



Segmento tissue segue aquecido

Players investem em incrementos tecnológicos e expansão de capacidade para atender à demanda crescente por produtos de melhor qualidade

O final de 2008 marcou positivamente diversos segmentos da indústria brasileira atrelados ao crescimento da população e à melhoria de seu poder aquisitivo. O segmento de papéis para fins sanitários inclui-se entre eles. Nos últimos anos, os fabricantes de papel tissue vêm comemorando resultados que ultrapassam o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

De acordo com a *Conjuntura Bracelpa* (publicação mensal da Associação Brasileira de Celulose e Papel), a produção de papel tissue em 2013 somou 1,096 milhão de toneladas, resultando em uma variação positiva de 5,4% em comparação ao resultado do ano anterior. As vendas domésticas foram igualmente positivas: no total vendido de 1,083 milhão de toneladas verificou-se variação de 5,5% em relação a 2012.

A Mili, por exemplo, vem apresentando um histórico de crescimento médio anual de 17,5% nos últimos anos. Em 2013, aumentou o faturamento de 18,5% em relação aos resultados de 2012. A Copapa, por sua vez, tem crescimento médio anual de 8,5% ao ano nos últimos seis anos.

Por Caroline Martin
Especial para O Papel



A constante atualização de processos e equipamentos é a estratégia adotada pela Mili para manter-se competitiva

Para acompanhar o ritmo de crescimento da demanda, os players do setor não aumentam apenas a produção, mas também a qualidade dos produtos que ofertam. Para Sérgio Montanha, diretor de Operações da Kimberly Clark, a oportunidade atual do segmento advém dos produtos com mais qualidade. “É um setor que vem se ‘premiumizando’, devido à entrada das classes C e D no mercado consumidor, o que representa quase 50 milhões de entrantes”, pontua.

Não à toa, a estratégia adotada pela companhia tem como foco o uso de folha dupla e já também folha tripla. “Há oito anos, o mercado de folha dupla representava 15% do total. Hoje, esse nicho mais do que dobrou. Apostar nesse segmento foi, portanto, uma estratégia da companhia. Essa priorização não se baseou apenas na rentabilidade do retorno. Nós sabemos que a folha dupla oferece maior absorção, mais rendimento e mais qualidade. No final das contas, o consumidor tem uma melhor relação custo-benefício.”

A fabricação do portfólio da Kimberly é basicamente à base de fibra virgem, conforme revela Montanha. “Hoje, reciclamos muito pouco. É possível notar que a demanda por reciclados está caindo, principalmente porque o Brasil está entre os maiores produtores de celulose de fibra curta do mundo. Isso faz o custo do reciclado ficar muito próximo ao da celulose”, diz ele, justificando a escolha da companhia.

A Copapa é mais uma empresa que investe na oferta de papéis higiênicos de alta qualidade. No portfólio, encontram-se os produtos Carinho Gold e Carinho Premium, pertencentes à Classe I, segundo a norma ABNT NBR 15464/2007, e fabricados com celulose virgem. Ao mesmo tempo, porém, o grupo não deixa de apostar nas oportunidades de mercado ligadas aos produtos Carinho Plus e Carinho Super Macio, pertencentes às Classes II e III, respectivamente, cuja composição leva apenas fibras recicladas.

De acordo com Fernando Pinheiro, diretor presidente, a Copapa possui uma planta moderna para o eficiente beneficiamento das aparas em seu processo de fabricação, bem como um programa de gerenciamento de resíduos sólidos que permite aproveitamento de 100% do resíduo gerado pela utilização de aparas em diversos processos produtivos fora da empresa.

Ainda sobre a escolha da matéria-prima mais apropriada ao produto final, Pinheiro informa que os papéis de alta qualidade exigem características como tempo e capacidade de absorção de água, número de pintas por milímetro quadrado e índice de maciez. O cumprimento de tais exigências com a utilização de aparas tem como consequência alto índice de consumo energético, maior utilização de produtos químicos para catalisar os resultados e expressiva geração de resíduos, com consequente aumento do volume de água utilizado, em um processo que se revela desfavorável em relação aos índices obtidos com a celulose virgem.

Em relação às características físico-mecânicas, a celulose virgem permite um maior range de possibilidades em relação ao produto final, pois suas fibras respondem às reações químico-mecânicas aplicadas de maneira mais estável e eficiente. “Propriedades como maciez, alvura, índices de resistência a tração, número de pintas, tempo e capacidade de absorção de água são mais bem trabalhadas e adequadas à classe do produto requerida”, completa o diretor presidente da Copapa.

Inserida nesse contexto de consumidores cada vez mais exigentes, a Mili também investe maciçamente em tecnologia de ponta para a fabricação de seus produtos. As aparas usadas como matéria-prima são recicladas já com enfoque na qualidade, a fim de oferecer aos clientes uma alternativa com excelente relação custo-benefício.

