conhecimentos sobre o nosso satélite, conhecimentos que serão definitivos quando a 1ª Estação, construída pelo homem, apontar na superfície da eterna companheira da Terra.

Essa mapa apresenta como vemos a Lua por meio do Telescópio, que como sabemos mostra as figuras se avessa.

23 VENUS

Venus é o planeta que mais arde no firmamento. Vemolo, qual rutila estrela no horizonte, ao pé do sol ou nas primeiras horas da manhã, conforme a época do ano. Brilha com tanto fulgor, que é visível às vezes em pleno dia.

É o nosso mais próximo vizinho; está somente a 40 milhões de km. de distância, o que equivale a cem vezes a extensão que nos separa da Lua.

Venus atravessa agora, um período pelo qual já passou a Terra há milhões de anos atrás. Circunda-o densa atmosfera, carregada de vapores variando a temperatura de 40° a 60°.

Devido ao calor e a grande humidade reinante, uma vida exuberante se desenvolve: florestas de árvores cujas toças desaparecem nas nuvens, folhas e flores com metros de largura, enormes borboletas e insetos do tamanho de aviões.

20 VISÃO DA LUA



Sonda a Lua conquistada pelo homem não será tão diferente a sede de observatórios astronómicos e científicos, mas também a meta, preferida para viagens de recreio e curiosidade.

Nela, durante o dia o céu conserva a cor negra devido à falta de atmosfera, brilhando com extraordinário fulgor, o sol e as estrelas. A terra, sentindo uma clara luz azul, aparece com o diâmetro de uma roda de carro.

O dia Lunar tem a duração aproximada de 15 dias nossos, restando um calor abrasador, ao contrário da noite, onde predomina uma grande obscuridade e o mais intenso frio.

Os turistas prevenidos contra esse fenómeno, usarão máscaras para respiração e roupas isolantes.

Em consequência da menor massa da Lua a atração da força de gravidade é mínima e os homens pularão ai verdadeiros Hércules. Com a mão levantarão facilmente 200 quilos, pularão obstáculos de 6 metros de altura e no futebol, si a bola não for carregada com peso, a cada pontapé percorrerá quilómetros de distância.

24 VENUS

Silencio os oceanos em ebulição, milhares e países zigzagueos carregados de 10 a 40 metros de comprimento, em luta titânica uns com os outros.

Espantosos Dinossauros do tamanho de nossos cães, salamandras, escorpões formidáveis e temerários dragões voadores aritmese n'um fantástico panorama de montanhas de 50 Km. de altura, rodeadas de furiosos temporais e cataclismos. É a época carbonífera da Terra, que se repete em maior escala no planeta Venus.

A evolução da vida far-se-á gradativamente como na esfera terrestre.

Através das nuvens que o circundam, os seus moradores verão no céu, destacando-se dentre os demais, uma grande e solitária estrela azul; tal aparece aos seus olhos deslumbrados a nossa Terra.

21 FORMAS DE VIDA NA LUA



Os primeiros cientistas que chegaram à Lua, encontrarão vestígios de uma vida que ali se desenvolveu quando esse planeta, como a Terra, possuía água e ar.

Os esqueletos fossilizados, mostrarão como eram seus habitantes.

Porém a vida na Lua não se extinguirá totalmente. O célebre astrónomo W. H. Pickering, descobriu na cratera de Eratosthenes manchas que se locomoviam rapidamente, sem nunca ultrapassar o limite da cratera.

Concluiu logicamente, serem e suas manchas, sombras do século e vos que ali voavam talvez por e contrair restos de água e ar suficientes à conservação da vida. O ser vivo também, a existência em diversos lugares, variações de cor e vegetação, que nasce com o dia Lunar (que dura 15 dias terrestres) floresce durante o dia todo e murcha quando a noite invade o planeta.

MARTE

25 MARTE E CIDADE EM MARTE

Quando o homem se convenceu de que a Terra não é mais do que um planeta de um dos 20.000 céus existentes somente na VIA LACTEA, não teve mais dúvida em admitir condições vitais em outros mundos.

Dos viajões é Marte o planeta que reúne maior soma de possibilidades quanto a possuir forma de vida similar à Terra. Tem atmosfera, água na sua superfície e vê-se perfeitamente a neve que cobre os seus polos. Em 1877 o astrônomo italiano Schiaparelli descobriu uma rede de canais que unem os dois polos atravessando o planeta.

Depois de uma infinidade de discussões, o astrônomo americano Percival Lowell deu a mais plausível explicação sobre os canais de Marte, sendo quase universalmente aceita.

Esses canais, foram construídos pelos Marcianos afim de aproveitar a água proveniente do derreter das calotas polares.

Toda a água de Marte se condensa no inverno em gelo nos polos. No verão, quando se derrete é levada por meio de canais a irrigar todo o planeta. O fato é positivo, por serem os canais invisíveis no inverno, e notadíssimos quando vem o verão, devido à completa vegetação que em volta deles se forma.

Conclua-se, pois, que os Marcianos são inteligentíssimos e as suas cidades maravilhosas. Surgem nos cruzamentos dos canais, como se percebe pelas numerosas manchas circulares de diversos diâmetros, que se nota nesses lugares.

CIDADE EM MARTE

30 ASTROLOGIA

Estende-se por Astrologia a predição do futuro, estudando as influências dos astros sobre a vida terrestre.

Como o empirismo da Alquimia, foi de grande utilidade para a química, assim a astronomia muito deve à Astrologia.

Uma moderna astrologia está agora sendo baseada no progresso da astronomia, explicando e esclarecendo as causas da influência dos astros sobre a nossa vida.

A Terra é uma grande esfera magnética, cujo campo vemos na figura. Esse campo é fortemente sujeito às tempestades e erupções do Sol, que atingem a máxima intensidade cada 11 anos. Variando esse campo magnético o espírito do homem também será influenciado.

Pela passagem dos planetas e especialmente da Lua temos na atmosfera, nas superfícies marinhas e na crosta terrestre variações, produzindo-se diferenças barométricas, marees e movimentos sísmicos.

Todas essas variações como afetam os fisiólogos e médicos, têm influência sobre a vida humana, e nos estudos ditos como são: guerra, pestes, guerras, revoluções, epidemias e mesmo estados psicopáticos são produzidos por essas influências e influenciados pelas diversas posições dos astros.

SINAIS A OUTROS PLANETAS

28 SATURNO VISTO DE UM SATELITE

Júpiter e Saturno ainda não estão completamente solidificados. O primeiro é um mar de fogo e o segundo, si bem que mais frio, é igualmente formado de líquidos e gases em fermentação.

Devemos procurar a vida desses planetas nos seus satélites; nas 10 luas de Saturno e nas 11 de Júpiter.

A natureza ultrarépida em muito a mais andas fantástica humana, e não temos elementos certos para fazermos conjecturas acerca das condições vitais que se desenvolvem nesses planetas; mas nas luas, já solidificadas, deve existir naturalmente, maravilhosas formas de vida.

O céu de um satélite de Saturno deve apresentar um espetáculo simplesmente maravilhoso! O seu magnífico anel cobrindo o horizonte e a legião das suas 10 luas de diversos feitios deve formar um firmamento encantador...

SATURNO VISTO DE UM SEU SATELITE

29 SATURNO

A uma distância de um bilhão e 425 milhões de quilômetros e nosso olhar num telescópio, vê maravilhoso o magnífico espetáculo que apresenta a planeta Saturno.

Formado de um globo tendo ao seu redor 5 anéis concêntricos, de matéria leve e de densidade variável, acompanhando o planeta na sua rotação. Saturno possui 10 luas e não podemos imaginar as belezas de suas noites, iluminadas pelo arco-íris dos seus anéis e pelo reflexo das 10 luas.

Saturno não é habitado, por estar ainda em estado semi-líquido. Enormes ilhas de lavas em resfriamento, vão anunciando a formação dos continentes e em futuro mais ou menos próximo, nesse formidável território, a vida triunfará das forças vulcânicas.

Na enorme esfera de Saturno caberiam mil globos terrestres.

ASTROLOGIA

27 SINAIS A OUTROS PLANETAS

Grande é o desejo do homem de se pôr em comunicação com os habitantes dos outros planetas. Estudaram-se vários meios, porém sua gradiosidade impediu serem realizados.

Vemos na figura dois projetos: primeiro a do vienense Litrow, que pensa em desenhar figuras geométricas nos desertos de Marte, por meio de espelhos côncavos. Que enorme emoção si respondessem com sinais idênticos! O segundo, é de um inventor inglês; formaria sobre a terra, desenhos com balões na altura de 15 quilômetros, acendendo-se n'elas luzes de magnésio.

A radiotelegrafia porém solucionará a questão. Uma estação 10 vezes mais potente que a mais forte estação terrestre, possibilitaria serem enviadas mensagens à Lua.

O técnico norte-americano GERNSBACK está em via de construir uma estação nessas condições.

31 MOTOR A REAÇÃO

MOTOR A REAÇÃO

Porque a força desenvolvida por um foguete ou motor-reação como os técnicos o chamam, é a única aplicável a uma Astronave? É que fora da atmosfera terrestre, nos espaços siderais onde reina o mais completo vácuo, a hélice do avião comum não encontra apoio para avançar.

A força do motor-reação é dada pela reação à força com a qual são expulsos materiais do motor.

Colocando-se uma motriz sobre um carrinho, e atirando, o carrinho se locomove no sentido contrário ao tiro. E essa a reação que se aproveita nas Astronaves, porém em lugar de balas, são expulsas com grande velocidade os gases de combustão do explosivo usado.

As moléculas desses gases, arremessadas com velocidade fantástica, produzem a força de reação que move a Astronave.

CORTE DA ASTRONAVE VALIER

32 ASTRONAVE

Na figura vemos a secção de uma Astronave. (Tipo Valier).

Os alojamentos para os passageiros e pilotos são colocados, em todos os projetos na ponta da Astronave; em seguida os depósitos de materiais necessários aos astronautas; alimentos, tubos de engenho para a respiração, armas de defesa para o acaso de encontro de habitantes belicosos e animais ferozes em outros planetas; por fim o depósito do explosivo para a locomoção, explosivo esse geralmente líquido.

Na parte posterior da Astronave, fica o motor propriamente dito e distribuidores que enviam gradualmente o explosivo às diversas saídas tubulares. As paredes da Astronave são convenientemente isoladas contra o frio e o calor.

36 ASTRONAVE ELETRONICA

Projetada para evitar os enormes pesos de combustível que as astronaves devem carregar, o seu inventor, o alemão Franz von Uhlenki, a denominou "Astronave eletrônica".

A força motriz é fornecida pelo calor dos raios solares. Uma grade de argola circunda a Astronave, sendo formada por espelhos e elementos que transformam o calor solar em eletricidade. Dois meios de propulsão são usados: um, para viajar em atmosferas de planetas, e outro para o vácuo sideral. No primeiro caso, a eletricidade move um compressor comprimindo um gás num reservatório de alta pressão do qual é descarregado em outro reservatório de baixa pressão. Essa descarga produz uma força de reação que é aproveitada para movimentar a Astronave. O mesmo gás serve individualmente. Para viajar nos espaços siderais, a corrente elétrica elevada a 250.000 volts vem convertida por meio do interruptor à corrente em corrente pulsante não alterada a altíssima frequência, produzindo por intermédio de aparatos catedos violentas descargas eletrônicas. Com apropriados eletros (essa corrente eletrônica lançada da Astronave produz na mesma, uma reação que a movimenta).

COMO SAIR DA TERRA

33 COMO SAIR DA TERRA

Si fosse possível lançar com a velocidade inicial de 11.180 metros por segundo um objeto, ele deixaria para sempre a Terra, venceria sua força de atração.

A baliz de um canhão que pudesse ser habitada por homens, conforme a idealização do grande romanista Julio Verne, sendo lançada com a velocidade indicada, alcançaria a Lua ou qualquer outro planeta.

Porém essa velocidade inicial, esmagaria os passageiros e o calor produzido pela resistência do ar, fundiria a baliz.

A única solução é a Astronave com motor-reação, tipo-foguete. Gradando-se a combustão do explosivo, a Astronave atingirá aos poucos, a velocidade necessária para se liberar da atração terrestre.

34 ASTRONAVE EM VIAGEM

Vemos na figura uma Astronave em viagem nos espaços siderais.

Fera da zona de atração o piloto fecha o gaz; como não há atmosfera, não há resistência e a Astronave continua voando sem diminuir a velocidade. Os passageiros com as devidas precauções (mascara para a respiração, vestimentas arrefecidas eletricamente) poderão sair sem haver perigo de se afastarem da Astronave visto ser idêntica a velocidade de ambos.

Um cabo ligado à Astronave permitirá o regresso e para se locomoverem os passageiros usarão pequenos foguetes manuais.

35 CABINE DE ASTRONAVE

As pessoas da figura, não estão nadando em uma piscina e sim boiando no ar de uma cabine de Astronave em viagem para a Lua.

Quando mais longe estiverem da Terra menos sensação de peso sentirão os passageiros, e a 2.000 km, mais os mesmos estarão flutuando no ar, sendo nula a atração da Terra.

Não haverá necessidade de camas para dormir; cada um descansará estendido no espaço. Difícil será evitar os líquidos das garrafas e o que se conseguir encobrir-se é tomando a forma de uma bolha, flutuando e ao menor empurrão os passageiros chocarão contra as paredes.

Nas viagens marítimas há pessoas que sofrem do "mal de mar"; também nas excursões à Lua e "mal interplanetar" impedirá a muitos, o gozo das viagens interplanetárias.

ASTRONAVE ELETRONICA

36 ASTRONAVE ELETRONICA

40 SECCAO DO PLANETA DE NOORDUNG

Vemos na figura o corte da rota do planeta artificial de Noordung, no sentido de seu eixo.

Os espelhos indicados com a letra E concentram os raios do sol sobre as serpentinhas S, afim de produzir o vapor que servirá para aquecer e mover as maquinas precisas. A roda é hermeticamente fechada, porque no interior deve ser mantida uma pressao de ar igual á da atmosfera. Diversas jaquetas do feito de vidras, permitem ver o exterior.

Com a letra P é indicado o elevador para atravessar a roda e com a letra T está indicada a escada para o mesmo fim.

37 ESTACOES PARA ASTRONAVES NA LUA

Quando a astronautica for uma realidade, a Lua serviria de estaco intermediaria para viagens á outros planetas, como Marte, Venus e etc.

Grandes vantagens apresenta a Lua nesse particular por ser muito pequena e minima a sua força de atração. Assim sendo, as Astronautas poderiam partir dali, com muito mais facilidade do que da Terra e com os tanques bem carregados de explosivo necessario á navegacao.

Na figura está representada umas dessas estacoes, servindo os espelhos orbiticos para captar os raios solares e transformalos em energia. Sob redomas de vidro os astronautas mandam os aparelhos e na super-fície da Lua somente se poderia locomover com máscaras e oxigenio devido á falta de ar.

36 PROJETO GOLIGHTLY

Foi o grande Newton, o primeiro homem que pensou em aproveitar a força da foguete ou motor-á-reação. A seguir numerosos planos foram examinados para a realizacao do seu sonho.

Como curiosidade apresentamos o projeto do aparelho com o qual, Charles Colightly, estudou a possibilidade de que o vapor produzido na pequena caldeira colocada na frente e saindo pelo caso de escapamento possa mover o aparelho.

Essa maquina não foi construída, mas diz bem o grande desejo do homem em se livrar da gravitacao terrestre, em todos os tempos.

39 PLANETA ARTIFICIAL DE ENGENHEIRO H. NOORDUNG

O planeta artificial idealado pelo engenheiro Noordung, tem por fim servir de estaco intermediaria entre a Terra e a Lua, afim de que as astronautas possam nele se recarregar de combustivel e seguir via gem; este planeta é ao mesmo tempo utilizado como observatorio astronômico. Colocado a uma 36.000 kms. da terra, acompanha a sua rotacao, ficando assim indefinidamente no mesmo lugar em relacao ao globo terrestre. Si por exemplo, estiver colocado sobre S. Paulo, ficará visivel nos paissas dia e noite.

Vemos pela figura que o planeta se compõe de 3 partes: 1.ª a grande roda com a usina suplementar e as habitacoes. 2.ª a usina suplementar. 3.ª o observatorio astronômico.

Nas figuras 40 e 41 veremos nas particularidades da grande roda.

41 SECCAO DO PLANETA ARTIFICIAL DE NOORDUNG

O grande engenheiro Noordung, afim de substituir a falta de gravidade dos espacos siderais, fez fazer a roda a grande velocidade com os seus habitantes, comprimidos pela força centrifuga contra a superficie interna da mesma; ao mesmo andar sobre e em volta dela tem perigo de cair, sempre com a cabeça voltada para o centro da roda.

Um elevador e uma escada permitem atravessala, afim de ganhar tempo, em lugar de dar a volta completa. Passando pelo centro da roda seus ocupantes perderão o peso, ficando á a força centrifuga a substituir a gravidade.

42 ESTACAO PARA VIAGENS INTERPLANETARIAS

O Prof. Gail, projeta a estacao que vemos na figura, para servir as Astronautas nas viagens aos planetas.

Essa estacao acompanha nos espacos siderais o movimento de rotacao da Terra, mantendo posicao fixa em relacao á mesma. As Astronautas em transitio, são introduzidas por orbiticos apropriados no hangar-oficina. Afim de serem re-habilitadas e eventualmente reparadas.

A esfera á direita é a Terra vista a uma distancia de 42.000 kms. e a esquerda ligadas por um cabo estico as habitacoes de forma lenticular. A grande lente em agua com muita velocidade afim de substituir pela força centrifuga a açao da gravidade nos espacos siderais.

44 TEORIAS MODERNAS

Teoria da relatividade, espaco curvo, universo limitado porem finito, expansao do universo etc. assuntos que nem por alto podem ser tratados aqui são temas que formam o apaixonado e interessante estudo dos sábios de hoje e darão immortalidade ao grande cientista alemão EINSTEIN, o estudioso de todos.

A figura nos mostra a consequencia da lei do espaco curvo. Si por exemplo, uma Astronauta sair de São Paulo, andando com a mesma velocidade da luz, ou 300.000 metros por segundo, seguindo sempre a mesma direcao, depois de 6 milhões de annos luz, com grande surpresa dos passageiros, a Astronauta estaria novamente em São Paulo, no ponto de partida.

Terão dado a volta do Universo sem perceberem a enorme curva-tempo naturalmente depois de 6 milhões de annos luz, não chegarão os primitivos passageiros, mas os seus longinquos descendentes.

Da mesma maneira, si se pudesse ver a uma distancia de 6 milhões de annos luz, a montanha, olhando para a nossa frente, veríamos as nossas costas!... Consequencias da teoria do espaco-curvo... São problemas difficilmente concebidos pelo nosso cerebro, mas demonstrados matematicamente.

45 PROJÉTOS PARA O FUTURO

Quando a Terra estiver cercada de estacoes siderais, quer sejam elas do tipo Gail ou Noordung ou de qualquer especie, os homens poderão ter o calor que desejarem em qualquer regiao; os polos poderão ser transformados em regies equatoriais.

Por meio de enormes espelhos concavos, fixados a essas estacoes nos raios do sol poderão ser captados e concentrados sobre as superficies destinadas de calor. Esses espelhos poderão tambem iluminar as nossas noites como luas artificiais.

Não mais cantarão os poetas á fria e pálida rainha da noite, mas sim o triunfo da Ciência.

46 APARELHO PARA VER O PASSADO

Na magnifico romance "Viagem á Aurora do Mundo", do aplaudido escritor patrico Erico Verissimo, a fértil imaginacao do autor fez seu estudo em volta de um aparelho descoberto por certo Prof. Fabricius.

Esse aparelho oferece a possibilidade de reconstituir o passado, apreciando-se por meio dele, os acontecimentos terrestres dos tempos idos. No quadro visor do aparelho desfilavam, como numa película cinematografica, cenas das épocas pre-historicas.

Essa afirmacao do romancista não representa unicamente o fruto da sua fantasia. É perfeitamente lógico pensar que os raios luminosos que se desprendem das cenas dos acontecimentos terrestres, cesas das épocas pre-historicas, são reflectidos pela superficie de alguns oceanos ou de outros sistemas solares. Trata-se de recolher esses raios e concentrá-los no quadro visor do aparelho. Assim, á luz reflectida de algum planeta de estrella de nebulosa, poder-se-á trazer a tona a historia do mundo e da humanidade ainda não existia.

Podemos imaginar o aparelho, conforme o vemos na figura, com o seu quadro visor e sua complicada maquina.

43 Viagens á Lua

44 TEORIAS MODERNAS

45 PROJÉTOS PARA O FUTURO

46 APARELHO PARA VER O PASSADO

47 AUTOMOVEL OPEL COM MOTOR A REACAO

Estão sendo tentados os primeiros e fatigantes passos para a applicacao na locomoção do motor á reação.

Vemos na figura o automovel construído por Opel, movido pela explosao successiva de 24 foguetes, eodocados na parte posterior do corpo. As experiencias foram bem succedidas e mostraram a possibilidade da locomoção por esse meio.

Em todo o mundo, continuam interessas as tentativas para o aperfeicoamento do foguete, destinados ao transporte de correspondencia. Na America do Norte, o Prof. Goddard, com meios grandiosos, dedica a sua atividade ao estudo do aperfeicoamento dos foguetes e espera realizar o mais breve possivel, o seu projeto de enviar um foguete á Lua, não habiéndose, mas que fará explodir uma potente carga de magnésio, quando bater na superficie, esta chama poderá ser vista com telescopos.

48 AVIÃO SEM HELICE CAMPINI

O engenheiro italiano Secondo Campini, projeta e construiu um avião completamente metalico, movido de cámbre apoiada á vóos atmosféricos, e movido por um propulsor termo-dinâmico de reação, por um ciclo termo-dinâmico de alta pressao por meio de um compressor, passa dos gases de descarga do motor. Esse ar é descarregado por aberturas de ejetores, produzindo no avião um impulso de reação que o movimenta.

Portanto o primeiro avião sem hélice, já fez a sua brilhante estreia, com ditimos resultados: é este aparelho o precursor da Astronauta. Logo que estiver construido em serie, será aplicado em todas as necessarias, atingindo a velocidade de 1.000 quilômetros horarios e voando a uma altura de 15.000 metros.

Como acabamos de ver, duas magnificas realizacoes nos mostram quanto é proximo e possivel a construoção da Astronauta para as viagens interplanetarias.

49 AUTOMOVEL OPEL COM MOTOR A REACAO

48 AVIÃO SEM HELICE CAMPINI

49 AUTOMOVEL OPEL COM MOTOR A REACAO

49 SUPERMICROSCOPIO ELETTRONICO

A natureza dos objetos metálicos que de consideráveis dimensões, comparados com o seu desmembrado desejo de saber, e procura repara a deficiência dos seus órgãos por meios artificiais. Sobre assim, a deficiência de suas mãos e com o telescópio aumenta milhares de vezes a força da sua visão. Assim de poder ver o infinitamente pequeno, o homem tem, à sua disposição o microscópio. Os microscópios comuns são formados por uma série de lentes, tornando minúsculos os objetos. No moderno supermicroscópio Siemens-Halske de Roda von Horries e Ernest Runka, não há lentes; são substituídas por campos elétricos e magnéticos e a luz, por raios eletrônicos. Nesse supermicroscópio um objeto é aumentado 30.000 vezes, os corpos laminares conseguem assim ver a milionésima parte de um milímetro.



CONSOLELE MICROSCOPIUM

50 URANIUM 235

A humanidade está para receber das mãos da ciência a mais prodigiosa e fantástica fonte de energia que se possa imaginar: o energia atômica. O Urânio 235, elemento recentemente descoberto, possui a extraordinária propriedade de facilmente desprender a sua energia atômica. Numerosos cientistas confluíram para a descoberta deste elemento, notadamente Fermi, na Itália, Bohr, na Suécia, assim como prêmio Nobel em química. Os norte-americanos Nier e Dunning inventaram um método muito simples de aproveitamento da energia do U 235.

Este elemento é relativamente abundante sobre a terra, sendo porém difícil a sua extração. Pelo superaquecimento dos átomos de extração e de utilização, o U 235 poderá ser no futuro, a fonte geral de energia. Um Kg de U 235 substitui 5 milhões de litros de carvão. Mais de locomotivas, navios, máquinas, tudo poderá ser movido pela energia deste novo elemento. Suas radiações poderão ainda exercer influência sobre a saúde do homem, assim como serão capazes de modificar as estruturas do aço, mobilizar as células, etc.

