

PAPEL DE IMPRENSA

Papel de Imprensa

Os papéis de imprensa representam cerca de 12% do volume de papéis de todos os tipos produzidos e consumidos no mundo. Mundialmente conhecidos como *newsprint*, são fabricados com pasta mecânica ou mecano-química e usados na fabricação de jornais e revistas.

Nos anos recentes, foi notório o avanço tecnológico nos processos de impressão, o que permitiu o uso de maior número de cores e a melhoria na qualidade estética dos jornais acompanhados de aumento na velocidade das máquinas impressoras. Também se verificou a redução de gramatura do papel, que tende a passar dos 48,8 g/m² para algo em torno de 40 g/m².

Por pressão ambiental, os diversos países estabeleceram legislações específicas, exigindo a incorporação de níveis crescentes de fibras recicladas na composição do papel de imprensa. Todos esses fatores provocaram o aperfeiçoamento das técnicas e dos equipamentos envolvidos na produção do papel de imprensa, de forma a garantir sua qualidade frente às novas exigências do mercado.

No Brasil, o papel de imprensa é fabricado com fibras virgens, empregando-se uma mistura de pasta mecânica ou termomecânica (70%) com celulose (30%). Os jornais descartados são utilizados em diferentes proporções de mistura com celulose para fabricação de outras categorias de papel, principalmente embalagem e *tissue*.

Mercado Internacional

Há 210 fábricas de papel de imprensa no mundo, 33% delas localizadas na Ásia, 25% na América do Norte, 20% na Europa Ocidental e o restante (22%) na América Latina, Europa Oriental, Oceania e África.

A maior fábrica de papel de imprensa está localizada no Japão e pode produzir mais de 1 milhão de toneladas por ano em 9 máquinas. Na América do Norte há máquinas de portes variados (60 a 290 mil t/ano), sendo a média de 150 mil t/ano. Na Europa Ocidental as máquinas são, em geral, maiores e mais modernas que as da América do Norte.

Embora cerca de 44% da produção mundial de papel de imprensa seja exportada esse papel é considerado como uma *commodity* local. A demanda dos Estados Unidos é suprida em 98% por produtores da América do Norte. Similarmente 90% da demanda da Europa Ocidental são supridos por produtores locais e 75% do consumo da Ásia são atendidos por fabricantes asiáticos.

Consumo

O consumo de papel de imprensa é fortemente influenciado pelo nível de atividade econômica e pela demanda por propaganda. A publicidade é a principal fonte de receitas dos jornais e revistas e determina, na maior parte das vezes, o tamanho das publicações e o número de títulos em

circulação. O número de leitores, também de grande relevância para a demanda de papel de imprensa, é influenciado por variáveis econômico-sociais, como distribuição de renda, grau de alfabetização e preço das publicações.

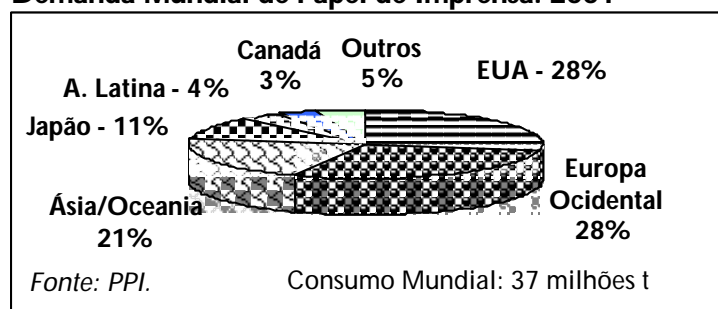
Esse tipo de papel foi o mais afetado pela consolidação da mídia eletrônica, principalmente como veículo comercial. Assim é o que vem apresentando a mais baixa taxa de crescimento de demanda: nos últimos dez anos, o consumo mundial cresceu a uma taxa média anual de 1,7%, contra uma taxa média de 3% para o consumo de papéis de todos os tipos.

As exceções são as taxas de crescimento verificadas nos países em desenvolvimento: Ásia (7,3% a.a.), pela incorporação da China ao mercado de papéis à base de celulose, e África e América Latina (5,3% a.a.), por suas demandas reprimidas.

América do Norte, Europa e Ásia/Oceania consumiram quantidades aproximadamente iguais, em 2001, na faixa de 11,5 milhões de toneladas. Essas regiões do mundo somadas representam cerca de 95% da demanda mundial de papel de imprensa. Os restantes 5% são absorvidos pela América Latina (4%) e África (1%) (Gráfico 1).

