

ÁREA DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS 2 - AO2

GERÊNCIA SETORIAL DE PAPEL E CELULOSE

Data: 25/09/95

No.5

PAPEL DE IMPRENSA

Este segmento do setor de papel e celulose representa cerca de 13% do consumo mundial de papéis. Internacionalmente designados como *newsprint*, os papéis de imprensa são utilizados para impressão de jornais e periódicos. É fabricado principalmente com pasta mecânica ou mecano-química e apresenta gramatura entre 45 e 56 g/m². O consumo de papel de imprensa no Brasil cresceu à taxa média de 8,7% a.a. entre 1984 e 1994. A produção nacional no ano passado atendeu apenas a 46% da demanda, que ficou em 566 mil t. As importações bateram recorde histórico em 1994, alcançando 319 mil t, sendo 74% superior às de 1993. A expectativa para 1995 é de que o consumo nacional supere 640 mil t, o que levaria as importações para patamar superior a 330 mil t, já que a produção nacional está no seu limite de capacidade.

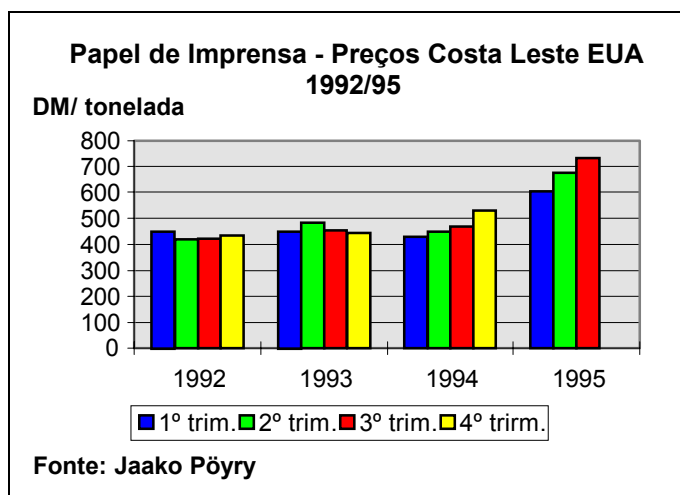
MERCADO INTERNACIONAL

Consumo Aparente

O consumo mundial de papel de imprensa, após vários anos de fraco desempenho, tem sido fortemente alavancado pelo crescimento econômico verificado nos principais países desenvolvidos, notadamente nos Estados Unidos, que responde por cerca de 35% do consumo deste tipo de papel.

A demanda mundial alcançou, em 1994, cerca de 34 milhões de toneladas, com Estados Unidos, Japão, Alemanha e Inglaterra concentrando aproximadamente 60% do mercado.

O desequilíbrio entre oferta e demanda ocorrido em 1994 levou a um movimento de subida nos preços, que se apresentaram, entre o 1º trim/94 e o 3º trim/95, 70% mais altos nos Estados Unidos e 35% maiores na Alemanha, em média. Os preços negociados em agosto, para os papéis de 48,8 g/m², variaram em torno de US\$ 760/t, nos Estados Unidos (costa leste) e DM 1.140/t (US\$ 770/t), na Alemanha.

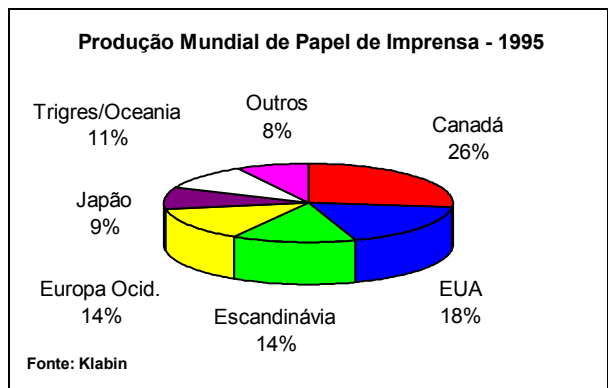


Os jornais se viram em dificuldades para obtenção do papel de imprensa justo num momento de crescimento expressivo de circulação e veiculação de propaganda. Várias atitudes foram tomadas: redução do espaço editorial, dos espaços em branco e das seções menos lidas; uso criterioso dos tipos de letras; corte de circulação marginal; reajuste do tamanho das folhas; concisão nas informações, etc. Entretanto, para fazer frente ao seu aumento de custos, alguns jornais procederam a reajustes nos preços de capa, por exemplo, a edição de domingo do New York Times passou de US\$ 2.00 para US\$ 2.50.