Sob as radiações do U 235, novas formas de vegetação poderão ser criadas, produzindo-se frutas fantásticas. Novas formas de animais surgirão pela transformação das espécies existentes. Um pequeno lagarto talvez possa ser transformado num monstro preguiçoso. A explosão de uma tonelada de U 235 equivaleria a morte e a destruição em um segundo. O deslocamento de um grão de pó em todo o planeta. A explosão de algumas toneladas de U 235 armadas para, em alguns segundos, um continente inteiro, ou a destruição de algumas ilhas. Sociedades poderão ser criadas pelo U 235, dando ao homem uma força tão grande e terrível que não se resumirá à guerra. Economistas poderão, pelo aproveitamento da energia atômica do U 235, numa época de grande prosperidade para o mundo inteiro, resolver problemas de fome, de doenças, de crimes, de epidemias, de guerra, de paz, de U 235.

51 RAIOS X

Em 1895 William Konrad von Roentgen, descobriu raios invisíveis e misteriosos, capazes de atravessar substâncias opacas que foram chamados Raios X.

O emprego desses raios, fez surgir a Radiografia, a Radioscopia e o cinema com raios X.

Com eles se observa e fotografa o interior do corpo humano, descobrindo-se doenças, verificando-se fraturas, localizando corpos estranhos em nosso organismo.

Grande foi a contribuição dessa invenção na cura das doenças do homem.

Na figura vemos como funciona o aparelho de Raios X; uma ampola de vidro em cujo interior foi feito o vácuo, contém os polos negativo e positivo; passando a corrente elétrica, do polo negativo ao positivo (A) desprendem-se elétrons (indicados com pontos), que indo bater no antecátodo ou polo positivo (B) produzem os Raios X — indicados com traços.

52 O CICLOTRONE

Alquimistas, eram pessoas que no Idade Média, dedicavam-se ao estudo de transformar metais comuns como ferro, chumbo etc., em Ouro. Embora nada conseguiram, suas experiências deram origem aos primeiros elementos da química.

Sucedores dos alquimistas são os químicos modernos.

O aparelho que vemos na figura, serve para transformar os elementos, é o Ciclotrone criado por E. O. Lawrence e M. S. Livingston. Com ele, em consequência de um fenômeno denominado de ions, produzido por corrente elétrica, as substâncias transformam-se completamente.

Com esse aparelho já se conseguiu transformar o sódio em magnésio e próxima parece a realização do sonho dos alquimistas (transformar em ORO qualquer metal).

Se isso acontecer será um grande triunfo da ciência, e ouro perderá o lugar que ocupa em relação aos outros metais, valorizando-se para sempre as riquezas da inteligência, da ciência e do trabalho, os verdadeiros tesouros da humanidade.

53 O MICROVIVARIUM

Depois do planetário que nos permite em poucos minutos fazer uma ideia exata do Universo, imaginamos os cientistas, outros instrumentos admiráveis, com o fim de difundir e vulgarizar as descobertas científicas.

Com o intuito de tornar conhecido o infinitamente pequeno, foi apresentado na Feira Mundial de Nova York de 1939, o Microvivarium. Este aparelho, projetado e construído pelo Dr. Rosenmetz.

Tem o auxílio de lentes o Microvivarium, mostra aumentadas as células microscópicas e como numa fita de cinema, a vida dessas pequenas células, em vida dessas pequenas células (como se alimentam, seus movimentos, como se amam, suas lutas e como se destroem mutuamente).

Devemos ser gratos a esses benefícios da humanidade que se dá com esta inteligência a divulgar os conhecimentos científicos, pois não há maior atividade do que ver e compreender os magníficos e surpreendentes espetáculos que nos apresenta o Universo.

54 BOMBA DE LINDBERGH

Os fisiólogos conseguiram depois de brilhantes estudos, fazer sobreviver com estes aparelhos, pedicéis de tornozelos vivos.

Carrel e Lindbergh, o famoso aviador norte-americano, dedicaram-se particularmente a esse estudo.

No laboratório de Carrel existe uma câmara de vidro contendo a circulação de um frango, que desde de 1912 os há 28 anos vive e se reproduz. Essas células são continuamente inundadas por um líquido nutritivo que é produzido e constantemente se reproduz. Esse pedaço de coração estava hoje do tamanho de glóbulo terrestre, e não tivesse destruídas as partes recém-formadas.

Vemos na figura, o aparelho ou bomba de Lindbergh, cujo funcionamento automático torna possível as maiores e as mais delicadas experiências, tais como fazer sobreviver diferentes órgãos humanos ou de animais: fígado, pulmões, rins, corações etc. e estudar suas reações em relação aos diversos medicamentos e estímulos.

58 RHABDOMANCIA

Rhabdomantes ou radiestesistas são pessoas que sentem, por meio de reações no organismo, a presença de correntes de água, lençóis de estrolo ou jazidas de minerais no subsolo. Geralmente o radiestesista usa uma varinha de madeira e de metal. Sob a influência das vibrações do sub-solo, os músculos e contraindo e a varinha levanta seu extremo. Essa sensibilidade é comum e não coisa rara como muitos pensam.

Segure com força a varinha como na figura, dando a ela um equilíbrio instável; 8% das pessoas passando sobre jazidas de água ou de jazidas de minerais, com maior ou menor intensidade sentirá a varinha levantar-se.

A ciência não se pronunciou definitivamente sobre essas fenômenos; está porém provado que definitivamente o corpo humano é sensível a radiações do sub-solo.

A **RHABDOMANCIA**, está a incompreensão de não poder o Rhabdomante distinguir as radiações que provêm de velas de águas ou de jazidas de minerais ou outras características do sub-solo. O rhabdomante porém, trabalhando em colaboração ao geólogo, alcança resultados magníficos com as descobertas e velas de águas, jazidas de pedras, minerais, etc.

56 SUBMARINO POLAR

Sir Humbert Wilkins, explora os mares Árticos com esse submarino, sendo suas intenções chegar ao Polo Norte por baixo da camada de gelo.

A primeira tentativa não foi feliz, por ser um submarino do tipo dos da marinha de guerra, portanto inadequado ao fim.

Wilkins está agora construindo outro especial, e espera atravessar o gelo da calota polar.

Attingido o polo, o submarino subirá e para isso será obrigado a cortar lâminas ou fôlhas centenas de metros de gelo por meios de enormes lâminas aplicadas ao casco e ajudadas com radiadores de calor, destinados a aquecer a parte superior e a derreter a superfície gelada.

Livre da camada gelada o submarino subirá lentamente até ao ar livre.

57 BATESFERA DO PROF. PIGCARD

Com a batesfera ou balão submerso, o Prof. Piccard pretende explorar o fundo dos oceanos até a profundidade de 10.000 metros. Essa esfera não será amarrada com cabos e nenhum navio, mas levada livremente pelas correntes submarinas. Descerá devido ao seu peso e poderá subir largando bolas de ferro, seguras por fios, ou quantas num flutuador de cobre, colocado no parte inferior do aparelho.

O Prof. Piccard vai tirar filmes e fotografias da fauna dos abismos marítimos, através de uma vidrreira de quatro fundidos.

Atacada por algum monstro, a batesfera se defenderá por meio de descargas elétricas.

Partindo-o o vidro a tal profundidade, a água entrará com tal violência que cortaria como gigantescas navallas, pulverizando os navegantes.

55 BATESFERA BEEBE

Com a Batesfera ou esfera de aço habitável, que vemos na figura, William Beebe, do Museu de História Natural de Nova York, desceu aproximadamente a 900 metros nos abismos marítimos.

A Batesfera é feita de um navio por meio de um cabo de aço. Vidas fantásticas apareceram à vista de William Beebe, luzes de cores indescritíveis iluminavam as aberturas surgiram e desapareceram numa fantasmagoria inconcebível.

A profundidade em que a luz do sol não podia penetrar, as mais espessas trevas reinavam, e todos os seres tinham uma fosforescência vaga e própria e rodavam curiosos a Batesfera.

Na figura vemos a batesfera em incursão, enquanto peixes luminosos a rodeiam.

59 HOMENS QUE CAMINHAM SOBRE O FOGO

Ha pessoas que podem andar sobre as brasas sem sofrer a mínima queimadura. Muitas experiências foram feitas recentemente, afim de controlar essa propriedade, e verificamos estas feitas com métodos científicos e grande seriedade.

Numa tentativa estendida ultimamente na Inglaterra, Almond Hassan, musulmano de Caypore, atravessou andando um vale de 4 metros de largura, cheio de carvão vegetal incandescentes, cuja superfície tinha uma temperatura de 800°.

Vemos na figura um desses privilegiados atravessando a fogueira.

A caixinha que vemos ao lado, é um termômetro elétrico, afim de medir a temperatura das brasas durante as experiências.

A ciência procura explicar esses fenômenos que parecem derivar de um particular estado patológico do indivíduo.

60 VIDA DAS PLANTAS

As plantas que tão maravilhosamente crescem e florescem na terra do nosso querido Brasil, são seres vivos, sujeitos a numerosas excitações, dormindo e acordando como nós.

Todas possuem essas qualidades em maior e menor grau. A "Mimososa Sensitiva", encolhe suas folhas ao menor contato; o excesso de calor e luz cansa-as.

Como os animais, as plantas também podem ser embriagadas com álcool entorpecidas com clorofórmio, morrendo mesmo com o veneno de cobra.

Pensando nisso e nas obras-primas que são as suas flores, seus frutos, e a estrutura dos seus troncos, devemos amar, respeitar e cuidar com carinho e amor, a vegetação da nossa pátria.



64 PROJETO PAN-EUROPEU DE SOERGEL

Si fosse possível realizar o genial projeto chamado Pan-Europeu de Hermann Soergel, produziria uma força de 160 milhões de cavalos.


O mar Mediterrâneo no caso do Oceano Atlântico não lançaria sua água pelo Estreito de Gibraltar baixaria, devido a evaporação, 1m. 56 por ano.

Soergel, projetos banhar o Mediterrâneo 200 metros e aproveitar a queda de água entre o Atlântico e o Mediterrâneo para produzir energia. Um enorme dique fecharia o Estreito de Gibraltar entre Tarifa e Tanger e outro o de Dardanelos em Canak.

Obter-se-ia outra vantagem com as terras irrigadas da água: a Itália redobraría de superfície, os Desertos do norte da África seriam irrigados e cultivados.

Para a realização desse projeto é necessária uma perfeita compreensão entre os povos da Europa.

61 USINA MARITIMA CLAUDE




65 TORRES DE VENTO

O velho moinho de vento está destinado a desaparecer, por não ser pratico e de poucos rendimento.

Vemos da figura como apparecerá uma usina electrica, no futuro, utilizando a força do vento natural. O vento soprando de qualquer direção sobre o longo do grande tubo, passando entre elle e a grande argola collocada na sua ponta. Essa corrente de ar produz igual corrente no interior do tubo e moverá a turbina electrica, collocada na base do tubo.

Aproveitando assim a energia dos ventos, as regiões que não possuem fozil prouto de nenhuma outra energia que a natureza oferece ao homem.

62 USINA EOLICA



Usina eólica é a destinada ao aproveitamento da força do vento, vento esse, creado artificialmente, utilizando-se a diferença de temperatura na atmosfera.

Por meios do grande aparelho que vemos na figura, o ar é aquecido pelos ardentes raios do sol, subindo então com a velocidade de 150 a 200 milímetros horariamente pelo enorme tubo collocado na parede de um monte. Na extremidade do tubo está instalada a turbina que movida por essa corrente de ar, produzirá energia electrica.

Essas turbinas foram projectadas por Bernard Daudon e seriam instaladas nas encostas das montanhas que limitam o deserto de Sahara.

66 USINA VULCANICA

Sabemos perfeitamente que se fizermos escavações para o centro da Terra, a 200 ou 300 kms. encontraremos materias fluidas e incandescentes, formando portanto alta e insuperavel temperatura.

Existem diversos projetos para se aproveitar esse calor: entre eles se destaca o de "PARSON" que consiste em enviar por meio de tubos a água a uma profundidade de 6 a 7 kms.; esta água encontrando uma temperatura mais ou menos a 200°, entra em ebulição e volta a superfície terrestre em forma de vapor, que será aproveitada para produzir energia electrica.

MOTOR SOLAR

Enorme é a energia que o Sol espalha sobre a Terra.

A America do Sul recebe por hectares de solo e por ano 12 milhões de kilowatt-hora, em energia solar.

A America do Norte, 6 milhões e a Europa central 5 milhões.

Na figura vemos o esquiso parabolico SCHUMANN, que concentra os raios solares sobre tubos contendo fluidos, os quais se aquecem e em ebulição, produzem energia.

63 FORÇA DAS ONDAS DO MAR



Aos nossos filhos e netos caberá a titanica tarefa de substituir nas suas funções, o carvão e o petroleo, que devido ao enorme custo que deles se faz, lentamente se esgotam.

As tentativas para substituir essas energias que a natureza nos dá, já tiveram inicio.

Na figura vemos um projeto americano, que aproveita a força das ondas do mar, applicando o principio do "Arête Israelico" que leva a água do mar a uma represa, de onde fragemento se precipita para em sua queda impulsionar as turbinas de uma usina electrica.

64 PROJETO DA PAN-EUROPEU DE SOERGEL



Depois de poucas experiencias com outros resultados, Claude realisa seus projetos na Ilha de Cuba e no Rio de Janeiro, experiencias essas que fructificaram, devido as grandes dificuldades encontradas para submergir milhares de metros de tubo no fundo do mar, (como que ainda a tecnica moderna não resolveu satisfatoriamente).

Movido pouco pela fé que não abandonou os venturosos pioneiros George Claude não desistiu, e, com nova tecnica, fará outras tentativas.

70 ILHA FLUTUANTE ARMSTRONG

Afim de dar maior segurança ás comunicações entre os continentes separados por oceanos, estão sendo construidos campos de pouso artificiais, que flutuam sobre os mares.

O da figura é o tipo Armstrong, que será adotado na America do Norte. Consiste de um grande campo, todo de aço, suspenso sobre 20 metros sobre o nível da água. Tem mais ou menos 500 metros de comprimento por 100 de largura: sobre elle podería levantar voo e pousar avioes de qualquer nacionalidade. Sob a plataforma serião instalados os hangares para os aparelhos, as officinas, habitações e hotéis. Uma ancora de 100 toneladas de peso amarrada por um cabo de aço de 8 centimetros de diametro, prenderá a ilha ao fundo do mar. A plataforma será sustentada por 24 colunas cilindricas de aço de 7 metros de diametro, apoiadas em bóias submarinas collocadas a 60 metros de profundidade.

Uma dessas ilhas está sendo construida e mais 3 estão sendo projectadas.

67 VELOCIDADE

Velocidade... sinonimo de necessidade, na vida moderna cujo intuito de todos é sempre correr cada vez mais, aumentando com o progresso da tecnica.

Pelos dados das figuras podemos comparar a velocidade alcançada pelo homem com diversos meios, sendo alguns collocados na natureza.

Qual será a velocidade maxima que o homem atingirá?

É preciso esperar a locomoção por meio de foguetes e os vooes na estratosfera, para dizer alguma coisa definitiva.

Nos esqamos siderais onde não existe a resistencia do ar, realizar o homem, sua anela de velocidade?

Experiencia de cientistas mostram que a maxima velocidade que a natureza permite é a da luz no sejar 300.000 kms. por segundo. Suficiente para satisfazer o mais pretencioso amante de velocidade...

68 VELOCIDADE



69 BOLA TREM

Já vimos que a necessidade de hoje é ampliar sempre o mais depressa possível; os trens estão em grande decadência visto a concorrência que lhes fazem a automovel e o avião.

As estradas de ferro com deteires estão atualmente substituindo a locomoção a vapor, com trens aerodinamicos rapidos, movidos com motores Diesel e que já desenvolvem velocidade superior aos 200 quilômetros horarios. Mas com o continuo progresso da avião e do automovel, a velocidade desses trens ainda é pequena. Novos tipos de trens e novas ideias estão sendo estudadas.

Na figura vemos o projeto da Bola Trem.

A enorme bola de aço corre sobre os trilhos impulsionada a grande velocidade por meios de imans, collocados ao longo da estrada.

No interior da bola em acomodações convenientemente suspensas, localisam-se os passageiros e as mercadorias.

Essa bola deverá atingir ao minimo uma velocidade de mil quilômetros por hora.

E assim temos a locura da velocidade que cresce cada vez mais, para não ficar atrás e desaparecer...

72 14 BIS SANTOS DUMONT

Alberto dos Santos Dumont nasceu em Santa Laria do Rio das Velhas, Estado de Minas Gerais, em 20 de Julho de 1873.

A primeira grande gloria que coube a esse novo eminente patriota foi a de demonstrar a dirigibilidade dos balões, quando em 1901, com o Santos Dumont n.º 9, conseguiu contornar a Torre Eiffel e voltar ao ponto de partida.

Em seguida, dedicando-se ao estudo do mais pesado que-o ar, começou a fazer experiencias que o levaram á construção do aeroplano 14 Bis.

Com este aparelho, no dia 23 de Outubro de 1906, em Bagatelle na França, Santos Dumont executou um voo de 200 metros, demonstrando pela primeira vez a possibilidade de um aparelho mais pesado do que o ar, elevar-se na atmosfera.

Este grande feito sofreu e ainda sofre contestações quanto a sua prioridade. Alguns affirmam que os Irmãos Wright já haviam voado antes de Santos Dumont. Estas afirmações podem ser facilmente contestadas porque, em relação ao voo de Santos Dumont existem milhares de documentos e provas desta grande experiencia, enquanto que não existe um unico documento em relação aos vooes de Irmãos Wright.

De acordo com suas proprias declarações os Irmãos Wright somente tinham conseguido até então vooes dirigidos, isto é, seu avião era lançado de um plano inclinado deslizando no longo deste e se a ajuda do motor conseguia adquirir uma certa velocidade, com a qual podia planar no ar. Foi portanto Alberto dos Santos Dumont, tão dignamente cognominado pelo mundo científico o "Pai da Aviação o primeiro homem que alcançou voo autônomo com a ajuda do motor do seu 14 Bis, com o seu pesado que o ar.

Gloria, pois, a este grande Dustrê brasileiro, que tão bem soube honrar e elevar o nome de sua pátria, o nosso querido Brasil.

71 VOO DE PASSARO

Vemos indicado na figura o movimento das asas de uma gaviota no seu voo.

Sabemos que teorico e praticamente é impossível a voo muscular do homem por meio da hélice. Mesmo um passaro, se movesse uma hélice em lugar de aplicar a sua força em bater as asas, não se sustentaria no espaço. Talvez imitando o voo dos passaros, vooes ou até povoados de homens volantes.

Experiencias efetuadas com asas de passaros bons voadores (gavião, gaviotas etc.) fixadas a alavancas e batendo verticalmente imitando o seu voo, mostraram que a força de sustentamento e tração é muito maior do que com o voo mecânico a hélice.

Outras experiencias com asas artificiais em telas e bambu deram resultados satisfatorios. Os definitivos serião obtidos com profundos estudos sobre as melhores perlas e movimentos relativos de asas.

70 ILHA FLUTUANTE ARMSTRONG



71 VOO DE PASSARO HUMANO



71 VOO DE PASSARO



72 14 BIS SANTOS DUMONT

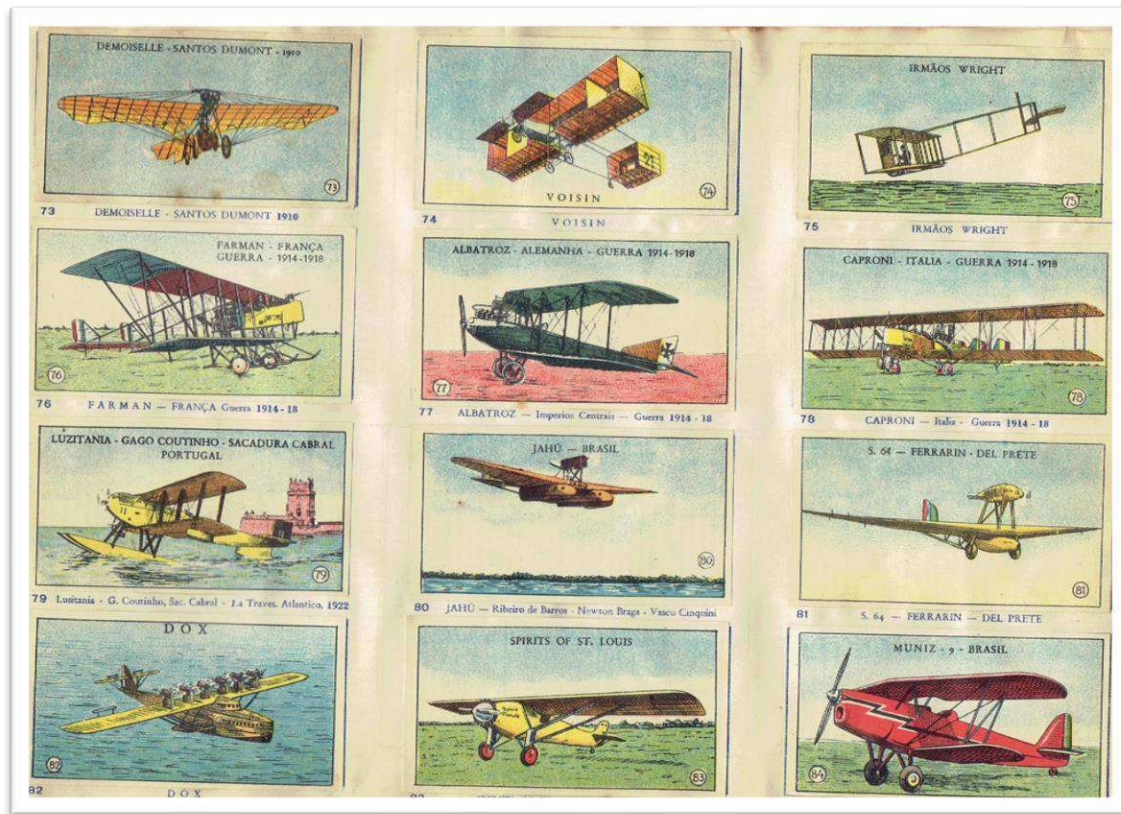


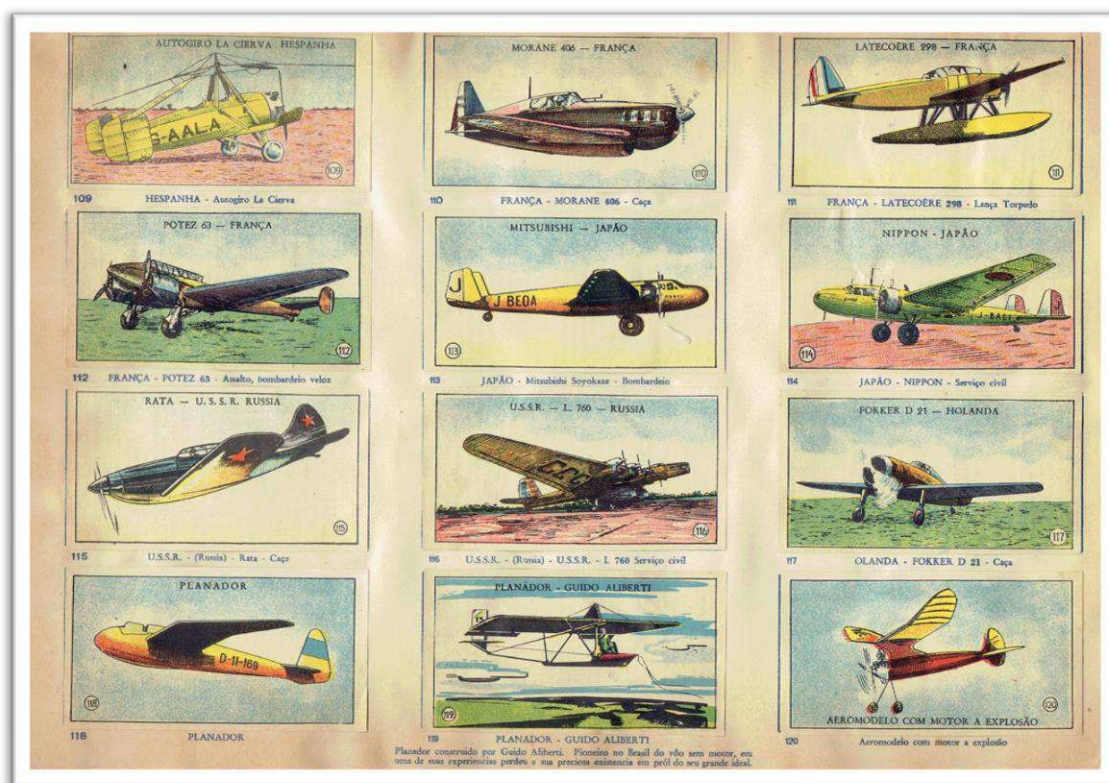
72 14 BIS SANTOS DUMONT



71 BOLA TREM









"Playboy Junior" com motor a gasolina - Premio Concurso PAN



20 - Modelo com motor a elastico - Caixa completa com todo o material preparado para a sua montagem. Premio para 100 figurinhas n. 71 (Sanctus Dumont)



P. 30 - Modelo de avião planador. Caixa completa com todo o material preparado para a sua montagem.

AEROMODELISMO

A vontade de criar algo de novo e característico, demonstra a inteligência, a curiosidade e a vontade de progredir da pessoa, que ama com verdadeiro amor seu ideal.

