

Por Caroline Martin
Especial para *O Papel*



Fabricantes de papel tissue reagem aos desafios de mercado

Apesar da alta de preços das matérias-primas e da competição acirrada, segmento recupera volume em 2017 e prospecta aquecimento de demanda para 2018

Superando as dificuldades acarretadas pela crise econômica que abateu o mercado nacional em 2015 e 2016, o segmento tissue reagiu ao longo do último ano e registrou um incremento de produção de 1,5% – valor pouco acima do crescimento de 1% registrado pelo PIB em 2017, após dois anos de retração. De acordo com dados da Anguti Estatística, a produção de 1,281 milhão de toneladas do ano passado reflete uma recuperação do volume de vendas. Os dados apontam crescimento de 12,4% na produção de papel higiênico folha dupla, com 434,1 mil toneladas produzidas em 2017 frente às 386,2 mil toneladas fabricadas em 2016. Toalha multiuso e guardanapos foram outros produtos que se destacaram pelo incremento no último ano, com aumento de 4,4% e 4,2%, respectivamente, em relação a 2016.

A recuperação do volume de produção em 2017 minimizou, mas não aplacou por completo os contratempos que vêm comprometendo a rentabilidade dos fabricantes de papéis para fins sanitários nos últimos anos. “O ano passado ainda foi desafiador aos fabricantes, principalmente pela alta de preços das aparas brancas e da celulose”, explica Pedro Vilas Boas, diretor da Anguti Estatística, em relação ao comportamento das matérias-primas usadas neste tipo de papel. Enquanto a alta de preço das aparas brancas justifica-se pela escassez no mercado – devido ao baixo desempenho de seu gerador, o segmento de imprimir e escrever –, a disparada da celulose foi

acarretada pelo fato da demanda global comprometer a oferta em território nacional a preços equalizados, resultando em uma alta de preços da ordem de 40%.

A Indaial Papel (Ipel), fabricante com capacidade produtiva anual de 60 mil toneladas, localizada em Indaial-SC, fechou 2017 com um incremento de produção de 12% em relação a 2016. A rentabilidade, contudo, ficou abaixo da conquistada no ano anterior, confirmando a dificuldade acarretada pela alta de preços das matérias-primas usadas no processo fabril. “Os preços da celulose e das aparas brancas nos espremeram absurdamente, principalmente no segundo semestre de

A Ipel, fabricante com capacidade produtiva anual de 60 mil toneladas, localizada em Indaial-SC, fechou 2017 com um incremento de produção de 12% em relação a 2016



DIVULGAÇÃO IPEL

2017. Fizemos um repasse de preços no último trimestre do ano, mas sentimos impacto nas vendas”, relata Luciana Dobuchak, diretora executiva da empresa.

Para driblar as adversidades dos fatores exógenos que vêm aplacando o segmento tissue nos últimos anos, a Ipel optou por adotar uma série de mudanças estratégicas, a começar pela ampliação de seu portfólio. Antes concentrada apenas no mercado institucional, a empresa investiu cerca de R\$ 150 milhões – deste montante total, 90% dos recursos eram próprios – em uma segunda linha de produção para se dedicar também ao segmento doméstico.

“Apesar de apresentar um consumo grande no Brasil, o mercado institucional ainda é pequeno e, de certa forma, mais vulnerável a questões sazonais, como o desempenho da economia. O projeto da planta 2, portanto, surgiu com o intuito de nos dar a possibilidade de participar de outra fatia do segmento e assim dividir os ovos em duas cestas”, contextualiza Luciana. Instalada no final de 2014, a quarta máquina de papel compõe a planta 2 da empresa juntamente com uma linha de conversão. “De fato, a aquisição da Máquina 4 e da linha de conversão nos levou à abertura para um mercado mais linear e a resultados positivos. Mês a mês, a Ipel vem batendo recorde de produção na linha doméstica”, completa a diretora executiva da Ipel.

Atualmente, a Ipel atende a três grandes redes em nível nacional e está prestes a fechar a quarta. “Já passamos por auditoria, estamos só na fase documental”,

revela Luciana. A empresa também investiu em uma guardanapeira, que deve começar a operar em junho próximo, ampliando ainda mais o portfólio da linha doméstica. “O intuito é fazer mix de produtos dentro desse ramo de varejo doméstico”, adianta ela.