Os países da Europa, em particular a Inglaterra, são os que mais têm sentido a escassez de oferta, uma vez que os produtores canadenses vêm privilegiando as entregas para os Estados Unidos e outros mercados nos continentes americano e asiático (crescimento da taxa de alfabetização na China), onde conseguem melhores margens.

Produção Mundial

A produção mundial de papel de imprensa deverá alcançar, neste ano, cerca de 35 milhões de toneladas, sendo 4% superior à de 1994 (33,8 milhões t). Os principais produtores mundiais são Canadá, Estados Unidos, Japão, Suécia, Finlândia e Alemanha, sendo o Canadá e os países nórdicos exportadores líquidos. As fábricas têm operado a plena carga e não se espera acréscimos significativos de oferta para este ano.



Os produtores têm sido pressionados a aumentarem o teor de fibra reciclada na produção do papel de imprensa. Em 1995 estima-se que o teor médio alcance cerca de 39%, comparativamente aos 19% de 10 anos atrás. As novas tecnologias para o destintamento do papel usado contribuiu para esse aumento. Outras mudanças tecnológicas relevantes foram as pastas termomecânicas substituindo as tradicionais pastas mecânicas e o aumento da escala das máquinas de papel, hoje ao redor de 250 mil t/ano (em 1985 estavam no patamar de 100-120 mil t/ano). Cabe ressaltar uma tendência para produção de gramaturas mais baixas saindo da tradicional 48,8 g/m² para teores de 45 e 42 g/m², com meta de se chegar a 40 g/m².

Papel de Imprensa: Estimativa da Produção e Consumo Mundial - 1995

Regiões	milhões de toneladas		
	Produção	Consumo	Saldo
Canadá	9,4	1,2	+ 8,2
EUA	6,4	11,7	- 5,3
América Latina	1,0	2,0	- 1,0
Europa Ocidental	9,2	9,2	+ 0,6
Europa Oriental	1,2	1,0	+ 0,2
Oriente Médio	0,2	0,6	- 0,4
África	0,4	0,5	- 0,1
Japão	3,1	3,6	- 0,5
Tigres/Oceania	3,8	5,5	- 1,7
Total	35,3	35,3	-

Fonte: Klabin

Perspectivas

A demanda mundial por papel de imprensa, até o final da década, deverá crescer à taxa média de 4 - 4,5% a.a. para os países em desenvolvimento e entre 1 e 2% a.a. para os países desenvolvidos, repetindo-se o desempenho dos últimos 10 anos. O acréscimo programado para a oferta é reduzido, esperando-se que o mercado continue comprador, portanto com continuidade de subida dos preços.

A grande questão hoje em discussão refere-se à perda de participação do papel de imprensa frente aos outros tipos de papel, ou seja, o crescimento esperado para a demanda de papel de imprensa é menor que a dos outros tipos. Esse fato decorre da nova distribuição para a veiculação de propaganda e de informações, nos países desenvolvidos, entre a mídia escrita (jornais, revistas, etc.) e a mídia eletrônica (televisões, rádios, computadores, etc.). Nos Estados Unidos, da verba investida em publicidade em 1993 (US\$ 137,5 bilhões), aos jornais foi direcionado 23,2%, contra 27% em 1983 (a televisão passou de 21,2% em 1983 para 22,3% em 1993).

Este ano, na onda da expansão da Internet, emergiram nos Estados Unidos os primeiros serviços de classificados por computador.

Os jornais americanos, reagindo a essa perda de mercado publicitário, lançaram uma rede nacional de jornais: a NNN - Newspaper National Network. O objetivo é atrair os anunciantes de âmbito nacional substituindo as negociações com cada jornal por um único contato através da NNN e colocação do anúncio em qualquer jornal conveniado. Atualmente esta rede tem cerca de 700 jornais participantes com uma circulação conjunta de 44 milhões de exemplares (75% do movimento diário e 86% nos domingos).

