

Por Caroline Martin
Especial para *O Papel*



OJI PAPÉIS ESPECIAIS FOCA EM PAPÉIS TÉRMICOS E AUMENTA EM 16% AS VENDAS DE 2014

A OJI Papéis Especiais possui uma capacidade produtiva de 120 mil toneladas de papel por ano, sendo o papel térmico responsável por quase 60% desse total. Ao lado do papéis autocopiativo e offset, que completam o portfólio, o produto gerou crescimento de 16% nas vendas registradas pela empresa em 2014 em comparação aos resultados apresentados no ano anterior.

“O crescimento foi motivado por fatores diversos, incluindo a Copa do Mundo, que contribuiu pontualmente para a melhoria do movimento no comércio, e a formalização da economia, que levou ao aumento da quantidade de cupons fiscais emitidos”, revela Silney Szysko, diretor comercial da OJI. Segundo ele, o ano passado também marcou a consolidação da empresa no mercado externo. “Tivemos a oportunidade de penetrar em novos negócios e regiões, o que contribuiu para nosso crescimento”, diz ele sobre a atuação na América do Sul.

Na Entrevista do mês, ele faz uma análise do segmento de papéis especiais, conta por que a empresa vem seguindo a premissa de focar em produção e venda de papéis térmicos, cita os motivos do recente investimento para incrementar a capacidade e aponta as estratégias para a manutenção da competitividade nos próximos anos.

Szysko: “Flexibilidade, atendimento, portfólio diferenciado com variedade de produtos, forte relacionamento em todos os elos da cadeia e exigência de produto com alta qualidade são alguns aspectos que trabalhamos para atender a todas as necessidades do mercado”

O Papel – Como o senhor avalia o atual mercado de papéis especiais?

Silney Szysko – O mercado de especiais tem apresentado crescimento nos últimos anos, evidenciando algumas características sutis, como alta variedade de produtos, baixa escala e necessidade de flexibilidade, entre outras. Especificamente em relação aos papéis térmicos, entendemos que ainda existem muitas oportunidades, uma vez que seu crescimento ainda é movido por novos produtos/aplicações e por uma população que terá cada vez mais acesso à economia formal e, conseqüentemente, maior poder de consumo. Por outro lado, temos acompanhado sucessivas quedas do papel autocopiativo no Brasil, desde a implantação da nota fiscal eletrônica e da substituição do Ponto de Venda (PDV) por papel térmico. Isso também já vem ocorrendo em outros países, porém em velocidade muito menor, o que ainda nos permite exportar e pensar em crescer nos próximos anos. Há potencial para o segmento no exterior.

O Papel – Os investimentos realizados pela empresa recentemente, anunciados em R\$ 17 milhões, vão ao encontro dessas características de mercado? Quais razões justificaram tais investimentos?

Szysko – A empresa investiu em melhorias e aumento de capacidade no início do ano passado, justamente para suportar o crescimento do mercado doméstico e também para apoiar os planos de ampliação da exportação. O investimento garantiu 20% de aumento na capacidade produtiva de papéis térmicos. Com os incrementos, a empresa atingiu produção anual de cerca de 70 mil toneladas, garantindo disponibilidade de produto para um bom atendimento aos clientes.

O Papel – Os investimentos foram destinados a quais etapas do processo fabril?

Szysko – Os investimentos que proporcionaram ganhos de produtividade foram realizados nas máquinas de revestimento para térmico. Foram instalados novos secadores de papel, aumentando as velocidades de operação em 20% e também a capacidade de preparação de tinta para suprimento do consumo das máquinas.

O Papel – Como está sendo o desempenho da empresa em 2015? Os números têm sido tão positivos quanto os dos mesmos meses do ano passado?

Szysko – O primeiro trimestre de 2015 acompanhou o comportamento do final de 2014, com boa demanda. A diferença se encontra nas muitas incertezas de agora. De qualquer forma, já prevíamos um ano difícil, razão pela qual fomos bastante cuidadosos no estabelecimento de

metas. Esperamos crescimento muito tímido diante do cenário macroeconômico e político, o que nos leva a atuar com cautela. A seqüência dos primeiros meses do ano já dá alguns sinais dos desafios a serem enfrentados: restrição ao crédito, aumento dos juros e da inadimplência. Se a previsão de que estamos prestes a viver um ambiente de recessão se concretizar, teremos de nos manter ainda mais atentos ao andamento da demanda.

O Papel – Algum nicho em especial vem recebendo atenção redobrada por parte da empresa? Por quais motivos?

Szysko – No segmento de papéis térmicos, todos os nichos têm importância, embora cada um mereça um foco diferente. Flexibilidade, atendimento, portfólio diferenciado com variedade de produtos, forte relacionamento em todos os elos da cadeia e exigência de produto com alta qualidade são alguns aspectos que trabalhamos para atender a todas as necessidades do mercado.

O Papel – Diante do cenário de desafios, quais são as estratégias comerciais da empresa para manter os bons resultados e se fortalecer nos nichos em que atua, não só neste como nos próximos anos?

Szysko – Os principais pilares estratégicos para o fortalecimento de nossa competitividade nos próximos anos consistem na consolidação tanto de nosso market share em 80%, com a manutenção dos níveis de anos anteriores, quanto dos negócios na exportação como um todo e crescimento em algumas regiões com papéis de maior valor agregado, a exemplo daqueles voltados a jogos, controle de acesso e etiqueta de autoadesivos. Argentina, Venezuela e Colômbia são regiões com esse potencial. Atuando de forma segmentada, temos condições de identificar oportunidades e oferecer produtos customizados.

O Papel – As estratégias para 2015 já incluem a consolidação do mercado externo? Como a empresa pretende se fortalecer no mercado sul-americano e quais países já estão sob esse enfoque?

Szysko – A decisão de participar do mercado externo passa por algumas etapas de sedimentação. Antes de tudo, é preciso ser competitivo e, em seguida, adquirir a confiança dos clientes e ter produtos adequados ao uso desses países. Ademais, a multiculturalidade e a customização de produtos são outros pontos chave para sermos bem-sucedidos. Atualmente, temos participação em praticamente todos os países da América do Sul. Nosso grande desafio é conseguir crescer ano a ano, de forma sustentável, com a certeza de que podemos ser uma ótima opção de fornecimento de papéis térmicos. ■