Em paralelo à adequação das estratégias comerciais, a Ipel colocou em prática projetos de redução de custos e melhorias de processo. Luciana conta que tanto a Máquina 3 quanto a 4 passaram por incrementos recentes. Entre as melhorias, estão ajustes de layout e de processo, com enfoque na eliminação de desperdício. “Em resumo, temos feito um trabalho muito forte voltado à qualidade, buscando eliminar ou minimizar ao máximo todos os fatores que oneram o custo do produto.”

Os trabalhos internos se estenderam a um melhor planejamento das paradas de manutenção e às negociações com fornecedores. “Fizemos contratos anuais com nossos fornecedores de embalagem, a fim de evitar reajustes de preço. Usamos a mesma estratégia com os fornecedores de químicos e demais insumos usados no processo fabril”, diz Luciana. No ano passado, a Ipel também não fez contratações e trabalhou com um quadro bem reduzido, a fim de não onerar a folha.

A Santapel, fabricante de Tangará-SC com capacidade produtiva anual de 10,6 mil toneladas, desponta como mais um *player* do segmento tissue que vem apostando em diferentes medidas estratégicas para enfrentar os desafios recentes. Investimentos em melhorias estão entre os exemplos. “Tivemos um 2016 de inúmeros altos

Entre as principais vantagens e mudanças obtidas com a implementação das melhorias realizadas pela Santapel em 2017, estão a facilidade e praticidade na operação do processo como um todo, o aumento da velocidade da máquina e o consequente ganho de produção



DIVULGAÇÃO SANTAPEL

e baixos, devido a imprevistos ocorridos, especialmente ligados à manutenção, mas também pela defasagem de alguns equipamentos e do processo fabril em si. Essas dificuldades nos levaram à decisão de investir em incrementos da nossa unidade fabril no ano passado”, diz Claudemar Lima da Silva, gerente geral da empresa.

Silva refere-se a três grandes projetos de ampliação de capacidade e melhorias que a Santapel deu início no segundo trimestre de 2017 e que totalizaram um investimento de R\$ 8,65 milhões com recursos próprios. O primeiro deles foi a aquisição e instalação de uma Estação de Tratamento de Água (ETA), cujo *startup* ocorreu em maio último. Os outros dois, ainda em andamento, dizem respeito à ampliação da Usina Geradora de Energia (CGH), com a instalação de mais um gerador, que será capaz de suprir toda a demanda de energia da empresa e tem *startup* previsto para julho próximo, e a aquisição e instalação de um novo preparo de massa, cuja primeira etapa foi concluída em dezembro de 2017 e a segunda tem *startup* programado para maio próximo.

A dificuldade de obter aparas brancas de qualidade para manter o padrão de seu portfólio somou-se aos fatores que motivaram a Santapel a colocar o planejamento de melhorias do processo fabril em prática. “Além disso, nosso processo ainda estava em uma fase manual, muito dependente dos operadores. Isso dificultava bastante o fluxo constante exigido pelas etapas do processo de fabricação. Por estarmos inseridos em um mercado altamente competitivo, a necessidade de se adequar e se modernizar tecnologicamente tornou-se uma prioridade”, contextualiza o gerente geral.

Com a conclusão total do primeiro projeto e os resultados já obtidos com o *startup* da primeira etapa do preparo de massa, a Santapel registrou um aumento significativo de qualidade nos papéis fabricados e chegou a um processo mais estável, garantindo a confiabilidade dos produtos junto a seus clientes. Entre as principais vantagens e mudanças conquistadas com a implementação das melhorias, Silva cita a facilidade e praticidade na operação do processo como um todo, a rotina mais ágil dos operadores, o aumento da velocidade da máquina e, com isso, o consequente ganho de produção, além da ampliação da carteira de clientes.

Segundo o gerente geral da Santapel, os resultados positivos já puderam ser vistos em 2017. “Fechamos o ano com o melhor resultado financeiro dos últimos cinco anos, com uma produção de 8,76 mil toneladas”, informa sobre o desempenho que significou um incremento de 2,6% em relação à produção de 2016. “A alta produ-

ra por papéis da linha sanitária, 100% produzido com aparas, também ajudou a alavancar as vendas do ano passado”, completa o balanço.