Esta mudança de atitude revela que os jornais americanos estão repensando seu negócio, ampliando-o para oferta global de informações e serviços, procurando ver além do papel e da tinta. De fato, os jornais americanos vêm ofertando serviços eletrônicos a seus clientes, tipo viva voz, vídeo texto, produtos por fax, transmissão *on-line*, pesquisas e estudos, etc.

Outra fonte de preocupação dos jornais é com a qualidade da impressão: uso de cores variadas e nitidez das fotos cada vez melhor. Essa vertente deve ser acompanhada de perto pelos fabricantes de papel, uma vez que, em paralelo, existe a exigência do aumento do uso de fibras recicladas, o que, em teoria, daria pior qualidade ao papel produzido.

No Brasil estima-se que os classificados em jornais tenham movimentado, em 1994, cerca de US\$ 384 milhões, respondendo por quase metade das receitas publicitárias. As estatísticas indicam, para os dois últimos anos, crescimento vigoroso nas seções de classificados dos três principais jornais, num movimento de certa forma contrário ao cenário mundial, onde os jornais estão perdendo terreno para os outros meios de propaganda. A concorrência *on-line* ainda é reduzida mas inevitavelmente crescente. Calcula-se que apenas 3% das residências brasileiras têm computadores, contra 33% nos Estados Unidos. Desta forma, o Brasil insere-se entre os países que deverão apresentar altas taxas de crescimento para o consumo de papel de imprensa (ao redor de 5% a.a.).

MERCADO NACIONAL

Consumo Aparente

O consumo aparente nacional de papel de imprensa, de 1984 a 1994, apresentou fortes oscilações, devido, em grande parte, aos 6 planos econômicos lançados pelo Governo nesse período. A taxa média de crescimento para esse tipo de papel, no período considerado, foi de 8,7% a.a., bastante superior à dos outros tipos, que situou-se em torno de 3% a.a.

Papel de Imprensa: Brasil - Evolução do Consumo Aparente - 1984/94

Anos	Produção	Importação	Exportação	mil toneladas	
				Consumo Aparente	Consumo per capita (kg/hab)
1984	109	137	-	246	1,9
1985	208	70	-	278	2,1
1986	218	213	13	418	3,1
1987	232	184	15	401	3,0
1988	246	110	11	345	2,5
1989	230	216	8	438	3,1
1990	246	188	20	414	2,9
1991	253	211	12	452	3,1
1992	237	173	33	377	2,5
1993	276	183	33	426	2,8
1994	264	319	17	566	3,7

Fonte: ANFPC

O consumo aparente de papel está fortemente relacionado à melhoria de renda e ao crescimento populacional. No caso do papel de imprensa, o maior aumento do consumo se deu durante o Plano Cruzado, no ano de 1986, com mais de 50% de acréscimo em relação ao ano anterior.

A distribuição geográfica do consumo mostra a liderança da Região Sudeste, com 75%, seguida da Região Sul com 14% e Nordeste com 6,5%. As regiões Centro-Oeste e Norte respondem, respectivamente, por 2,5% e 2% do consumo atual.

Três grandes jornais concentram o consumo de papel de imprensa: em São Paulo, Folha e O Estado de São Paulo e O Globo no Rio de Janeiro.

Conforme estimativas da ANJ - Associação Nacional dos Jornais, a previsão da demanda para o ano de 1995 é de 620 mil t, com um acréscimo de 10,5% em relação a 1994, 45,5% em relação a 1993 e 64,5% a 1992 (época de grande recessão no consumo).

Para os primeiros seis meses deste ano, o consumo aparente já alcançou 326 mil toneladas (média mensal de 54,3 mil t). A produção nacional foi de 133 mil t e as importações de papel de imprensa foram da ordem de 203 mil toneladas. Caso mantida essa performance no segundo semestre, a demanda do ano de 1995 deverá ultrapassar 640 mil t, significando gastos com divisas superiores a US\$ 300 milhões, uma vez que a produção nacional está no seu limite.