Gráfico 1

Demanda Mundial de Papel de Imprensa: 2001



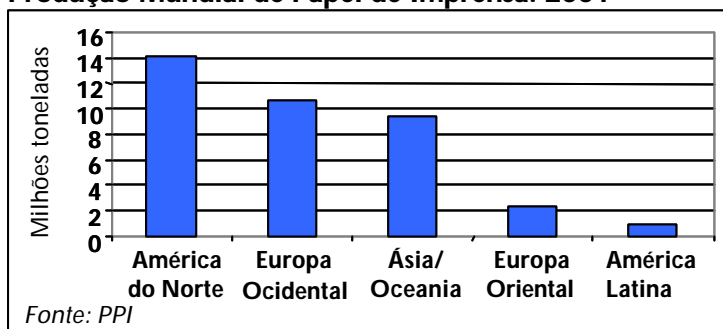
O maior consumidor mundial de papel de imprensa são os Estados Unidos que, em 2001, consumiram 10,4 milhões de toneladas (28% da demanda mundial). O tamanho do mercado norte-americano é equivalente ao de todos os países da Europa Ocidental somados. O Japão, com participação de 11% no consumo mundial, é o segundo maior mercado individual de papel de imprensa.

Produção

A produção mundial de papel de imprensa, em 2001, alcançou 37,8 milhões de toneladas, cerca de 4,5% inferior a do ano anterior. A América do Norte contribui com 38% da produção mundial, seguida pela Europa com 34%, e da Ásia com 25%. A América Latina tem uma participação de apenas 2,5%.

O Canadá destaca-se como o maior produtor mundial, respondendo por 22% da oferta total. Os Estados Unidos, com 15%, e o Japão, com 9%, são, respectivamente, segundo e terceiro produtores mundiais. (Gráfico 2).

Gráfico 2
Produção Mundial de Papel de Imprensa: 2001



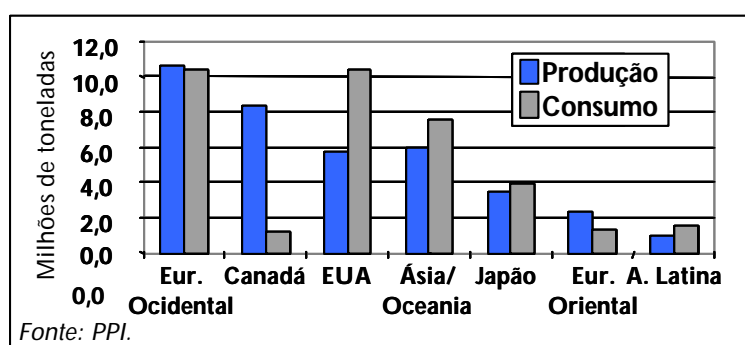
No período 1992 a 2000, as produções canadense e norte-americana oscilaram nos patamares de 9 e 6 milhões de toneladas, respectivamente, resultando num decréscimo de oferta, ao final do período de 1,2 milhão de toneladas. A oferta global de papel de imprensa, contudo, teve um aumento de 7 milhões de toneladas, no mesmo período, tendo sido a Europa responsável por mais 3,6 milhões de toneladas e Ásia/Oceania por mais 3,3 milhões de toneladas. Na Ásia quase 70% do acréscimo de produção proveio da China e da Coreia do Sul.

Em 2001, houve queda de 4% na produção mundial de papel de imprensa, em relação ao ano anterior, tendo sido esta redução mais acentuada na América do Norte, com decréscimo de 11%. A Europa também apresentou uma produção menor no período, com declínio de 4%. Ásia/Oceania, contudo, continuaram registrando crescimento da oferta, com aumento de 4%, atingindo o patamar de 9,6 milhões de toneladas.

Comércio

O balanço entre a oferta e a demanda mundiais de 2001 mostra o Canadá como principal fornecedor de papel de imprensa, um relativo equilíbrio na Europa Ocidental e déficits expressivos na Ásia e nos Estados Unidos (Gráfico 3)

Gráfico 3
Produção e Consumo de Papel de Imprensa: 2001



A América do Norte concentra metade do comércio mundial de papel de imprensa, sendo o Canadá o maior exportador e os Estados Unidos o maior importador. O Canadá é responsável por 43% das exportações mundiais desse papel, destinando 80% do volume para o mercado norte-americano. Os Estados Unidos absorvem 34% das importações mundiais.