A entrada da Suzano Papel e Celulose no segmento tissue – com o início das operações das fábricas de Mucuri-BA e Imperatriz-MA em setembro e novembro últimos, respectivamente, e a incorporação da Facepa, concluída neste mês de março – foi mais um fato impactante à competitividade do setor em 2017, dado o esperado volume adicional entrante no mercado. As expansões de capacidade de outros grandes *players*, a exemplo da Carta Fabril, que deu *startup* em uma nova máquina de papel, e da Sepac – Serrados e Pasta Celulose, que ampliou sua capacidade produtiva com a aquisição da sexta máquina destinada à produção de bobinas e duas novas linhas de conversão, também devem somar volumes significativos ao mercado nacional nos próximos meses.

“A Máquina 6 chegou para nos ajudar a ter um incremento de 34 mil toneladas por ano. Acreditamos que seremos capazes de atingir essa meta ainda este ano, mas somente no final dele será possível afirmar esse número com efetividade”, pontua João Ferreira Dias Filho, presidente da Sepac, revelando que a expectativa é chegar a uma capacidade instalada 180 mil toneladas anuais.

Dias Filho conta que a instalação da Máquina 6, em 2017, reflete a conclusão de um período de planejamento de expansão das atividades da unidade fabril de Mallet-PR. “Com a aquisição, buscamos ampliar a nossa capacidade produtiva para atender mais adequadamente ao mercado”, frisa o presidente da Sepac, esclarecendo que as vendas não podem estar em volume superior à capacidade produtiva. “Dentro de um planejamento extenso, já prevíamos que essa máquina, que levou dois anos para ser fabricada até ser instalada no último trimestre do ano passado, chegaria em um momento crucial para nós, para conseguirmos dar vazão e equilibrar o nosso fluxo de produção e vendas”, completa sobre a estratégia.

O projeto de expansão da Sepac totalizou um investimento de R\$ 300 milhões. Parte dos recursos desse ciclo de renovação do parque fabril foi obtida com recursos próprios e outra parte, com financiamento do BNDES, “que, na época, dispunha de uma boa linha de financiamento, com taxas de juros bastante interessantes”, ressalta Dias Filho. “Mas, mais do que as vantagens da linha de financiamento, o longo prazo e uma amortização que, dentro do nosso plano de trabalho, nos possibilitou ter um panorama de endividamento futuro bem

A alta de preço das aparas brancas justifica-se pela escassez no mercado – devido ao baixo desempenho de seu gerador, o segmento de imprimir e escrever –, enquanto a disparada da celulose foi acarretada pelo fato da demanda global comprometer a oferta em território nacional a preços equalizados

DIVULGAÇÃO SEPAC



A Sepac ampliou sua capacidade produtiva no ano passado, com a aquisição da sexta máquina destinada à produção de bobinas e duas novas linhas de conversão

equalizado, foram fundamentais ao desenvolvimento do projeto de modernização do parque fabril em Mallet”, lembra o presidente da empresa.

Em paralelo ao projeto de expansão, a Sepac enfrentou as dificuldades que aplacaram o segmento em 2017 e fechou o ano com um crescimento de 5% (Ebitda) em relação a 2016. “Apesar de o crescimento ter sido superior, os resultados ficaram muito abaixo das nossas médias anteriores, que eram bastante expressivas”, constata Dias Filho sobre o ano desafiador. “De qualquer forma, conseguimos superar a média de crescimento do mercado tissue em 2017”, fecha o balanço.

Mesmo diante da acirrada competição mercadológica, que se acentuou devido aos investimentos concretizados pelos principais participantes do mercado tissue, a Mili, fabricante de Três Barras-SC, com capacidade

produtiva anual de 190 mil toneladas, registrou um crescimento de 4% em 2017, em comparação ao ano anterior, mantendo também os níveis de rentabilidade. Segundo Valdemar Lissoni, diretor presidente da companhia, o resultado positivo deve-se principalmente ao esforço concentrado em Recursos Humanos e à melhoria de gestão dos processos produtivos.

Lissoni refere-se ao projeto de renovação do parque fabril da Mili e à sequência do planejamento estratégico em busca de crescimento de participação de mercado. Na prática, a empresa adquiriu mais uma máquina de papel com capacidade para 36 mil toneladas anuais, valor que representa um aumento ao redor de 20% na capacidade instalada do parque fabril.

