



IPEL CONSOLIDA-SE ENTRE AS MAIORES FABRICANTES NACIONAIS DE PAPÉIS TISSUE, AO COMPLETAR 40 ANOS DE UMA ATUAÇÃO COMPETITIVA

Empresa investe em diferentes frentes estratégicas para oferecer produtos de qualidade e serviço de excelência a clientes do segmento institucional e varejo

POR CAROLINE MARTIN
Especial para *O Papel*

Fundada na década de 1980, a fabricante de papéis tissue IPEL celebra a trajetória consolidada ao longo das últimas quatro décadas ao passo que atua estrategicamente para tornar seus fatores competitivos ainda mais robustos. O empreendimento – iniciado

por Julio Dobuchak e Milton Mantau (*in memoriam*) e que contou com o apoio direto das famílias – começou a sua história em um terreno de 10 mil m² e máquinas desenvolvidas a partir de peças encontradas em ferro velho, que hoje dá espaço ao parque fabril instalado em Indaial-SC, com capacidade produtiva anual



de 70 mil toneladas e capacidade de conversão anual de 72 mil toneladas.

Investimentos em tecnologia, inovação e gestão marcam a história da empresa. Há mais de dez anos, por exemplo, os acionistas apostaram na profissionalização da gestão, trazendo profissionais do mercado para a direção geral da empresa, e passaram a atuar no Conselho de Administração, reforçado por conselheiros externos. Já para acompanhar o ritmo de crescimento do mercado, visto nos últimos anos, a IPEL investiu em ampliação de capacidade a partir da aquisição de novas máquinas e segue investindo em outros incrementos tecnológicos.

“A IPEL está trabalhando fortemente em automatizar e estruturar o seu parque fabril de maneira produtiva, buscando ganhos por meio de aumento de produtividade, *layouts* mais racionais e com menores deslocamentos, automação fabril e digitalização de processos, além da integração digital omnichannel com os clientes”, contextualiza Luciano de Liz Barboza, CEO da empresa.

Atualmente, a unidade fabril conta com três máquinas de papel e 16 linhas de conversão. Além dos investimentos direcionados a tecnologia de ponta, a empresa concretizou aportes voltados ao processo de melhoria contínua, conforme explica Charles de Andrade, diretor de Operações da IPEL. “A partir do programa Sistema IPEL de Gestão Operacional, batizado como SIGO, adotamos uma estratégia sólida de gestão de indicadores, gestão de rotinas e principalmente empoderamento do time operacional. Como resultado, temos registrado ganhos expressivos de OEE (sigla em inglês para eficiência global do equipamento), que potencializaram a nossa capacidade de vendas. Essa estratégia de gestão que criamos é, sem dúvida, uma das nossas fortalezas.”

A aplicação estratégica da tecnologia para facilitar a interação com os produtos oferecidos destaca-se como outro diferencial competitivo para os *stakeholders*, garante Barboza. “Nosso foco atual está na otimização do atendimento. Nos colo-

camos no lugar de quem atendemos, para compreender suas necessidades e tornar as informações mais acessíveis por meio da tecnologia. Neste ano, temos a proposta de potencializar as ferramentas da força de vendas da IPEL, que já é bastante consolidada, e ganhar tempo nessas operações, tornando o processo mais rápido e ainda mais eficiente”, resume sobre a implementação de ferramentas e plataformas que agilizam e tornam mais transparente o atendimento, aprimorando a experiência do cliente.

Segundo o CEO da IPEL, todas essas ações fazem parte dos pilares estratégicos seguidos pela companhia em 2024, mas já contemplam o objetivo de prepará-la para o início da próxima década. “A estruturação do novo planejamento estratégico, vislumbrando o ciclo de 2025 a 2030, também está em andamento e irá se desenrolar a partir do segundo semestre deste ano. Ela versará sobre os investimentos destinados ao crescimento projetado para os próximos cinco anos”, adianta o executivo.

Atualmente, a IPEL atua em dois segmentos distintos do segmento tissue: profissional, também chamado de institucional, e varejo. Nas últimas décadas, a empresa ampara o seu crescimento no segmento institucional, no qual é líder de mercado há dois anos, considerando volume de venda (tonelagem), segundo estudos feitos por consultoria especializada. Já no



“Neste ano, temos a proposta de potencializar as ferramentas da força de vendas da IPEL, que já é bastante consolidada, e ganhar tempo nessas operações, tornando o processo mais rápido e ainda mais eficiente”, resume Barboza

DIVULGAÇÃO IPEL