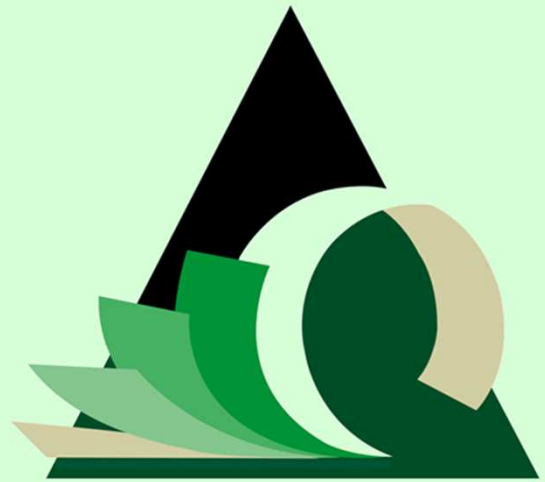


Papel Tissue



ABTCP

Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

Nestor de Castro

Sérgio Vargas

09 de Setembro de 2014

Papel Tissue

Índice:

- Papel Tissue – Características
- Fabricantes
- Tecnologias
- Mercado e Produtos
- Mercados Global e América Latina
- Tendências

Papel Tissue

Características dos Papéis:

- Papéis de baixa gramatura, geralmente abaixo de 35g/m²
- Macios, flexíveis e absorventes
- Papéis são crepados
- Utilizados para higiene pessoal e limpeza
- Produto final com uma ou mais folhas

Papel Tissue

Características dos Papéis / produtos:

Higiênico / Toilet:

- 15.0 – 18.0 g/m² (2 folhas)
- 19.0 – 24.0 g/m² (1 folha)

Lenços / Facial

- 14.0 – 16.0 g/m²

Toalha / Towel

- 18.0 – 25.0 g/m² (2 folhas)
- 35.0 – 40.0 g/m² (1 folha)

Guardanapo / Napkins

- 15.0 – 25.0 g/m²

Principais propriedades:

Bulk, Handfeel/suavidade e resistência a seco/úmido

Principais propriedades:

Bulk / Absorção e resistência a seco/úmido

Papel Tissue

Características dos Papéis / Fibras mais utilizadas:

- Fibra Curta (HW)
 - Eucalipto
 - Acacia
 - Aspen (EUA)
 - Maple (Canada)
 - Birch
 - Mistura de fibras curtas tropicais
- Fibra Longa (SW)
 - Pinus do Norte e do Sul
 - Araucaria
 - Spruce
- CTMP
- Recicladas

Papel Tissue

Características dos Papéis / Propriedades das Fibras:

- Fibra Curta (HW)
 - Boa formação da folha
 - Suavidade (handfeel), maciez estrutural
- Fibra Longa (SW)
 - Resistência
 - Formação ruim da folha
- CTMP
 - Absorção
 - Reversão de alvura
- Reciclada
 - Baixo bulk
 - Sujeira e baixa alvura

Papel Tissue

Fabricantes:



Qualidade

Como podemos definir “QUALIDADE”?

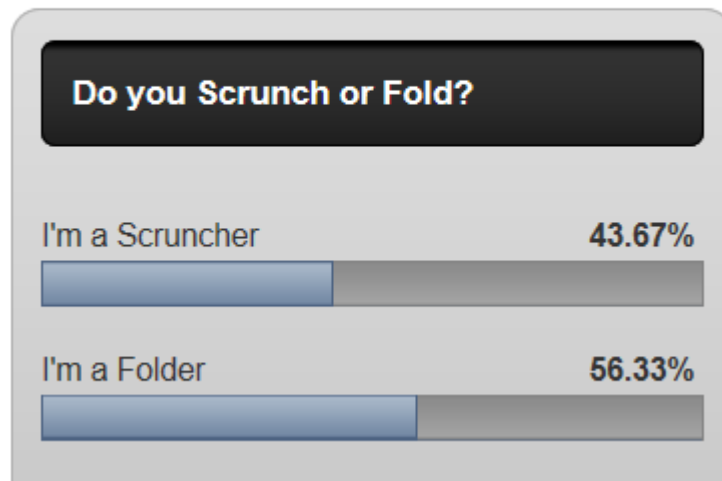
- Não há uma única definição;
- A palavra “Qualidade” tem um conceito subjetivo;
- Está relacionada com as percepções, necessidades e resultados de cada pessoa;
- Fatores como “cultura”, poder aquisitivo, tipo de produto e expectativas influenciam diretamente na percepção de “Qualidade”.