PRODUÇÃO E CONSUMO DE TISSUE NO MUNDO



FMAS

Entre os diversos segmentos da indústria mundial de papel, o segmento de tissue se destaca como o segundo que mais cresceu ao longo dos últimos 13 anos. Com um crescimento médio de 3,4% ao ano, só fica atrás do segmento de papelão ondulado, cuja média de crescimento no mesmo período é de 3,7% ao ano.

Atualmente, 3.327 máquinas de papel tissue, distribuídas em 951 fábricas pelo mundo, são responsáveis pela produção anual de aproximadamente 34 milhões de toneladas de papel. Do total, a maioria das máquinas se encontra nos Estados Unidos, país posicionado como o maior produtor global desse tipo de papel. A China e o Japão seguem no topo do ranking de maiores produtores de tissue, em segundo e terceiro lugares, respectivamente.

Os Estados Unidos também respondem pelos maiores consumidores de papéis sanitários, seguidos pelo Canadá. Juntos, ambos os países consomem cerca de 29% de todo o papel produzido no mundo – valor equivalente a 10 milhões de toneladas por ano. A Europa se apresenta em terceiro lugar, ocupando uma fatia média de 22% dos consumidores globais, enquanto a China e a América Latina somam aproximadamente 14% e 11%, respectivamente, do total.

O Brasil, por sua vez, tem posição de destaque na América Latina, despontando com o maior número de fábricas e também a maior quantidade de máquinas de papel ativas. Com o México, o País lidera o mercado latino-americano em termos de produção, consumo, inovação e investimentos. Empresas brasileiras são as responsáveis por impulsionar o aumento de

produção da América Latina e seu crescimento. O México, no entanto, consta como o país de maior capacidade produtiva, em razão da superioridade e da idade tecnológica de seus equipamentos.

Ainda sobre o mercado latino-americano, a região consome apenas 10% da produção mundial, o que representa 3,4 milhões de toneladas de papel tissue por ano. Isso se deve ao baixo consumo per capita da população, principalmente dos brasileiros. Há, porém, boas perspectivas de aumento. Desde 1980, o consumo de tissue na América Latina (4,8% a.a.) cresce acima da média mundial (3,0% a.a.), inclusive em tempos de crise. Em alguns países, o crescimento supera o do PIB, como é o caso do Brasil (2,9% a.a.).

Dando enfoque ao consumo brasileiro, é possível notar que se concentra nas regiões Sul e Sudeste. Enquanto a cidade de São Paulo consome sozinha 15 kg/ano/habitante, toda a região Nordeste consome apenas 3,5 kg/ano/habitante. Em razão do baixo consumo per capita de papel, as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste ainda são consideradas grandes potenciais de crescimento para o setor, com chances de até 10% de aumento nas vendas nos próximos anos.

Entre 2000 e 2012, a produção nacional cresceu 4,7%, enquanto o consumo aumentou 5%. O consumo de papel higiênico passou de 458 mil para 739 mil toneladas no período, ao passo que o consumo de guardanapos subiu de 20 mil para 35 mil toneladas nesse mesmo período. Os números mostram que o crescimento da produção de tissue no Brasil é maior que o aumento do PIB (0,9% em 2012).

Fonte: Carlos Henrique S. Magalhães, técnico do segmento tissue e leitor da *O Papel*, colaborou com a compilação das informações sobre o cenário de mercado, a partir de artigos do BNDES, RISI, Pöyry e pesquisas em sites de empresas.

DIVULGAÇÃO KIMBERLY CLARK



“Há oito anos, o mercado de folha dupla representava 15% do total. Hoje, esse nicho mais do que dobrou”, informa Montanha

Segundo o porta-voz Daniel Signori, a escolha criteriosa do mix de matérias-primas é fundamental, assim como a adoção do processo mais indicado para cada produto. Ele cita que qualidade da fibra, tempo de hidratação, modo de refino nos produtos com fibra virgem e operações unitárias de limpeza e de preparo de fibra para os reciclados são algumas das variáveis levadas em questão. “No caso de reciclados, a retirada de todas as impurezas indesejadas e o uso correto dos equipamentos são as condutas mais importantes para a obtenção dos melhores resultados. É ainda indispensável ter a receptibilidade desses resultados, sem a qual não podemos garantir a manutenção e a constância da qualidade final do produto.”

A Santher é mais uma empresa que aposta no uso tanto de fibra virgem quanto reciclada em seu processo fabril. Celso Ricardo dos Santos, diretor industrial e de Operações, ressalta que a fibra reciclada tem como vantagem a possibilidade de coleta do papel existente no mercado, sem perda de qualidade na comparação à fibra virgem. A empresa também entende o uso de aparas como uma forma de contribuir com cuidado do meio ambiente. “É de fundamental importância termos matérias-primas provenientes

de fontes sustentáveis e uma receita técnica que, por meio do perfeito equilíbrio entre as tecnologias existentes e os processos aplicados, confira ao produto final uma qualidade superior, proporcionando ganhos substanciais”, pondera Santos.