Assim é o Aëromodelista; não se aplica à arte de construir aëromodelos por mero brinquedo, mas pelo esporte de os fazer voar e por ver corôado de êxito um trabalho inteligente e difícil, executado com precisos conhecimentos técnicos, tendo por prêmio o orgulho, a satisfação e a alegria que alcança todo o construtor.

Entre as pessoas que se dedicam ao aëromodelismo não existem somente jovens, mas também adultos de todas as idades e mesmo engenheiros e técnicos de fabricas de aviões.

Praticar o aëromodelismo, não consiste em comprar um modelo de avião já pronto, levá-lo ao campo e depois de algumas experiencias infelizes, jogar tudo de lado exclamando: "Isso é uma grande droga".

O verdadeiro aëromodelista, o verdadeiro apaixonado do seu ideal é aquele que procura construir, aperfeiçoando cada vez mais os seus aviões, estudando todos os meios praticos e eficazes para alcançar resultados cada vez melhores com seus modelos.

A construção de aëromodelos não apresenta grandes dificuldades; toda a pessoa de boa vontade pode se dedicar a êste trabalho; poderá facilmente passar de construções simples, amoldadas sobre tipos já estudados, para construções mais dificeis, até chegar a executar projêtos proprios.

Para facilitar a iniciação do Aëromodelista que, sem um guia perfeito, encontraria sérias dificuldades, seja com relação a parte construtiva, seja pelas despesas excessivas na procura dos materiais necessarios, é que surgiram, nos países onde o aëromodelismo é mais desenvolvido, fabricas e casas especializadas, no fornecimento completo de materiais pertencentes ao ramo.

Entre esses materiais existem caixas onde se encontram todas as peças necessarias para a construção de determinados tipos de aëromodelos.

O CONCURSO PAN oferece como prêmio essas caixas para facilitar a construção de aviões, todos êles de modelos os mais modernos e que alcançaram notaveis performances ou bateram records.

Nessas caixas, o principiante encontrará todos os elementos necessarios como sarrafos já perfilados, folhas de madeira compensada, hélice, mancais, papel ou seda propria para os revestimentos, rodas, cola, verniz etc. para construir com a maxima facilidade o seu aëromodelo. Podem ser modelos planadores ou com motor, podendo ser o motor a elastico ou a explosão a gasolina.

Esperamos ver corôada de êxito nossa iniciativa, certos que, muitos serão os jovens que entre os valiosos brindes aos quais dá direito o CONCURSO PAN, escolherão com inteligencia, estas caixas para a construção de maravilhosos aëromodelos.

O CONCURSO PAN procura favorecer ao maximo o trabalho dêsses applicados aëromodelistas, respondendo a consultas e pondo à disposição um técnico de grande competencia.

Além disso o CONCURSO PAN, promoverá competições entre os construtores dos aëromodelos PAN, pondo em disputa valiosos prêmios.

PREMIO
CONCURSO "PAN"
Motor a gasolina para
aëromodelos



ANEXOS



ANEXO II – RELATÓRIO DE MARKETING PAN – 25 ANOS (1960)



Com matérias-primas exclusivamente nacionais, são fabricados os deliciosos produtos PAN. Açúcar e glucose paulista, cacáu e côco bahiano, leite mineiro, cajú sergipano, frutas de diversas regiões brasileiras, são os ingredientes principais empregados na indústria.



Dos cacauzeiros da Bahia é remetida para São Caetano do Sul o cacáu em grão, uma das principais riquezas do País e a matéria-prima básica do bom chocolate.

Os canaviais paulistas, depois de transformados em açúcar nos grandes usinos do nosso Estado, chegam à Indústria para nova transformação: as deliciosas balas da famosa elipse PAN.

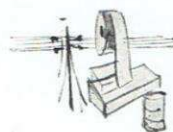
Leite, Côco e Mel de Abelha, são os ingredientes gostosos que entram em abundância na fabricação dos chocolates, balas e caramelos que levam a conhecida marca do Foguete.



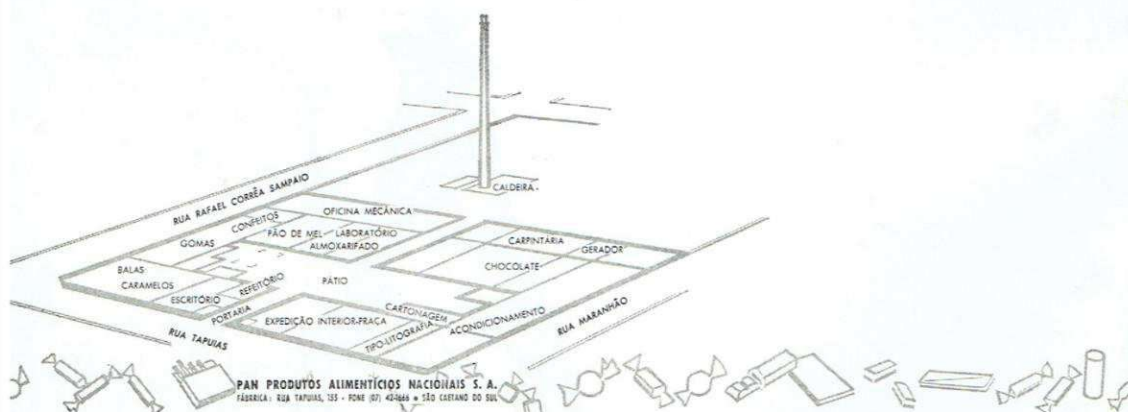
Frutas naturais, tais como Morango, Figo, Abacaxi, Laranja, Limão, Castanha de Cajú, Castanha do Pará, Ameixas, etc., dão o paladar delicioso que fazem com que os produtos PAN sejam cada vez mais desejados.



O milho é a matéria-prima básica da Glucose, fonte vital da saúde, que a Indústria emprega na fabricação das suas balas, caramelos e gomas, assegurando um alto teor de calorias nesses produtos.



São utilizados para embalagem, papéis, papelão, celofâne, alumínio, de São Paulo, além de óleos combustíveis e eletricidade de produção nacional, para acionamento das máquinas e caldeiras.



Orgulhamo-nos, após 25 anos de labor profícuo, de termos conseguido, em nosso ramo, um posto de destaque para o Brasil, pela excelente qualidade dos nossos Chocolates, Bombons, Balas, Caramelos, Gomas, Pães de Mel e Drops.

Fundada em 1936, pelos engenheiros Aldo Aliberti e Oswaldo Falchero, PAN-PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A, com o seu Foguete, símbolo de modernismo, esmero e alta qualidade, apresentou, há 25 anos, a sua admirável linha de produtos, cuja excelência é mantida até hoje.

A pequena Indústria de então, está hoje localizada em sede própria de 10.000 metros quadrados, com maquinários modernos, que vêm sendo renovados constantemente para manter a automatização necessária para a boa higiene e qualidade dos produtos PAN.

Esta tem sido a preocupação máxima da Indústria, em retribuição à confiança que em si depositam seus milhares de clientes de todo o Brasil. E este é o motivo principal da manutenção da qualidade sempre superior dos seus produtos.

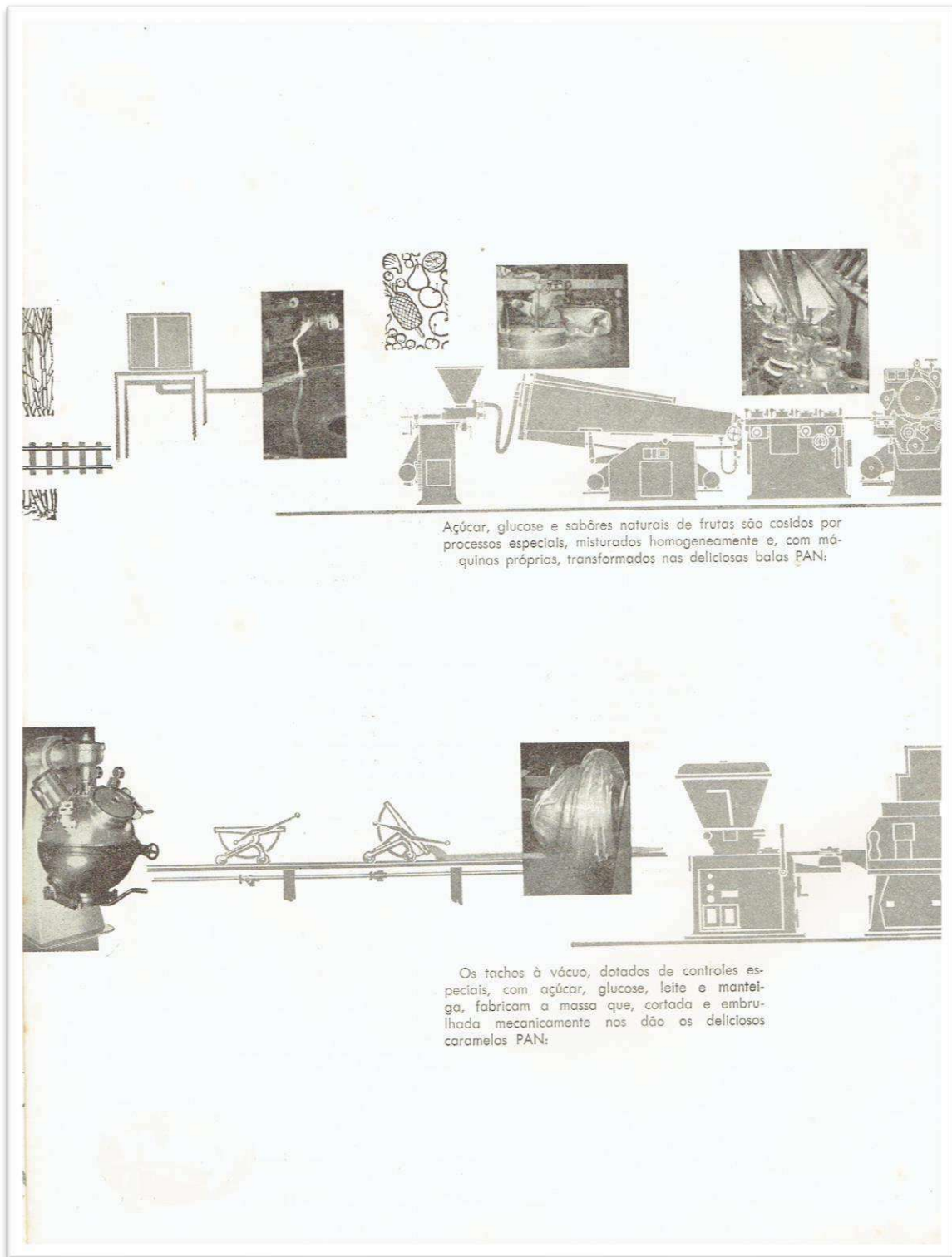
P.A.N. lembra o deus da mitologia grega que possuindo metade do corpo de animal quadrúpede e metade homem, com dois pequenos chifres, tocava alegremente sua flauta. Recorda ainda, a palavra PAN, a significação da totalidade (da palavra grega "pas" que no neutro é precisamente "pan") uma ideia de conjunto, de coletividade, de universalidade.

No caso presente, entretanto, P.A.N. é a abreviatura das palavras Produtos Alimentícios Nacionais. São três letras encimadas por uma figura representando uma das formas em que é concebida a máquina que futuramente substituirá o atual aeroplano para a conquista não só da atmosfera terrestre, como dos espaços interplanetários, ou seja, de foguete comandado e dirigido pelo homem.

Essas três letras designam uma grande Indústria de chocolate, bombons, balas, caramelos, drops, gomas, confeitos, pastilhas, pão de mel e toda uma magnífica linha de excelentes produtos.

Com o foguete do futuro a PAN fundada há 25 anos, demonstra o sentido de progresso e de modernismo dos métodos empregados na fabricação dos produtos que levam a sua elipse.





Açúcar, glicose e sabores naturais de frutas são cozidos por processos especiais, misturados homogeneamente e, com máquinas próprias, transformados nas deliciosas balas PAN:

Os tachos à vácuo, dotados de controles especiais, com açúcar, glicose, leite e manteiga, fabricam a massa que, cortada e embrulhada mecanicamente nos dão os deliciosos caraméis PAN:

BALAS E CAMELOS 



PAULISTINHA — Balas duras, cristalinas, fabricadas com especial açúcar e glucose, em formato retangular e cores diversas, com sabores de Abacaxi, Morango, Limão e Laranja, embrulhadas em celofane fantasia.

TORINO — Fabricadas com açúcar cristal especial e glucose, formato ovalado, com aromas de Hortelã, Aniz, Limão, Laranja e Tangerina.

CEVADA — Fabricada com açúcar cristal especial e glucose, com finissimo extrato de puro malte. Rotulagem em celofane fantasia, nas

cores carmim, amarela e branca.

GOTA DE MÊL — Fabricada com açúcar cristal especial e glucose, semi-assetinada, com recheio de purissimo mel de abelha. Formato oval. Rotulo de celofane fantasia, nas cores branca, amarelo e vermelha.

RECHHEADAS — Balas assetinadas, fabricadas com açúcar cristal especial e glucose, recheio aromatizado com sabores das frutas: Côco, Figo, Laranja e Morango. Formato oviforme e rotulagem em celofane fantasia.



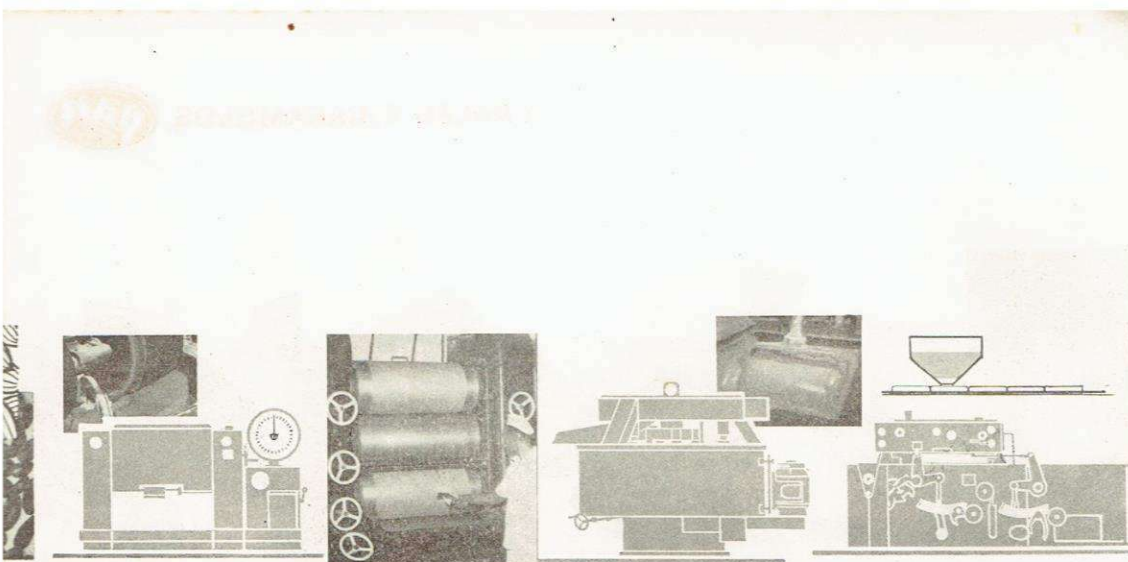
CHOCOTOFFEE — Saboroso caramelo Toffee coberto com chocolate ao leite, vanilado. Formato quadrado. Rotulagem sugestiva em celofane fantasia nas cores vermelho, amarelo e preto.

TOFFEE - Luxo — Finissimo caramelo Toffee, fabricado com superior açúcar cristal, glucose, leite e matèrias de primeirissima qualidade. Sabores de Côco, Chocolate e Leite. Formato retangular. Rotulagem em celofane fantasia, forrado com aluminio e papel parafinado.

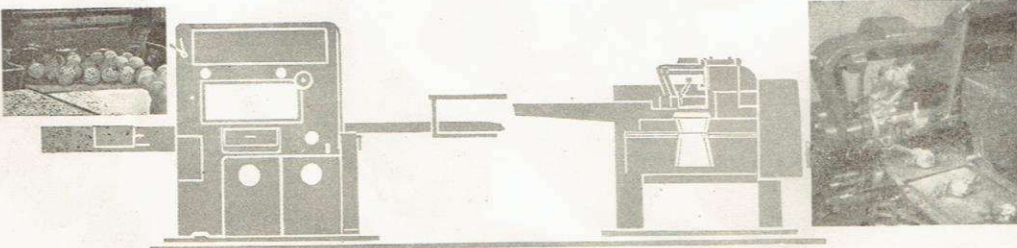
ABACAXÍ — Saboroso caramelo branco, fórmula especial PAN. Sabôr abacaxi. Formato retangular. Rotulagem em celofane fantasia nas cores branca, amarela, verde e vermelha.

TORRÃO — Especial caramelo com amendoim torrado, triturado, tipo "torrone". Formato retangular. Rotulagem em celofane branco, vermelho e azul.

SUCUS CAMELOS — Sortimento de deliciosos caramelos brancos, sabores diversos. Retangulares, em luxuosa embalagem de celofane, em varias cores.



Do sul da Bahia, Ilhéus e Itabuna especialmente recebemos o cacáú em grão, que é torrado, triturado, refinado e, em seguida batido em conchas próprias durante muitas horas para eliminar os ácidos graxos e unir as moléculas. Pronta esta massa deliciosa, passa para a modeladora, de onde saem estes produtos:



Ainda a massa de chocolate, com outras características, é utilizada para a cobertura dos recheios deliciosos, surgindo os incomparáveis Bombons PAN:

BIG-B — Castanha de waffell, recheada com pedaços de castanha de cajú-torrado e massa especial clara, ao leite. Referida castanha de waffell é coberta com uma camada de chocolate especial ao leite, que dá sabor "sui-generis" ao bombom.

TAKARA — Recheio de castanha de cajú, com chocolate ao leite ,vanilado. Embrulhado em alumínio branco e celofâne fantasia.

CIGANO — Especial recheio semi-cremoso, de chocolate amargo, com ameixa e essência de rhum, coberto com chocolate

CHOCOLATES 





BLOCOS — Superior chocolate ao leite, vanilado, com frutas naturais nos sabores: Castanha do Pará, Passas e Figo.

BLOQUINHOS — Finíssimo chocolate ao leite, vanilado, com frutas naturais, nos sabores: Castanha do Pará, Passas e Figo.

ESMERALDA — Delicioso chocolate ao leite, vanilado, com crocante especial e castanha de cajú torrada. Embrulhado em alumínio cor branca e celofane fantasia.

TABUAS CHOCOPAN — Finíssimo chocolate ao leite, tipo Suíço, embrulhadas em alumínio branco, com rotulagem fantasia e paisagem Suíça. Proteção com celofane branco.

CROQUETES CHOCOPAN — Pastilhas de finíssimo chocolate ao leite, tipo Suíço, embrulhadas em alumínio branco. Tubo fantasia, com celofane branco, ouro e vermelho.

TABLETE PAN N.º 31 — Finíssimo chocolate ao leite. Rotulagem vermelha e branca, em celofane.



ao leite. Embrulhado em alumínio branco e celofane fantasia.

BRIDGE — Especial recheio semi-cremoso de creme de leite, cajú, amêndoas torradas, coberto com especial chocolate amargo, vanilado. Embrulhado em alumínio branco e celofane fantasia.

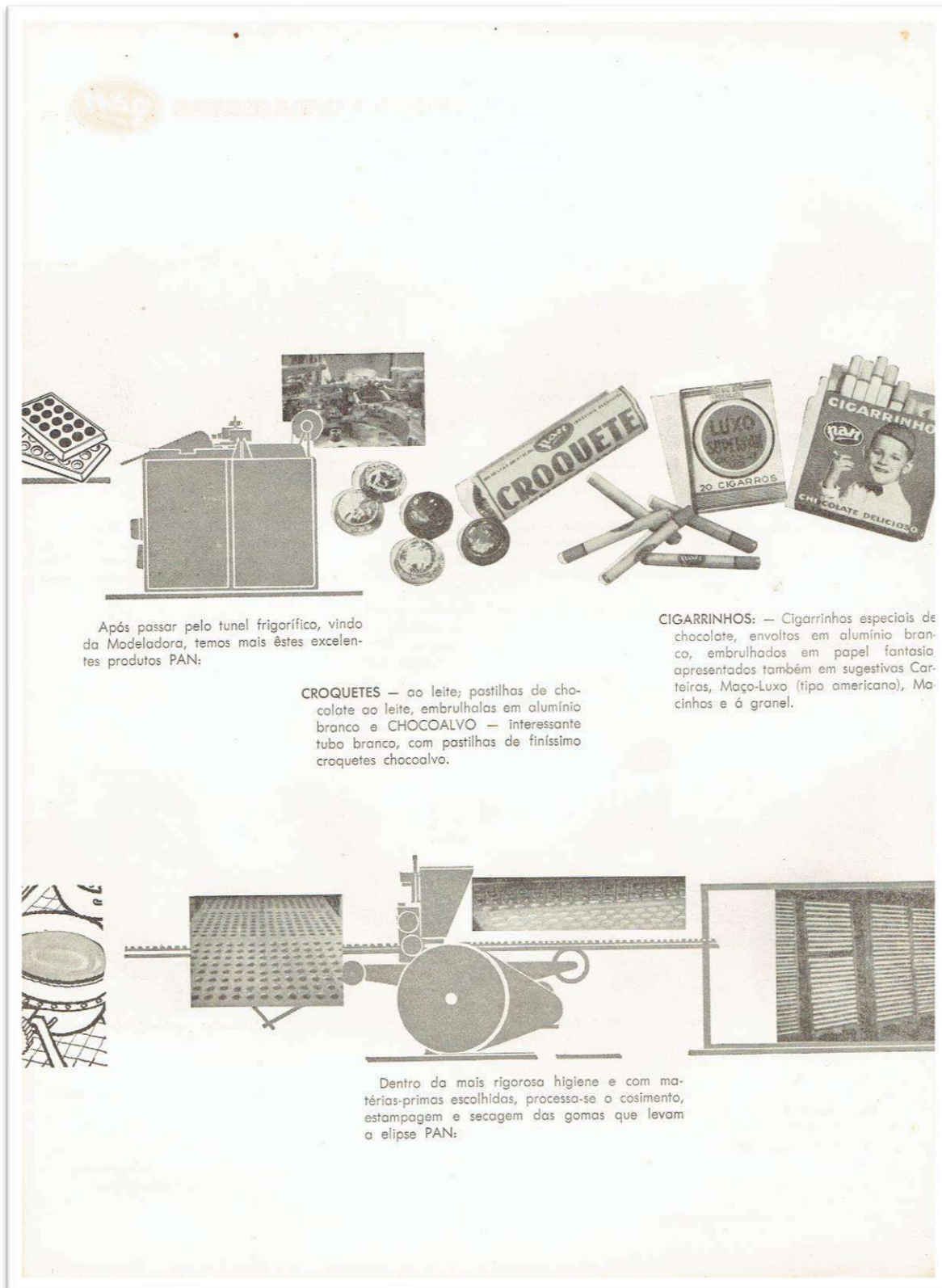
FINO FRUTAS — Bombons com recheio licoroso, com pedaços de frutas de Figo, Morango e Uva, cobertos com especial chocolate ao leite, vanilado. Embrulhado em alumínio branco e celofane fantasia.