O diretor presidente informa que os investimentos dentro do exercício de 2017 somaram cerca de R\$ 100 milhões, sendo que 80% foram feitos com recursos próprios. Além da nova máquina de papel, o capital investido incluiu novos equipamentos de conversão e de processo, assim como melhorias nas áreas de tratamento de água e efluentes. O intuito dos incrementos, frisa Lissoni, é possibilitar uma melhoria contínua de produtividade e ganhos efetivos na qualidade do produto acabado. “O compromisso de custo versus qualidade tem sido levado em conta em todas as melhorias propostas.”

Expectativas para 2018 sinalizam aquecimento da demanda

Na análise de Vilas Boas, diretor da Anguti Estatística, este ano promete bons resultados em termos de volume. “A expectativa é que a retomada do crescimento econô-

A Mili, fabricante de Três Barras-SC, com capacidade produtiva anual de 190 mil toneladas, registrou um crescimento de 4% em 2017, em comparação ao ano anterior, mantendo também os níveis de rentabilidade

DIVULGAÇÃO MILI



mico e o consequente aumento do consumo absorva a capacidade adicional de papel tissue inserida no mercado recentemente”, prospecta.

Em linha com a previsão apontada por Vilas Boas, a diretora executiva da Ipel afirma que já é possível notar um aquecimento de demanda desde janeiro último. “Superamos em 14% o valor projetado para a produção de janeiro. Temos visto esse crescimento, principalmente, na linha institucional, mercado que estava mais problemático nos últimos três anos, mas que tem demonstrado uma recuperação. Creditamos esse crescimento à questão da retomada econômica, seja por parte da indústria, do comércio ou do turismo”, detalha o panorama.

Os aspectos desafiantes, contudo, tendem a persistir também em 2018, a exemplo do preço da celulose, que passou por novo reajuste em fevereiro último, atingindo o patamar médio de US\$ 1 mil. “Embora o câmbio esteja favorável neste início de ano, o preço da celulose continua numa crescente. Se pegarmos os últimos três anos como referência, veremos que este último mês de fevereiro foi o seu pico máximo”, analisa a diretora executiva da Ipel.

Para aproveitar o crescimento da demanda a partir da retomada econômica e ser capaz de driblar os desafios que ainda rondam o segmento, Luciana revela que a estratégia da Ipel é apostar na competitividade de todas as suas linhas de produtos. “Hoje, a nossa grande veia estratégica está nos *private labels*. Somando as linhas institucional e doméstica, fabricamos mais de 150 marcas atualmente”, diz ela, informando que o destaque

atual fica por conta dos clientes da linha A, no segmento institucional. “O nosso intuito é firmar mais parcerias para vender ou desenvolver as próprias marcas dos grandes distribuidores de higiene e limpeza do Brasil”, completa sobre a estratégia já em andamento que deve se fortalecer nos próximos meses.

A exportação de produtos acabados é mais uma das frentes estratégicas trabalhadas pela Ipel desde o ano passado. A diretora executiva informa que, tanto a linha doméstica quanto institucional, com um amplo mix de produtos, vêm sendo exportados mensalmente para Argentina, Paraguai, Uruguai, Chile e Bolívia.

Ainda sobre as estratégias comerciais traçadas pela Ipel para este ano, Luciana comenta que a dedicação a produtos de maior valor agregado é a direção seguida pela empresa. “Apesar de ainda fabricarmos papéis reciclados (branco e luxo), eles já se posicionam como complementos de linha. Seguimos cada vez mais focados à linha extraluxo, composta por produtos bastante diferenciados aos que o mercado em geral consome hoje”, diz a diretora executiva, referindo-se à produção de papéis tissue de maior gramatura, com fabricação 100% celulose e padrão FSC. “O investimento na planta 2 foi feito justamente para termos a possibilidade de trabalhar com produtos de maior valor agregado, tanto no institucional quanto no varejo doméstico”, adiciona, exemplificando que a empresa lançou os papéis folha tripla e folha quadrupla em setembro e novembro últimos, respectivamente.