Incrementos tecnológicos promovem melhorias na qualidade dos papéis

Como o caminho que leva à oferta de produtos de qualidade nas gôndolas começa nas fábricas, a Kimberly Clark tem dado enfoque a tecnologias proprietárias. “No segmento de papel higiênico, por exemplo, em que temos um público que busca limpeza completa e experiência superior de higiene, a inovação e o desenvolvimento de produtos têm sido metas da companhia. A marca Neve, referência no setor, tem buscado se antecipar às necessidades do consumidor. O Neve NeutraCare, por exemplo, está entre os produtos que reforçam as tendências da companhia de inovar no mercado”, revela Montanha.

Os fornecedores também têm papel de destaque na rotina operacional da Kimberly. Montanha diz que os parceiros são envolvidos em todas as necessidades, desde o início até o final dos projetos desenvolvidos. “É preciso ter uma relação de confiança para levar os parceiros para dentro da fábrica e compartilhar experiências e conhecimentos. Isso nos ajuda a melhorar a performance, a entrega e a qualidade dos produtos”, frisa.

A visão do porta-voz da Mili é semelhante. Signori avalia que a última década foi marcada por uma significativa evolução na exigência do consumidor brasileiro no que tange à qualidade. “Todos os fabricantes e, por conseguinte, seus fornecedores tiveram de se adaptar a esses novos níveis de exigência. Muitas novidades aconteceram em diferentes etapas do processo fabril, incluindo o preparo da massa e as máquinas de papel e de conversão. A parte química também contribuiu para melhorias em alvura e maciez dos produtos atualmente disponíveis nas prateleiras dos supermercados”, pontua.

O parque fabril da empresa passou por inovações em áreas distintas, incluindo tratamento de efluentes, conversão, automação industrial e controles administrativos. “A constante atualização de processos e equipamentos mantém a empresa competitiva em

termos de custo e proporciona margens para continuar com os níveis de investimento – ou seja, o ciclo virtuoso da empresa está garantido”, afirma Signori.

O diretor presidente da Copapa também visualiza inúmeros avanços tecnológicos no segmento tissue nos últimos anos, tanto em tecnologias ligadas ao processo de fabricação como em conversão. “Em termos de processos de fabricação, podemos citar a utilização de enzimas, as quais gradativamente vêm ocupando espaço no segmento, substituindo produtos químicos convencionais. Trata-se de um importante salto tecnológico, considerando que se resume em uma gama de produtos resultantes de metabolismo de fungos e/ou bactérias, totalmente biodegradáveis, com mínimo impacto ambiental ou risco de utilização e eficiência que em muitos casos se assemelha à dos químicos tradicionais ou até a ultrapassa”, comenta.

Ainda de acordo com Pinheiro, o maior destaque evolutivo no preparo de massa encontra-se no refino. Discos com ligas metálicas mais leves permitem refino de baixa intensidade, o qual reduz o consumo de energia e também o desgaste das fibras e dos discos. “A maior aplicação de automação permite um maior controle nessa etapa e redução das variações comumente encontradas e sentidas nas máquinas de papel”, explica.

Já as vestimentas das máquinas de papel, os feltros e as telas deixaram de ter como prioridade a vida útil prolongada, mantendo atualmente ligação direta com qualidade e eficiência energética. Pinheiro esclarece que os feltros – até então mantas construídas sobre base tecida – passaram a receber em sua composição elementos poliméricos e fios modificados, transformando-se no que se conhece por *non woven* (“não tecidos” em português). “Essas modificações ampliaram a capacidade de desaguamento e, por consequência, levaram à redução energética, possibilidade de maiores velocidades de máquina e melhoria da qualidade do papel por reduções nas pressões específicas para transferência junto ao cilindro secador, promovendo menor esmagamento de fibras.”

Novos conceitos de máquina de papel também já começam a se apresentar no mercado brasileiro. “As máquinas de ultra-alta qualidade, com o papel estruturado, reformulam o mercado premium e abrem

espaço para os papéis de folha dupla e tripla, bem como toalhas de alta absorção. Capotas que ultrapassam 750°C e utilizam fluido térmico são partes obrigatórias em novos projetos de máquinas em geral”, contextualiza Pinheiro.

Em termos de conversão, ele ressalta que as linhas automáticas de alta velocidade e facilidade de troca de formatos de pacotes e fardos já dominam o mercado. “Essas novas linhas mudaram o conceito de rebobinamento e formação do rolo de papel, possibilitando novas técnicas de gofragem e o fornecimento ao mercado de um produto acabado com maior qualidade.”

O diretor industrial e de Operações da Santher também vê os avanços nos processos de conversão de papel como um importante salto no mercado interno. “O desenvolvimento da tecnologia Gofra In Cola (GIC), de laminação de cola para produtos com duas folhas ou mais, destaca-se entre esses avanços, possibilitando inúmeros desenvolvimentos de desenhos de calandras e novas formas de colagem das folhas, conferindo qualidade ao tissue.”

