



SMURFIT KAPPA AVANÇA EM PROJETO DE EXPANSÃO DA FÁBRICA DE FORTALEZA

Além de agregar valor aos clientes locais, este investimento, que contempla a instalação de uma nova máquina onduladeira e de impressoras de alta gráfica, tem o objetivo de fortalecer a presença da companhia na região Nordeste

POR CAROLINE MARTIN
Especial para *O Papel*

No início deste ano, a Smurfit Kappa, fabricante global de soluções de embalagens à base de papel, anunciou um investimento de mais de US\$ 33 milhões destinado à expansão da capacidade produtiva da fábrica de Maranguape, localizada na região metropolitana de Fortaleza-CE. O aporte faz parte de um trabalho contínuo, focado no atendi-

mento à demanda crescente por embalagens sustentáveis. “Desde que chegou ao Brasil, em 2015, a Smurfit Kappa investiu mais de US\$ 162 milhões de dólares em ações diversas, voltadas à implementação da inovação nos âmbitos de negócios, sustentabilidade, segurança, maquinário, entre outros. A expansão da fábrica de Maranguape está alinhada a essa estratégia”, destaca Manuel Alcalá, CEO da Smurfit Kappa no Brasil.

Além de agregar valor aos clientes locais, o investimento mais atual tem como objetivo fortalecer a presença da companhia na região. “O Nordeste brasileiro é uma praça extremamente importante para a Smurfit Kappa e a decisão de expansão no Ceará também foi impulsionada pela transformação acelerada que o estado está presenciando. Em fevereiro deste ano, por exemplo, o comércio cearense avançou em 2,9%, de acordo



DIVULGAÇÃO SK

O executivo reconhece que os cenários externos podem impactar os diversos setores que compõem a indústria, incluindo o setor de base florestal. “A nossa área de atuação, contudo, posiciona-se em bom patamar. Segundo boletim da Associação Brasileira de Embalagens em Papel (Empapel), a expedição de papelão ondulado cresceu 4,3% em 2021, alcançando 4,1 milhões de toneladas no ano. De qualquer forma, trabalhamos ativamente para estarmos preparados para cenários adversos do mercado. Compreendemos que 2022 será um ano marcado por diversos obstáculos no Brasil, ao passo que enxergamos claramente o importante espaço que o setor de embalagens está tomando na indústria”, faz o balanço.

Atualmente, sublinha Menezes, o crescimento sustentável desponta como uma das principais demandas das empresas de todo o mundo. “Além do processo inteligente e responsável de produção, que em 2021 nos permitiu alcançar métricas financeiras globais relevantes, como o alcance de receitas globais no valor de

10,1 bilhões de euros, complementamos nossa estratégia com elementos como iniciativas da ação Green Finance Framework, na qual emitimos nossa primeira remessa de *green bonds*; aprovação das metas de redução de emissões da companhia; grau de investimento com Moody’s, Fitch e S&P Science, que atesta que não há riscos financeiros relacionados ao Grupo Smurfit Kappa; recebimento do prêmio Regional Top Rated pela Sustainability, e reconhecimento como primeira empresa FTSE 100 a obter cinco estrelas com o apoio aos Objetivos Sustentáveis (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU)”, enumera as frentes estratégicas trabalhadas pela companhia.

Projeto ocorre de forma paralela à atual rotina operacional da planta de Fortaleza

O projeto de expansão em Fortaleza contempla a instalação de uma nova máquina ondulateira e de impressoras de alta gráfica para atender às demandas atuais do varejo. O aporte também inclui a cons-

com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e o número de empreendedores individuais cresceu 18,5% na região ao longo de 2020. Trata-se de uma região em que a demanda por embalagens cresce acima da média nacional”, informa Alcalá.