Perspectivas

O crescimento da indústria jornalística brasileira, em 1994 e 1995, foi significativo, refletindo-se no aumento de tiragem dos jornais e em programa de investimentos para modernização e aumento de capacidade de cerca de US\$ 180 milhões, sendo US\$ 100 milhões para projetos em andamento, entre 1995 e 1997, e US\$ 80 milhões em fase de estudo.

Admitindo-se a previsão inicial da ANJ para o consumo aparente de papel de imprensa do ano de 1995 e taxa média de crescimento de 5% a.a. até o final da década, a demanda brasileira situar-se-á em cerca de 790 mil t, no ano 2000. Como não há anúncios firmes de acréscimos de produção, isso significa que 65% desse volume será suprido por importações. Esse fato, aliado ao potencial existente de crescimento das vendas brasileiras

para a América Latina, mostra a oportunidade de novos investimentos em máquinas de grande porte para a produção de papel de imprensa no Brasil.

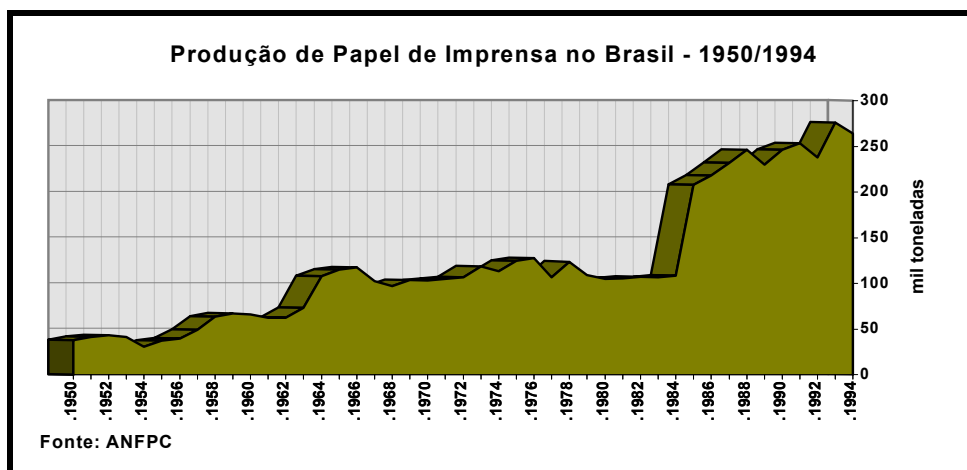
Papel de Imprensa: Brasil Projeção do Consumo Aparente - 1995/2000

	mil toneladas					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Consumo Aparente	620	651	683	718	754	791
Produção	290	290	290	290	290	290
Exportações	17	17	17	17	17	17
Importações	347	378	410	445	481	518

Fonte: BNDES/Gerência Setorial de Papel e Celulose

Produção

A produção de papel de imprensa correspondeu a 5% do total de papel produzido no Brasil em 1994 (5,65 milhões de t) e vem se mantendo relativamente estável nos últimos anos.



Dois fabricantes detêm 96% da produção: KFPC - Klabin Fabricadora de Papel e Celulose e PISA - Papel de Imprensa S/A, que iniciou suas atividades no início de 1985. Estas empresas estão instaladas no sul do país, onde há maior disponibilidade de fibra longa para a fabricação da pasta mecânica/termomecânica que consomem.

Papel de Imprensa: Brasil - Produção por Fabricante e por Estado - 1990/94

	mil toneladas				
	1990	1991	1992	1993	1994
Paraná	243	248	236	267	253
PISA - Papel de Imprensa S.A.	121	123	117	140	138
KFPC - Divisão Paraná	118	120	103	126	115
Inpacel-Ind. Papel Arapoti S.A.	-	-	12	1	-
IBEMA - Cia. Bras. de Papel	4	5	4	-	-
Santa Catarina	3	5	1	9	11
Celulose Irani S.A.	3	5	1	9	11
Total	246	253	237	276	264

Fonte: ANFPC

Tanto a PISA quanto a KLABIN encontram-se estudando a possibilidade de expandir suas respectivas produções.