Segundo o diretor presidente da Copapa, as embalagens plásticas também estão sendo reformuladas: polímeros com maior biodegradabilidade e derivados de fontes renováveis como a cana-de-açúcar têm substituído o polietileno convencional. Uma corrente tecnológica inicia a redução de insumos no processo de manufatura do produto final. Além da substituição

O aumento da procura por papéis de melhor qualidade e o maior nível de consciência do consumidor brasileiro em relação a seus direitos trouxeram mudanças à indústria de papéis tissue



DIVULGAÇÃO KIMBERLY CLARK

DIVULGAÇÃO SANTHER

Para aproveitar o momento atual do Brasil, a linha Personal desenvolveu uma edição exclusiva e limitada em verde-amarelo



das colas, os tubetes de papelão começam a ausentar-se da composição final do produto. Além disso, a progressiva automatização dos processos possibilita a otimização de tempo e custos nas plantas tissue.

Nos últimos seis anos, após passar por uma importante mudança em termos de governança corporativa por meio da profissionalização total de sua gestão, a Copapa tem realizado importantes modernizações em todos esses sentidos. No parque fabril, foram instaladas duas linhas de conversão automáticas de alta performance: uma Sincro 4.0/4.1 e uma Mile 5.0/5.5. As máquinas de papel receberam upgrades tecnológicos, como a instalação de revestimento à base poliuretano em suas prensas de sucção, utilização de feltros não tecidos, metalização dos cilindros secadores, mudanças nas configurações das dry press, investimentos em treinamentos dos colaboradores, programas de redução de perdas e instalação de novas linhas de depuração.

Eficiência e sustentabilidade caminham juntas

Uma planta competitiva de tissue é aquela que promove maior diversidade de produtos ao mercado com menores custos de fabricação, logística e impactos ambientais. Assim, a eficiência em todos esses processos é o que destaca o desempenho de uma planta em relação à outra.

Inúmeros são os indicadores que podem ser explorados pelas empresas para medir sua competitividade. O diretor presidente da Copapa ressalta, porém, a complexidade do tema, pois uma planta com alguns parâmetros defasados em relação às demais pode encontrar vantagens competitivas nos tipos de papéis que produz, nas matérias-primas disponíveis, nos custos gerais da indústria, na localização geográfica e em seu nicho de mercado. "A forma como o consumidor percebe o produto, entre outros fatores, é o que define sua real capacidade de competição no mercado", coloca.

Tratando os indicadores isoladamente e considerando o cenário nacional, as plantas tissue podem variar o consumo específico de água de 2 a 45 m³/t de papel produzido. Essa variação decorre do tipo de papel fabricado, da escolha de matéria-prima e seus custos, além da disponibilidade de água. Processos à base de celulose virgem, por exemplo, tendem a consumir e gerar menos efluentes em iguais taxas, enquanto aqueles à base de aparas tendem a se concentrar no máximo da escala.

Outra influência sofrida por esse indicador se refere ao tamanho das máquinas e ao número de diferentes papéis produzidos. Em menores escalas, detalha Pinheiro, os processos de recuperação de água são dispendiosos e de difícil retorno, fator que gera dificuldades de investimento. "São fortes, contudo,

as ações que visam à redução dos itens de utilização, pois índices mais altos repercutem em maiores perdas de fibras e impactos ambientais”, constata.

Em relação ao vapor, o consumo específico a ser trabalhado é próximo a 1 tonelada a cada tonelada de papel, mas, em função de gramatura, tipos e velocidades de máquinas, processo de secagem e qualidade de produto final requerida, entre outras variáveis, o número pode começar em 0,65 tonelada de vapor por tonelada de papel e ir até 2,65. O mesmo parâmetro pode ser considerado para energia elétrica, cuja variação de consumo específico de papel pode ser de 600 a 1.600 kWh/t.

Na opinião do diretor presidente da Copapa, as plantas de papel devem explorar os fatores que lhe conferem diferencial competitivo e buscar maior eficiência nos processos que as limitam, sendo ambos determinantes para definir sua capacidade de engajamento no mercado. “Cabe a cada empresa mensurar essas oportunidades e avaliar as que possibilitam retorno estratégico em menor escala de tempo, de acordo com os objetivos determinados.”

Nichos com diferentes enfoques são explorados no segmento tissue

Aliar performance de produtos a métodos e modelos mais sustentáveis pode ser considerada a meta comum entre players da indústria de papel tissue. A Kimberly Clark é um exemplo de companhia que deixa clara sua aposta incisiva em produtos inovadores e sustentáveis.

DIVULGAÇÃO KIMBERLY CLARK



As cores rosa e azul diferenciam as fraldas da Kimberly destinadas a meninas e meninos, com canal de absorção mais apropriado a cada um

Por décadas, o papel higiênico Neve vem passando por diversas reformulações em busca de inovação. As embalagens com quantidades maiores do produto e alças para facilitar o transporte foram algumas das modificações colocadas em prática que agradaram ao consumidor e transformaram o mercado. “Também começamos a compactar o papel higiênico, não só para facilitar o transporte, mas também o armazenamento, atendendo às demandas de lares menores, vistos atualmente. Isso, além de gerar benefício ao consumidor, leva também a um produto mais sustentável, porque conseguimos reduzir em média 15% de polietileno nas embalagens e aumentar em 18% a cubagem, reduzindo a emissão de monóxido de carbono para a atmosfera”, cita Montanha.