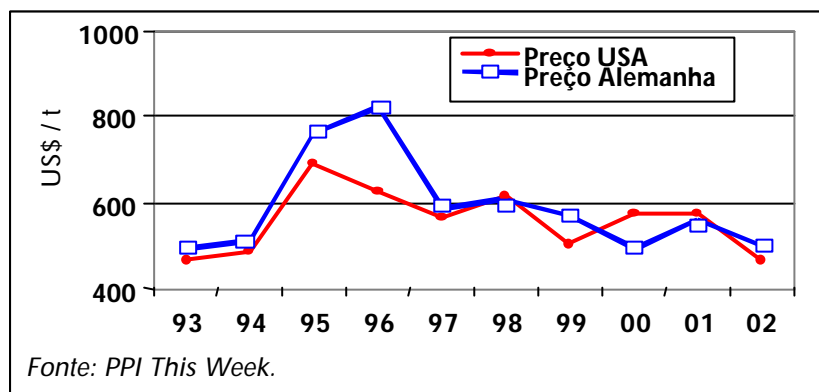
Outro grande bloco de comércio é a Europa Ocidental, responsável por 37% do movimento mundial. Os países nórdicos (Suécia, Finlândia e Noruega) atuam como grandes fornecedores para os outros países, principalmente para Alemanha e Inglaterra.

A Ásia é responsável por 6% do comércio mundial e um importador de papel de imprensa.

Preços

Os preços de papel de imprensa vêm declinando, salvo por breves períodos de oscilação ascendente, desde 1996, quando atingiu pico próximo a US\$900 por tonelada. Em julho de 2002, o preço na Alemanha era de US\$555/t, equivalente ao praticado no terceiro trimestre de 2001. Desde maio os preços estão ascendentes. Tanto nos Estados Unidos como na Europa a redução dos preços foi uma tentativa de manter a demanda (Gráfico 4).

Gráfico 4
Evolução dos Preços de Papel de Imprensa



Nos Estados Unidos, dados de julho de 2002 mostraram que o consumo de papel de imprensa registrara aumento pelo segundo mês consecutivo, após dois anos de quedas seguidas. Os fabricantes continuavam a praticar *downtime* e operavam com taxas de ocupação de 83%.

Capacidade de Produção

A capacidade mundial de produção de papel de imprensa, ao final de 2001, situou-se no entorno de 40 milhões de toneladas. Nos últimos dez anos houve um aumento de capacidade de 2,9 milhões de toneladas (0,8% ao ano), particularmente marcante na Ásia (Coréia do Sul, China, Indonésia e Índia) e na Europa Ocidental (Alemanha e França).

Os cinco maiores fabricantes mundiais detêm quase 60% da capacidade mundial. São empresas transnacionais, das quais três têm sede nos países nórdicos, uma no Canadá e outra nos Estados Unidos (Tabela 1).

Tabela 1
Capacidade Instalada dos Principais Fabricantes Mundiais de Papel de Imprensa: 2001

Em mil toneladas

Fabricantes	Capacidade	%	Sede
Abitibi Consolidated	7.300	18,3	Canadá
Norske Skog	5.660	14,2	Noruega
Bowater	3.695	9,2	E.U.A.
Stora Enso	3.300	8,3	Finlândia
UPM-Kymmene	2.710	6,8	Finlândia
Mundo	40.000	100,0	

Mercado Nacional

Consumo e Produção

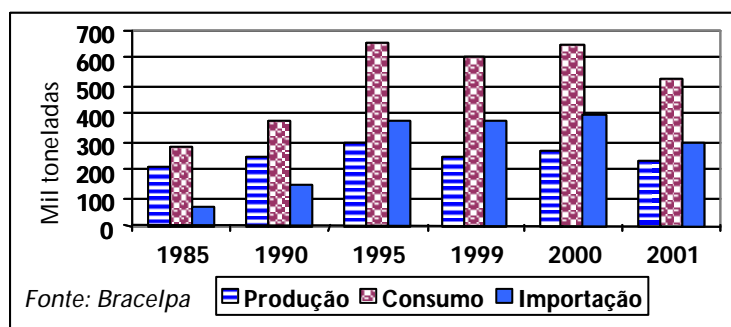
O consumo de papel de imprensa no Brasil, em anos recentes, atingiu o máximo de 723 mil toneladas em 1997, declinando nos anos subseqüentes, até atingir 522 mil toneladas em 2001. Este declínio pode ser atribuído à retração da atividade econômica e à evolução negativa do mercado publicitário brasileiro, principalmente em 2001.

A produção tem variado na faixa de 230 a 295 mil toneladas e, se em 1990 atendia a 65% da demanda, em 2001 atendeu a 45%. São duas as empresas produtoras, ambas localizadas no Paraná: a Norske Skog Klabin e a Norske Skog Pisa.

