

## Reportagem de Capa

Por Caroline Martin  
*Especial para O Papel*



# Segmento de papéis especiais cresce 10% ao ano

Formado por diversos nichos de mercado, setor apresenta boas perspectivas para este e os próximos anos

O portfólio de papéis especiais é extenso: vai desde o papel-moeda até o decorativo, passando por autocopiativo, metalizado e crepado, só para citar alguns exemplos. Num segmento tão ramificado, vale uma máxima para todos os players inseridos nesse mercado: a necessidade de entender e atender com excelência as demandas do cliente, já que são as características técnicas e específicas de cada nicho que determinam a dinâmica do negócio.

Em geral, as capacidades produtivas de papéis especiais são enxutas e se destacam pela alta qualidade, comenta Manoel Rodrigues Neves, gerente de Estudos Econômicos da Pöyry Tecnologia, sobre o segmento nada commoditizado. "Diferentemente da produção de commodities, os segmentos de especialidades precisam ser tratados como nichos de mercado", concorda Antonio Carlos Vilela, diretor superintendente da SWM Brasil. A empresa assiste seus clientes técnica e comercialmente, realizando um trabalho minucioso em pré e pós-venda. "Acompanhamos a qualificação de nossos produtos com nossos clientes e os assistimos permanentemente após cada novo despacho de material. O objetivo é garantir a satisfação plena dos consumidores e assegurar o mais alto rendimento dos produtos nos processos em que são aplicados", justifica.

A SWM Brasil, cuja capacidade produtiva anual é de 35 mil toneladas, dedica-se à produção de papéis especiais e de alto valor agregado, sendo o segmento de papéis para a indústria de cigarros o principal produto e negócio. O portfólio inclui papéis para enrolar o fumo do cigarro (papéis de cigarro), papéis para cobertura do filtro de acetato do cigarro (papéis de filtro) e papéis para acabamento final da ponteira do cigarro. "O papel

para a indústria do tabaco é fabricado com gramaturas que variam entre 20 e 40 g/m<sup>2</sup>. Estamos, portanto, inseridos num segmento de papéis muito finos", detalha ele sobre a produção advinda de quatro máquinas em operação da unidade fabril localizada em Pirai (RJ).

E. Tadeu H. Souza, diretor comercial da MD Papéis, e Maria Teresa Mucelini, chefe de Exportação e Marketing da empresa, também veem o segmento de papéis especiais como um mercado exigente quanto à qualidade e ao desempenho do produto. "Os serviços de pré e pós-venda são essenciais no modelo de negócios B2B", sublinha Souza.



DIVULGAÇÃO MD PAPIÉS

"Nossos papéis não se limitam a cumprir as características funcionais, mas também visam proporcionar um melhor desempenho no processo do cliente", diz o diretor comercial da MD

Certificações que comprovam a origem das matérias-primas e boas práticas de fabricação, assim como a aptidão do papel para contato direto e indireto com alimentos (no caso de papéis ligados ao segmento alimentício), são outras exigências desse mercado com características tão especiais.

A atual capacidade produtiva da MD Papéis é de 127 mil toneladas/ano, das quais 72 mil destinadas à produção de papéis especiais e 55 mil de papelcartão duplex e triplex para embalagens diversas. A linha de papéis especiais contempla: papéis decorativos para laminados de alta e baixa pressão, utilizados principalmente pela indústria moveleira e construção civil; papéis supercalandrados e acabados de máquina para embalagens flexíveis, utilizados pelas indústrias alimentícia, médico-hospitalar e de higiene/limpeza; papéis supercalandrados para produtos autoadesivos (release liner); papel filtro para produção de filtros descartáveis para café e ainda papel crepado para produção de fitas adesivas.

Outra representante do segmento de papéis especiais que prioriza o bom atendimento ao cliente é a Multiverde Papéis Especiais. Atualmente, a capacidade produtiva anual da empresa é de 26 mil toneladas, sendo que os papéis especiais representam cerca de 75% do volume fabricado. Essa produção está dividida nos segmentos decorativos, industriais e finos. "Em 2007, optamos pela elitização dos negócios a partir da introdução de uma linha de papéis coloridos no portfólio. Foi uma forma de oferecer novas perspectivas aos designers, publicitários e gráficos, tendo condições de produzir diferenciais estéticos de maior valor agregado", lembra o CEO Marcus Vinicius Melo.