As fraldas Supreme Care, lançadas pela Kimberly recentemente, despontam como outro produto inovador. As cores rosa e azul diferenciam as fraldas

CURIOSIDADES SOBRE O SEGMENTO

- Os norte-americanos, os maiores consumidores de papel higiênico do mundo, consomem em média 100 rolos de papel (ou 25 mil folhas) por ano, o que representa 69 folhas de papel por dia e um rolo de 30 metros a cada cinco dias. Um rolo de papel higiênico de 30 metros dura, em média, cinco dias num lar norte-americano.
- Existe papel higiênico de cor preta. Criado pela empresa portuguesa Renova (Fábrica de Papel do Almonda S.A.), uma das gigantes do tissue na Europa, o portfólio se estende a papel higiênico nas cores vermelha, laranja e verde. Os produtos são vendidos para países da União Europeia, Estados Unidos e Japão.
- Uma peculiaridade do mercado europeu foi o lançamento do papel higiênico umedecido. Induzidas por uma pesquisa de mercado a indicar que alguns consumidores europeus tinham o hábito de molhar o papel imediatamente antes do uso, muitas empresas europeias lançaram o produto, que inicialmente auferiu 8% das vendas na Alemanha e 10% na Suíça. Em algumas regiões da Europa, porém, o produto foi considerado um fracasso de vendas, como nos países da Península Ibérica, quando atingiu apenas 0,1% do total das vendas do segmento tissue.

Fonte: Carlos Henrique S. Magalhães, técnico do segmento tissue e leitor da *O Papel*, colaborou com a compilação das informações.



Além de inovar dentro de sua própria linha de produtos, a marca Personal surpreende com a atuação em outros segmentos, como o de cuidados infantis

destinadas a meninas e meninos, com canal de absorção mais apropriado a cada um, evitando vazamentos.

A Santher é mais um player que aposta em produtos inovadores. Santos afirma que faz parte da rotina operacional da empresa manter uma equipe de pesquisadores e engenheiros dedicados à busca de novas soluções para o mercado tissue. "Este time trabalha constantemente buscando novas tecnologias e formulando receitas para conferir diferenciais tecnológicos únicos a nossos produtos."

Um dos exemplos recentes é o papel toalha Snob, líder nesse

NORMALIZAÇÃO ALAVANCA QUALIDADE DOS PAPÉIS TISSUE

O aumento da procura por papéis de melhor qualidade e o maior nível de consciência do consumidor brasileiro em relação a seus direitos mudaram o cenário que engloba a indústria de papéis tissue. Ao longo dos últimos anos, consumidores cada vez mais exigentes esperam excelência nos produtos adquiridos.

Há alguns anos, a falta de critérios técnicos claros e de fácil assimilação por parte do público em geral dificultava a avaliação dos produtos disponíveis no mercado. "O segmento também precisava de algumas padronizações de métodos de ensaio para comprar uma máquina de papel ou de conversão e ter as garantias necessárias da qualidade solicitada e o atendimento a essa solicitação baseados em números", contextualiza Silvana Bove Pozzi, coordenadora da Comissão de Papéis Tissue ABTCP/CB 29.

As normas brasileiras caminharam, portanto, para a criação de normas de especificação de qualidade de papel para fins sanitários, com base em critérios técnicos consistentes. "Para atender a essa demanda por critérios, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) elaborou um conjunto de normas técnicas com o título geral *Produtos de papel para fins sanitários – Classificação*. Esse conjunto de normas forma a ABNT NBR 15464, com 15 partes – uma para cada tipo de produto de papel tissue", contextualiza a pesquisadora Patrícia Kaji Yasumura, do Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT).

Ela explica que, para cada tipo de produto, são definidas as propriedades relevantes para sua classificação. A partir dos valores dessas propriedades são definidas as classes que representam a diversidade de qualidade encontrada no mercado para cada tipo de papel. As propriedades gerais consideradas na norma de classificação ABNT NBR 15464 são pintas, furos (para papéis folha simples), resistência a tração a seco (para papéis higiênicos), resistência a tração a úmido (para papéis toalha), capacidade de absorção de água (para papéis toalha) e tempo de absorção de água (para todos os papéis). "Além desses, há os ensaios de irritação cutânea, irritação cumulativa e sensibilização, que devem ser realizados durante o desenvolvimento do produto e para uma composição estabelecida", completa.

Ainda de acordo com Patrícia, a importância de cada propriedade varia de acordo com o tipo de produto e é considerada em sua classificação de qualidade. Para papel toalha interfolhado, a propriedade de resistência a tração a úmido é muito importante, já que o produto é utilizado com as mãos úmidas, ao passo que, para papel higiênico, a resistência a tração a seco tem importância maior.