Cultura / Utilização:
Dobrado / Embolado?

Qualidade

Diferentes exigências de acordo com hábitos culturais

DEBATE 1: Do you Scrunch or Fold?



Google: Scrunch or Fold Tissue Vote

<http://foldorscrunch.wordpress.com/vote/>

YouTube: Scrunch or Fold: A World Divided

<https://www.youtube.com/watch?v=9rZHpSZU5II>

Qualidade

Papel Tissue de “QUALIDADE”?

- Absorção
- Maciez / Handfeel / Bulk
- Brancura
- Lisura
- Picote
- Tamanho / Dimensões
- Cor
- Gofragem
- Tubete
- Metragem
- Sustentabilidade
- Perfume / Aromático

Qualidade

Qualidade no Mercado Brasileiro?

- Higiênico: Folha dupla, macio, branquinho, bom picote...
- Toalha: absorção, resistência a úmido, macia...
- Guardanapo: absorção, resistência a úmido, macio...
- Lenços: macio, lisos, fino/espessura....

Qualidade

Qualidade no Mercado Brasileiro e no Exterior:

- Brasil: Higiênico Premium = Folha dupla e pequena inserção do folha tripla
- Am. Latina: Higiênico Premium = Folha tripla
- Europa: Higiênico Premium = Folha Tripla, quadrupla, quántupla..
- EUA: Higiênico “Premium” = “papel estruturado” ATMOS/TAD

O que é Papel Estruturado???

Qualidade

Qualidade no Mercado Brasileiro e no Exterior:

- Brasil: Toalha Premium = papel estruturado Atmos/TAD – 1 único produto
- Am. Latina: Toalha Premium = papel estruturado Atmos/TAD
- Europa: Toalha Premium = papel estruturado Atmos/TAD
- EUA: Toalha Premium = papel estruturado Atmos/TAD

Qualidade

Quality Category	Share of Toilet Tissue Production							
	- % -							
	1995	1999	2003	2006	2009	2010	2011	2012
Lowest Quality Recycled (Higiênico Popular)	7.3	4.2	7.9	6.9	6.9	6.6	6.7	4.8
Single-Ply Medium Quality (Folha Simples de Boa Qualidade)	45.9	37.8	34.3	25.2	23.0	19.7	15.3	20.0
Single-Ply High Quality (Folha Simples de Alta Qualidade)	30.4	42.3	41.9	51.4	49.4	48.8	48.9	46.4
Two-Ply (Higiênico Folha Dupla)	16.4	15.7	15.9	16.5	20.7	25.0	29.1	28.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