CEREJA AO COGNAC — Cerejas naturais em recheio especial de cognac delicioso, coberto com extra-fino chocolate ao leite vanilado. Embrulhado em alumínio branco e celofane fantasia.

MAJESTIC — Especial chocolate claro, ao leite, com pedaços de castanha de cajú torrado, em formato retangular, embrulhados em alumínio forrado maravilha e interessante etiqueta vermelha-dourada.

SERTANEJO — Retângulos de delicioso nougat com torrão de açúcar, glucose, mel puro, amendoim torrado, vanilado, coberto com chocolate fino. Alumínio branco e celofane azul, branco e vermelho.

CROCANTE PANAMERICANO — Retângulos de crocante especial de açúcar e glucose, cobertos com chocolate finíssimo, embrulhados em celofane impresso em rotogravura branco vermelho, branco e azul.



Após passar pelo tunel frigorífico, vindo da Modeladora, temos mais estes excelentes produtos PAN:

CROQUETES — ao leite; pastilhas de chocolate ao leite, embrulhadas em alumínio branco e **CHOCOALVO** — interessante tubo branco, com pastilhas de finíssimo croquetes chocoalvo.

CIGARRINHOS: — Cigarrinhos especiais de chocolate, envoltos em alumínio branco, embrulhados em papel fantasia apresentados também em sugestivas Carteiras, Maço-Luxo (tipo americano), Macinhos e à granel.

Dentro da mais rigorosa higiene e com matérias-primas escolhidas, processa-se o cosimento, estampagem e secagem das gomas que levam a elipse PAN:

CHOCOLATES E GOMAS 



TIROLÉZ — Chocolate especial vanilado, recheado ao cognac Beneditine e Cherry Brand, envolto em capsulas de alumínio amarelo cura, com etiqueta de papel fantasia.

TIROLÉZ AO LEITE — Finíssimo bombom de superior chocolate ao leite, vanilado, envolto em cápsulas de alumínio maravilha, com etiqueta de papel fantasia.

GARRAFAS COM LICOR: — Artísticas garrafinhas de chocolate finíssimo recheadas com cognac, revestidas com alumínio branco e vermelho, e etiqueta azul e prata.

CHOCOLATE EM PÓ (Dietético) — Cacáu puro, pulverizado, acrescido de açúcar impalpável, aromatizado — em várias apresentações: — em saquinhos plásticos e em caixinha litografada.

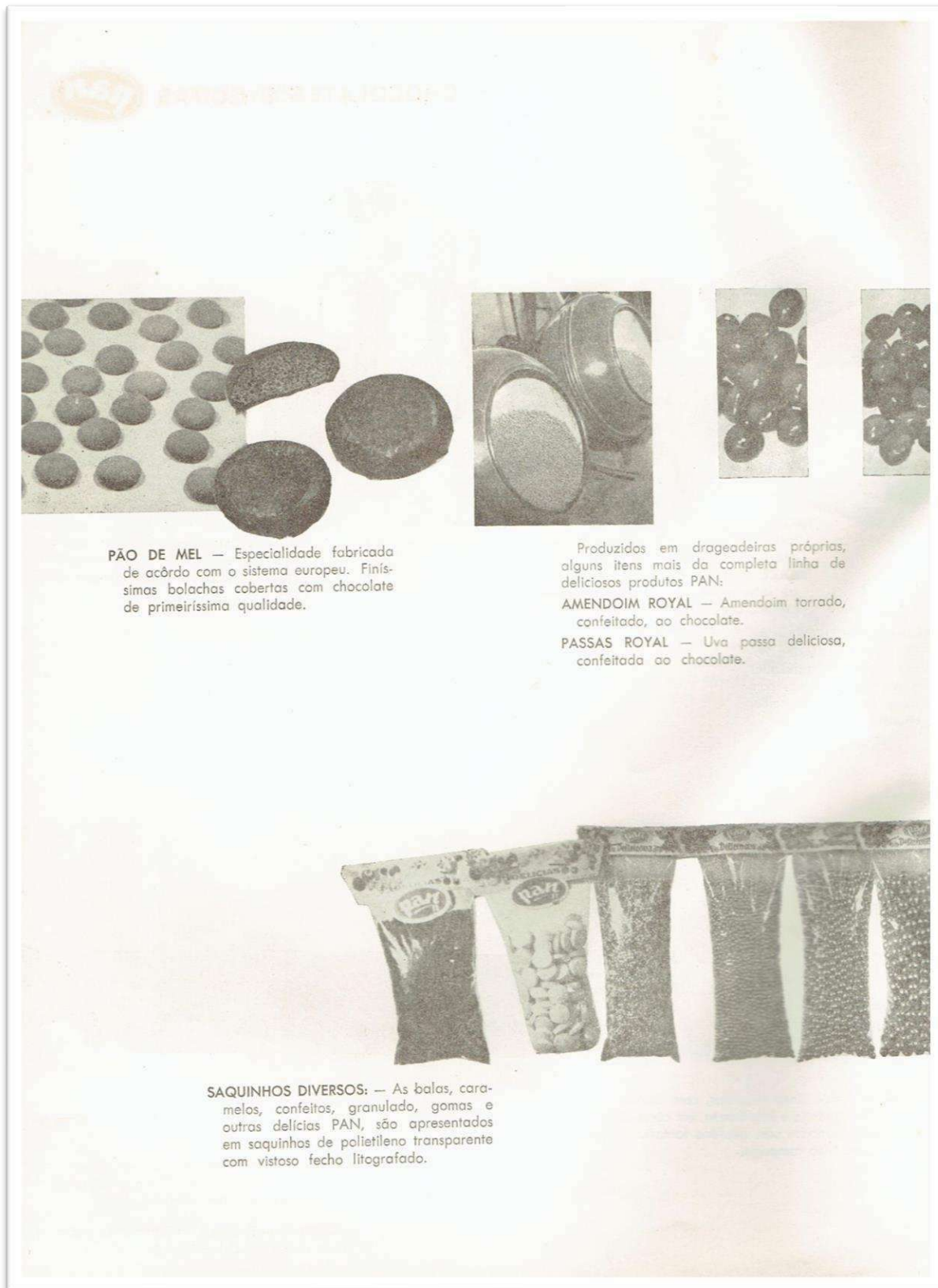


BALILA — Pastilhas redondas, com sabores Abacaxi, Morango e Framboeza, em cores diversas. Acondicionadas com celofane fantasia, formando um tubo comprido.

COMUM — Pastilhas em formato de pirâmide. Sabores Morango e Framboeza, em cores diversas.

PICOLINA — Pastilhas miúdas em formato de pirâmide. Sabores de Abacaxi, Morango e Framboeza, em cores diversas.

MORANGO — Pastilhas em formato de pirâmide, com delicioso sabor Morango.



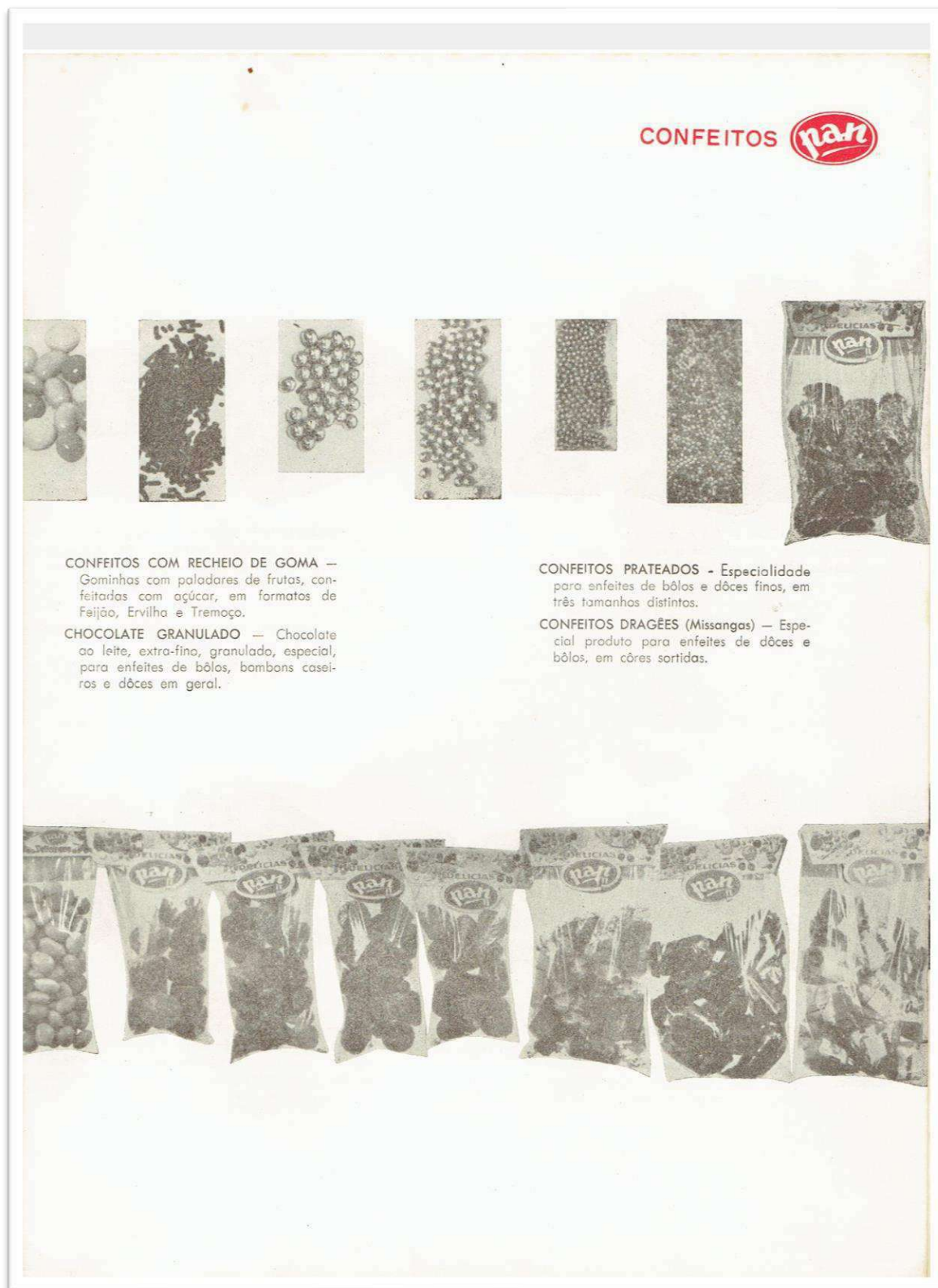
PÃO DE MEL — Especialidade fabricada de acôrdo com o sistema europeu. Finíssimas bolachas cobertas com chocolate de primeiríssima qualidade.

Produzidas em drageadeiras próprias, alguns itens mais da completa linha de deliciosos produtos PAN:

AMENDOIM ROYAL — Amendoim torrado, confeitado, ao chocolate.

PASSAS ROYAL — Uva passa deliciosa, confeitada ao chocolate.

SAQUINHOS DIVERSOS: — As balas, caramelos, confeitos, granulado, gomas e outras delícias PAN, são apresentados em saquinhos de polietileno transparente com vistoso fecho litografado.



CONFEITOS 



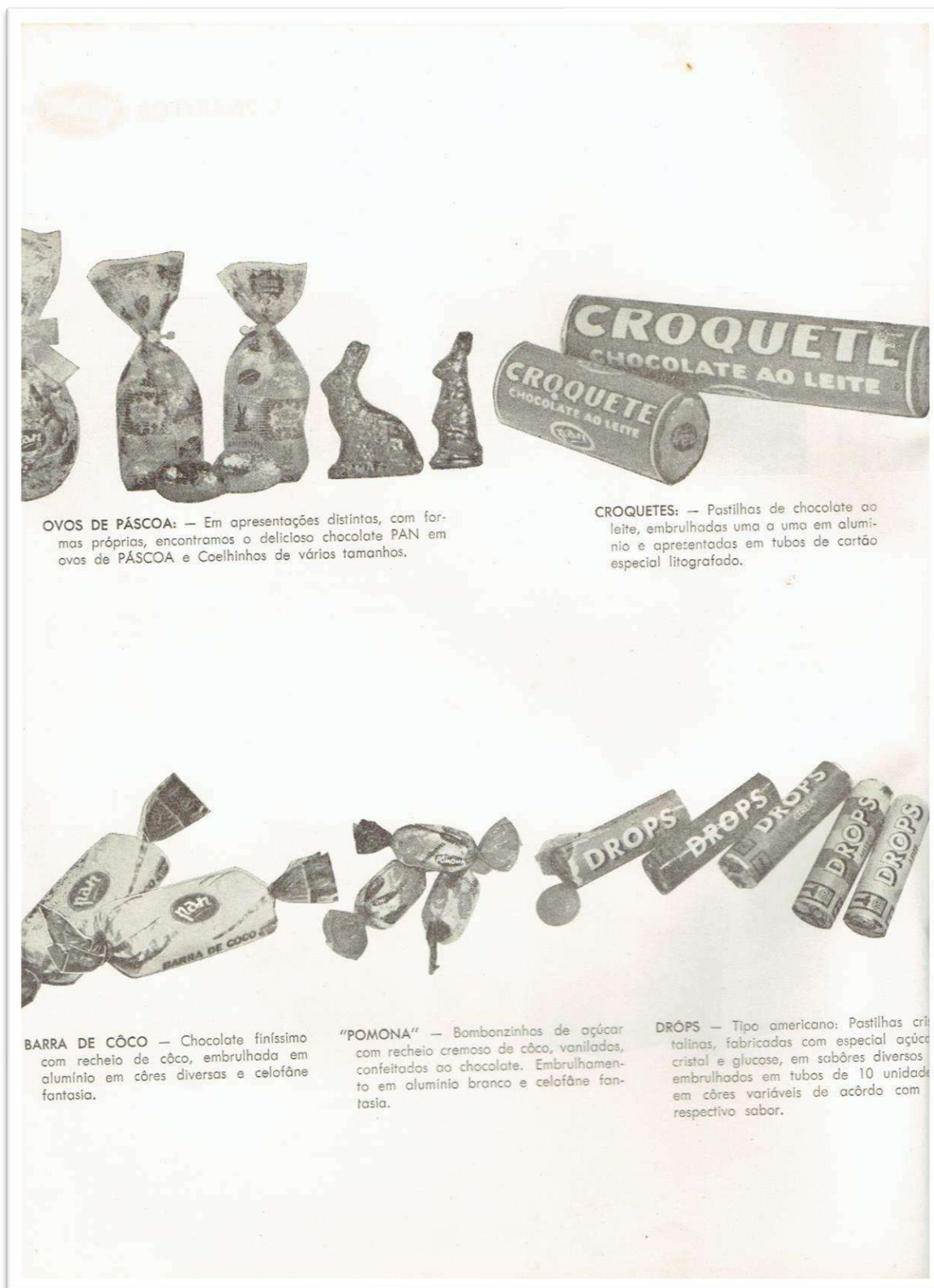
CONFEITOS COM RECHEIO DE GOMA — Gominhas com paladares de frutas, confeitadas com açúcar, em formatos de Feijão, Ervilha e Tremoço.

CHOCOLATE GRANULADO — Chocolate ao leite, extra-fino, granulado, especial, para enfeites de bôlos, bombons caseiros e doces em geral.

CONFEITOS PRATEADOS - Especialidade para enfeites de bôlos e doces finos, em três tamanhos distintos.

CONFEITOS DRAGÊES (Missangas) — Especial produto para enfeites de doces e bôlos, em cores sortidas.





OVOS DE PÁSCOA: — Em apresentações distintas, com formas próprias, encontramos o delicioso chocolate PAN em ovos de PÁSCOA e Coelhozinhos de vários tamanhos.

CROQUETES: — Pastilhas de chocolate ao leite, embrulhadas uma a uma em alumínio e apresentadas em tubos de cartão especial litografado.

BARRA DE CÔCO — Chocolate finíssimo com recheio de côco, embrulhada em alumínio em cores diversas e celofâne fantasia.

"POMONA" — Bombonzinhos de açúcar com recheio cremoso de côco, vanilados, confeitados ao chocolate. Embrulhamento em alumínio branco e celofâne fantasia.

DRÔPS — Tipo americano: Pastilhas cristalinas, fabricadas com especial açúcar cristal e glucose, em sabores diversos, embrulhados em tubos de 10 unidades em cores variáveis de acordo com respectivo sabor.

DELICIAS 



MENTAPAN — Caixa funcional, em cartolina fantasia vernizada, com pastilhas de goma especial, mastigável, com sabor hortelã.

CX. PASSAS ROYAL — Cx. de cartolina fantasia, com uvas passas confeitadas ao chocolate.

PASTILHAS DE CHOCOLATE: — Pastilhas de chocolate ao leite especial, apresentadas em artística caixa litografada.

CX. CRIC-CRAC — Sugestiva caixa em cartolina fantasia, com deliciosos confeitos de crocantes cobertos de chocolate.

BOMBONS AO COGNAC — Cx. de cartolina fantasia com deliciosos bombonzinhos ao cognac.

CX. "T. V." — Modelo Televisão, com imagens móveis de artistas de Televisão e histórias diversas; com especiais caramelos Toffee. Sugestivo presente às crianças. Patente exclusiva da PAN.



CÓCO CELOFÂNE — Bombonzinho de chocolate extra-fino e recheio especial de côco. Formato redondo, embrulhados em celofâne fantasia.

LATINHAS: — Finíssimas e deliciosas balinhas desembulhadas fabricadas com açúcar, glucose e sabores diversos de cevada, hortelã, laranja, limão e tangerina, apresentadas em lindíssimas latinhas litografadas.

SAQUINHOS C/ BALAS — De celofâne fantasia, com finíssimas balas recheadas e figuras móveis representando Menino-Menina e Cachorro-Gato.

As matérias-primas são rigorosamente testadas antes de serem encaminhadas para a industrialização. Os consumidores de chocolates, bombons, balas, caramelos, gomas, pães de mel e drops, podem confiar nos deliciosos produtos PAN, em cuja fabricação é altamente considerado o bem-estar dos amantes desses produtos. Higiene, Atenção e Ordem são os atributos principais dos responsáveis pela produção das delícias PAN, feitas por gente que gosta do que faz.



Em seu Departamento Criativo são estudadas as apresentações, rotulagens, faixas e placas de propaganda e promoções. Anexo a este Departamento está o famoso CARRO-FOGUETE, portador da melhor mensagem da firma aos seus estimados consumidores e amigos, localizados em todas as cidades, do Norte a Sul do País.



Carpintaria e Gráfica próprias, executam as embalagens externas e internas necessárias para o despacho e a boa apresentação dos Chocolates, Bombons, Balas, Caramelos, Gomas, Pães de Mel e Drops da famosa marca PAN. Em sua litografia são executados ainda as suas rotulagens, impressos e material de propaganda.

Ao Departamento de Expedição está afeta a remessa dos excelentes produtos PAN para os seus milhares de clientes existentes em todos os recantos do Brasil. Com atenção e zelo, cada encomenda recebe um tratamento todo especial, demonstrando a importância que é dispensada a cada um dos seus fregueses.



À sua oficina Mecânica está afeta a manutenção do complexo maquinário automático existente na Indústria, aprimorando sempre e cada vez mais os conjuntos que fabricam e embalam os deliciosos produtos que levam a elipse PAN.

A oficina de veículos cuida da numerosa frota de carros próprios, responsável pela entrega imediata dos produtos PAN, na Capital de São Paulo e em diversas cidades do interior paulista.

Para as demais localidades e Estados, o despacho é feito por Empresas rodoviárias ou ferroviárias.





Recentemente foi comemorado o 25.º Aniversário da PAN, cujo primeiro lançamento de produtos deu-se exatamente no dia 14 de Dezembro de 1936. Empregados, Dirigentes, Fornecedores e Amigos, participaram das festividades organizadas.

Na oportunidade foram homenageados todos os funcionários com mais de 20 anos de Firma, que receberam um distintivo de ouro artística e ricamente executado.



O Eng. OSWALDO FALCHERO discursando.

"O Eng. Aldo Aliberti, que além de ser um dos fundadores das "Indústrias Aliberti S/A", deu início a mais este empreendimento, dando provas de confiança nos destinos da terra que o acolheu, ao mesmo tempo em que proporcionava novas oportunidades para mais trabalhadores brasileiros", conforme as palavras da Diretoria da PAN, esteve presente às comemorações e agradeceu a todos pelos momentos felizes que estava vivendo, ao ver transcorrer o JUBILEU DE PRATA da Indústria que criou.

O Eng. Oswaldo Falchero, Diretor-Presidente da PAN-PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A., durante os festejos, discorreu sobre a data. Damos aqui alguns trechos da sua oração:

"Foi no dia 14 de Dezembro que anunciamos o lançamento do foguete PAN, graças ao pioneirismo de um homem que, embora não sendo brasileiro, muito tem feito pela nossa Pátria. O Eng. Aldo Aliberti foi quem teve a idéia de fundar esta e quem devemos esta grande data".

Em outro trecho, disse o orador:
 "Em 1942 experimentávamos a satisfação de um grande sucesso, com o Album de Figurinhas, até hoje comentado. Graças mais uma vez, ao Eng. Aliberti, amante da astronomia e pioneiro, como seu saudoso irmão Guido Aliberti no vôo de planadores, essa publicação previa, com dizeres, desenhos e abundância de detalhes, a conquista do espaço, pelos foguetes interplanetários, a desintegração do átomo que já se anunciava e que outra coisa não é sinão a bomba-atômica, além das naves do futuro que hoje já pertencem ao presente. Quem não se recorda da figurinha n.º 43, em que aparecia o garotinho puxado pelo pai, reclamando contra a repetição das viagens à lua feitas todos os domingos? E a figurinha n.º 42, mostrando a estação para viagens interplanetárias? Tudo o que era previsto há 20 anos no Album da PAN, elaborado pelo Eng. Aliberti, pertence hoje ao presente pois, as próprias viagens à lua já estão praticamente para serem realizadas.

Com os acontecimentos de hoje, o famoso Album da PAN volta a ser ainda mais comentado, pelos que acompanham os feitos de Gagárin, Scheppard, Grisson e Titov".

E, no final do discurso do Eng. Oswaldo Falchero, o agradecimento da Diretoria da PAN:

"Como os senhores e as senhoras verificam, à medida que vamos nos alongando, novos nomes vêm à nossa mente. A verdade é que somos gratos a todos que representam os dentes desta engrenagem. Cada um de nós aqui presentes — além de alguns ausentes — somos obreiros que ajudaram a colocar mais um tijolo nesta obra grandiosa que é a PAN e que ocupa hoje um papel de destaque entre as Indústrias congêneres existentes no País. Somos, todos juntos, os heróis que criaram a PAULISTINHA, bala famosa no Brasil inteiro e já falada no exterior; do Chocopan, Chocotoffee, Esmeralda, Cigarrinho, Disco-Voador e uma série de magníficos produtos que levam a marca PAN, consumidos desde o Rio Grande do Sul até o Rio Grande do Norte.

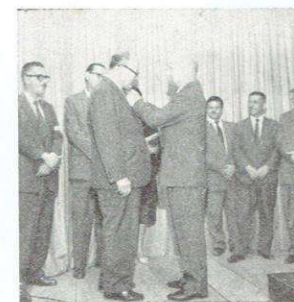
Queremos expressar a todos os senhores e senhoras, especialmente ao nosso fundador, Eng. Aldo Aliberti, a nossa gratidão com as palavras que, embora simples, são aquelas que, a nosso ver, mais alto falam do nosso reconhecimento: MUITO OBRIGADO".



O Eng. ALDO ALIBERTI ao ser recebido pelo Eng. OSWALDO FALCHERO, durante as festividades do Jubileu de Prata da PAN.



Dois aspectos dos festejos comemorativos do 25.º aniversário da PAN.



O Eng. ALDO ALIBERTI coloca o distintivo de ouro em um dos funcionários com 20 anos de Firma.





GOSTOSAS RECORDAÇÕES QUE RENASCEM SEMPRE QUANDO VOCE OFERECE PAN!

Há 20 anos, PAN lançava as famosas figurinhas do futuro — máquinas fabulosas, aviões supersônicos, foguetes, satélites... sua imaginação criança se perdia no mundo fantástico do futuro... e você se lembra tão bem daquela doce sensação de prazer e ansiedade ao desembulhar uma bola — que figurinha será? — eram emoções deliciosas que constituíam o universo maravilhoso dos sonhos que sempre se sonham quando se é criança.