Em 2011, a empresa apresentou mais lançamentos ao mercado: a Linha Imaginário, composta por cinco categorias de produtos (Criacor, offset colorido na

massa; Vergecor, offset com textura vergê; Textato, offset gofrado em cinco texturas; Ecocria, offset com 30% de fibras recicladas, e Lumicor, offset colorido na massa composto por cinco tonalidades fluorescentes).

As 60 mil toneladas produzidas anualmente pela Bignardi estão divididas entre papel reciclado, papel colorido e print branco offset. Kalil Parizotto, gerente de Produção, revela que os papéis offset (nas versões branco e reciclado) foram incluídos no portfólio em 2008, a partir de um processo de inovação tecnológica e ampliação da capacidade de produção da planta localizada em Jundiá (SP). "Também inauguramos uma linha de conversão de papel para corte de cut size e folio size, assegurando qualidade ao produto, eficiência e flexibilidade de produção", informa ele sobre a evolução do portfólio, que atualmente abrange gramaturas de 50 até 290 g/m<sup>2</sup>.

A capacidade produtiva da OJI Papéis Especiais, por sua vez, soma 125 mil toneladas ao ano, sendo 60% de papéis térmicos utilizados para autoadesivos, loterias, automação bancária/comercial, comprovantes de cartão de crédito e diversas outras aplicações; 30% de papéis autocopiativos utilizados para formulários contínuos e comprovantes fiscais e 10% em papéis cuchê voltados principalmente para o mercado de autoadesivos. "No planejamento de nossas ações, visamos à produtividade e à flexibilidade nos processos, produzindo papéis para diferentes mercados, sempre antecipando as necessidades dos clientes, ajustando e customizando papéis para aplicações de alta tecnologia e valor agregado", contextualiza Julio Piatto, CEO da empresa, sobre o dia a dia operacional.

## Ativo e crescente, segmento apresenta boas perspectivas

De acordo com o gerente de Estudos Econômicos da Pöyry, todos os nichos de mercado que compõem o segmento de papéis especiais têm potencial de crescimento. "Embora as escalas não sejam tão grandes aqui, no Brasil, a tendência é positiva, pois o setor acompanha as melhorias dos hábitos de higiene e os incrementos dos hábitos alimentares", conta ele, citando alguns nichos como exemplo. Neves ressalta que, em alguns casos, as perspectivas de crescimento superam as de outros segmentos diretamente ligados ao desempenho da economia, como o de tissue. "Muitos nichos tendem a crescer acima de 10% ao ano."

A projeção vai ao encontro das expectativas da Bignardi para este ano. A empresa planeja fechar 2013 com crescimento de 10% no volume de produção e vendas. "Nossa vocação está na linha de papéis reciclados. Temos recursos que nos possibilitam o uso de

Mesmo diante das adversidades da economia atual, Multiverde cumpre as metas orçamentárias e amplia mix de produtos



DIVULGAÇÃO MULTIVERDE

aparas pós-consumo em mix com celulose. O resultado são produtos de alta qualidade para o setor gráfico, com diferencial competitivo em flexibilidade, qualidade e serviço pós-vendas”, detalha o gerente de Produção, embasando as projeções.

A OJI também traça projeções otimistas. “O baixo crescimento do mercado em 2013 não corresponde às nossas expectativas para o ano. Apesar de o crescimento no setor estar altamente relacionado com o crescimento do PIB, nosso crescimento é de duas a três vezes maior”, afirma Piatto.

O CEO pondera que é preciso ter cautela ao fazer projeções de mercado para o longo prazo. “Tendo em vista que o cenário pode mudar abruptamente, precisamos sempre nos adaptar ao novo cenário”, diz, lembrando que os resultados de 2012 foram bastante afetados pela importação de papéis revestidos imunes com desvio de finalidade. O fato fez a empresa mudar radicalmente o mix de produção, abandonando o mercado de clichê para o segmento gráfico.

Ainda de acordo com o executivo, o foco da OJI atualmente é o papel térmico. “Nossos investimentos estarão relacionados ao aumento da produção desse tipo de papel, que está cada vez mais presente no dia a dia da população, seja no supermercado, no extrato do banco, na aposta da loteria e até mesmo na conta de água”, comenta ele sobre a crescente demanda que possibilita a ampliação dos negócios. “Figuramos como o maior produtor e líder de mercado de papéis térmicos no Brasil atualmente. No caso de papéis autocopiativos, somos o maior produtor da América Latina e líder de mercado no Brasil, além de exportarmos 50% de nossa produção para a América Latina e a Europa”, completa ele a respeito do desempenho da empresa.