Segundo ele, o Brasil é essencial para a Smurfit Kappa e esse enfoque fortalece a atuação do Grupo como um todo. “O investimento apoia o objetivo global da companhia de aprimorar ainda mais seus recursos de logística e ampliar o portfólio de embalagens inovadoras e sustentáveis que agreguem valor e cresçam os negócios dos nossos clientes.”

“O fato de fazer parte de uma empresa global e de capital aberto no exterior resulta em uma atuação competitiva, que possibilita um crescimento de maneira lucrativa e proporciona agilidade para flexibilizar investimentos internos em todas as regiões em que atuamos”, corrobora Rogerio Menezes, CFO da Smurfit Kappa Brasil.



DIVULGAÇÃO SK

Alcalá: “O Nordeste brasileiro é uma praça extremamente importante para a Smurfit Kappa e a decisão de expansão no Ceará também foi impulsionada pela transformação acelerada que o estado está presenciando”



“O fato de fazer parte de uma empresa global e de capital aberto no exterior resulta em uma atuação competitiva, que possibilita um crescimento de maneira lucrativa e proporciona agilidade para flexibilizar investimentos internos em todas as regiões em que atuamos”, corrobora Menezes

trução de um centro de inovação, que pretende fomentar ainda mais a colaboração e cocriação entre a empresa e os clientes, além de melhorar o desenvolvimento de soluções de embalagem impactantes, sustentáveis e líderes de mercado na região.

A expectativa é que as novas instalações estejam operacionalmente ativas entre 2024 e 2025, fabricando soluções inovadoras para diferentes setores. Durante o período de obras, o projeto deve criar aproximadamente 80 postos de trabalho e mais de 60% do valor investido será utilizado em projetos realizados em parceria com empresas locais. Já quando a companhia estiver preparada para aumentar a capacidade produtiva, 50 novas vagas deverão ser ocupadas.

A Smurfit Kappa atua na região desde 1998. Na época, sob o nome de Paema Embalagens do Ceará, a instalação foi impulsionada pelo programa de desenvolvimento industrial colocado em prática pelo governo estadual, que atraiu diversas indústrias na década de 1990. A aquisição da Paema pela Smurfit Kappa ocorreu em dezembro de 2015. “Como as demais operações da companhia no Brasil, a planta de Fortaleza fabrica ar-

tefatos de papel e papelão, utilizando papel como principal matéria-prima, e possui certificação Forest Stewardship Council (FSC®), o que garante que todos os nossos papéis são oriundos de manejo sustentável e/ou de fontes recicladoras”, descreve Eduardo Pabon, diretor de Operações da unidade que também possui a certificação ISO 9001.

Sobre o aporte destinado a novas tecnologias para a fábrica, Pabon esclarece que a aquisição de novas impressoras de alta performance permitirá chegar a um nível elevado de precisão e qualidade nas impressões, diferencial necessário para as soluções Shelf Ready Packaging (SRP), do português embalagem pronta para prateleira, para clientes de grande consumo e varejo.

Já a nova onduladeira, também incluída no escopo do projeto, irá modernizar o processo de produção da fábrica. “A qualidade e diferenciação deste equipamento permitirá alcançar a melhor performance de nosso papel e uma alta confiabilidade de fornecimento para nossos clientes”, revela Pabon.

As obras da nova fábrica estão ocorrendo de maneira paralela à rotina operacional habitual, em um terreno adjacente à fábrica, não impactando no funcionamento da planta atual. “Todo o trabalho está sendo desenvolvido com equipe própria de engenharia e gestão para acompanhar o desenvolvimento do projeto de maneira eficaz”, ressalta o diretor de Operações. “Os próximos passos vêm sendo cuidadosamente estudados e entrarão em vigor no momento correto para que a empresa e a cultura dos colaboradores estejam caminhando lado a lado”, adiciona.