Além disso, pontua a pesquisadora, a percepção de qualidade de papéis para fins sanitários com a qual conta o mercado consumidor está diretamente ligada a questões técnicas regionais e culturais. "A criação, avaliação e revisão da série de normas de classificação devem ser realizadas em conjunto por fabricantes, convertedores, distribuidores, laboratórios de ensaios e entidades de defesa do consumidor, para que essa série de normas seja a mais adequada possível, dentro das limitações técnicas do setor e da qualidade que o consumidor exige."

É válido lembrar que o mercado consumidor de papéis para fins sanitários não envolve apenas consumidores domésticos que buscam seus produtos nos supermercados, mas também aqueles que adquirem tais papéis em processos licitatórios de compras públicas e privadas. Assim, há mercado para papéis de folha simples de baixo custo e com consequentes limitações de qualidade, assim como para papéis de qualidade e preço superiores. "Ambos os mercados devem ser atendidos pela série de normas de classificação", frisa Patrícia.

nicho de mercado pela excelente relação entre resistência e absorção. Para aproveitar o atual momento do Brasil, a linha Personal também desenvolveu uma edição exclusiva e limitada. Em duas versões criadas especialmente para homenagear o País, a marca de papéis higiênicos decidiu colorir os ambientes de verde-amarelo nas reuniões entre amigos, dando o toque de diversão que faltava aos consumidores. “A ideia é descontrair os espaços e marcar presença em todos os momentos – principalmente aqueles repletos de

emoção, diversão e união”, explica Lucia Rezende, gerente de Marketing da Santher. As novas versões de folha dupla são dermatologicamente testadas e contam com a garantia de maciez e qualidade da marca.

Além de inovar dentro de sua própria linha de produtos, a marca Personal surpreende com a atuação em outros segmentos, como o de cuidados infantis. A marca, que nasceu e se fortaleceu no mercado tissue, cresceu e deu origem a uma nova marca especialmente desenvolvida para os bebês: a Personal Baby, que

Na visão da coordenadora da Comissão de Papéis Tissue ABTCP/CB 29, clientes que necessitam de compras por licitação passaram a usar as normas de classificação. Com isso, o papel higiênico de folha simples melhorou muito de qualidade nos últimos anos. Mais do que colaborar com o fortalecimento do diálogo entre fabricantes, convertedores e o mercado consumidor, os trabalhos de normalização do setor têm atuado a favor da adoção de critérios técnicos mensuráveis e mais claros, fornecendo ferramentas para que o mercado consumidor exija seus direitos e os fabricantes e convertedores tenham metas tangíveis.

Patrícia reforça que os trabalhos da comissão permitem também que questões relevantes aos envolvidos (fabricantes, convertedores, distribuidores, laboratórios de ensaios e de entidades de defesa do consumidor) sejam levantadas e discutidas em reuniões, de modo a buscar soluções em conjunto.

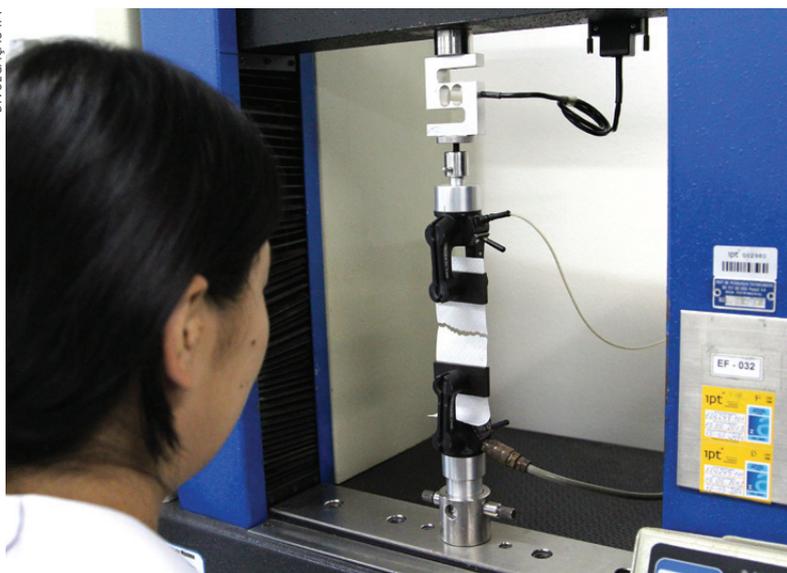
Um dos desafios da normalização no segmento de tissue brasileiro consiste na revisão das normas de classificação. “As características são dinâmicas e as tecnologias não param de mudar, acarretando o desafio de manter as normas atualizadas”, explica Silvana. Ela revela que os trabalhos para manter essas atualizações são caros e morosos, além de não contarem com a participação de todos os fabricantes.