O balanço que a MD Papéis faz sobre 2013 é igualmente positivo. “Vemos boas perspectivas de crescimento no setor, pois fatores estruturais do País refletem positivamente em nossos negócios”, avalia Souza. O diretor comercial aponta, porém, que o crescimento moderado do PIB demanda um esforço redobrado dos players. “De um lado, vemos uma queda natural do mercado; de outro, o aumento dos custos das matérias-primas e a alta da taxa de câmbio, que afeta diretamente os produtos nacionais com preço atrelado ao dólar, como a celulose”, cita os entraves. “Os desafios deste período são superados pela diminuição de custos, a proteção do caixa e o ganho de margens por meio de um melhor mix de vendas”, revela sobre a estratégia da empresa.

Mesmo diante das adversidades da economia atual, o CEO da Multiverde também se diz otimista. “Estamos conseguindo cumprir as metas orçamentárias e evoluir



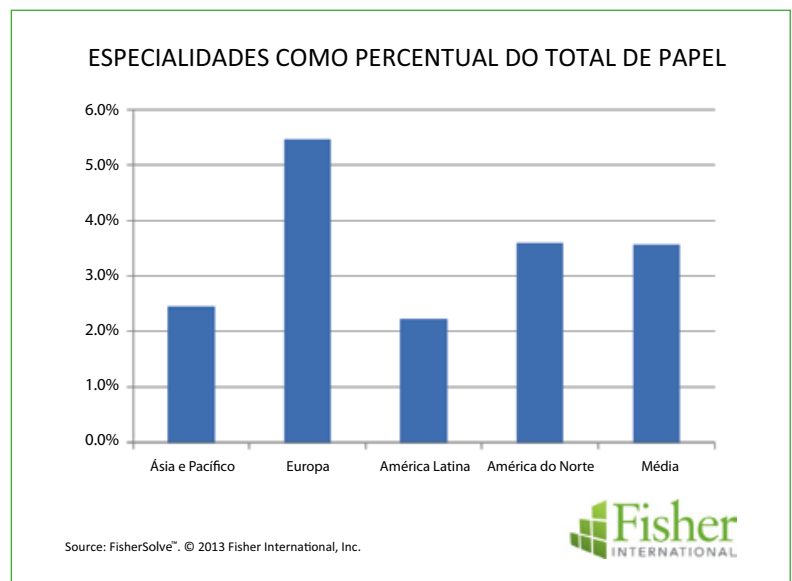
DIVULGAÇÃO OJI

“Apesar de o crescimento no setor estar altamente relacionado ao crescimento do PIB, nosso crescimento é de duas a três vezes maior”, afirma o presidente da OJI

em diversos aspectos”, afirma. As melhorias, segundo Melo, podem ser vistas não apenas nos mix de produtos, como também nas relações internas com colaboradores, clientes, fornecedores, associações e o sindicato. “Seguindo melhores práticas, buscamos evoluir muito no âmbito técnico e principalmente com a nova administração.”

### Desafios exigem postura estratégica

Dados levantados pela \*FisherSolve™ mostram que a Europa produz mais papéis especiais do que qualquer outra região do mundo (confira no gráfico abaixo a fatia ocupada pela produção de papéis especiais diante de todos os tipos de papéis nas respectivas regiões).



DIVULGAÇÃO BIGNARDI



A Bignardi planeja fechar 2013 com um crescimento de 10% no volume de produção e vendas

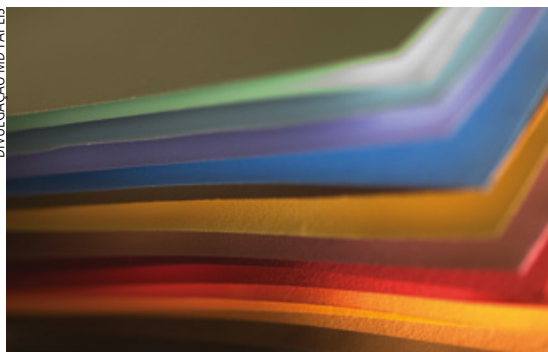
As duas regiões em desenvolvimento – América Latina e Ásia – produzem relativamente menos papéis especiais em comparação a outras no mundo.

Os números levam à conclusão de que a Europa e a América do Norte tendem a continuar exportando parte da produção de papéis especiais para as regiões em desenvolvimento, fator que se reflete em um desafio competitivo aos players latino-americanos. “A concorrência entre produtos nacionais e importados varia conforme o nicho, mas, de modo geral, pode-se afirmar que os players nacionais são afetados pela concorrência internacional”, analisa o executivo da Pöyry. Neves explica que a grande escala de produção na Finlândia, na Suécia e até mesmo nos Estados Unidos encontra na América do Sul mercados em potencial.