Pabon esclarece que a aquisição de novas impressoras de alta performance permitirá chegar a um nível elevado de precisão e qualidade nas impressões, diferencial necessário para as soluções SRP, do português embalagem pronta para prateleira

Tendências de mercado pautam próximos investimentos

Seguindo o ritmo apresentado nos últimos anos, o mercado de embalagens deve manter um crescimento acelerado em 2022, ainda que enfrente adversidades como consequência do atual cenário global. “Para a Smurfit Kappa, parte desse crescimento advém do fato de que embalagens não são mais vistas apenas como meios de transporte de produtos, mas sim como um bem excepcional para promover uma experiência positiva no consumidor e agregar valor à percepção da marca. Cada vez mais, os clientes reconhecem o potencial da embalagem devido ao seu papel essencial em toda a cadeia de abastecimento, desde o processo logístico de estocagem e armazenamento até os pontos de venda ou durante o *unboxing*”, avalia Carlos Sobrinho, diretor comercial da companhia.

Neste contexto, algumas tendências vêm ganhando força no mercado, tais como a identidade visual das marcas e dos logotipos, e a introdução de elementos que surpreendem o cliente ao abrir um pacote. “Além disso, o consumidor está mais preocupado com o impacto dos seus hábitos no ambiente, aumentando a procura por embalagens de papel 100% biodegradáveis, renováveis e recicláveis”, pontua Sobrinho, ressaltando que um dos focos centrais da Smurfit Kappa é oferecer alternativas sustentáveis e personalizadas para todos os clientes, independentemente do porte, sempre priorizando a qualidade, a confiabilidade e a inovação das entregas. “Tal premissa nos ajuda a desenvolver produtos de acordo com a necessidade de cada mercado, avaliando os segmentos nos quais os consumidores operam.”

Vinda especialmente do mercado europeu, a tendência de fortalecimento das embalagens SRP também tem se desenvolvido por aqui. “Essa categoria de embalagens gera oportunidades para os clientes aproveitarem o espaço na prateleira também como uma estratégia de marketing e *branding*”, explica Sobrinho. “Por meio de um trabalho de curadoria e customização, disponibilizamos opções que atendam às particularidades da



DIVULGAÇÃO SK

“Cada vez mais, os clientes reconhecem o potencial da embalagem devido ao seu papel essencial em toda a cadeia de abastecimento, desde o processo logístico de estocagem e armazenamento até os pontos de venda ou durante o *unboxing*”, avalia Sobrinho

cadeia logística do cliente, assim como a visibilidade do produto no ponto de venda e a experiência que a marca quer promover para o consumidor final. Essa orientação é essencial para que a Smurfit Kappa possa agregar valor à atuação dos clientes em seus respectivos mercados, ajudando-os a crescer e se desenvolver neles”, completa sobre o trabalho encabeçado pela empresa.

Sobrinho reforça que a Smurfit Kappa aposta na cultura do engajamento, por isso, dedica-se a conhecer a fundo os clientes, a partir de suas culturas, estruturas organizacionais e necessidades de produção. “Entendemos que a personalização e a reciprocidade são estratégias de venda que fazem os clientes nos enxergarem como uma empresa mais humana e que pode proporcionar a eles uma experiência diferenciada e única ao longo de todo o processo de atendimento e fidelização”, justifica, citando que a diversificação dos canais de atendimento é mais uma das facilidades oferecidas aos clientes.

Ainda de acordo com a avaliação do diretor comercial da Smurfit Kappa, o mercado brasileiro engloba diversas particularidades macroeconômicas e sociais que devem ser levadas em consideração ao gerir um negócio. E, se tratando de um

player da indústria, fatores como inflação e tendências de consumo são ainda mais relevantes e devem ser monitorados de perto. “Passamos por um período de falta de matéria-prima em 2020 no setor de embalagens de papelão e esse cenário levou muitas empresas a buscar por alternativas, como importação de aparas de papelão”, exemplifica. O fato de ser uma empresa global, contudo, possibilita uma melhor negociação com fornecedores de diversos países. “Desse forma, seguimos trabalhando para garantir o fornecimento aos nossos clientes, que são nossa prioridade, seja buscando a matéria-prima no Brasil ou no exterior.”