Hoje, aquela futuro é presente... e você, adulto. Mas aqueles mesmos sonhos, aquela sensação doce, aquela emoção deliciosa que você sentiu e que faz você feliz, continua presente em seus filhos e através deles em você! Você sente renascer no íntimo de si mesmo aquela mesma sensação feliz e deliciosa que você sentiu quando criança, ao oferecer aos seus filhos Chocolates PAN, que há 25 anos põe sorrisos nos lábios das crianças!



ANEXOS



**ANEXO III – RELATÓRIO DE MARKETING PAN – 60 ANOS
(1995)**



PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
R. Maranhão, 835, Sta. Paula, S. Caetano do Sul, SP - CEP 09541-001
FONE (011) 4224-1666
Inscr. Est. 636 008 832 117 - C.G.C. (MF) 59 274 704/0001-03
INDÚSTRIA BRASILEIRA



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396AC5.

C A C A U

Sua origem e seu valor como alimento

Com o objetivo de tornar mais conhecidas as propriedades alimentícias do cacau foi que preparamos o presente trabalho, onde incluímos também alguns dados sobre a origem, a industrialização e a produção de uma das nossas principais riquezas.

Este resumo, redigido de forma acessível, destina-se principalmente aos jovens que, na maioria das vezes, pouco sabem a respeito de um dos nossos principais produtos de exportação e de elevado consumo em muitos países. Particularmente aos jovens que, quando em visita à nossa indústria, acompanham com entusiasmo os trabalhos de preparação do chocolate - a partir da seleção das amêndoas do cacau até a embalagem final do produto - aqui damos respostas mais completas às muitas perguntas que fazem em tais ocasiões. É a nossa colaboração

ORIGEM DO CACAU

VOCÊ SABIA....

Só depois de descoberta a América é que o mundo tomou conhecimento da existência do cacau, ocorrendo o mesmo com o milho, o tabaco e a borracha. O cacau é portanto, planta originária da América, sendo conhecida pelos maias e astecas muito antes da chegada de Colombo.

A existência da planta, em estado nativo, estendia-se desde o rio Madalena, na Colômbia, ao vale do Amazonas. Entre os maias, todavia, é que a planta aparece pela primeira vez cultivada, nas terras úmidas e quentes da América Central. Além de utilizado como alimento, o cacau servia também como moeda.

O próprio nome da planta vem da América Central: **CACAHUATL** ou **CACAHUAQUAHUITL**, de origem maia.

A partir da conquista do México, pelos espanhóis, a planta passou a ser conhecida na Europa. Conta-se que, em 1.519, serviu-se ao conquistador Fernando Cortês, uma bebida preparada com cacau, milho e pimenta, chamada chocolate.

Em 1585 um carregamento de cacau é enviado à Espanha, assinalando então a introdução definitiva desse fruto na Europa. A exploração da planta foi incrementada e, além das plantações individuais, surgiram explorações organizadas de enormes áreas de cultivo por empresas dotadas de grandes recursos. Assim é que, em 1.728, organiza-se a “Companhia Guipúzcoa”, constituída especialmente para a produção de cacau. Surgiram dessa forma cacauais na Venezuela, no México, na Jamaica, no Equador, em São Domingos, na Martinica e em diversas regiões da América Central. No ano de 1.963 o cacau é plantado nas Filipinas, chegando à África em meados do século XIX.

VARIEDADES

O cacau pertence à família das Esterculiáceas, planta da qual existem diversos gêneros e muitas espécies. A espécie **THEOBROMA CACAO** destacou-se do gênero **THEOBROMA** (alimento dos Deuses), existente no México, cuja árvore atinge de 4 a 10 metros de altura. Tem tronco liso e casca escura, possuindo grande copa. Suas folhas são grandes, podendo ter até 15 cm de largura e 30 cm de comprimento, sendo ambas as faces coloridas de verde-claro. Suas flores são pouco atraentes, pequenas e inodoras; nascem unidas ao tronco e dão origem aos grandes frutos chamados bagas de cacau, que chegam a ter 25 cm de comprimento. Quando maduras, as bagas adquirem cor esverdeada., amarela ou roxa, contendo em seu interior 50 ou mais amêndoas envoltas numa polpa viscosa.

NO BRASIL

A zona cacauzeira do Brasil situa-se no sul do Estado da Bahia, sendo Ilhéus o grande pôrto, brasileiro exportador do produto. A região propícia ao cacau, em nosso país, vai do sul da Bahia ao norte do Espírito Santo.

O cacau exige região de clima úmido e quente para desenvolver-se, como se frisou acima. Nos vales dos rios Mucuri, Jequitinhonha, Prado e Contas, além de condições climáticas adequadas, há solos de constituição aluvional fertilizados anualmente pelas inundações, que favorecem a produção de cacau.

E numa estreita faixa litorânea, tendo Ilhéus e Itabuna como centro, está a zona cacauzeira do Brasil. Dali sai mais de 90% da nossa produção; o restante vem do Amazonas, do Pará, do Maranhão, de Pernambuco, de Minas Gerais e do Espírito Santo.

Mas o cacau só chegou à Bahia em fins do século XVIII, levado do Pará. O cacau crioulo ou cacau fino é cultivado em solo rico, ao passo que as variedades "Pará" e "Maranhão", também conhecidas por cacau forasteiro, não muito exigentes, se adaptam em solo pobre. Todas as variedades aí cultivadas procedem do Pará, exceção feita ao cacau crioulo, que foi trazido do Ceilão, em 1907.

O cacau Catongo foi encontrado em 1949 na fazenda que lhe emprestou o nome, tendo surgido espontaneamente. Essa variedade produz amêndoas brancas de grande rendimento, sendo ainda resistente à podridão, principal praga que atinge as safras baianas.

A quase totalidade da safra cacauaieira da Bahia é exportada pelo pôrto de Ilhéus. O Brasil, que já foi o primeiro país produtor de cacau do mundo, figura ainda hoje entre os principais produtores, juntamente com Gana, Nigéria e Costa do Marfim., jovens nações africanas

INDUSTRIALIZAÇÃO

Na fase inicial de industrialização do cacau, as amêndoas, depois de limpas, são submetidas a um processo de fermentação que dura de 4 a 9 dias, variando de conformidade com a espécie de variedade. Nessa fase desenvolvem-se as propriedades organolépticas (sabor e odor) próprias do cacau; nesse processo enzimático desaparece o gosto amargo e surgem o odor e sabor característicos. Em seguida lava-se e seca-se as amêndoas.

O processo de industrialização inicia-se verdadeiramente com a torrefação e moagem do cacau, obtendo-se o chocolate amargo, o qual com a adição de açúcar, leite, a própria manteiga de cacau e essências aromáticas, sofre numerosas modificações, quanto ao tipo. Todas as fases de transformação do cacau se processam em máquinas modernas e de grande rendimento, de forma relativamente simples, conferindo ao produto absoluta pureza e garantia de higiene total.

Obtida a massa de chocolate em máquinas refinadoras, onde se lhe adiciona açúcar; leite e essências, de acordo com o tipo que se deseja fabricar, molda-se o produto. O chocolate doce, tipo padrão, contém 42% de massa de chocolate, 42% de açúcar e 16% de manteiga de cacau.

O produto final do cacau entregue à comercialização, elaborado por maquinaria moderna e quase toda automatizada, conserva elevado padrão de qualidade, não havendo alteração em seu sabor, aspecto e valor nutritivo.

Com pequenas variações basicamente o processo de fabricação pode ser descrito como:

MESCLAGEM/ REFINAMENTO/ CONCHAGEM/TÊMPERA E ARMAZENAMENTO

MESCLAGEM - Um misturador com eixos tipo sigma mescla as matérias primas básicas, leite em pó, açúcar refinado, licor de cacau e manteiga de cacau. Isso resulta em uma massa com consistência pastosa.

REFINAMENTO - Confere ao chocolate uma agradável sensação de fina textura que derrete na boca. Sem essa etapa o chocolate tenderia a uma consistência arenosa.

CONCHAGEM - Consiste em um processo de homogeneização de massas de chocolate que dura aproximadamente 24:00 hs. ou mais conferindo ao chocolate seu aroma e sabor característico. Nestas fases são eliminados todos os ácidos voláteis. Quanto mais bater a massa melhor o chocolate vai ficar, no mínimo tem que ser batido por 24 horas.

TÊMPERA - Basicamente é um processo para dar brilho e estabilidade ao chocolate. A temperatura mínima do chocolate é 37° C e é resfriado a 29° C de forma que provoca o surgimento dos cristais estáveis necessários a um produto bem acabado. A partir desta etapa poderemos enformar o chocolate em fôrmas próprias ou cobrir recheios obtendo os bombons recheados. Ambos serão posteriormente embalados em máquinas automáticas.

ARMAZENAMENTO - Este é um ponto crítico no processo, posto que, todo esforço de obter-se um bom produto final pode perder-se caso não haja condições próprias. A temperatura ideal de armazenamento é em torno de 18° C e umidade relativa do ar por volta de 65%. Condições abaixo ou acima dessas podem ser prejudiciais ao chocolate.

ALIMENTO

O chocolate, em suas várias formas, constitui-se em notável alimento, além do aspecto e aroma agradáveis. Possui elevado valor calórico, sendo que 100 gramas de chocolate fornecem de 540 a 570 calorias.

Por suas propriedades, o chocolate é mesmo indicado para servir de alimento único em caso de emergência. Por isso mesmo foi largamente utilizado pelos exércitos nos grandes conflitos mundiais.

Nas expedições polares o alimento básico dos exploradores é o chocolate.

CONSUMO

O chocolate é consumido em pó, como bombom, em tabletes, puro ou enriquecido com leite, malte ou vitaminas, com sabor modificado por essências aromáticas, etc. É, assim, oferecido ao público consumidor sob as mais variadas e atraentes formas.

CONCLUSÃO

Longe está o chocolate de ser encarado como simples guloseima. É em verdade, alimento de alto valor energético, de fácil digestibilidade e de agradável paladar. Recomenda-se assim, sua inclusão nas merendas escolares, aconselhando-se também seu uso pelas pessoas em períodos de convalescença. Suas qualidades energéticas são tão importantes que o Grupo Permanente de Mobilização Industrial, das nossas Forças Armadas, elaborou um tipo de ração planejada para os casos de emergência, onde está incluído o tablete de chocolate.

Os Produtos da Sempre jovem PAN foram e são feitos por quem gosta do que faz!

HISTÓRICO DA EMPRESA

A PAN - Produtos Alimentícios Nacionais S/A foi fundada em 1.936 pelos engenheiros Oswaldo Falchero e Aldo Aliberti. Encontra-se localizada na Rua Maranhão, 835 - São Caetano do Sul - SP.

A idéia de fazer uma Indústria de Balas e Chocolates partiu, em dezembro de 1.935, do engenheiro Aldo Aliberti, que motivado por um amigo seu, um mecânico de Máquinas de balas e chocolates, resolveu entrar em outro ramo; pois, a sua experiência era de Indústria de Botões, as Indústrias Aliberti, na mesma São Caetano do Sul.

Decidido em começar a sua Indústria de Balas e Chocolates, chamou o seu cunhado, o engenheiro Oswaldo Falchero, para que o ajudasse neste novo empreendimento, pois não tinha muito tempo disponível e o engenheiro Oswaldo Falchero nesta ocasião, estava estagiando com aquele mecânico, ou seja, já tinha um pouco de conhecimento das máquinas do ramo.

O primeiro passo para a Indústria, foi a compra de um terreno de 4000 metros quadrados, em São Caetano do Sul (onde ainda está instalada a Fábrica), era um terreno baldio, sem água, esgoto, luz, enfim, não havia nenhuma estrutura.

O engenheiro Oswaldo fez o levantamento topográfico e verificou que o terreno possuía um desnível grande. Com ajuda de carroceiros ele aterrou o local e deram início a construção do 1º salão, com 720 metros quadrados, mais ou menos, e respeitadas todas as exigências de Indústria Alimentícia: azulejos brancos, telha de barro, iluminação e etc.

Em 1.936 começaram a fabricar os primeiros produtos com máquinas usadas (Compradas no Rio de Janeiro e São Paulo) e caldeira à vapor para poder cozinhar alguns ingredientes.

As máquinas utilizadas nesta época eram: Refinadeira de granito (as atuais são de aço), Melanjeira para misturar os ingredientes, máquinas de enformar chocolates, as quais eram muito barulhentas e as geladeiras usadas para resfriar o chocolate eram fixas na parede; hoje, a máquina de enformar é totalmente

automatizada, onde as formas já desembocam em túnel de resfriação e, em cerca de vinte minutos o chocolate está pronto para ser desenformado.

As balas eram feitas em tachos, onde o “ponto de bala” era conseguido por confeitadeiras e, depois de pronta a massa, o formato das balas era dado por uma prensa e embrulhadas à mão, uma por uma. Hoje, a massa de bala é feita em enorme tacho à vapor, o formato da bala é dado por máquinas, que estampam a bala e logo em seguida já as embrulha, e são despachadas por uma esteira rolante para serem ensacadas, tudo totalmente automatizado.

No início, os engenheiros contrataram um técnico que possuía bastante experiência no ramo, e foi quem os ajudou significativamente, quanto às dicas de matérias primas, onde comprá-las, processos de fabricação e etc...e, os fundadores selecionavam o que iriam fazer. As matérias primas compradas chegavam na fábrica em caminhões, trens ou até vinham de navio (cacau da Bahia).

Os principais concorrentes da época eram a Gardano, Lacta, Sonksen, Sultana, Dizioli, Rocco e Garoto.

Os primeiros funcionários eram, em sua maioria, imigrantes espanhóis e moradores da redondeza. Os salários eram baixos e não havia encargo social, somente pagava-se férias para os funcionários. Muitas vezes, algumas famílias vinham buscar latas de balas e rótulos para embrulharem nas suas casas, e, recebiam por quantidade de bala embrulhada.

O que marcou muito a **Chocolate PAN**, foi a forma de seu lançamento no mercado: o engenheiro Aliberti e o engenheiro Oswaldo Falchero colocaram um anúncio em um jornal de grande circulação, que um foguete seria lançado para a Lua, mas não disseram mais nada; nem aonde seria; nem quando e por quem. Neste dia, muitas pessoas foram ao Campo de Marte (único Aeroporto de São Paulo) para esperar o tal lançamento, e é lógico, nada aconteceu. No dia seguinte, eles colocaram um outro anúncio dizendo que o foguete eram os produtos da **Chocolate PAN** que estavam chegando ao mercado. Foi daí que surgiu o símbolo da **PAN**, o foguete.

O carro que fazia as entregas também era em formato de um foguete, e fazia muito sucesso por todas as ruas em que ele chegava para descarregar mercadorias. Depois este carro foi substituído por caminhonetes que conservavam um foguete montado em suas capotas. Ainda hoje, existe um foguete que gira no alto do prédio da **Chocolate PAN**, por 24 horas. Durante a noite, ele fica iluminado e piscando uma luz vermelha, onde pode ser visto por

muitos lugares de São Caetano do Sul, apesar de enormes prédios que já invadiram a cidade.

O crescimento da empresa foi se dando gradualmente, o lema de seus fundadores sempre foi “devagar e sempre”, somente depois de 15 anos a empresa se desenvolveu mais, pois já tinha necessidade de maior produção, por conseqüência mais funcionários e máquinas modernas.

Os primeiros produtos da PAN, foram o Cigarrinho, hoje Rolinhos de Chocolate, Bala Paulistinha (inspirada na Revolução Constitucionalista de 1.932), barras de chocolate em formato de peixe, quadrado e charuto, era comum em todas as concorrentes também, composto por uma massa mal refinada e embrulhados em papel alumínio, entre outros.

Outro fato marcante da Chocolate PAN foi um concurso promovido, através de um álbum com figuras astronáuticas (baseadas em Julio Verne), em 1941, e as pessoas encontravam as figurinhas nas Balas Paulistinhas para colarem em seus álbuns, para as pessoas que trouxessem alguma página do álbum preenchida ou até o álbum inteiro, eram dados diversos prêmios. O sucesso foi tão grande que a promoção durou 2 anos e, por isso a PAN precisou aumentar bastante a sua produção de balas.

Por volta de 1.970, a PAN se desenvolveu mais, se automatizando, ampliando a sua linha de produtos e se fortalecendo no mercado. Os seus produtos atuais mais vendidos são: Pão-de-Mel (lançado em 1.945), granulado para doces e bolos, rolinhos de chocolate, bombons, bala de goma, bala paulistinha.

De 85% a 90% da mão de obra empregada pela PAN - considerada uma empresa média do setor e que como filosofia empresarial, não se automatizou totalmente - é constituída de mulheres. Está instalada no ABC, onde a Indústria Automobilística absorveu quase toda a mão-de-obra masculina, o que fez com que a PAN precisasse repensar os seus processos e reestruturar a sua mão-de-obra. Nos 60 anos de existência, a PAN já empregou quase 14.000 funcionários, isso significa que o seu papel na sociedade foi e ainda é de vital importância.

A PAN é uma empresa familiar, onde grande parte da diretoria, entre outros, fazem parte da mesma família, inclusive com aparente envolvimento sentimental. A maior prova desse envolvimento é que grande parte dos funcionários possuem mais de 20 anos de casa, e, um deles, tem 55 anos de PAN. Este funcionário é um dos nossos grandes artistas, ainda contribuindo com a sua experiência, na criação de produtos, com isso ele foi campeão no Concurso de Operário Brasil 1.995. promovido pelo SESI, em São Caetano do Sul; automaticamente ele

concorreu entre os 37 melhores operários de São Paulo, mas infelizmente não foi o escolhido.

A **PAN** possui hoje, um quadro de cerca de 500 funcionários, e, chega a contratar até 150 funcionários para as produções sazonais, como por exemplo na época da produção de Ovos de Páscoa.

Os produtos são dirigidos a todo tipo de público-alvo, desde a classe de baixa renda até a classe alta, incluindo uma linha de produtos dietéticos, para consumo de pessoas diabéticas.

A comercialização dos produtos é feita, na Grande São Paulo, por vendedores praticistas, que são orientados por Supervisores e estes, dirigidos por um Gerente de Vendas. No restante de São Paulo e outros Estados, as vendas são feitas por Distribuidores e Representantes Comerciais.

As entregas são feitas, desde o início, por frota de caminhões e furgões próprios e, desde 1.990, as entregas foram terceirizadas, na sua maioria, pelos seus melhores motoristas antigos, restando atualmente, poucos carros próprios.

Desde o início até os dias atuais, a empresa tem como Diretor Presidente, o fundador engenheiro Oswaldo Falchero. Desde 1.962, ocupa o cargo de Diretor Superintendente o Sr. Luiz Rodrigues Neves, desde 1.968, ocupa o cargo de Diretor Administrativo o Sr. Silvio Roberto Daidone, desde 1.973, o cargo de Diretor Industrial é ocupado pelo engenheiro Carlos Alberto de Oliveira e, finalmente, desde 1.975, ocupa o cargo de Diretor de Marketing, o Sr. Osmar Luiz Molezini.

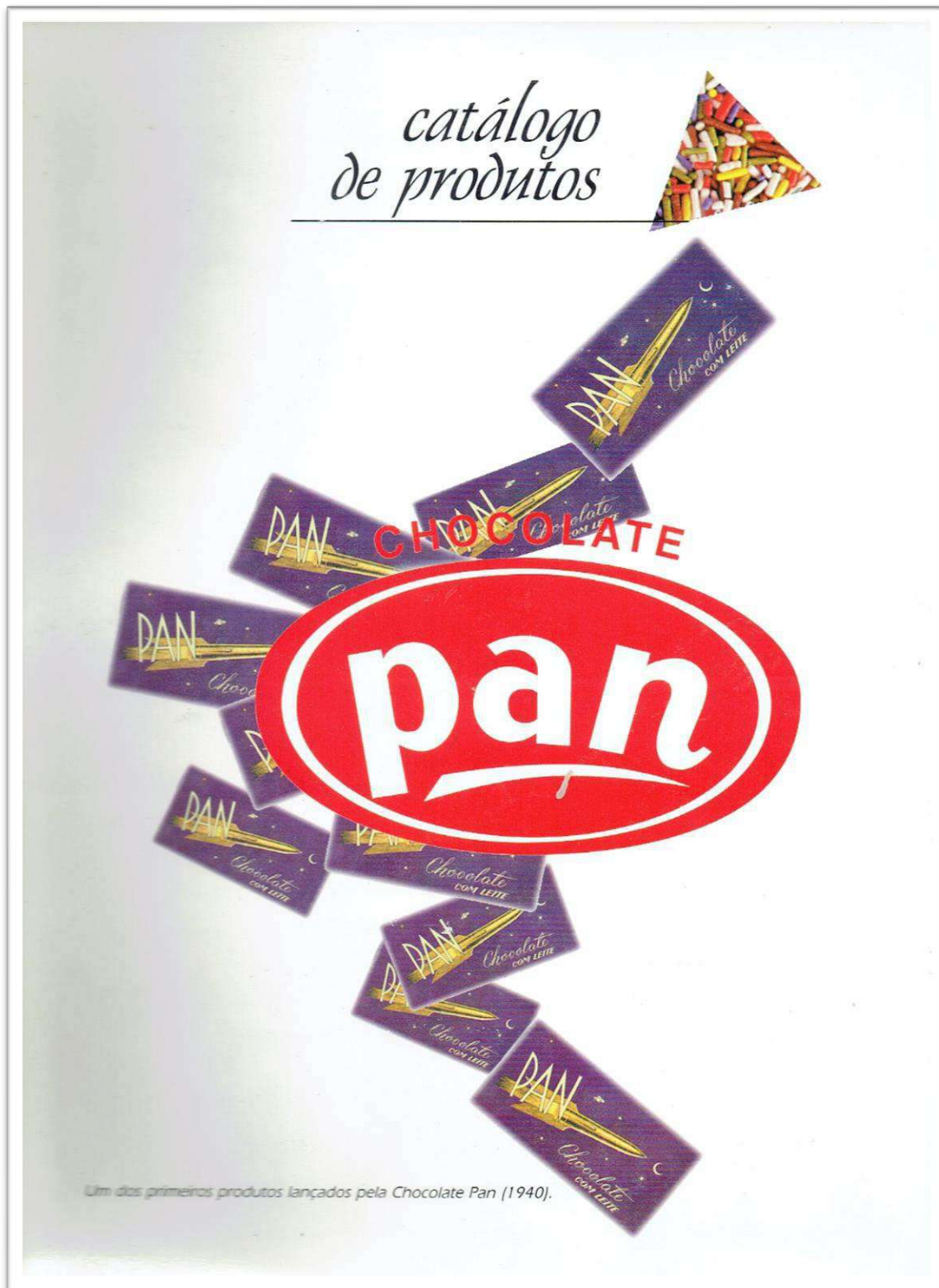
Essa continuidade permite que a **CHOCOLATE PAN** nunca perca a sua tradição de empresa estável, sólida e séria, continuando a produzir com qualidade os seus produtos conhecidos por 60 anos.