Para o gerente de Estudos Econômicos, a melhor maneira de fortalecer a própria competitividade consiste em dar enfoque ao nicho de atuação. De fato, a estratégia condiz com as práticas adotadas pelos players nacionais, que investem em diferentes frentes para se manterem competitivos no mercado doméstico e internacional.

Os produtos do portfólio da SWM, por exemplo, são exportados para cerca de 30 países em quatro continentes. As vendas se concentram nas Américas (Norte, Central e Sul), mas se estendem à Europa, à África e à Ásia. “Mensalmente exportamos entre 75% e 80% do volume total que produzimos”, revela o diretor superintendente da unidade brasileira.

DIVULGAÇÃO MD PAPÉIS



A atual capacidade produtiva da MD Papéis é de 127 mil toneladas/ano, sendo 72 destas destinadas à produção de papéis especiais

Segundo ele, os trunfos da competitividade encontram-se na qualidade, na confiabilidade, na performance e na sustentabilidade dos produtos. Além disso, para ser competitivo no mercado doméstico – e especialmente no internacional –, a empresa aposta continuamente na redução de custos e na excelência operacional. “Administramos nossas equipes de trabalho com filosofias voltadas ao alcance dos mais elevados padrões mundiais. Em segurança do trabalho, por exemplo, estamos entre as cinco melhores empresas no ranking mundial do setor. Somos certificados em qualidade pelas normas ISO 9001, 14001 e 18001, e ainda desenvolvemos modelos de gestão baseados em sistemas de Lean Operation e Six-Sigma.”

A MD Papéis segue filosofia semelhante quanto à certificação de seu processo de fabricação e de seus produtos. A celulose usada advém de áreas reflorestadas e de fornecedores devidamente qualificados. “Nossos papéis especiais não se limitam a cumprir as características funcionais, mas visam ainda proporcionar um melhor desempenho no processo do cliente, oferecendo maior produtividade e menor consumo de matéria-prima”, diz o diretor comercial. “Todos esses fatores, somados aos serviços de pré e pós-vendas, são diferenciais competitivos neste segmento”, completa Souza.

O acompanhamento próximo dos clientes realça mais um importante aspecto na busca pela competitividade: a necessidade de inovação. “O caráter inovador sempre foi o motor do segmento de papéis especiais, desempenhando um papel preponderante em nossa estratégia de crescimento. Nos últimos anos, este movimento de inovação ganhou ainda mais força no mercado, pois os clientes estão sendo cada vez mais solicitados a fornecer produtos e serviços inovadores para seus mercados”, pontua o diretor comercial da MD.

O executivo afirma que a MD acompanha não apenas as demandas de seus clientes, como também as dos clientes de seus clientes, a partir da oferta de produtos com apelo de inovação tecnológica, redução de custos e alto desempenho em processos de conversão cada vez mais modernos.

O diretor superintendente da SWM Brasil ressalta que a empresa investe continuamente em novos papéis e acompanha a taxa de substituição de produtos tradicionais por novos materiais. “No ano passado, aproximadamente 23% de nossa receita de vendas foi gerada por produtos novos (no mercado há menos de três anos). Neste ano, o índice está ainda mais elevado, beirando os 30%.”

A Multiverde é mais um player atento à importância da inovação no atendimento ao cliente. “Atualmente, para ser competitivo, é necessário se antecipar às tendências – ou seja, é preciso inovar para ganhar destaque no

mercado e para conquistar uma melhor performance industrial”, defende o CEO. Melo revela que há inovações sendo implantadas na empresa, incluindo a gestão. “Adotamos um modelo mais rígido nos controles, que simultaneamente confere mais flexibilidade na comunicação.”