Investir em infraestrutura, saúde e segurança desponta entre as demais ações que a Smurfit Kappa direciona continuamente às unidades brasileiras. “Acreditamos que sem um olhar atento a essas vertentes, não é possível crescer de maneira sustentável”, sublinha Alcalá. “Todo esse trabalho vem sendo visto e reconhecido pelo Grupo Smurfit Kappa, que percebe nossas necessidades e incentiva o desenvolvimento local. Por isso, além do investimento na planta de Fortaleza, realizaremos ações de melhoria em outras plantas da Smurfit Kappa Brasil”, adianta o CEO da Smurfit Kappa no Brasil.

Smurfit Kappa almeja ser a escolha dos melhores talentos

Atualmente, a Smurfit Kappa conta com 48 mil colaboradores ao redor do mundo. Desse total, 2 mil profissionais atuam nas unidades da companhia no Brasil. A atuação global da empresa é regida pelo desenvolvimento de produtos e processos que promovem uma diferença real para o planeta e para as pessoas. “No Brasil, isso não poderia ser diferente. Por isso, a Smurfit Kappa reforça continuamente suas estratégias de crescimento sustentável, em linha com os compromissos de ESG assumidos globalmente pelo grupo”, resume Andrés Acosta, diretor de Recursos Humanos da Smurfit Kappa no Brasil.

A empresa assume a responsabilidade de identificar os talentos individuais dos funcionários e oferecer oportunidades de desenvolver e alcançar todo o seu potencial. “Encorajamos os colaboradores a abraçarem o aprendizado e a desenvolver novas habilidades, independentemente do estágio em que estejam em suas carreiras ou nível na organização”, pontua o executivo.

Acosta revela que a ambição da companhia é ser reconhecida como uma empresa globalmente admirada, destacando-se como um ótimo lugar para trabalhar e como a escolha dos melhores talentos. “Essa ambição não considera apenas o crescimento do nosso negócio, mas baseia-se no nosso entendimento de que o sucesso é impulsionado por profissionais altamente valorizados e por equipes motivadas”, justifica.

Com o objetivo de criar um trabalho significativo, com um propósito mais amplo, ao mesmo tempo em que garante saúde, segurança e bem-estar a todo o quadro de colaboradores, a Smurfit Kappa trabalha continuamente para evoluir e melhorar a sua Estratégia

de Pessoas. Acosta informa que ela está baseada em quatro pilares-chave: Desenvolvimento de Pessoas e Gestão de Talentos; Experiência do Empregado para Desempenho; Inclusão, Diversidade e Igualdade, e Recompensas e Reconhecimento.

Os pilares, esclarece ele, são sustentados pelos cinco fundamentos que contemplam a estratégia de RH da Smurfit Kappa: Segurança e Bem-Estar; Aspectos Legais; Relações com Funcionários; Sistemas de Informação, e Comunicação Interna. “Focamos nestes cinco fundamentos para garantir a saúde e o bem-estar do nosso pessoal, a confiabilidade da nossa informação, a integridade de nossa organização e a comunicação com todos os nossos colegas de forma consistente e oportuna”, reforça.

Na prática, desde o início da operação no Brasil, a Smurfit Kappa adota uma abordagem de baixo para cima, como define Acosta, para inclusão e diversidade. “Ouvimos atentamente nossos funcionários para que eles nos ajudem a entender o que torna um ambiente de trabalho verdadeiramente inclusivo. Milhares de vozes e opiniões de pessoas nos levaram a criar nosso programa de inclusão e diversidade EveryOne. Cada pessoa que compõe a Smurfit Kappa tem algo único para dar e talentos ocultos para desempacotar, e o EveryOne visa assegurar que cada um de nós se sinta apoiado, aceito, respeitado e livre de ser quem realmente é em nosso trabalho diário.”