O IPT tem colaborado nesse aspecto, realizando novos ensaios com amostras atuais de mercado, para a revisão dos valores estabelecidos nos critérios de pontuação da série de normas ABNT NBR 15464. O trabalho *Evolução da qualidade de papel higiênico e papel toalha no Brasil nos últimos cinco anos* (Yasumura, P.K.; D’Almeida, M.L.O., 2013), apresentado no 46.º Congresso e Exposição Internacional de Celulose e Papel, da ABTCP, em outubro passado, mostrou a evolução da qualidade de papel higiênico e papel toalha no Brasil de 2009 a 2013. “Observa-se, pelos resultados obtidos, que houve uma adequação dos parâmetros aos valores mínimos para a maior pontuação possível estabelecida na norma de classificação. Para papéis institucionais, houve diminuição da alvura para valores próximos a 85% – o valor mínimo para a maior faixa de pontuação das respectivas normas. Para os demais parâmetros, notou-se uma melhora significativa, com tendência a atingir os maiores valores de pontuação”, resume a Patrícia.

Ainda com base nos resultados obtidos no trabalho, a pesquisadora revela que o critério de índice de maciez, estabelecido pela norma de classificação como o quociente entre resistência a tração a seco ponderada e gramatura, não é atingido pela grande maioria dos papéis higiênicos institucionais, já que a exigência de resistência a tração é maior. “O índice de maciez para esse tipo de papel, obtido segundo o cálculo estabelecido na norma, é um critério secundário que não auxilia na identificação dos melhores produtos. Faz-se necessária a instituição de outro método de determinação de maciez, pela importância desse parâmetro para o consumidor”, atenta a pesquisadora do IPT.

A evolução da qualidade dos papéis higiênicos e toalhas de papel ao longo dos últimos cinco anos mostra que houve uma melhoria na qualidade dos papéis para fins sanitários, ditada pelo uso da série de normas de classificação. Deve-se observar, contudo, a periodicidade da revisão dessa série de normas, visando a um contínuo aprimoramento dos produtos. “As revisões, por sua vez, devem considerar a importância de cada parâmetro analisado para cada tipo de papel e seu uso final, bem como os limites técnicos existentes no desenvolvimento de cada propriedade do papel”, completa Patrícia sobre o trabalho em desenvolvimento.

Além dos estudos para a revisão da série de normas de classificação, o IPT tem auxiliado nos estudos para a elaboração de uma norma que determine a capacidade de absorção de óleo por papéis toalha de cozinha e de facilidade de desagregação de papéis higiênicos.



IPT vem realizando novos ensaios com amostras atuais de mercado, para a revisão dos valores estabelecidos nos critérios de pontuação da série de normas ABNT NBR 15464

já responde por uma importante fatia do mercado de fraldas e lenços umedecidos e vem apresentando boas performances no mercado nacional. A linha de fraldas descartáveis conta com um importante diferencial para a pele dos bebês: a camada externa respirável, uma exclusividade em seu segmento de atuação.

Nos últimos anos, a Copapa também reformulou sua estrutura e política comercial visando à reafirmação da marca e ao aumento da presença de mercado. A marca Carinho renovou seu portfólio com o lançamento dos produtos de alta qualidade Carinho Gold (higiênico de folhas simples ou duplas) e Carinho Premium (higiênico de folha dupla). A empresa lançou ainda a toalha multiuso Bom Pety e, mais recentemente, a linha de cuidados pessoais Carinho Care, composto de fraldas, absorventes íntimos, lenços e hastes flexíveis.

Para o diretor presidente da Copapa, é a qualidade que decreta o sucesso de qualquer produto, aspecto que faz parte do processo de decisão de qualquer consumidor. "Atender às crescentes demandas de praticidade e eficiência essenciais para o consumidor com um perfil mais exigente é o desafio para o mercado tissue", acredita Pinheiro. "A oportunidade atual está no lançamento de produtos que atraiam a atenção dos consumidores e reforcem sua decisão por itens de qualidade capazes de responder aos critérios de ecossustentabilidade", completa sobre a visão estratégica da empresa.

A Mili, cujo portfólio se divide em 70% de papel higiênico, 20% de toalha de cozinha e 10% de guar-

danapo, tem por característica um grande poder de capilaridade na área comercial. "Reunimos mais de 30 mil clientes por todo o Brasil e, para atendê-los, temos uma logística inteligente, com mais de 22 centros de distribuição e três unidades fabris", detalha Signori. Dessa forma, a empresa se mantém competitiva em todas as regiões em que atua, oferecendo produtos de qualidade a preços baixos. "Isso permite aos parceiros varejistas um grande giro em seus estoques, garantindo uma relação comercial lucrativa para ambos."

Competição deve acirrar-se nos próximos anos

Apesar de as perspectivas de crescimento apontarem para um futuro promissor, os players do segmento tissue têm ciência dos desafios que acompanham tais tendências. Signori, da Mili, vislumbra um mercado concentrado, em que a necessidade de profissionalização tende a ser cada vez maior. "Somente as empresas que têm extremo rigor em suas contas, que mantêm seus níveis de tecnologia de processos em dia e que dispõem de equipamentos atualizados continuarão competitivas nos próximos anos", prospecta.