A Norske Skog (segunda maior produtora mundial) será, a partir de 2003, com a compra da participação que detém na Klabin Norske, a única fabricante nacional. Como a máquina que atualmente produz esse tipo de papel retornará ao Grupo Klabin, existe a intenção de redirecioná-la para a produção de papéis de embalagem.

Assim, a capacidade instalada no Brasil diminuiria para cerca de 165 mil toneladas e, caso o consumo em 2003 seja semelhante ao de 2001/2 (cerca de 522 mil t), a possibilidade de atendimento com produção local cairia para 30%, com acréscimo de importações de 65 mil toneladas e gastos de divisas de US\$38 milhões (ao preço atual), reforçando a tendência de importações crescentes dessa categoria de papel que tem isenção tributária garantida pela Constituição (Gráfico 5).

Gráfico 5
Brasil: Produção, Consumo e Importação de Papel de Imprensa



O Brasil é o décimo segundo maior importador de papel de imprensa do mundo. Em 2001, foram adquiridas no exterior 297 mil toneladas, ao custo de US\$173 milhões. O volume de importação

deste tipo de papel acompanha as oscilações do consumo interno já que o país tem oferta limitada para atendê-lo. Em 2001, o Brasil importou 57% do total de papel de imprensa que consome.

As importações brasileiras de papel de imprensa representam quase 50% do volume total de papel adquirido pelo Brasil no exterior, e são supridas preferencialmente pelo Canadá (60%) e pelos Estados Unidos (20%).

Os preços de papel de imprensa no Brasil oscilam na faixa US\$380 a US\$540 por tonelada. Devido aos elevados volumes importados e à elevada capacidade de produção dos Estados Unidos e do Canadá, quando o mercado encontra-se desaquecido nestes países, o preço no Brasil tende a ser mais baixo que a média de preços norte-americanos. Inversamente, quando a demanda está aquecida nesses países, os preços no mercado interno tendem a ser superiores aos vigentes na América do Norte.

Mercado de Jornais

Os jornais são responsáveis pela maior parte do consumo de papel de imprensa no mundo. Os Estados Unidos consomem quase 30% do papel de imprensa produzido no mundo e possuem o maior número de jornais diários com mais de 1.500 títulos, com média de circulação por título de 38 mil cópias. O Japão, segundo maior mercado de papel de imprensa, tem pouco mais de 100 títulos com média de circulação de 660 mil.

No Brasil, circulam diariamente 491 títulos de jornais diários, com circulação média de 16 mil cópias. A circulação diária de jornais no Brasil (7,8 milhões de exemplares em 2001), cresceu, no período de 1996 a 2001, a uma taxa média anual de 3,7%, mas em 2001 apresentou um decréscimo de 1,6% em relação ao ano anterior.

Os dez jornais de maior circulação média diária no país, sete deles de formato standard, estão listados na Tabela 2.

Tabela 2

Brasil: Jornais Diários de Maior Circulação – 2001

Jornais	Empresa Editora	Circulação Diária %	Formato
Folha SP	Folha da Manhã	5,2	Standard
O Estado SP	O Estado SP	4,4	Standard
Extra	Infoglobo	3,9	Standard
O Globo	Infoglobo	3,8	Standard
O Dia	O Dia	3,1	Standard
Correio do Povo	Caldas Jr.	2,5	Tablóide
Zero Hora	Zero Hora	2,2	Tablóide
Diário Gaúcho	Zero Hora	1,9	Tablóide
Diário SP	Infoglobo	1,7	Standard
Gazeta Mercantil	Gazeta Mercantil	1,6	Standard
Outros		69,8	
Total		100,0	

Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC)

A publicidade é a força motriz do mercado editorial de jornais e revistas em todo o mundo. Principalmente no Brasil, o volume de anúncios pode determinar a permanência ou não de um título em circulação. No mercado brasileiro, o meio jornal absorve cerca de 21% dos gastos em publicidade, ficando abaixo da televisão que recebe 57,3% desses recursos.

O setor que mais demanda a publicidade através dos jornais diários é o comércio varejista (39%) seguido do imobiliário (16%). Uma outra característica do mercado nacional de jornais é que 58% das vendas são para assinantes, ficando a venda em bancas com 42%.

Perspectivas

O mercado mundial de papel de imprensa foi fortemente afetado, em 2001, pela redução do crescimento econômico norte-americano e, no segundo semestre, pelo atentado de 11 de setembro. Esse último aspecto teve especial relevância para o consumo de papel de imprensa, uma vez que atentados terroristas reduzem o movimento de correspondências e, portanto, o envio de malas diretas, catálogos e publicidade em geral por via postal.