O modelo de liderança Open Leadership, voltado à estimulação do aprendizado amplo, não só de técnicas que aumentam o próprio desempenho, mas que principalmente exercem um impacto positivo às equipes, também está entre as iniciativas mais recentes da Smurfit Kappa. “Acreditamos que é parte do nosso papel fornecer excelentes programas de ensino e desenvolvimento para todos os colaboradores, durante as diferentes etapas da vida profissional, com o intuito de equipá-los com as habilidades e experiências que garantirão o sucesso presente e futuro”, comenta Acosta, citando que os Programas de Desenvolvimento Avançado de Gestão (AMD), os Programas Globais de Gerência (GMP) e o Programa de Imersão em inglês, e plataforma online de língua estrangeira estão entre os demais exemplos de frentes de desenvolvimento de pessoas e de liderança encabeçadas pela Smurfit Kappa Academy, disponíveis para os profissionais de todos os países nos quais a companhia está presente.

DIVULGAÇÃO SK



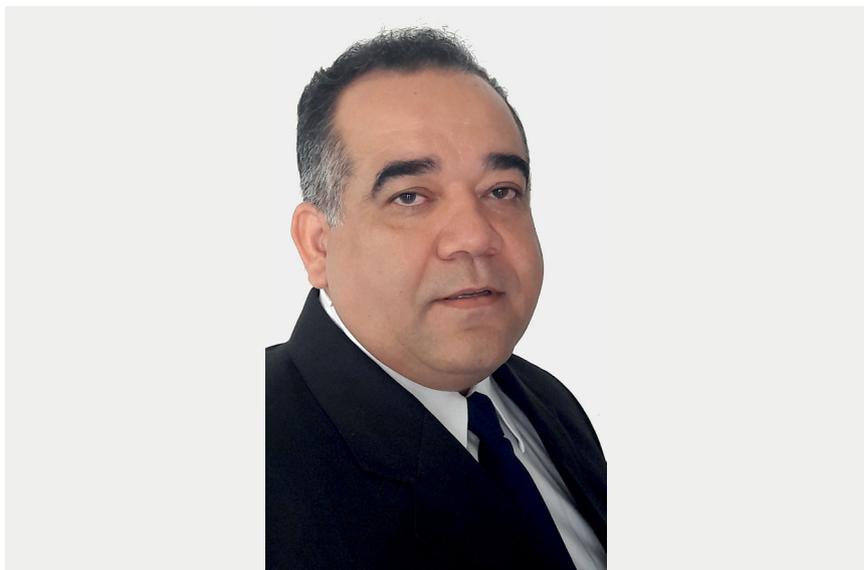
“Encorajamos os colaboradores a abraçarem o aprendizado e a desenvolver novas habilidades, independentemente do estágio em que estejam em suas carreiras ou nível na organização”, pontua Acosta

Na fábrica de Uberaba-MG, está previsto um investimento de mais de US\$ 4 milhões para a instalação de uma estação de tratamento de água. O aporte, justifica Alcalá, vem para fortalecer ainda mais a importância das ações de ESG (sigla que vem do inglês *Environmental, Social and Governance*) como direcional da empresa e o compromisso da Smurfit Kappa Brasil em relação aos objetivos globais do grupo.

Já a fábrica de Bento Gonçalves-RS, contará com grandes investimentos: US\$ 1,8 milhão destinados a melhorias do processo produtivo da ondulateira; US\$ 7,1 milhões em uma impressora de alta qualidade do tipo FFG para ampliar a capacidade de produção de soluções SRP com foco no comércio eletrônico, e US\$ 2,8 milhões dedicados a melhorias no processo produtivo da planta, incluindo redução do uso de aditivos e do consumo de energia, totalizando um aporte de aproximadamente US\$ 15 milhões.

