



“Planejamos implantar projetos para aumentar a produção de papéis térmicos em 2012”, revela Piatto

OJI PAPÉIS ESPECIAIS: NOVAS DIRETRIZES E GESTÃO

No início de outubro último, o grupo japonês Oji Paper assumiu o controle da fábrica de papéis especiais localizada no bairro de Monte Alegre, em Piracicaba (SP), até então comandada pela Fibria.

A aquisição, no valor de US\$ 313 milhões, completa um acordo de negócios iniciado entre os dois players em 2007. Os ativos contemplam o parque fabril, com capacidade instalada de 125 mil t/ano. Desse total produzido, 45 mil t/ano correspondem a papéis térmicos, 40 mil a papéis revestidos cuchê, 30 mil a papéis autocopiativos e 10 mil a papéis não revestidos.

Com a transição de comando, a unidade fabril de Piracicaba dará mais enfoque ao segmento de papéis térmicos. “É uma área de destaque do grupo em todos os países em que está presente”, afirmou o presidente e CEO da Oji Paper, Kazuhisa Shinoda, durante cerimônia simbólica realizada em 3 de outubro na cidade.

Mais do que destaque, os produtos representarão o carro-chefe da unidade brasileira, que passou a ser nomeada Oji Papéis Especiais. “Planejamos investir em processos para aumentar a produção de papéis térmicos em 2012”, adianta o presidente da empresa no Brasil, Júlio Piatto.

Na entrevista concedida à *O Papel*, Piatto enfatiza a tradição que consolida o Grupo Oji Paper como o quarto maior produtor mundial de papel e revela os detalhes do planejamento que vem traçando desde que assumiu a liderança da mais nova integrante da companhia.

O Papel – Como presidente da Oji no Brasil, qual a sua percepção sobre essa nova empreitada? Quais são os principais desafios da fase de transição de liderança?

Júlio Piatto – O grande desafio inicial consiste em fazer com que a transição seja suave e tranquila, a fim de preservar nossos clientes e continuar tendo a credibilidade conquistada ao longo dos anos. Também almejamos possibilitar ainda mais o desenvolvimento dos colaboradores. Por isso, mantivemos o quadro de funcionários da fábrica. O próximo passo é buscar sinergias com as demais unidades do grupo – o que, inclusive, já vem acontecendo. A transição está sendo bastante facilitada pelo apoio de profissionais que vieram da Oji Paper e já estão engajados com as operações no Brasil.

O Papel – Qual é a política do Grupo Oji Paper? Na prática, mudanças foram adotadas no dia a dia operacional da fábrica de Piracicaba?

Piatto – A visão do Grupo Oji é contribuir para a preservação do meio ambiente e atuar em prol da cultura dos países em que está presente. Oferecer inovação e velocidade no atendimento aos clientes é outra premissa da companhia, assim como manter uma boa reputação global. Embora a fábrica de Piracicaba já seguisse a mesma filosofia em relação a esses pontos, estamos buscando um alinhamento com a política da Oji, exercitando a sinergia no dia a dia, adotando práticas comuns entre as unidades do grupo. De modo geral, eu diria que a unidade industrial de Piracicaba teve pequenos ajustes internos. Agora, a estrutura já está ajustada para esta nova fase da empresa.

O Papel – Há planos de aumentar a produção ou expandir a capacidade instalada do parque fabril?

Piatto – Sim. Planejamos implantar projetos

para aumentar a produção de papéis térmicos em 2012 – ou seja, os investimentos serão feitos em aumento de produtividade. Os detalhes dos projetos em questão ainda são sigilosos, mas adianto que não há nenhum similar no Brasil. Como temos pouco mais de 30 dias no comando da empresa, estamos em uma fase de amadurecimento do planejamento estratégico. Muitos fatores ainda precisam ser discutidos e estudados.

O Papel – O segmento de papéis térmicos se fortalecerá como carro-chefe da fábrica? O que o senhor prospecta para essa área no próximo ano?

Piatto – De fato, a produção de papéis térmicos é nosso principal negócio no Brasil hoje. Historicamente, o segmento de papéis térmicos vem crescendo na casa de dois dígitos por ano. Em parte, isso se dá pela crescente substituição de papel autocopiativo e, em outro âmbito, pelo próprio crescimento da demanda, que acompanha o PIB do País. Para 2012 esperamos manter esse crescimento acima de 10%.

O Papel – Detalhando melhor os planejamentos da empresa, quais estratégias comerciais devem ser adotadas daqui em diante?

Piatto – A principal estratégia comercial que adotaremos será a de apostar no crescimento do segmento de papéis térmicos. Nesse processo, o desenvolvimento de novos produtos e a melhoria na qualidade do atendimento dos clientes é que farão a diferença. Também almejamos fortalecer nossa competitividade, desenvolvendo novas tecnologias voltadas à redução de custos, assim como pretendemos aumentar nossa participação no mercado externo.

O Papel – Quais são os mercados em potencial para aumentar o volume exportado e quais são os caminhos para conquistar essa meta?

Piatto – Atualmente, a fábrica exporta papéis autocopiativos ao Mercosul. Para papéis térmicos, o território para trabalharmos a exportação será sempre a América Latina, já que outras unidades do grupo presentes nos Estados Unidos e em países da Europa se encarregam da exportação para

“O grande desafio inicial consiste em fazer com que a transição seja suave e tranquila, a fim de preservar nossos clientes e continuar tendo a credibilidade conquistada ao longo destes anos”

“À medida que expandirmos os negócios e obtivermos excedente de produção, vamos buscar atender ao mercado externo, principalmente o Cone Sul”

outras localidades. Para aumentar a participação no mercado externo, primeiramente temos de criar a condição de excedente de produção. À medida que expandirmos os negócios e obtivermos esse excedente de produção, vamos buscar atender ao mercado externo, principalmente o Cone Sul.

O Papel – Os demais segmentos em que a Oji atua passarão por redução de produção com o enfoque dado aos papéis térmicos?

Piatto – Não. O aumento da produção de papéis térmicos não significa que pretendemos diminuir a produção dos outros tipos de papéis produzidos na fábrica. A ideia é ampliar o mix de produtos de forma que a fábrica produza mais papel em menos tempo. Ainda falando desses outros segmentos em que atuamos, é válido ressaltar que continuaremos enfrentando forte concorrência dos papéis impor-

tados, a exemplo dos papéis cuchê, segmento em que os preços são favorecidos pelo câmbio. Temos como desafio buscar competitividade pela redução de custos, que é conquistada com aumento de produtividade, e pela busca por nacionalização de matérias-primas. Essas estratégias já estão em curso na empresa, embora ainda seja muito cedo para mensurar resultados.

O Papel – De que forma a concorrência pela importação pode ser minimizada pelos representantes da indústria brasileira de papel como um todo?

Piatto – Precisamos encontrar soluções para chegar a um equilíbrio fiscal, criar uma política econômica que também dê suporte às operações de exportação, com um dólar compatível a um bom desempenho. Acredito que isso é fundamental para fortalecer a competitividade dos players nacionais. ■

GUIA DE COMPRAS CELULOSE E PAPEL ONLINE! www.guiacomprascelulosepapel.org.br



Tudo que você procura em fornecedores, produtos e serviços para celulose e papel, inclusive, as empresas fabricantes do setor.