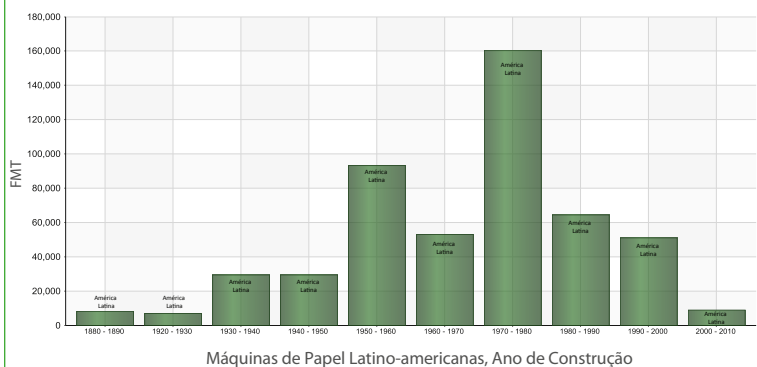
A eficiência operacional também está entre os fatores de competitividade. Recentemente, a empresa investiu R\$ 1 milhão em equipamentos que ampliaram a capacidade produtiva dando prioridade aos aspectos ambientais. “Adquirimos uma embaladeira automática de resmas que possibilitou um considerável aumento no atendimento ao mercado distribuidor e gráfico, além de melhorar a qualidade dos produtos. Compramos também uma nova gofradeira e uma nova secadora de borra. Assim, além de aproveitar melhor nossos resíduos, entregamos um produto com menor teor úmido e, conseqüentemente, menos agressivo ao meio ambiente”, lista Melo.

O gerente de Produção da Bignardi revela que a empresa também tem dado enfoque ao aprimoramento tecnológico. O parque de Jundiá está em fase de pré-start-up de uma nova caldeira de biomassa. “Em nossa matriz energética, teremos a opção de queima de óleo, gás ou biomassa. Isso irá nos permitir fazer a escolha mais sustentável, considerando o equilíbrio ambiental e econômico”, diz ele sobre a implantação que trará diferencial competitivo.

A OJI está investindo de 30% a 40% de seu resultado na modernização das instalações. O CEO da companhia revela que também há um valor considerável sendo investido em formação, treinamento e atualização dos profissionais. “Nosso último investimento foi a reforma parcial de nossa máquina de papel. Atualmente, estamos investindo no aumento da capacidade de nossas máquinas de revestimento”, completa Piatto.

A eficiência da planta de Piracicaba (SP) se destaca entre os aspectos do processo produtivo que vem recebendo investimentos. Recentemente, a Voith forneceu à empresa um novo sistema de lubrificação das réguas de vedação para rolos de sucção. O chamado HydroSeal é uma alternativa inovadora para substituir as réguas de vedação e os chuveiros convencionais existentes nos rolos de sucção por um sistema mais eficiente, que possibilita uma lubrificação uniforme em toda a largura do rolo por meio de canais existentes em cada régua de vedação. Dessa maneira, o sistema proporciona substancial redução da quantidade requerida de água e minimiza o reumidecimento da folha, melhorando também o perfil transversal de umidade.

## A Maioria das Máquinas Latino-americanas de Papéis Especiais é Relativamente Antiga



Source: FisherSolve™. © 2013 Fisher International, Inc.



As melhorias tecnológicas almejadas pelos players nacionais são excelentes apostas contra um gargalo que ainda ronda os parques fabris: a maioria das máquinas latino-americanas de papéis especiais foi construída antes dos anos 1980. Assim como na Europa, a maioria dessas máquinas era originalmente destinada à fabricação de papéis de imprimir e escrever, conforme mostra o gráfico da FisherSolve™.

De acordo com os dados da consultoria, as máquinas antigas somam outro motivo de perda de competitividade aos players latino-americanos: o porte pequeno. Na grande maioria, as máquinas da Ásia e da América Latina, regiões em desenvolvimento, são relativamente pequenas, apresentando tamanhos entre 2 e 4 metros de largura, enquanto um grande número de máquinas norte-americanas e europeias têm mais de 6 metros de largura.

Na visão do gerente de Estudos Econômicos da Pöryr, o desafio tecnológico realmente persiste no Brasil, incluindo a baixa escala das plantas. “O cenário, contudo, traz mais aspectos positivos do que negativos”, conta ele, apostando em avanços significativos para os próximos anos. ■

Os produtos do portfólio da SWM, por exemplo, são exportados para cerca de 30 países em quatro continentes



DIVULGAÇÃO SWM

\*Sobre o FisherSolve: O FisherSolve contém o único banco de dados específico da indústria papeleira que descreve com acurácia a capacidade de cada fábrica de papel e celulose do mundo, desde que produza 50 toneladas diárias ou mais. Inclui informações sobre a escala de cada fábrica e cada máquina, qualidade dos ativos, custo de produção, competitividade, share de mercado e muito mais ainda. Esses detalhes permitem-nos chegar a importantes conclusões sobre a dinâmica de cada segmento da indústria e ajudar empresas a decidir a maneira de se posicionarem em relação às mudanças que estão ocorrendo em ambientes de negócios altamente competitivos. **Para saber mais ou contratar estudos detalhados sobre inteligência de mercado do setor, acesse o site: [www.fisher.com](http://www.fisher.com).**