Por fim, outros US\$ 18 milhões serão direcionados a projetos diversos focados em tecnologia, inovação, infraestrutura e segurança no Brasil. “Dessa maneira, seremos capazes de reforçar a nossa estratégia de crescimento sustentável do mercado nacional, de maneira alinhada às diretrizes globais de expansão baseadas em segurança, inovação e sustentabilidade”, afirma Alcalá.

O CEO da Smurfit Kappa no Brasil lembra que a substituição de materiais de origem fóssil pelos de fonte renovável, como o papel e papelão, são macrotendências em ritmo crescente no mundo todo, fazendo parte da progressão do consumo de embalagens sustentáveis. “Nesse cenário, a Smurfit Kappa pretende contribuir de forma responsável e consciente por meio de investimentos contínuos em excelência operacional e alocação de capital com estratégias disciplinadas e cada vez mais eficazes, alinhadas à agenda ESG. “Planejamos continuar desenvolvendo soluções de embalagens conscientes e tecnológicas, priorizando fatores como a versatilidade, a segurança e o aumento da demanda por produtos biodegradáveis, a fim de posicionar o papelão ondulado como uma das



Silva: “A sustentabilidade, além de ser um agente de transformação, é o core do nosso negócio. Incorporamos esse fator em cada etapa do processo de produção de embalagens da companhia e nos esforçamos para que ele seja a base das nossas movimentações com o mercado e os stakeholders”

principais opções para embalar produtos do comércio on-line e do varejo em geral.”

“A sustentabilidade, além de ser um agente de transformação, é o core do nosso negócio. Incorporamos esse fator em cada etapa do processo de produção de embalagens da companhia e nos esforçamos para que ele seja a base das nossas movimentações com o mercado e os *stakeholders*”, reforça Ivan Silva, gerente da Qualidade e Meio Ambiente da Smurfit Kappa, informando que esse fluxo foi essencial para o Grupo alcançar um crescimento de 18% nas receitas da companhia, chegando a um total de 10,1 bilhões de euros.

Ainda de acordo com a contextualização de Silva sobre o tema, os compromissos assumidos pelo Grupo Smurfit Kappa estão alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) e ao Acordo de Paris. Entre eles, está o de obter emissões Net Zero até 2050, com uma redução de 55% na intensidade das emissões de CO₂ provenientes de combustíveis fósseis até 2030; diminuir em 1% do uso de água anualmente e aumentar em 95% o volume de vendas das soluções de embalagem certificadas de Cadeia de Custódia até 2025. Paralelo a isso, entre 2020 e 2025, serão doados cerca de US\$ 25,3 milhões para apoiar

iniciativas sociais, ambientais e comunitárias. Para tornar os processos de produção ainda mais sustentáveis e seguros, a Smurfit Kappa estipulou a meta de redução em 60% na intensidade da Demanda Química de Oxigênio e 30% nos resíduos destinados aos aterros até 2025, além da diminuição em 5% na Taxa Total de Lesões Registráveis para os colaboradores. No âmbito de governança corporativa, a Smurfit Kappa também estipulou uma meta de aumento de 25% dos cargos de gestão ocupados por mulheres até 2024.

Ele ressalta que a Smurfit Kappa alia altos padrões de governança corporativa a conduta ética nos negócios para assegurar o alcance de metas que contribuam para o desenvolvimento do planeta. “Nosso objetivo como empresa é causar mudanças positivas, desde a origem renovável das nossas matérias-primas até a redução do impacto operacional, além da contribuição com a diminuição da pegada ambiental dos nossos clientes e dos consumidores.”

Com esse propósito em mente, continua Silva, a Smurfit Kappa criou a iniciativa global Better Planet Packaging (BPP), cujo objetivo é desenvolver soluções sustentáveis de embalagens, com foco em reduzir os resíduos de embalagens no planeta. “Nossas equipes trabalham diariamente em novos desenvol-

vimentos de soluções e ferramentas que têm o objetivo de diminuir os resíduos de embalagens no meio ambiente, seja pela otimização da embalagem ou pela substituição de materiais menos sustentáveis”, detalha sobre o funcionamento prático.