A demanda por papel de imprensa na América do Norte, de janeiro a junho de 2002, continuou em declínio, mostrando-se 9% inferior, quando comparada a igual período do ano passado. No entanto, após 18 meses de quedas sucessivas, a demanda nos Estados Unidos, cresceu 1,9% em maio e 1,1% em junho, sendo ainda prematuro considerar que exista uma tendência de recuperação do mercado.

A redução do consumo de papel de imprensa no Brasil, no período 2000/2001, quando comparada a igual período do ano anterior, atingiu 18%, resultado da retração econômica e da conseqüente redução dos gastos com publicidade.

Em 2002, o recrudescimento dos indicadores econômicos e a elevação da taxa de câmbio reduziram as importações e aumentaram as vendas do produto nacional. No primeiro semestre desse ano, segundo a BRACELPA, as importações de papel de imprensa caíram 28%. Em conseqüência, no mesmo período, as vendas do papel de imprensa brasileiro apresentaram um crescimento de quase 15%, em relação à primeira metade do ano passado.

No período janeiro/julho de 2002, o consumo de papel de imprensa no Brasil foi de 279 mil toneladas, ou seja, queda de 14% em relação ao mesmo período do ano passado. Apesar desse resultado preliminar, o consumo anualizado de papel de imprensa no País, no ano corrente, não deverá ser inferior ao de 2001, devido ao aumento de demanda provocado pela campanha eleitoral.

Esta retração, contudo, é apenas conjuntural. O mercado brasileiro de papel de imprensa é bastante promissor: na década de 90 o consumo desse papel aumentou a uma taxa média anual de 5,5% frente ao crescimento mundial de 1,5%.

O Brasil é um tradicional importador de papel de imprensa: o balanço de oferta e demanda desse tipo de papel no Brasil, em 2001, indicava que 2/3 da demanda era suprido por importações, ou seja, uma situação análoga à vigente na época em que foi realizado o último grande investimento do segmento no Brasil, qual seja, a fábrica da PISA no início da década de 80.

Os cenários macroeconômicos interno e externo apontam para uma dificuldade do Brasil em obter crédito externo, tornando essencial a geração de divisas. Segmentos da economia brasileira tradicionalmente importadores necessitarão rever suas estratégias, buscando alternativas de fornecimento ou diluição do aumento do câmbio por sua estrutura de custos.

Nesse contexto, torna-se muito importante aumentar a oferta interna de papel de imprensa, principalmente se for considerado que a produção nacional será reduzida em cerca de 40%, a partir de 2003, resultando na elevação do volume importado para cerca de 70% da demanda. Esta nova configuração do mercado brasileiro contrariará a lógica internacional de abastecimento, que é tipicamente de *commodity* local, em razão do alto custo do frete e da necessidade de escala para distribuição.

A Norske Skög estuda a viabilidade de implantar uma nova máquina no País, na unidade da Pisa em Jaguariaíva (PR), com capacidade de 350 mil toneladas/ano. Somada à capacidade já existente de 165 mil toneladas, essa unidade (com um menor custo médio unitário) poderia atender a mais de 2/3 da demanda nacional e haveria, ainda, a possibilidade de exportação de parte da produção para mercados vizinhos.

A comercialização externa do produto nacional, contudo, não é um cenário provável, no curto prazo, uma vez que: i) a crise argentina reduziu drasticamente o consumo de papel de imprensa neste País, gerando excedentes exportáveis; ii) o excesso de oferta na América do Norte faz com que o produto dos EUA e do Canadá cheguem à América Latina a preços mais baixos do que a média vigente no mercado internacional; e iii) os demais mercados já possuem bases fornecedoras com economias de escala, que constituem barreiras à entrada.

O governo brasileiro sensível à necessidade de se reduzir as importações de papel de imprensa, editou, em maio de 2002, medida provisória (nº 38/2002) que concede isenção do Imposto de Importação e do IPI para máquinas, equipamentos e acessórios e sobressalentes destinados à instalação, ampliação ou modernização de unidades industriais de papel jornal no País. A isenção abrange tanto produtos importados como fabricados no País. A mesma medida concede isenção de PIS e COFINS sobre as receitas provenientes da venda de papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos. Tal medida deverá ser votada até 10 de outubro, a se cumprir o prazo regulamentar.

Ficha Técnica:

Thais Linhares Juvenal – Gerente Setorial

René Luiz Grion Mattos – Engenheiro

Leonardo de Moura Perdigão – Estagiário