ANEXOS



ANEXO IV – CATÁLOGO DE PRODUTOS PAN I





1131
1135

2145-10

1156-00

1146-06

1142

1116



embalagens
p/ presentes



3216



3239



3227



3225



embalagens
p/ presentes



3220



3207



3215



*Carquinha
de waffer super
crocante coberta
com chocolate Pan,
recheado com
delicioso creme
de chocolate
com avelãs...*



6702



enformados



1331



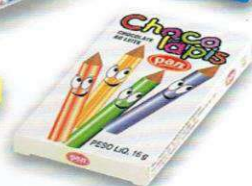
1508



chocolate ao
leite chocolápis



8901



1360-12



rolinhos de chocolate ao leite



1322



1344



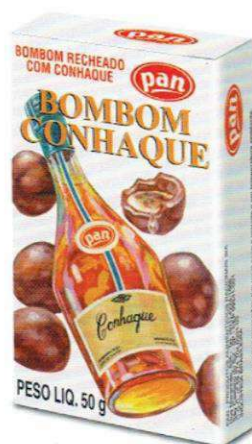
drageados
c/ chocolate



8812



8912



1112



Dietéticos



1299



8122



8120



8123



8121





3703
3709

granulados
p/cobertura



3705



3706
3717





1803



1811





2231-16

2104

2201

2106



gomas



2517



2512



2519





2642

5150

9709

CHOCOLATE
pan



moedas de
chocolate



1350



1352



1349



granulados
de açúcar

2603



2607





3812

embalagens
p/ sm
drageados
com chocolate



3167



3912





embalagens
p/ sm

9120

9121

9122

9123





1604

1302

1310

1316



embalagens
p/ sim
e pasta de
amendoim



1362

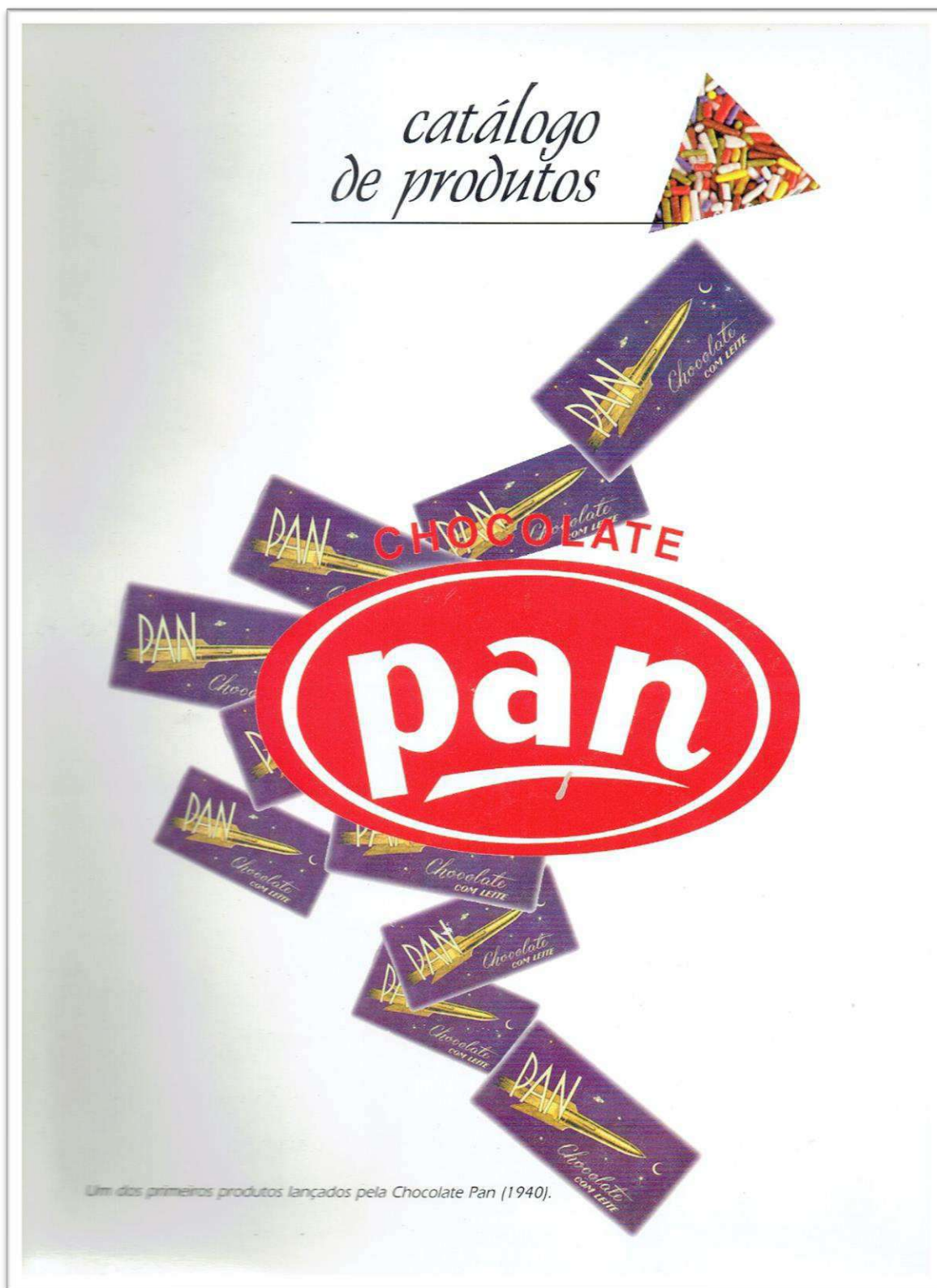


1320



4101





ANEXOS



ANEXO V – CATÁLOGO DE PRODUTOS PAN II



DESDE  1935



GRANULADOS
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Granulado Sc 80g	3703	789 60625 3702-7	CAIXA COM 20 UNI.	8 789 60625 3702-3	1806.90.00	17.009.00
Granulado Sc 150g	3724	789 60625 3708-9	CAIXA COM 24 UNI.	7 789 60625 3708-8	1806.90.00	17.009.00
Granulado Sc 500g	3706	789 60625 7706-1	CAIXA COM 10 UNI.	4 789 60625 7706-9	1806.90.00	17.009.00
Granulado Sc 1,01kg	3726	789 60625 3701-0	CAIXA COM 06 UNI.	3 789 60625 3701-1	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
 /chocolatepanoficial  @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br



TABLETES DIET 30g

Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	EAN 13 DISPLAY	CLASS. FISCAL	CEST
Choc. Diet ao Leite	1299	789 60625 1601-5	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 1299-4	1806.32.10	17.003.00
Choc. Diet Avelã	8121	789 60625 3121-6	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 8121-1	1806.32.10	17.003.00
Choc. Diet Castanha Cajú	8120	789 60625 3120-9	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 8120-4	1806.32.10	17.003.00



TABLETES DIET 30g SM

Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Choc. Diet ao Leite Cj c/2	1604	789 60625 1602-2	CAIXA COM 24 UNI.	4 789 60625 1602-0	1806.32.10	17.003.00
Choc. Diet Avelã Cj c/2	9121	789 60625 7121-2	CAIXA COM 24 UNI.	4 789 60625 7121-0	1806.32.10	17.003.00
Choc. Diet Cajú Cj c/2	9120	789 60625 7120-5	CAIXA COM 24 UNI.	4 789 60625 7120-3	1806.32.10	17.003.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200

[/chocolatepanoficial](https://www.facebook.com/chocolatepanoficial) [@oficial_chocolatepan](https://www.instagram.com/oficial_chocolatepan)

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935









MOEDAS

Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN T4	CLASS. FISCAL	CEST
Moedas de Chocolate 350g	2350	789 60625 2350-1	DISPLAY DE 350G	-	1806.90.00	17.009.00
Moedas de Chocolate 830g	1350	789 60625 1350-2	DISPLAY DE 830G	-	1806.90.00	17.009.00
Moedas de Chocolate Sc 40g	1352	789 60625 1351-9	CAIXA COM 20 UNI.	8 789 60625 1351-5	1806.90.00	17.009.00
Moedas de Chocolate Sc 80g	1349	789 60625 1353-3	CAIXA COM 20 UNI.	8 789 60625 1353-9	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200

 /chocolatepanoficial
  @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



TABLETES 30g
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. UNI.	EAN 13 UNI.	EMBALAGEM	CÓD. CAIXA	EAN 13 CAIXA	CLASS. FISCAL	CEST
Tablete Choc. Amargo 70% Cacao 30g	7665	789 60625 7665-1	CAIXA COM 12 UNI.	4665	789 60625 4665-4	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate Meio Amargo 30g	7642	789 60625 7642-2	CAIXA COM 12 UNI.	4642	789 60625 4642-5	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate ao Leite 30g	7688	789 60625 7688-0	CAIXA COM 12 UNI.	4688	789 60625 4688-3	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate com Avelã 30g	7677	789 60625 7677-4	CAIXA COM 12 UNI.	4677	789 60625 4677-7	1806.90.00	17.009.00
Tab. Choc. Dietas de Rest. Lactose 30g	7654	789 60625 7654-5	CAIXA COM 12 UNI.	4654	789 60625 4654-8	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200

 /chocolatepanoficial
  @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



BOMBOM
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	COD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
BB de Cereja ao Licor 1Kg	1135	789 60625 1135-5	CAIXA 1 KG	-	1806.90.00	17.009.00
Pote BB de Cereja ao Licor 500g	6207	789 60625 6207-4	-	-	1806.90.00	17.009.00
Pote BB de Morango ao Licor 500g	6215	789 60625 6215-9	-	-	1806.90.00	17.009.00
Pote BB Trufado 500g	6239	789 60625 6239-5	-	-	1806.90.00	17.009.00
Coração BB Cereja ao Licor 200g	1122	789 60625 1122-5	-	-	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
[f /chocolatepanoficial](https://www.facebook.com/chocolatepanoficial) [@oficial_chocolatepan](https://www.instagram.com/oficial_chocolatepan)

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



PÃO DE MEL
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Pão de Mel Caixa 1Kg	3401	789 60625 3401-9	CAIXA 1 KG	-	1905.90.20	17.061.00
Pão de Mel 100g	3409	789 60625 3408-8	CAIXA COM 20 UNI.	8 789 60625 3408-4	1905.90.20	17.061.00
Pão de Mel 200g	8722	789 60625 3722-5	CAIXA COM 20 UNI.	8 789 60625 3722-1	1905.90.20	17.061.00
Pão de Mel 400g	3441	789 60625 7440-4	CAIXA COM 12 UNI.	5 789 60625 7440-9	1905.90.20	17.061.00
Mini Pão de Mel 80g	8473	789 60625 3473-6	CAIXA COM 24 UNI.	6 789 60625 3473-8	1905.90.20	17.061.00
Pão de Mel Emb. Individual	3471	789 60625 3471-2	SACO 1KG	-	1905.90.20	17.061.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
 /chocolatepanoficial  @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



POP PAN
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Pop Pan Sc.80g	8345	789 60625 3310-4	SACO COM 12 UNI.	1 789 60625 3310-1	1904.90.00	17.030.00
Pop Pan Sc.80g	8315	789 60625 3310-4	CAIXA COM 24 UNI.	5 789 60625 3308-6	1904.90.00	17.030.00
Pop Pan Sc.80g	8308	789 60625 3310-4	CAIXA COM 48 UNI.	6 789 60625 3308-3	1904.90.00	17.030.00
Pop Pan Sc.35g	8335	789 60625 8335-2	DISPLAY COM 10 UNI.	-	1904.90.00	17.030.00
Pop Pan Copo 150g	8555	789 60625 7555-5	CAIXA COM 12 UNI.	1 789 60625 7555-2	1904.90.00	17.030.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
[f /chocolatepanoficial](https://www.facebook.com/chocolatepanoficial) [@oficial_chocolatepan](https://www.instagram.com/oficial_chocolatepan)

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



TABLETES 30g
 especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. UNI.	EAN 13 UNI.	EMBALAGEM	CÓD. CAIXA	EAN 13 CAIXA	CLASS. FISCAL	CEST
Tablete Choc. Amargo 70% Cacao 30g	7665	789 60625 7665-1	CAIXA COM 12 UNI.	4665	789 60625 4665-4	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate Meio Amargo 30g	7642	789 60625 7642-2	CAIXA COM 12 UNI.	4642	789 60625 4642-5	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate ao Leite 30g	7688	789 60625 7688-0	CAIXA COM 12 UNI.	4688	789 60625 4688-3	1806.90.00	17.009.00
Tablete Chocolate com Avelã 30g	7677	789 60625 7677-4	CAIXA COM 12 UNI.	4677	789 60625 4677-7	1806.90.00	17.009.00
Tab. Choc. Dietas de Rest. Lactose 30g	7654	789 60625 7654-5	CAIXA COM 12 UNI.	4654	789 60625 4654-8	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
[/chocolatepanoficial](https://www.facebook.com/chocolatepanoficial) [@oficial_chocolatepan](https://www.instagram.com/oficial_chocolatepan)

www.chocolatepan.com.br

DESDE  1935



AMENDOIM
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Pasta de Amendoim 1kg	4101	789 60625 1101-0	CAIXA COM 04 UNI.	2 789 60625 1101-4	2007.99.90	17.094.00
Creme de Amendoim 180g	4375	789 60625 1375-5	CAIXA COM 12 UNI.	6 789 60625 1375-7	2007.99.90	17.094.00
Paçoca coberta c/ chocolate 120g	3312	789 60625 3390-6	CAIXA COM 12 UNI.	1 789 60625 3390-3	2008.11.00	17.099.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
 /chocolatepanoficial  @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br

DESDE 1935

PICOLINO
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Goma Sortida Citrica Sc 150g	2562	789 60625 7562-3	CAIXA COM 24 UNI.	1 789 60625 7562-0	1704.90.20	17.008.00
Goma Morango Sc 150g	2517	789 60625 2504-8	CAIXA COM 24 UNI.	1 789 60625 2504-5	1704.90.20	17.008.00
Goma Picolino Sortidos Sc 150g	2512	789 60625 2502-4	CAIXA COM 24 UNI.	1 789 60625 2502-1	1704.90.20	17.008.00
Goma Sortida Citrica Sc 50g	2554	789 60625 7554-8	CAIXA COM 30 UNI.	1 789 60625 7554-5	1704.90.20	17.008.00
Goma Morango Sc 50g	2552	789 60625 7552-4	CAIXA COM 30 UNI.	1 789 60625 7552-1	1704.90.20	17.008.00
Goma Picolino Sortidos Sc 50g	2553	789 60625 7553-1	CAIXA COM 30 UNI.	1 789 60625 7553-8	1704.90.20	17.008.00

CHOCOTOFE
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
BB Chocotofe Sc 140g	2145	789 60625 7145-8	CAIXA COM 24 UNI.	6 789 60625 7145-0	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
 /chocolatepanoficial @oficial_chocolatepan

www.chocolatepan.com.br

DESDE 1935

CHOCOLAPIS
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13	EMBALAGEM	DUN 14	CLASS. FISCAL	CEST
Chocolapis 16g	1306	789 60625 1361-8	DISPLAY COM 20 UNI.	-	1806.90.00	17.009.00

DRAGEADOS
Especificações do Produto

DESC. DO PRODUTO	CÓD. PRODUTO	EAN 13 UNI.	EMBALAGEM	EAN 13 DISPLAY	CLASS. FISCAL	CEST
BB Conhaque 50g	1112	789 60625 7167-0	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 1112-6	1806.90.00	17.009.00
Passas Coberta c/ Chocolate 50g	8812	789 60625 7812-9	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 8812-8	1806.90.00	17.009.00
Past Choc Dragee Petit 50g	8912	789 60625 7912-6	DISPLAY COM 12 UNI.	789 60625 8912-5	1806.90.00	17.009.00
BB Conhaque 50g	1161	789 60625 7167-0	DISPLAY COM 10 UNI.	789 60625 1161-4	1806.90.00	17.009.00
Passas Coberta c/ Chocolate 50g	8861	789 60625 7812-9	DISPLAY COM 10 UNI.	789 60625 8861-6	1806.90.00	17.009.00

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A
 RUA MARANHÃO, 835 | SÃO CAETANO DO SUL | SP | CEP: 09541-001 | TEL 11 4223-4200
[/chocolatepanoficial](https://www.facebook.com/chocolatepanoficial) [@oficial_chocolatepan](https://www.instagram.com/oficial_chocolatepan)

www.chocolatepan.com.br



www.chocolatepan.com.br

DESDE



1935

PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A.
RUA MARANHÃO, 835 • SÃO CAETANO DO SUL • SP
CEP: 09541-001 • TEL 11 4223-4200



ANEXOS



ANEXO VI – MATERIAL PUBLICITÁRIO HISTÓRICO PAN

Pan desde 1935

Sabor e gosto da minha infância.



Os primeiros produtos da Pan saíram (1935) na linha tradicional mas tiveram um lançamento sui-generis, com intensa propaganda de que seria lançado um foguete à Lua. Segundo consta muitas pessoas teriam ido até ao Campo de Marte na cidade de São Paulo, onde se supõe que aconteceria o evento. E justamente dentro do contexto científico abrangente da astronomia, astronáutica e teorias modernas resultou na imagem do foguete à marca Pan.

Pan desde 1935

Sabor e gosto da minha infância.



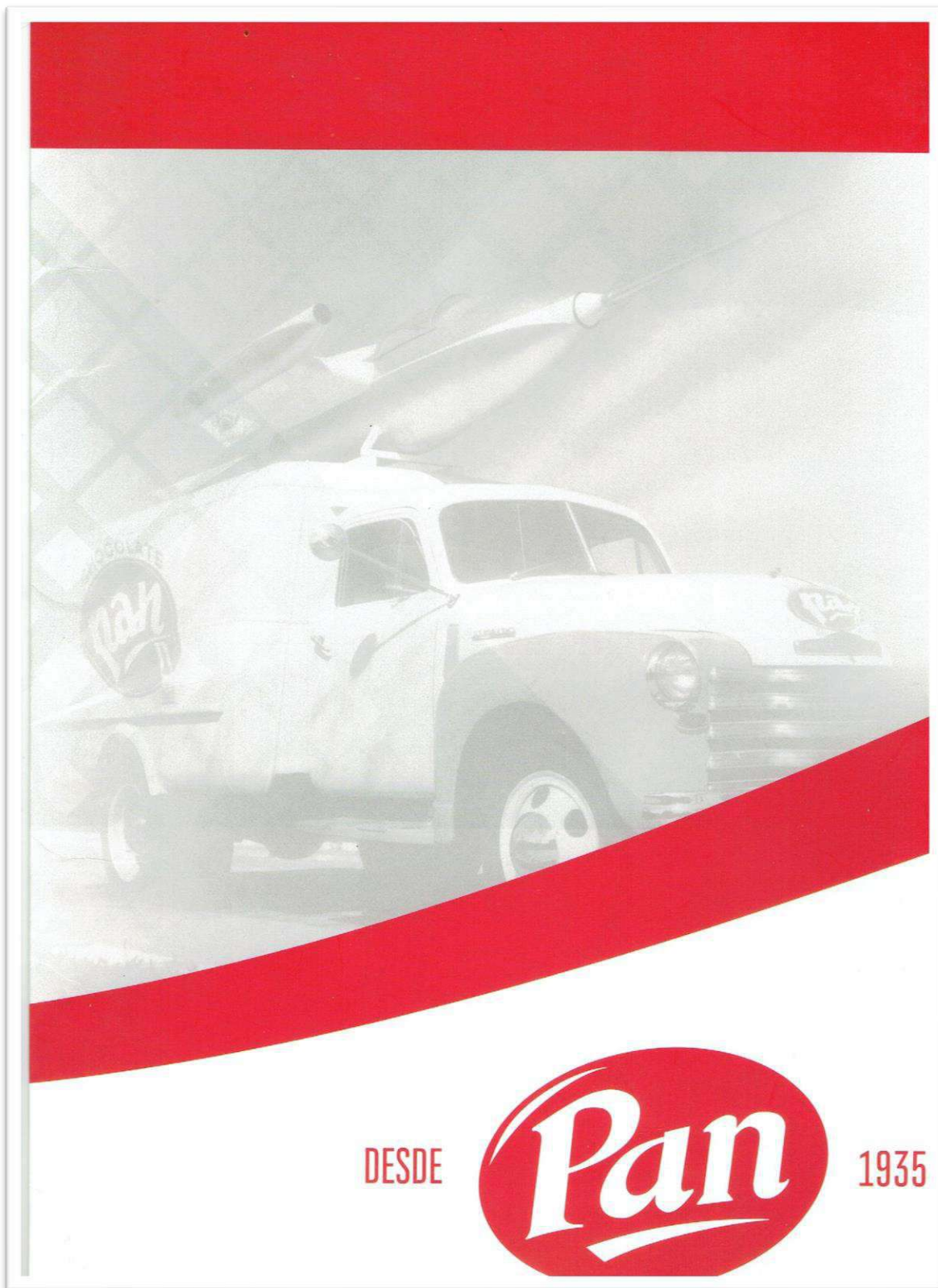
Os primeiros produtos da Pan saíram (1935) na linha tradicional mas tiveram um lançamento sui-generis, com intensa propaganda de que seria lançado um foguete à Lua. Segundo consta muitas pessoas teriam ido até ao Campo de Marte na cidade de São Paulo, onde se supõe que aconteceria o evento. E justamente dentro do contexto científico abrangente da astronomia, astronáutica e teorias modernas resultou na imagem do foguete à marca Pan.

Sabor e gosto da minha infância.

Os primeiros produtos da Pan saíram (1935) na linha tradicional mas tiveram um lançamento sui-generis, com intensa propaganda de que seria lançado um foguete à Lua. Segundo consta muitas pessoas teriam ido até ao Campo de Marte, na cidade de São Paulo, onde se supõe que aconteceria o evento. E justamente dentro do contexto científico abrangente da astronomia, astronáutica, teoria modernas foi a origem do foguete à imagem da Chocolate Pan.

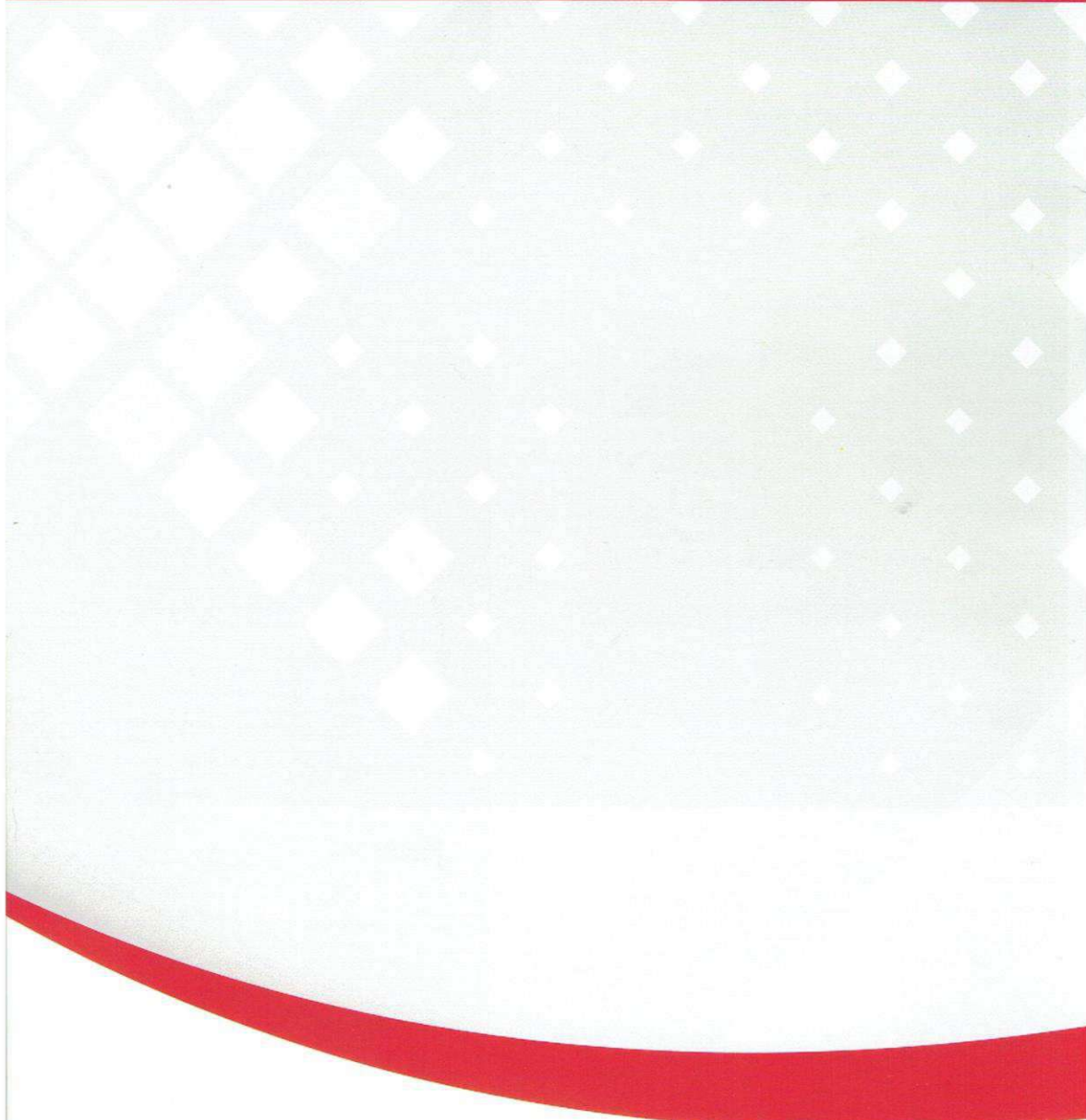


Pan desde 1935





www.chocolatepan.com.br



PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A.
RUA MARANHÃO, 835 • SÃO CAETANO DO SUL • SP
CEP: 09541-001 • TEL 11 4223-4200

ANEXOS



ANEXO VII – MATERIAL PUBLICITÁRIO PAN DE PÁSCOA



Uma Páscoa cheia de surpresas

A Pan está trazendo muitas novidades para você e seus clientes.
 Os ovos de Páscoa Pan estão de cara nova, com embalagens muito mais atraentes e modernas. Mas não foi só o visual que mudou, o chocolate também ganhou mais sabor, deixando os ovos ainda mais gostosos.
 E as novidades não param por aí. Para cativar a criançada a Pan está lançando com exclusividade o ovo do Horácio, personagem da Maurício de Souza Produções, que vem com um brinquedo.
 Todas essas inovações serão apresentadas por um simpático coelhinho, que promete muita alegria para os seus clientes e mais lucros para você.