A expectativa é que a retomada do crescimento econômico e o consequente aumento do consumo absorva a capacidade adicional de papel tissue inserida no mercado recentemente



A dedicação a produtos de maior valor agregado está entre as estratégias comerciais traçadas pela Ipel para este ano

MAIOR QUE NOSSO EVENTO

Para mais informações: abtcp2018.org.br

PATROCÍNIO PREMIUM

ALBANY
INTERNATIONAL

SOLENIS

VOITH

XERIUM

PATROCÍNIO MASTER

ANDRITZ

KĀDANT

kemira

Valmet
FORWARD

PATROCÍNIO STANDARD

Buckman

VM FLORESTAL
MELHORAMENTOS

TGM

Marca de Confiança.

REALIZAÇÃO



relacionamento@abtcp.org.br
Tel. (11) 3874 - 2714

REPRESENTANTE COMERCIAL

go.va

11 2218-0005
selma@gova.com.br

PARCEIROS DE MÍDIA

abendi

abpo
Associação Brasileira de Papelão Ondulado

ANAP
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS
ANALISTAS DE PAPEL

**mais
floresta**

SINPAPEL 75 ANOS

SINPASUL

**CELULOSE
& PAPEL**

SÓ A PROCURA POR ELE

ABTCP convida sua empresa para reservar espaço e fechar o pacote de patrocínios para o mais tradicional e prestigiado evento do setor:
O 51º Congresso e Exposição Internacional de Celulose e Papel.

Sua empresa tem a oportunidade de gerar valor mostrando para toda a indústria que ela está em sintonia com o tempo que estamos vivendo.



**ABTCP
2018**

51º Congresso e Exposição
Internacional de Celulose e Papel
51st Pulp and Paper International
Congress & Exhibition

Siga-nos



DIVULGAÇÃO MILI



Novos projetos fazem parte do planejamento da Mili para 2018, não somente na área de papel, visando a elevação da qualidade de seus produtos, como a maior amplitude do mercado

O papel folha tripla já desponta com uma fatia de mercado interessante, embora ainda apresente um consumo inferior ao folha dupla. “É um produto de preço mais elevado, mas com bom custo-benefício ao consumidor. Trata-se de um nicho mais específico, porém com uma procura crescente, principalmente nas redes com desenvolvimento de marcas próprias”, define Luciana, informando que a Ipel também está desenvolvendo produtos folha tripla às três grandes redes que atende atualmente. Sobre o lançamento do papel folha quadrupla, Luciana situa que a intenção da empresa é criar um

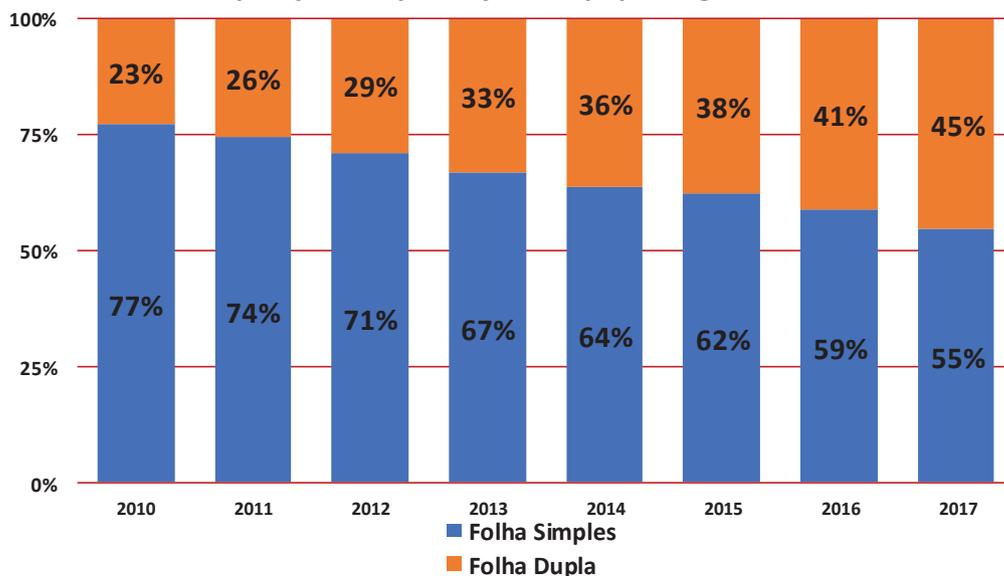
diferencial de produto, em um mercado que ainda não tem um público cativo. “Sabemos que é um mercado a ser desenvolvido. É uma estratégia de agregar valor ao produto, não necessariamente já com uma fatia de mercado a ser atendida”, esclarece sobre o planejamento de médio e longo prazos.