Com a tendência certa de um mercado crescentemente competitivo, seja pela melhoria das empresas competidoras, seja pelo aumento das exigências dos consumidores, a Mili aposta em constantes níveis de investimento para conquistar custos operacionais racionalizados e, assim, obter margens que proporcionem resultados vantajosos.

Acreditando nessa estratégia, a empresa está em fase de finalização de um investimento de R\$ 250 milhões para ampliar seu parque fabril. O valor inclui a aquisição de terras, uma nova máquina de papel e novas linhas de conversão, além de incrementos no portfólio atual. Finalizado o projeto de expansão, a produção anual passará das atuais 150 mil toneladas para 230 mil.

A empresa também tem investido maciçamente em capacitação de mão de obra. Signori revela que os treinamentos em recursos humanos estão ente as prioridades da empresa. "Temos valorizado muito a mão de obra local, desde os níveis de chão de fábrica, passando por operadores e chegando a cargos de chefia e gerência."

Na visão do diretor industrial e de Operações da

Santher, o mercado atual tem buscado produtos diferenciados, mais macios e resistentes. No Brasil, porém, ainda impera a forte tendência de migração do consumo de higiênicos de folha simples para folha dupla. "A Santher está atenta à evolução do mercado e tem foco no cliente/consumidor, formulando sua visão de modo a manter uma estratégia de atendimento a essas necessidades", comenta Santos.

Embora atualmente ocupe as primeiras posições em grande parte dos nichos em que atua, a Kimberly Clark posiciona-se entre as empresas que não afrouxam o planejamento estratégico diante do cenário atual e das avaliações das perspectivas. "De 2012 até agora, a KC multiplicou seu tamanho em cinco vezes, e o seu lucro operacional foi multiplicado por 40. Essa solidez mostra que estamos no rumo certo. Uma das razões deste sucesso é o planejamento", frisa Montanha.

Entre os planos para os próximos anos, a empresa traça um crescimento contínuo. "Em hipótese alguma podemos crescer menos do que o que temos crescido." Para dar continuidade a esse crescimento de dois dígitos ao longo dos anos, Montanha ressalta que é preciso investimento. "Temos discutido bastante em quais segmentos daremos enfoque, de que forma vamos atuar e por onde vamos trilhar esse caminho", adianta.

A Copapa também almeja crescimento contínuo nos próximos anos. A empresa tem aproveitado a melhoria dos indicadores de consumo por meio do aumento de renda das famílias brasileiras e realizado investimentos para atender às necessidades do novo consumidor, que já consome folhas duplas, e daquele que está migrando para essa categoria. "Nos próximos anos concentraremos nossa atenção no desenvolvimento de produtos com base na sustentabilidade e que reflitam os avanços nas ações de responsabilidade socioambiental. Acreditamos que tal posicionamento irá permitir mais um salto qualitativo de nossos produtos, a ocupação total de nossa capacidade de produção de papel tissue e o aumento de nossa penetração na categoria de alta qualidade", vislumbra o diretor presidente.

Pinheiro, no entanto, é cauteloso ao abordar as tendências de médio e longo prazos. Para ele, as tendências do mercado brasileiro ainda giram em torno da fase de trade up de consumo para a categoria de folhas duplas de alta qualidade. "Ainda vamos viver

alguns anos até essa categoria ocupar uma participação semelhante aos dos nossos vizinhos latino-americanos. A consolidação desse posicionamento será proporcional ao aumento do acesso a linhas de financiamento e pesquisa para aquisição de tecnologia pelos players de origem nacional. Com isso, vamos ter uma maior oferta de produtos realmente premium e, conseqüentemente, acesso dos consumidores à categoria de produtos com preço justo."

Baseado nesse contexto, o porta-voz da Copapa crê que a onda de "premiumização", comum em outras categorias de produtos de consumo, ainda deve demorar para chegar à de papel higiênico. "Apesar de o fator inovação ser muito atraente para qualquer empresa, nossos investimentos em P&D nos fazem buscar atender a esse posicionamento. Nosso portfólio, entretanto, reflete em parte a posição standard de mercado brasileiro de tissue. Temos produtos posicionados nas categorias de boa e alta qualidade", diz.

De qualquer forma, continua Pinheiro, algumas tendências indicam o fortalecimento de produtos final touch (papel úmido), que reúnem a possibilidade de secar como uma toalha, ser pano de cozinha e também esponja. Outras novidades do segmento servem para limpar, proteger, hidratar e descongestionar o nariz (cleaning and protecting). Já em relação a papel higiênico, além de buscar produtos de melhor qualidade, a classe média tem procurado produtos com mais benefícios. De acordo com pesquisa Mintel, seis a cada dez consumidores da classe C12 se mostram interessados em comprar papel higiênico com propriedades medicinais. ■

Pinheiro acredita que a oportunidade atual está no lançamento de produtos que atraiam a atenção dos consumidores e reforcem sua decisão por produtos sustentáveis