Chocolate ao Leite com bombons
Nº 45 - 450g
Cód.: 5045



Chocolate ao Leite Nº 05 - 50g
Cód.: 5005



Chocolate ao Leite com bombons
Nº 35 - 340g
Cód.: 5035



Chocolate ao Leite com bombons
Nº 10 - 100g
Cód.: 5010



Chocolate ao Leite com bombons
Nº 24 - 220g
Cód.: 5024



EXCLUSIVIDADE
Chocolate ao Leite com brinquedo
Nº 23 - 180g
Cód.: 5023

Chocolate Diet





Chocolate ao Leite com bombons
N° 45 - 450g
Cód.: 5045



Chocolate ao Leite com bombons
N° 35 - 340g
Cód.: 5035



Chocolate ao Leite com bombons
N° 10 - 100g
Cód.: 5010



Chocolate ao Leite com bombons
N° 24 - 220g
Cód.: 5024



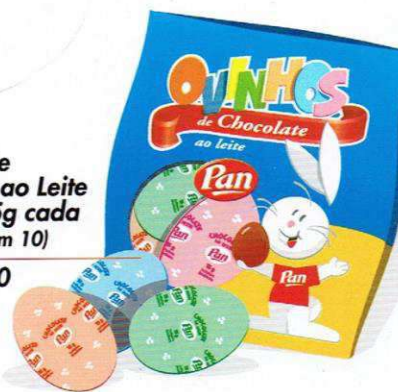
EXCLUSIVIDADE
Chocolate ao Leite com brinquedo
N° 23 - 180g
Cód.: 5023



Chocolate Diet ao Leite
N° 25 - 200g
Cód.: 5025



Chocolate Diet Avelã
N° 29 - 200g
Cód.: 5029



Ovinhos de Chocolate ao Leite
N° 07 - 15g cada
(saquinho com 10)
Cód.: 5710

Chocolate ao Leite com bombons
N° 85 - 800g
Cód.: 5085



	Nº	Código	Código de Barras	Peso g	Embalagem
LINHA NORMAIS	05	5005	7896062560056	50	Cx. c/24
	10	5010	7896062560100	100	Cx. c/24
	24	5024	7896062560247	220	Cx. c/12
	35	5035	7896062560353	340	Cx. c/8
	45	5045	7896062560452	450	Cx. c/8
	85	5085	7896062560858	800	Cx. c/4
LINHA ESPECIAIS	07	5710	7896062567109	150	10 Ovos nº 7 - Cx. c/12
	23	5023	7896062560230	180	Ovo Horácio - Cx. c/12
	25	5025	7896062560254	200	Dietético ao Leite - Cx. c/6
	29	5029	7896062560292	200	Dietético com Avelã - Cx. c/6
	250	5250	7896062552501	2500	Chocolate ao Leite - Unidade

VEJA O APOIO QUE VOCÊ TERÁ NO PONTO DE VENDA



Indicador de preço

Testeira para parreira



Papel decorativo



Pan Produtos Alimentícios Nacionais S.A.
 Rua Maranhão, 835 - CEP 09541-001
 São Caetano do Sul - SP - Brasil
 Tel.: (11) 4224-1666 - Fax.: (11) 4221-1822
 chocolatepan@uol.com.br - www.chocolatepan.com.br

ANEXOS



ANEXO VIII – REGISTROS PAN NO I.N.P.I.

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação









Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
 Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:22:49)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
002877600	06/01/1939	 GOLIAS PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003251047	02/02/1940	 TORNEIO	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003372472	17/12/1941	 TYROLESA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003447596	30/03/1942	 BALILLA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003539725	16/07/1942	 MIRIM	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	32 : 10
005009111	16/07/1942	 MIRIM	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002067285	21/12/1942	 PAULISTINHA	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002109808	17/02/1943	 DELICIOSO	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002289180	14/03/1944	 CRIC CRAC PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002451557	12/10/1944	 PAULISTINHA PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002592797	19/03/1945	 MEU BEM	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003573265	18/08/1947	 PAULISTINHA	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002826054	27/10/1947	 GOSTOSONA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003428532	27/10/1947	 POMPADOUR	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002301806	21/03/1949	 PSIU	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002454980	14/04/1950	 BRIDGE	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

002862263	20/06/1952	 DISCO VOADOR		Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002183102	09/07/1953	 SERTANEJO		Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003236692	24/05/1954	 PICOLINO		Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003503470	31/05/1954	 POMPADOUR		Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

Páginas de Resultados:

[1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7-Próxima»](#)

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços



































Legislação




Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:25:05)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **2** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
002025981	10/06/1954	 CHOCOALVO	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003253619	25/04/1956	 D. QUICHOTE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002288168	13/06/1956	 CHOCOTOFFEE	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003469123	09/05/1957	 TROVADOR	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003576779	14/08/1957	 POMONA	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002635879	01/11/1957	 CHU-COLA-PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
002264510	27/01/1959	 CHOCOPAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002232200	27/08/1959	 TV	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
003161293	14/09/1959	 ZOOPAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
006660002	03/11/1959	 BIG-B	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
002423740	17/11/1959	 JARAGUA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002423731	22/11/1959	 PETIT-PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002423898	05/12/1959	 NANA	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002423910	05/12/1959	 CIGANINHA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002624230	30/12/1959	 ASTRONAVE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
002372479	16/02/1960	 PLANETA	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002358727	14/04/1960	 PAULISTINHA PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

003014088	19/05/1960	 PAN	×	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002485656	10/06/1960	 MAGESTIC	×	Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003090620	15/09/1960	 DISCO VOADOR	×	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

Páginas de Resultados:
[«Anterior- 1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7-Próxima»](#)

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADA.

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais










Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (28/03/2023 às 16:25:49)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **3** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
002572311	18/08/1961	 SERTANEJO	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
003530507	31/08/1961	 CROCANTE PAN-AMERICANO	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003683150	06/11/1961	 GOTA DE MEL	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
005000424	19/04/1962	 PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002719711	05/05/1962	 PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
004046951	22/10/1962	 POMONA PAN	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003656500	19/11/1962	 PAN CHOCOLATE AO LEITE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
006401163	08/04/1963	 LICORETE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
004021720	15/05/1964	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
004036042	08/06/1964	 LICORETE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
004094891	21/08/1964	 PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
003411656	17/08/1966	 PAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	32 : 99
003411621	24/02/1967	 ICARO	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
003548708	28/07/1967	 ZODIACO	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003572994	18/09/1967	 TUPAN	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
003742270	27/06/1968	 PAN-BOMBONS COM CONHAQUE	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
007538537	01/08/1969	 BRIDGE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	32 : 10
007538545	01/08/1969	 BRIDGE	 Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

609508679 06/08/1969 **N** **PALMARES**

X Extinto PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONALIS S A 30 : 10

006502750 10/10/1969 **N** **VERANEIO**

Registro de marca em vigor **R** PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONALIS S A 33 : 10

Páginas de Resultados:
«Anterior- 1 | 2 | **3** | 4 | 5 | 6 | 7-Próxima»

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADA.

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

























Legislação

Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:26:27)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **4** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
004012690	26/12/1969	 ASTRONAUTA	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
004091329	07/01/1971	 CHOCOPAN	✗ Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
007110200	30/07/1973	 FLORINA	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
730157091	10/08/1973	 BIG BOSS	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
730226913	08/11/1973	 XUA	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
740121405	01/07/1974	 BIG BOY	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
006394353	04/12/1974	 CHOCOPO	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
006524923	18/12/1975	 CHOCOMAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
760283532	29/10/1976	 XUÁ	 Aguardando exame de petição de prorrogação (registro de marca em vigor)	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
770066135	17/03/1977	 VOLARE	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
770258808	16/09/1977	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	40 : 15
006874762	27/10/1977	 PAN	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 99
780123026	02/05/1978	 DIETAPAN	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
006997333	27/07/1978	 PAN CHOCOTOFÉ	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
002150930	05/11/1978	 BALLERINA	✗ Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
007129459	15/02/1979	 GOTA DE MEL	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
790088371	05/04/1979	 PAN	✗ Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
007160836	19/04/1979	 PAN	✗ Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
007201842	25/06/1979	 ONDA	✗ Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30

800012453 24/01/1980  **AMENDOILEITE**

 Extinto

PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS
NACIONAIS S A

33 : 10

Páginas de Resultados:
«Anterior- 1 | 2 | 3 | **4** | 5 | 6 | 7-Próxima»

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:27:14)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **5** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
810010011	15/01/1981	DIEPAN	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
810062437	16/03/1981	PAN-XUA	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
810994690	21/10/1982	PAN	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
810994739	21/10/1982	PAN	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
811113787	17/03/1983	ROLINHO	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
811252035	01/08/1983	BIG	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
811252469	01/08/1983	BIG	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
811275442	22/08/1983	MENTA-PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
811304159	19/09/1983	PAN	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
812888146	26/09/1986	CHOCOLAPIS	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814080812	28/01/1988	GATINHA	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814080820	28/01/1988	AS DE OURO	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814080839	28/01/1988	BIG-BEN	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814531210	18/10/1988	OLD MAIL	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814531229	18/10/1988	LUCKY SPIKE	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814531237	18/10/1988	OLD COLT	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814531245	18/10/1988	KIND	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
814531253	18/10/1988	WEST-FIELD	Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
816181721	07/05/1991	BRIDGE PAN BRIDGE BRIDGE PAN	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
816942595	08/10/1992	CHOCOPÓ	Extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10

Páginas de Resultados:

«Anterior- 1 | 2 | 3 | 4 | **5** | 6 | 7-Próxima»

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços







































Legislação


Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
 Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:27:51)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **6** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
817140247	04/03/1993	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
817142231	08/03/1993	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	05 : 50
817904697	29/06/1994	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
817904700	29/06/1994	 BIG BEN	 Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
819168904	29/03/1996	 CHOCOFESTA	 Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
819348996	12/07/1996	 UMBRELLA	 Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
819722413	21/02/1997	 CHOCOLAPIS PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
820190780	08/09/1997	 PAN	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
821505050	19/03/1999	 PAN CHOCOLATE AO LEITE	 Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	33 : 10
821902261	13/08/1999	 BABY PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
821964593	01/09/1999	 CHOCOTOFE PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
823712745	10/09/2001	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 05
823712753	10/09/2001	 PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
823712761	10/09/2001	 PAN COOKING	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 05
823712770	10/09/2001	 PAN COOKING	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
823712788	10/09/2001	 NOBREAK	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116330	19/10/2001	 TYROLESA	 Arquivado	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116348	19/10/2001	 BRIDGE	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116356	19/10/2001	 CRIC CRAC PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30

824116364 19/10/2001  **MIRIM**



Registro
de marca
em vigor

PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS
NACIONAIS S A

NCL(7) 30

Páginas de Resultados:

[«Anterior- 1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | **[6](#)** | [7-Próxima»](#)

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação




Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
 Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[[Início](#) | [Ajuda?](#)]» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]**RESULTADO DA PESQUISA** (28/03/2023 às 16:51:21)Foram encontrados **140** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **7** de **7**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
824116372	19/10/2001	N MAJESTIC	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116380	19/10/2001	N NANÁ	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116399	19/10/2001	N PETIT-PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116429	19/10/2001	N POMONA PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824116437	19/10/2001	N BALILA	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(7) 30
824582799	09/05/2002	M CHOCOLATERIA PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 35
825842034	29/09/2003	M BOMBONS TRUFFLES PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
825932823	18/11/2003	M POP PAN PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
825997070	09/12/2003	M BOMBONS GIANDUIA PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
825997089	09/12/2003	M MOEDAS DE CHOCOLATE AO LEITE PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
825997097	09/12/2003	M MOEDAS DE CHOCOLATE AO LEITE PAN	Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
826584837	11/08/2004	N BEIJO ROUBADO	Registro de	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30

			marca extinto		
827512910	06/07/2005	 PAN BIG	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(8) 30
829461043	19/12/2007	 POP PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(9) 30
829461027	19/12/2007	 -	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(9) 30
829461035	19/12/2007	 POP PAN	 Registro de marca extinto	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A	NCL(9) 30
910073643	01/10/2015	 POP PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	NCL(10) 30
910297142	19/11/2015	 POP PAN!	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	NCL(10) 30
910657661	22/02/2016	 PANBALL	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	NCL(10) 30
914801376	05/06/2018	 PAN FLOC PAN	 Registro de marca em vigor	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	NCL(11) 30

Páginas de Resultados:

[«Anterior- 1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7](#)

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **821902261**
 Marca: BABY PAN
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	CHOCOLATE.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
13/08/1999	02/09/2003	02/09/2023

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	03/09/2022	03/09/2023
Fim	02/09/2023	02/03/2024

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800130173196	26/08/2013	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2359	22/03/2016	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800130173196 (26/08/2013) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1704	02/09/2003	400	-	-	
1685	22/04/2003	295	-	-	INDEFERIMENTO PUBLICADO NA RPI 1681, DE 25/03/2003, PARA REEXAME DA MATÉRIA.
1685	22/04/2003	353	-	-	
1681	25/03/2003	100	-	-	INCISO XIX DO ART. 124 DA LPI REGS. 005000424, 007160836, 817140247 E 817904697.
1501	13/10/1999	003	-	-	

Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	825997070						
Marca:	BOMBONS GIANDUIA PAN						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Apostila :	SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DOS ELEMENTOS "BOMBONS" E "GIAN...						
Classificação de Produtos / Serviços							
Classe de Nice	Situação da Classe		Especificação				
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo		BOMBONS				
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
4	8.1.19	Chocolate, produtos de confeitaria					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REG DE MARCAS E PATENTES SC LTDA						
Datas							
Data de Depósito		Data de Concessão		Data de Vigência			
09/12/2003		17/07/2007		17/07/2027			
Prazos para prorrogação de registro de marca							
		Prazo Ordinário		Prazo Extraordinário			
Início	18/07/2026		18/07/2027				
Fim	17/07/2027		17/01/2028				
Petições 							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
	800170225320	12/07/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
	800070117215	29/06/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
	800070117215	29/06/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações 							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2432	15/08/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170225320 (12/07/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena		
1906	17/07/2007	400	-	-			
1899	29/05/2007	351	-	-			
1723	13/01/2004	003	-	-			

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **825842034**

Marca: BOMBONS TRUFFLES PAN



Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto

Apostila : SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DAS PALAVRAS "BOMBONS" E "TRUF..."

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	CHOCOLATES, BOMBONS, TRUFAS.

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	26.1.1	Círculos
4	26.4.1	Quadrados

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG DE MARCAS E PATENTES SC LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
29/09/2003	12/06/2007	12/06/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	13/06/2026	13/06/2027
Fim	12/06/2027	12/12/2027

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170179304	07/06/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070093784	28/05/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070093784	28/05/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018030035452	29/09/2003	-	848	DIRMA/GABINETE	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2426	04/07/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170179304 (07/06/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1901	12/06/2007	400	-	-	
1896	08/05/2007	351	-	-	
1713	04/11/2003	003	-	-	

Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

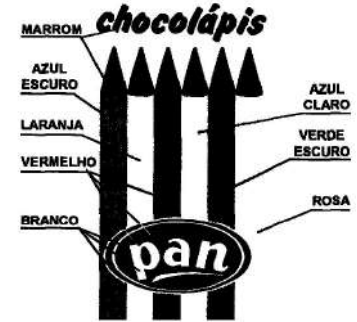
Nº do Processo: **819722413**

Marca: CHOCOLAPIS PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	BOMBONS, CONFEITOS, CHOCOLATE, DOCES, PASTILHAS, WAFFER.

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	25.7.1	Superfícies ou fundos cobertos com figuras ou desenhos geométricos repetidos
4	25.7.25	Superfícies ou fundos cobertos com outros elementos figurativos repetidos

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
21/02/1997	28/02/2001	28/02/2031

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	01/03/2030	01/03/2031
Fim	28/02/2031	28/08/2031

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800210062931	25/02/2021	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800100050346	09/04/2010	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?


RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2622	06/04/2021	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800210062931 (25/02/2021) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA
2139	03/01/2012	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1573	28/02/2001	400	-	-	
1551	26/09/2000	353	-	-	
1445	01/09/1998	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADD.

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura]							
Marca							
Nº do Processo:	812888146						
Marca:	CHOCOLAPIS						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
26/09/1986	05/06/1990	05/06/2030					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Início	06/06/2029	06/06/2030					
Fim	05/06/2030	05/12/2030					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800200183851	05/06/2020	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800100063624	06/05/2010	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2583	07/07/2020	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800200183851 (05/06/2020) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA		
2145	14/02/2012	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1502	19/10/1999	990	-	-			
1021	05/06/1990	400	-	-	INT. SUL AMERICA		
1013	10/04/1990	250	-	-	INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA		
996	21/11/1989	350	-	-	INT. SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA		
895	15/12/1987	205	-	-			
879	25/08/1987	300	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **824582799**

Marca: CHOCOLATERIA PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Serviço

Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA "CHOCOLATERIA".



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 35	Vide Situação do Processo	COMERCIALIZAÇÃO DE BALAS, BOMBONS, CHOCOLATES E CONFEITOS

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	26.7.1	Círculos ou elipses com um ou mais segmentos e/ou setores de círculos ou elipses

Titulares

Nome
Titular(1): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Nome
Procurador: REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
09/05/2002	24/04/2007	24/04/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	25/04/2026	25/04/2027
Fim	24/04/2027	24/10/2027

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170127300	20/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070019191	07/02/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070019189	07/02/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-



Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170127300 (20/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1894	24/04/2007	400	-	-	
1878	02/01/2007	351	-	-	
1640	11/06/2002	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002264510						
Marca:	CHOCOPAN 						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência					
27/01/1959	27/01/1969	27/01/2029					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	28/01/2028	28/01/2029					
	27/01/2029	27/07/2029					
Petições							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190033502	28/01/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018080071905	19/11/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018080071905	19/11/2008	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2511	19/02/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190033502 (28/01/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA.		
2025	27/10/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1489	20/07/1999	990	-	-			
929	09/08/1988	990	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **821964593**

Marca: CHOCOTOFE PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	CHOCOLATES; BISCOITOS; BOLACHAS; BOMBONS; DOCES.

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	25.5.1	Fundos divididos em dois no sentido vertical

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
01/09/1999	08/06/2004	08/06/2024

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	09/06/2023	09/06/2024
Fim	08/06/2024	08/12/2024

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800140123293	05/06/2014	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?


RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2280	16/09/2014	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800140123293 (05/06/2014) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1744	08/06/2004	400	-	-	
1734	30/03/2004	353	-	-	
1505	09/11/1999	003	-	-	

Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADD.

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002288168						
Marca:	CHOCOTOFFEE						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
13/06/1956	26/01/1960	26/01/2030					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Início	27/01/2029	27/01/2030					
Fim	26/01/2030	26/07/2030					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800200029329	24/01/2020	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800090199046	23/11/2009	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2565	03/03/2020	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800200029329 (24/01/2020) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA		
2105	10/05/2011	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1910	14/08/2007	920	-	-	EXTINÇÃO PUBLICADA NA RPI 1796, DE 07.06.2005, TENDO EM VISTA VIGÊNCIA DO REGISTRO ATÉ 26.01.2010.		
1802	19/07/2005	795	-	-	INCISO I DO ART. 142 DA LPI		
1796	07/06/2005	700	-	-	REQ SOCIETE DES PRODUITS NESTLE SA (CH) PET (SP) 08539, DE 14/03/97 *INT. SUL AMERICA		
1491	03/08/1999	990	-	-	INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA.		
1475	13/04/1999	910	-	-			
1405	04/11/1997	550	-	-			
1008	06/03/1990	990	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
---------------	----------------------------	------------------	-----------------	-------------------	---------------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo: **824116356**
 Marca: CRIC CRAC PAN
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/10/2001	17/04/2007	17/04/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	18/04/2026	18/04/2027
Fim	17/04/2027	17/10/2027

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170122447	17/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037484	12/12/2006	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037483	12/12/2006	-	308	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170122447 (17/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1893	17/04/2007		400	-	
1868	24/10/2006		351	-	
1620	22/01/2002		003	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#) 1/0

Marca

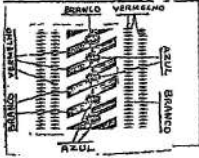
Nº do Processo: **003530507**

Marca: CROCANTE PAN-AMERICANO

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	25.5.1	Fundos divididos em dois no sentido vertical

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
31/08/1961	17/04/1967	17/04/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	18/04/2026	18/04/2027
Fim	17/04/2027	17/10/2027

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170119858	13/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070061807	13/04/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070061807	13/04/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170119858 (13/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1995	31/03/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1361	31/12/1996	990	-	-	* INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
883	22/09/1987	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **811275442**
 Marca: MENTA-PAN
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto
 Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA "MENTA"

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Sub-Classe Nacional
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG DE MARCAS E PAT S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
22/08/1983	12/02/1985	12/02/2025

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	13/02/2024	13/02/2025
Fim	12/02/2025	12/08/2025

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800150027568	03/02/2015	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	020041041146	19/11/2004	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	020040041146	19/11/2004	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2375	12/07/2016	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800150027568 (03/02/2015) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1870	07/11/2006	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1256	27/12/1994	990	-	-	SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA "MENTA" *INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
747	12/02/1985	400	-	-	
728	02/10/1984	250	-	-	

Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------


Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#) 1/0

Marca

Nº do Processo: **825997089**

Marca: MOEDAS DE CHOCOLATE AO LEITE PAN 

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto
Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA EXPRESSÃO "MOEDAS DE CHOCOLA..."

Classificação de Produtos / Serviços		
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	CHOCOLATES

Classificação Internacional de Viena		
Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	12.1.1	Mobiliário

Titulares	
	Nome
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal	
	Nome
Procurador:	REMARCA REG DE MARCAS E PATENTES SC LTDA

Datas			
	Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
	09/12/2003	17/07/2007	17/07/2027


Prazos para prorrogação de registro de marca			
		Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início		18/07/2026	18/07/2027
Fim		17/07/2027	17/01/2028

Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170225325	12/07/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070117216	29/06/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070117216	29/06/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?					
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2432	15/08/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170225325 (12/07/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1906	17/07/2007	400	-	-	
1899	29/05/2007	351	-	-	
1723	13/01/2004	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **817142231**

Marca: PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Sub-Classe Nacional
05	50	Substâncias e produtos correlatos destinados à defesa e à proteção da saúde.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
08/03/1993	31/10/1995	31/10/2025

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	01/11/2024	01/11/2025
Fim	31/10/2025	30/04/2026

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800150256636	01/10/2015	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	020051012144	15/04/2005	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?


RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2378	02/08/2016	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800150256636 (01/10/2015) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A
1903	26/06/2007	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1431	26/05/1998	821	-	-	INT. SUL AMÉRICA.
1346	17/09/1996	510	-	-	REQ. LABORATORIO AMERICANO DE FARMACOTERAPIA S/A (BR/SP) * INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
1300	31/10/1995	400	-	-	* INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
1264	21/02/1995	250	-	-	INT. SUL AMÉRICA M.PATS

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
1236	09/08/1994	350	-	-	*INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES
1209	01/02/1994	205	-	-	OPON. LABORATÓRIO AMERICANO DE FARMACOTERAPIA S/A. (BR/SP) *INT. SUL AMERICA
1180	13/07/1993	300	-	-	INT. SUL AMERICA

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	910657661						
Marca:	PANBALL						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos / Serviços							
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação					
NCL(10) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	Carlos de Lena						
Datas							
Data de Depósito		Data de Concessão		Data de Vigência ?			
22/02/2016		20/03/2018		20/03/2028			
Prazos para prorrogação de registro de marca							
		Prazo Ordinário		Prazo Extraordinário			
Início	21/03/2027		21/03/2028				
Fim	20/03/2028		20/09/2028				
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800180076454	01/03/2018	-	372	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	850160033274	22/02/2016	-	394	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2463	20/03/2018	Concessão de registro	-	-			
2455	23/01/2018	Deferimento do pedido	-	-			
2357	08/03/2016	Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído)	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **827512910**

Marca: PAN BIG

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	BOMBONS

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	1.1.1	Estrelas
4	26.1.2	Elipses
4	26.13.25	Outras figuras geométricas, desenhos indefiníveis

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG DE MARCAS E PATENTES SC LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
06/07/2005	04/12/2007	04/12/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	05/12/2026	05/12/2027
Fim	04/12/2027	04/06/2028

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170406639	01/12/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070212096	08/11/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070212096	08/11/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018051024461	06/07/2005	-	302	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2450	19/12/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170406639 (01/12/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1926	04/12/2007	400	-	-	
1918	09/10/2007	351	-	-	

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
1805	09/08/2005	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#) 1/0

Marca

Nº do Processo: **003742270**

Marca: PAN-BOMBONS COM CONHAQUE

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto
Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA EXPRESSÃO "BOMBONS COM CONH..."