A Mili também constatou a confirmação da tendência do consumidor geral em privilegiar produtos de fibra virgem e maior qualidade ao longo dos últimos anos. “Prova disso é o contínuo aumento do percentual de papel higiênico folha dupla em relação ao folha simples”, frisa o diretor presidente. De acordo com dados da Anguti Estatística, o papel folha dupla representou 45% da produção total de 2017, valor que demonstra um crescimento de 4% em relação à proporção de 2016.

Lissoni aponta que o consumidor também tem se mostrado mais exigente no mercado de toalhas de cozinha, toalhas interfolhas e guardanapos nos últimos anos. A principal alavanca para a mudança é o crescimento do poder de compra do consumidor, que passa a investir em produtos de melhor qualidade.

Diante desse cenário, o planejamento da Mili para 2018 inclui novos projetos, não somente na área de papel, visando a elevação da qualidade de seus produtos, como a maior amplitude do mercado. Em outras palavras, a intenção da empresa é manter um crescimento sustentado, desenvolver novos produtos e promover uma maior abrangência do mercado, inclusive na Amé-

Composição da produção de papel higiênico



Fonte: Anguti Estatística

rica do Sul – atualmente, a empresa já exporta para países como Paraguai, Uruguai, Argentina e Bolívia.

“Os sinais vindos do mercado continuam no sentido de um aumento da concorrência e do desafio do crescimento em meio a um excesso de oferta. O planejamento da Mili envolve também preparação de pessoal, investimento em tecnologia e busca por melhorias dos processos internos, além do contínuo melhoramento das formas de participação em áreas chave da empresa, como vendas e custo”, analisa Lissoni, dizendo acreditar que essas são as formas mais eficazes de se preparar para os desafios dos próximos anos.

A meta da Santapel para 2018 é ampliar a produção mensal para mais de 920 toneladas. Com o aumento da produção, a empresa planeja aumentar a carteira de clientes, dando enfoque a regiões ainda não atendidas – planejamento que também inclui exportações. “As negociações já estão em fase bem adiantada. Após o segundo semestre deste ano, devemos estar exportando nossas bobinas para clientes convertedores no Uruguai, Bolívia e Chile”, informa o gerente geral.

De acordo com explicação de Vilas Boas, diretor da Anguti Estatística, as exportações de papel tissue ocorrem, principalmente, aos países do Mercosul, devido ao alto custo do transporte, por se tratar de um produto

DIVULGAÇÃO SANTAPEL



leve, mas de grande volume. O gráfico a seguir mostra um crescimento de 15,5% nas exportações brasileiras de 2017, em relação ao ano anterior.

A continuidade do desenvolvimento de produtos é mais um ponto estratégico para a Santapel. “No ano passado, iniciamos a fabricação de papel 13 g/m2 com 100% aparas branca 2 para atender à demanda de alguns clientes. Também desenvolvemos um produto intermediário, entre

“Vamos intensificar o atendimento pós-venda, levantando as eventuais necessidades de nossos clientes e priorizando 100% a excelência dos produtos entregues”, diz o gerente geral da Santapel sobre os planos para este ano

Comércio exterior de papéis para fins sanitários toneladas

Mês	Exportação			Mês	Importação		
	2016	2017	Var.		2016	2017	Var.
jan.	1.601	2.870	79,3%	jan.	715	471	-34,1%
fev.	1.694	2.863	69,0%	fev.	568	580	2,1%
mar.	1.390	3.218	131,5%	mar.	1.014	544	-46,4%
abr.	1.841	1.961	6,5%	abr.	561	695	23,8%
maio	1.834	2.626	43,2%	maio	1.396	433	-69,0%
jun.	1.794	2.298	28,1%	jun.	1.125	701	-37,7%
jul.	2.529	2.681	6,0%	jul.	660	672	1,8%
ago.	2.208	2.967	34,4%	ago.	648	1.017	56,9%
set.	3.043	2.869	-5,7%	set.	796	878	10,3%
out.	2.705	2.695	-0,4%	out.	917	971	5,8%
nov.	3.132	1.988	-36,5%	nov.	611	883	44,6%
dez.	3.242	2.165	-33,2%	dez.	533	793	48,8%
No ano	27.013	31.201	15,5%	No ano	9.546	8.639	-9,5%