Equipes multidisciplinares mantêm foco sobre demandas do mercado

Uma gerência de Inovação é responsável pela coordenação de todo o trabalho de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação nas fábricas da companhia. “Além do nosso Experience Centre, localizado em São Paulo-SP, nossas áreas de desenvolvimento estão espalhadas pelas unidades de atuação, incluindo as plantas em Pirapetinga-MG, Uberaba-MG, Bento Gonçalves-RS e Fortaleza-CE”, informa Luciana Souto, diretora de Marketing, Comunicação, Inovação e Experiência do Cliente da Smurfit Kappa.

Na prática, as equipes multidisciplinares mantêm-se atualizadas sobre as tendências do mercado brasileiro e global em todos os segmentos de atuação da empresa. A busca pelas soluções mais apropriadas atendem a todas as necessidades dos clientes, sejam elas operacionais, logísticas ou até mesmo de *branding*. “Mas o nosso trabalho de P&D também atinge etapas pré-produção das embalagens, como a fabricação de papel e de papelão, por isso, nosso time está

ENTRE OS DESTAQUES DA ÁREA DE P&D DA SMURFIT KAPPA ESTÁ O EWHEEL, PLATAFORMA DIGITAL DESENVOLVIDA NO BRASIL, QUE CONTA COM UM BANCO DE DADOS COMPOSTO POR CENTENAS DE SOLUÇÕES ESPECÍFICAS PARA O E-COMMERCE

sempre investigando formas de melhorar a qualidade desses materiais, não apenas para atender às demandas dos

clientes como para nos destacarmos nos nossos mercados de atuação. Internamente, também trabalhamos continuamente em melhorias operacionais para aumentar a nossa eficiência produtiva”, pondera Luciana sobre o trabalho realizado em diferentes frentes.

Os resultados obtidos pelas iniciativas da área de P&D podem ser conferidos em todas as unidades do Grupo. “Em nosso dia a dia, utilizamos as InnoTools, ferramentas desenvolvidas internamente para aprimorar os processos e estratégias, a fim de promover uma boa experiência ao consumidor final, que auxiliam em todo o projeto de criação para os nossos clientes. Contamos com um Centro de Desenvolvimento Global, localizado na Holanda, que trabalha continuamente para melhorar essas InnoTools, além de facilitar a conexão e o trabalho de cocriação dos quase mil designers que compõem o nosso quadro colaborativo em todo o mundo”, revela Luciana.

Entre os destaques da área de P&D da Smurfit Kappa está o eWheel, plataforma digital desenvolvida no Brasil, que conta com um banco de dados composto por centenas de soluções específicas para o e-commerce, criadas por desenvolvedores de vários países, e que variam de acordo com a missão de compra do consumidor, justamente para facilitar o trabalho de criação de embalagens mais adequadas às necessidades de cada cliente. “Por termos equipes de P&D em todas as nossas unidades de operação, a sincronia dos times é muito grande. Sempre que necessário, as equipes trabalham em conjunto para levantar tendências de mercado e desenvolvimento. Também apostamos muito na cocriação com nossos clientes, não apenas no Experience Centre, mas nas nossas plantas”, comenta a diretora de Marketing, Comunicação, Inovação e Experiência do Cliente da Smurfit Kappa sobre o processo que contribui com o desenvolvimento de embalagens que atendem a critérios específicos de sustentabilidade, operacionais ou até mesmo logísticos. ■

DIVULGAÇÃO SK



Luciana revela que o trabalho de P&D da Smurfit Kappa também atinge etapas pré-produção das embalagens, como a fabricação de papel e de papelão, com o time sempre investigando formas de melhorar a qualidade desses materiais