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	25.7.25	Superfícies ou fundos cobertos com outros elementos figurativos repetidos
4	25.5.1	Fundos divididos em dois no sentido vertical

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
27/06/1968	27/06/1978	27/06/2028

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	28/06/2027	28/06/2028
Fim	27/06/2028	27/12/2028

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800180232533	25/06/2018	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080094521	27/06/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080094521	27/06/2008	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2479	10/07/2018	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800180232533 (25/06/2018) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA.
2023	13/10/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1444	25/08/1998	990	-	-	
913	19/04/1988	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL
Acesso à informação
Participe
Serviços
Legislação
Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo:	006997333	
Marca:	PAN CHOCOTOFE	
Situação:	Registro de marca em vigor	
Apresentação:	Mista	
Natureza:	De Produto	
Apostila :	SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA 'CHOCOTOFE'	

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	26.1.1	Círculos

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
27/07/1978	25/09/1979	25/09/2029

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	26/09/2028	26/09/2029
Fim	25/09/2029	25/03/2030

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190347763	16/09/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800090129147	04/08/2009	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2544	08/10/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190347763 (16/09/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA
2093	15/02/2011	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1740	11/05/2004	920	-	-	
1601	11/09/2001	910	-	-	
1485	22/06/1999	990	-	-	
1476	20/04/1999	692	-	-	ASSINALADOS PELA MARCA OBJETO DO REGISTRO CADUCANDO.
1405	04/11/1997	550	-	-	REQ. SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S/A (CH) PET.(SP) 008538 DE 14/03/97 *INT. SUL AMERICA
1006	13/02/1990	990	-	-	* INT. SUL AMERICA

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADD.

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **823712761**

Marca: PAN COOKING

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto

Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA "COOKING".



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 05	Vide Situação do Processo	PRODUTOS DIETÉTICOS (CHOCOLATES), PARA USO MEDICINAL.

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	26.1.2	Elipses
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	26.11.1	Uma linha ou uma faixa
4	26.4.1	Quadrados

Titulares

Nome
Titular(1): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Nome
Procurador: REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
10/09/2001	20/03/2007	20/03/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	21/03/2026	21/03/2027
Fim	20/03/2027	20/09/2027

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170081736	15/03/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037490	12/12/2006	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037489	12/12/2006	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2416	25/04/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170081736 (15/03/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1889	20/03/2007	400	-	-	



RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
1867	17/10/2006	351	-	-	ALTERADA A ESPECIFICAÇÃO PARA MELHOR ADEQUAÇÃO À NCL(7) 05 REIVINDICADA.
1616	26/12/2001	003	-	-	

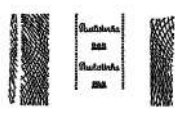

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**


Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	914801376						
Marca:	PAN FLOC PAN						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
							
Classificação de Produtos / Serviços							
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação					
NCL(11) 30	Vide Situação do Processo	Biscoitos, bolachas, doces, biscoito de arroz coberto com ch...					
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
4	8.1.10	Biscoitinhos de formato redondo (exceto A 8.1.12)					
4	8.1.19	Chocolate, produtos de confeitaria					
4	8.7.25	Outros produtos alimentícios não classificados em 8.7.1 a 8.7.22					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome CARLOS DE LENA.						
Datas							
	Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?				
	05/06/2018	04/06/2019	04/06/2029				
Prazos para prorrogação de registro de marca							
		Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário				
Início		05/06/2028	05/06/2029				
Fim		04/06/2029	04/12/2029				
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190186101	20/05/2019	-	372	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	850180158243	05/06/2018	-	394	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2526	04/06/2019	Concessão de registro	-	-			
2515	19/03/2019	Deferimento do pedido	-	-			
2477	26/06/2018	Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído)	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	004021720						
Marca:	PAN 						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	18.5.1	Aviões, helicópteros					
4	26.4.10	Quadriláteros contendo um ou mais círculos, elipses ou polígonos					
4	27.5.25	Letras apresentando algum outro grafismo especial					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
15/05/1964	06/03/1970	06/03/2030					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	07/03/2029	07/03/2030					
	06/03/2030	06/09/2030					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800200078411	05/03/2020	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800100016554	29/01/2010	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2571	14/04/2020	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800200078411 (05/03/2020) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA		
2123	13/09/2011	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1491	03/08/1999	990	-	-			
1015	24/04/1990	990	-	-	INT. SUL AMÉRICA		
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002451557						
Marca:	PAULISTINHA PAN 						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	25.5.1	Fundos divididos em dois no sentido vertical					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
12/10/1944	12/10/1944	12/10/2029					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	13/10/2028	13/10/2029					
	12/10/2029	12/04/2030					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190359825	24/09/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080165733	19/11/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080165733	19/11/2008	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2545	15/10/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190359825 (24/09/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA		
2022	06/10/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1490	27/07/1999	990	-	-			
960	14/03/1989	990	-	-	INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA.		
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002067285						
Marca:	PAULISTINHA						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	25.5.1	Fundos divididos em dois no sentido vertical					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
21/12/1942	21/12/1942	21/12/2027					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Início	22/12/2026	22/12/2027					
Fim	21/12/2027	21/06/2028					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170406638	01/12/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	020090092243	30/09/2009	-	366	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070229340	10/12/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070229340	10/12/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2450	19/12/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170406638 (01/12/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena		
2213	04/06/2013	991	-	-	RPI Nº 1992 DE 10/03/2009, TENDO EM VISTA INCORREÇÃO NA MARCA.		
1992	10/03/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1432	02/06/1998	990	-	-			
1394	19/08/1997	740	-	-	PETIÇÃO (RJ) 040111 DE 27/11/96, FACE AO DISPOSTO NO INCISO I DO ART. 219 DA LPI *INT. SUL AMERICA (SP).		
898	05/01/1988	990	-	-			
835	21/10/1986	560	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002423731						
Marca:	PETIT-PAN						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
22/11/1959	22/11/1969	22/11/2029					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	23/11/2028	23/11/2029					
	22/11/2029	22/05/2030					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190439040	22/11/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800080168257	25/11/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800080168257	25/11/2008	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2554	17/12/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190439040 (22/11/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA Detalhes do despacho: CONFORME ART. 133 DA LPI.		
2024	20/10/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1492	10/08/1999	990	-	-			
1009	13/03/1990	990	-	-	INT. SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA		
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
---------------	----------------------------	------------------	-----------------	-------------------	---------------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo: **824116429**
 Marca: POMONA PAN
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...

Titulares

Nome
Titular(1): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Nome
Procurador: REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/10/2001	17/04/2007	17/04/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	18/04/2026	18/04/2027
Fim	17/04/2027	17/10/2027

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170119859	13/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060041754	19/12/2006	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060041753	19/12/2006	-	308	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170119859 (13/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1893	17/04/2007	400	-	-	
1868	24/10/2006	351	-	-	
1620	22/01/2002	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura] 1/0

Marca

Nº do Processo: **003576779**
 Marca: POMONA
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
14/08/1957	14/08/1957	14/08/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	15/08/2026	15/08/2027
Fim	14/08/2027	14/02/2028

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170252254	04/08/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070149510	14/08/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070149510	14/08/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2438	26/09/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170252254 (04/08/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1995	31/03/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1375	08/04/1997	990	-	-	*INT. SUL AMERICA
857	24/03/1987	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **910297142**

Marca: POP PAN!

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(10) 30	Vide Situação do Processo	Pipoca doce [pronta]; Pipoca salgada [pronta]

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	24.17.1	Sinais de pontuação
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	Carlos de Lena

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/11/2015	26/12/2017	26/12/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	27/12/2026	27/12/2027
Fim	26/12/2027	26/06/2028

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170406529	01/12/2017	-	372	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	850150263679	19/11/2015	-	389	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2451	26/12/2017	Concessão de registro	-	-	
2446	21/11/2017	Deferimento do pedido	-	-	

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2344	08/12/2015	Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído)	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **825932823**

Marca: POP PAN PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	PIPOCA CARAMELIZADA COBERTA COM CHOCOLATE.

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	26.1.1	Círculos

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG DE MARCAS E PATENTES SC LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
18/11/2003	17/07/2007	17/07/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	18/07/2026	18/07/2027
Fim	17/07/2027	17/01/2028

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170224601	11/07/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070117213	29/06/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070117213	29/06/2007	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2431	08/08/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170224601 (11/07/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1906	17/07/2007	400	-	-	
1899	29/05/2007	351	-	-	
1722	06/01/2004	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396ADD.

BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **829461043**

Marca: POP PAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(9) 30	Vide Situação do Processo	Pipoca Doce

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	1.1.1	Estrelas
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial

Titulares

	Nome
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

	Nome
Procurador:	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/12/2007	15/06/2010	15/06/2030

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	16/06/2029	16/06/2030
Fim	15/06/2030	15/12/2030

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800200194611	15/06/2020	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800100070501	20/05/2010	-	372	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	810100277015	11/01/2010	-	339	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018070084064	19/12/2007	-	302	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2583	07/07/2020	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800200194611 (15/06/2020) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA
2058	15/06/2010	400	-	-	
2053	11/05/2010	351	-	-	
2028	17/11/2009	241	-	-	PED. 829461035.

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
1940	11/03/2008	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura]							
Marca							
Nº do Processo:	824116437						
Marca:	BALILA						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos / Serviços							
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação					
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito		Data de Concessão		Data de Vigência ?			
19/10/2001		08/08/2017		08/08/2027			
Prazos para prorrogação de registro de marca							
		Prazo Ordinário		Prazo Extraordinário			
Início	09/08/2026		09/08/2027				
Fim	08/08/2027		08/02/2028				
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	850230105609	09/03/2023	-	337	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
✓	800170225297	12/07/2017	-	372	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	850170125358	02/06/2017	-	824	ARIBONI, FABBRI & SCHMIDT SOCIEDADE DE ADVOGADOS	-	-
✓	850160043247	04/03/2016	-	381	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
✓	810100313649	14/05/2010	-	339	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
✓	810100304852	15/04/2010	-	824	ADVOCACIA PIETRO ARIBONI S/C	-	-
✓	018090053457	30/11/2009	-	333	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	810090251299	22/10/2009	-	824	ADVOCACIA PIETRO ARIBONI S/C	-	-
✓	018090020040	20/04/2009	-	363	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
✓	810080168004	26/12/2008	-	339	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
✓	018060074022	11/07/2006	-	363	BARILLA G. E R. FRATELLI - SOCIETÀ PER AZIONI	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2431	08/08/2017	Concessão de registro	-	-			
2424	20/06/2017	Emissão de folha de rosto de cópia reprográfica simples	-	-	Protocolo: 850170125358 (02/06/2017) Petição (tipo): Cópia reprográfica simples (824.3) Requerente: ARIBONI, FABBRI & SCHMIDT SOCIEDADE DE ADVOGADOS Procurador: Ariboni, Fabbri e Schmidt Sociedade de Advogados		
2421	30/05/2017	Recurso provido (decisão reformada para: Deferimento)	-	-	Protocolo: 18090053457 (30/11/2009) Petição (tipo): Recurso (SINPI P04) Requerente: PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A Detalhes do despacho: DECIDO O RECURSO. NOS TERMOS E CONDIÇÕES CONSTANTES NO REFERIDO PARECER, RESSALVADO, CONFORME O CASO, A ADOÇÃO DO PADRÃO DE APOSTILA INSTITUÍDO POR MEIO DA RESOLUÇÃO 166/2016.		
2045	16/03/2010	210	-	-	INDEFERIMENTO.		
2021	29/09/2009	100	-	-	INCISO XIX DO ART. 124 DA LPI. REGS. 811888371, 813535514, 813668042, 816987831, 816987840, 816987858, 816987866, 817100601, 819272256, 200016610, 820145637, 820150410, 820914746, 820914754, 820918130, 820918148, 820918156, 820934879, 823472388.		
1975	11/11/2008	241	-	-	CAD.AG.REC.003447596		
1724	20/01/2004	009	-	-	OPON: BARILLA ALIMENTARE S.P.A. (IT)		
1620	22/01/2002	003	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
---------------	----------------------------	------------------	-----------------	-------------------	---------------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo: **824116348**
 Marca: BRIDGE
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/10/2001	17/04/2007	17/04/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	18/04/2026	18/04/2027
Fim	17/04/2027	17/10/2027

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170122448	17/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037486	12/12/2006	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060037485	12/12/2006	-	308	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170122448 (17/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1893	17/04/2007	400	-	-	
1868	24/10/2006	351	-	-	
1620	22/01/2002	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
---------------	----------------------------	------------------	-----------------	-------------------	---------------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo: **002025981**
 Marca: CHOCOALVO
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10	Doces e pós para fabricação de doces em geral.

Titulares

Nome	
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Nome	
Procurador:	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
10/06/1954	15/10/1957	15/10/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	16/10/2026	16/10/2027
Fim	15/10/2027	15/04/2028

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170339525	11/10/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070172078	13/09/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070172078	13/09/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2443	31/10/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170339525 (11/10/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1990	25/02/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1394	19/08/1997	990	-	-	*INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
879	25/08/1987	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL
Acesso à informação
Participe
Serviços
Legislação
Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
 Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[\[Início | Ajuda? \]](#)

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Nº do Processo: **006524923**

Marca: CHOCOMAN

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Nominativa

Natureza: De Produto

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
18/12/1975	10/03/1977	10/03/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	11/03/2026	11/03/2027
Fim	10/03/2027	10/09/2027

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170072410	08/03/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070039416	12/03/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070039415	12/03/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-



Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2414	11/04/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170072410 (08/03/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
2001	12/05/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1356	26/11/1996	990	-	-	* INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
881	08/09/1987	990	-	-	
881	08/09/1987	795	-	-	
859	07/04/1987	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910

Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por DAVID SKAF JUNIOR e Tribunal de Justiça do Estado de Sao Paulo, protocolado em 29/09/2023 às 20:57, sob o número W1RJ23700286422. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1008821-32.2020.8.26.0565 e código 7396AEB.

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]							
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002109808						
Marca:	DELICIOSO 						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Mista						
Natureza:	De Produto						
Classificação Internacional de Viena							
Edição	Código	Descrição					
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial					
4	26.4.2	Retângulos					
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Titular(1):	Nome PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Procurador:	Nome SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
17/02/1943	17/02/1943	17/02/2028					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	18/02/2027	18/02/2028					
	17/02/2028	17/08/2028					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800180050855	14/02/2018	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080008135	18/01/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080008135	18/01/2008	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2460	27/02/2018	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800180050855 (14/02/2018) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena		
2016	25/08/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1396	02/09/1997	990	-	-			
896	22/12/1987	990	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
---------------	----------------------------	------------------	-----------------	-------------------	---------------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)] 1/0

Marca

Nº do Processo: **824116372**
 Marca: MAJESTIC
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
19/10/2001	03/02/2009	03/02/2029

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	04/02/2028	04/02/2029
Fim	03/02/2029	03/08/2029

Petições ?


Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190044994	04/02/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080165732	19/11/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080165732	19/11/2008	-	308	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2514	12/03/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190044994 (04/02/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA.
1987	03/02/2009	400	-	-	
1972	21/10/2008	351	-	-	
1724	20/01/2004	009	-	-	OPON: MAJESTIC RIO PALACE HOTEL LTDA (RJ)
1620	22/01/2002	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **003539725**

Marca: MIRIM

MIRIM

Situação: Extinto

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Sub-Classe Nacional
32	10	Massas alimentícias em geral.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	NÃO DEFINIDO

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
16/07/1942	16/07/1977	16/07/1997

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
-----	-----------	------	-----	---------	---------	----------	------


Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
1460	29/12/1998	700	-	-	INCISO I DO ART 142 DA LPI
858	31/03/1987	990	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]							
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
1/0							
Marca							
Nº do Processo:	824116380						
Marca:	NANÁ						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos / Serviços							
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação					
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...					
Titulares							
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
19/10/2001	17/04/2007	17/04/2027					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Início	18/04/2026	18/04/2027					
Fim	17/04/2027	17/10/2027					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170122446	17/04/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060040800	18/12/2006	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800060040799	18/12/2006	-	308	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2420	23/05/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170122446 (17/04/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena		
1893	17/04/2007	400	-	-			
1868	24/10/2006	351	-	-			
1620	22/01/2002	003	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------


Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#) 1/0

Marca

Nº do Processo: **823712788**

Marca: NOBREAK 

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços		
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(7) 30	Vide Situação do Processo	Balas, bombons, caramelos, chocolate, confeitos, doces, goma...

Classificação Internacional de Viena		
Edição	Código	Descrição
4	27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
4	26.4.1	Quadrados

Titulares	
Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal	
Procurador:	Nome
	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA

Datas			
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência	
10/09/2001	24/06/2008	24/06/2028	


Prazos para prorrogação de registro de marca			
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário	
Início	25/06/2027	25/06/2028	
Fim	24/06/2028	24/12/2028	

Petições							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800180222903	19/06/2018	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080083675	11/06/2008	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800080083675	11/06/2008	-	310	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações					
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2478	03/07/2018	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800180222903 (19/06/2018) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA.
1955	24/06/2008	400	-	-	
1949	13/05/2008	351	-	-	
1723	13/01/2004	009	-	-	OPON: KRAFT FOODS BRASIL S.A (PR)
1616	26/12/2001	003	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: [No.Processo](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#) 1/0

Marca

Nº do Processo: **003236692**
 Marca: PICOLINO
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
24/05/1954	11/02/1956	11/02/2026

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	12/02/2025	12/02/2026
Fim	11/02/2026	11/08/2026

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	850230015867	13/01/2023	-	337	TREBESCHI TOMATES MINAS LTDA	-	-
✓	800160033160	04/02/2016	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	020051008920	18/03/2005	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-


Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2717	31/01/2023	Notificação de caducidade	-	-	Protocolo: 850230015867 (13/01/2023) Petição (tipo): Caducidade (337.1) Requerente: TREBESCHI TOMATES MINAS LTDA Procurador: Cidwan Uberlândia Ltda.
2380	16/08/2016	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800160033160 (04/02/2016) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1887	06/03/2007	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1341	13/08/1996	990	-	-	* INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
1263	14/02/1995	920	-	-	INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATS. S/C LTDA
1232	12/07/1994	910	-	-	INT. SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
1070	04/06/1991	550	-	-	REQ: JUPITER PRODUTOS ALIMENTÍCIOS LTDA(BR/SP) PET:(004785 DE 22/02/91 * INT. NOBEL
768	09/07/1985	990	-	-	MARCAS E PATENTES S/C LTDA.

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	002301806						
Marca:	PSIU						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	REMARCA REG. MARCAS E PAT. S/C LTDA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
21/03/1949	21/03/1979	21/03/2029					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
Início	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Fim	22/03/2028 21/03/2029	22/03/2029 21/09/2029					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800190102768	20/03/2019	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018090013652	19/03/2009	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	018090013652	19/03/2009	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2518	09/04/2019	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800190102768 (20/03/2019) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular(es): PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: CARLOS DE LENA.		
2083	07/12/2010	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1491	03/08/1999	990	-	-			
938	11/10/1988	990	-	-			
881	08/09/1987	910	-	-			
839	18/11/1986	690	-	-			
809	22/04/1986	550	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910							

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--------	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | 1/0

Nº do Processo: **006502750**
 Marca: VERANEIO
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Marca

Classificação de Produtos/Serviços

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...

Titulares

Nome
Titular(1): PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Nome
Procurador: SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
10/10/1969	10/02/1977	10/02/2027

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	11/02/2026	11/02/2027
Fim	10/02/2027	10/08/2027

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	850180353070	15/10/2018	-	339	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	850180226697	06/08/2018	-	337	TRIBRAZIL COMERCIO DE PRODUTOS EM GERAL EIRELI - ME	-	-
✓	800170041173	08/02/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070019188	07/02/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-
✓	800070019187	07/02/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A	-	-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2519	16/04/2019	Indeferimento da petição	-	-	Protocolo: 850180226697 (06/08/2018) Petição (tipo): Caducidade (337.1) Titular(es): TRIBRAZIL COMERCIO DE PRODUTOS EM GERAL EIRELI - ME Procurador: Somarca Assessoria Empresarial S/C Ltda. Detalhes do despacho: Comprovado o uso efetivo da marca nas provas trazidas através da petição de manifestação ou contestação à caducidade. Foram apresentadas notas fiscais emitidas pela titular do registro caducando demonstrando a venda dos produtos assinalados pela marca dentro do intervalo de investigação. Dessa forma, indefere-se a petição de caducidade nº 850180226697.
2485	21/08/2018	Notificação de caducidade	-	-	Protocolo: 850180226697 (06/08/2018) Petição (tipo): Caducidade (337.1) Titular(es): TRIBRAZIL COMERCIO DE PRODUTOS EM GERAL EIRELI - ME Procurador: Somarca Assessoria Empresarial S/C Ltda.
2414	11/04/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170041173 (08/02/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena
1998	22/04/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.
1349	08/10/1996	990	-	-	* INT SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
823	29/07/1986	990	-	-	

Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da

Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

1/0

Marca

Nº do Processo: **730226913**
 Marca: XUA
 Situação: Registro de marca em vigor
 Apresentação: Nominativa
 Natureza: De Produto

Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(8) 30	Vide Situação do Processo	CHOCOLATES, BOMBONS, CONFEITOS.

Titulares

Titular(1):	Nome
	PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A

Representante Legal

Procurador:	Nome
	REMARCA REGISTRO DE MARCAS E PATENTES S/C LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?
08/11/1973	07/06/1983	07/06/2023

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	08/06/2022	08/06/2023
Fim	07/06/2023	07/12/2023

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800130113050	29/05/2013	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2355	23/02/2016	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800130113050 (29/05/2013) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.1) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTICIOS NACIONAIS S A Procurador: CARLOS DE LENA
1812	27/09/2005	990	-	-	
1542	25/07/2000	920	-	-	
1182	27/07/1993	990	-	-	INT. SUL AMERICA MARCAS E PATENTES S/C LTDA
804	18/03/1986	910	-	-	
776	03/09/1985	550	-	-	
722	21/08/1984	730	-	-	

Dados atualizados até **21/03/2023** - Nº da Revista: **2724**

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais		
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[Início Ajuda?]					1/0		
» Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura							
Marca							
Nº do Processo:	003548708						
Marca:	ZODIACO						
Situação:	Registro de marca em vigor						
Apresentação:	Nominativa						
Natureza:	De Produto						
Classificação de Produtos/Serviços							
Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre					
33	10 20	Doces e pós para fabricação de doces em geral. Aç ...					
Titulares							
Nome							
Titular(1):	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S A						
Representante Legal							
Nome							
Procurador:	SUL AMÉRICA MARCAS E PATENTES S/C LTA						
Datas							
Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência ?					
28/07/1967	28/07/1977	28/07/2027					
Prazos para prorrogação de registro de marca							
	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário					
Início	29/07/2026	29/07/2027					
Fim	28/07/2027	28/01/2028					
Petições ?							
Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170226316	13/07/2017	-	374	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070130810	20/07/2007	-	334	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
✓	800070130810	20/07/2007	-	324	PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A		-
Publicações ?							
RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho		
2432	15/08/2017	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800170226316 (13/07/2017) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.5) Titular: PAN PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NACIONAIS S/A Procurador: Carlos de Lena		
1995	31/03/2009	990	-	-	PRORROGADO CONFORME RESOLUÇÃO 123 DE 06/01/2006, PUBLICADA NA RPI 1829, DE 24/01/2006.		
1394	19/08/1997	990	-	-	*INT. SUL AMÉRICA		
877	11/08/1987	990	-	-			
877	11/08/1987	795	-	-			
858	31/03/1987	990	-	-			
Dados atualizados até 21/03/2023 - Nº da Revista: 2724							
Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910				