Fonte:
SECEX

Elaboração:
Anguti
Estatística

DIVULGAÇÃO SEPAC



Dias Filho revela que o planejamento da Sepac para este ano inclui a instalação de um novo polo de desenvolvimento em Lençóis Paulista, que irá incorporar a fabricação de fraldas pediátricas

o papel branco 1 e o papel branco 2, criando o chamado branco 2 especial. Esse produto apresenta uma qualidade superior ao branco 2 tradicional e fica um pouco abaixo do branco 1, possibilitando aos clientes entrar com uma nova linha mais competitiva no mercado”, resume Silva sobre a estratégia que deve se estender pelos próximos meses. “Também vamos intensificar o atendimento pós-venda, levantando as eventuais necessidades de nossos clientes e priorizando 100% a excelência dos produtos entregues”, adiciona o gerente geral sobre o planejamento para este ano.

Pensando mais a longo prazo, Silva revela que a intenção da Santapel é ingressar no nicho de fabricação 100% celulose, ampliando o mix de produtos para atender aos clientes já fidelizados na carteira do papel reciclado e que acabam tendo de comprar este tipo de papel da concorrência pelo fato de ainda não constar na linha de fabricação da empresa. “Com essa estratégia, também queremos atingir uma outra classe de consumidores, considerando que o valor agregado dos papéis 100% celulose é bem atrativo”, evidencia ele.

A futura fabricação de papel feito a partir de fibras virgens será consolidada a partir de um projeto de expansão. Conforme detalha Silva, o planejamento inclui a aquisição de uma *crescent former* totalmente à parte do processo fabril atual. “Manteremos nossa Máquina 1 fabricando bobinas 100% aparas e, em paralelo, desenvolveremos o projeto da nossa Máquina 2. Já adquirimos o formador e a caixa de entrada da nova máquina.

A conclusão da compra dos equipamentos restantes da Máquina 2 se dará a partir de 2019, enquanto o *startup* está previsto para o segundo semestre de 2020”, contextualiza ele.

A premissa da Sepac parte do desenvolvimento e da oferta de produtos de maior valor agregado. Segundo o presidente da companhia, a busca constante por inovações pauta a atuação competitividade da empresa. “Entendemos que nossos clientes buscam produtos que se destaquem no segmento tissue, seja em qualidade, variedade ou preço. Nosso planejamento e atuação está totalmente direcionado para atender a essas necessidades e ampliar a nossa presença em outros mercados, com uma distribuição ainda mais eficiente de nossos produtos.”

Com base nesta crença, revela Dias Filho, o planejamento para este ano inclui a instalação de um novo polo de desenvolvimento em Lençóis Paulista-SP. O novo parque fabril irá incorporar a fabricação de fraldas pediátricas. “Esta nova máquina já está em fase de pré-montagem, na montadora. Para essa nova unidade, também vamos implementar duas linhas de conversão de bobinas jumbo de papel tissue, que serão produzidas em nossa unidade em Mallet, proporcionado pelo aumento de produção com a Máquina 6”, informa ele sobre o projeto em andamento, ainda sem previsão de startup.

Ainda de acordo com o presidente da Sepac, a cidade escolhida para o novo projeto está inserida em uma região estratégica para os negócios da empresa. Por isso a área também irá abrigar o novo Centro de Distribuição. “É uma região muito bem servida por estradas e que reúne uma série de facilidades logísticas, com o cruzamento de todas as grandes rodovias que atendem a todo o Sudeste”, pontua Dias Filho sobre a área de 427 mil m2 já adquirida pela empresa.

Investir no mix de produtos é mais uma estratégia colocada em prática pela Sepac para superar as dificuldades que ainda devem impactar o segmento tissue em 2018. Para incrementar a variedade de produtos ofertados aos clientes, a empresa apresentou em janeiro último, por exemplo, uma embalagem mais completa de suas fraldas descartáveis: o pacote mega, cuja proposta é oferecer mais praticidade e economia ao consumidor. “Assim que estivermos bem estabelecidos no novo polo empresarial, vamos ampliar nosso portfólio com novos produtos tissue”, adianta Dias Filhos sobre o planejamento que deve se desenrolar após a inauguração e estabilização da produção da nova linha fabril da companhia. ■