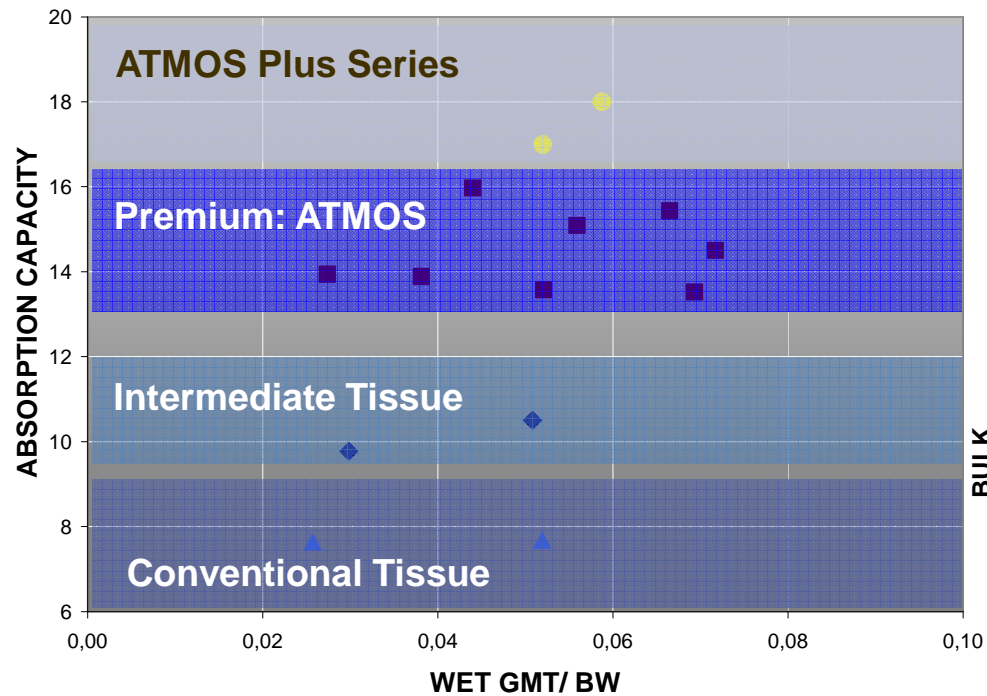
Source: BRACELPA

Crescimento do Folha Dupla
 Maior qualidade – maior exigência dos consumidores

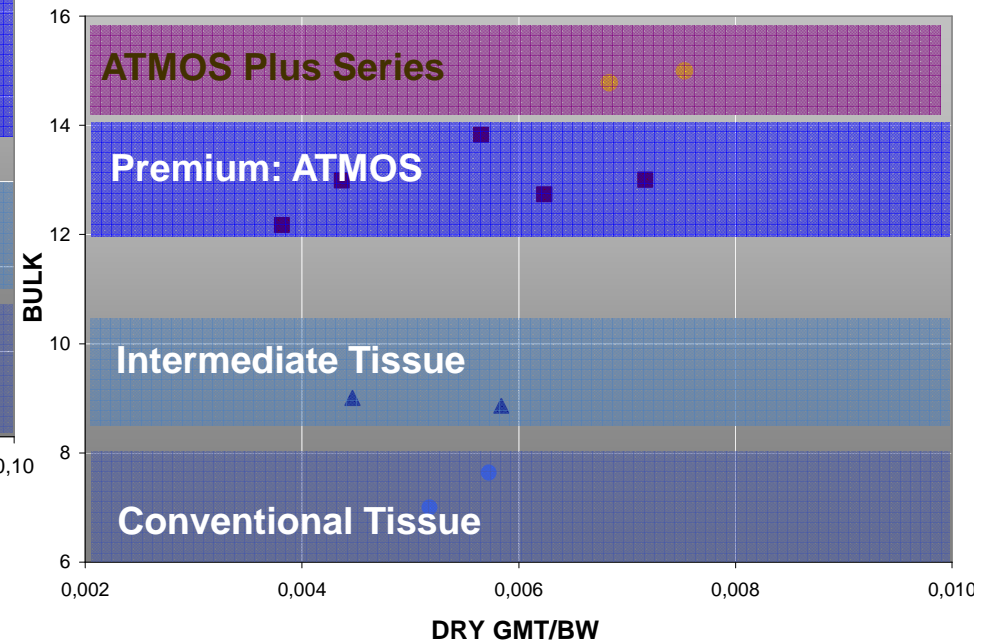
Qualidade

Comparativo: Qualidade Convencional x Premium

Toalha



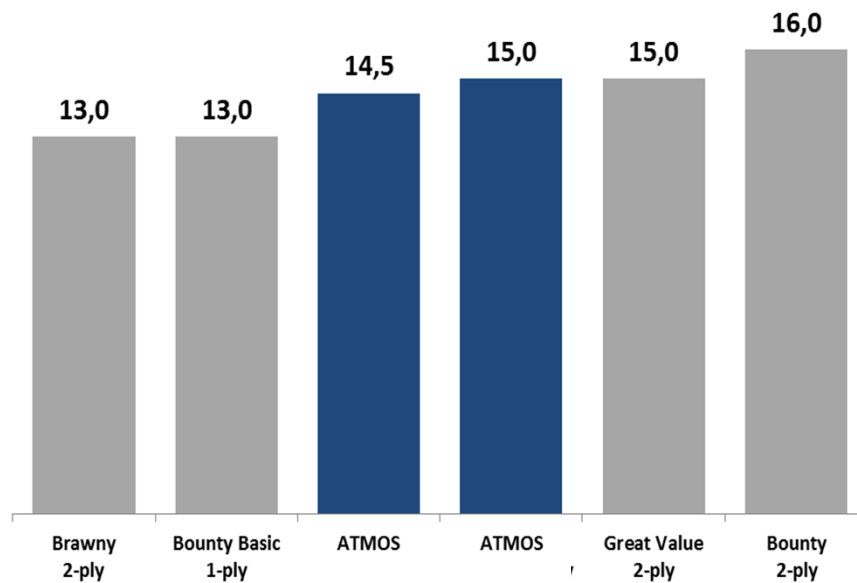
Higiênico



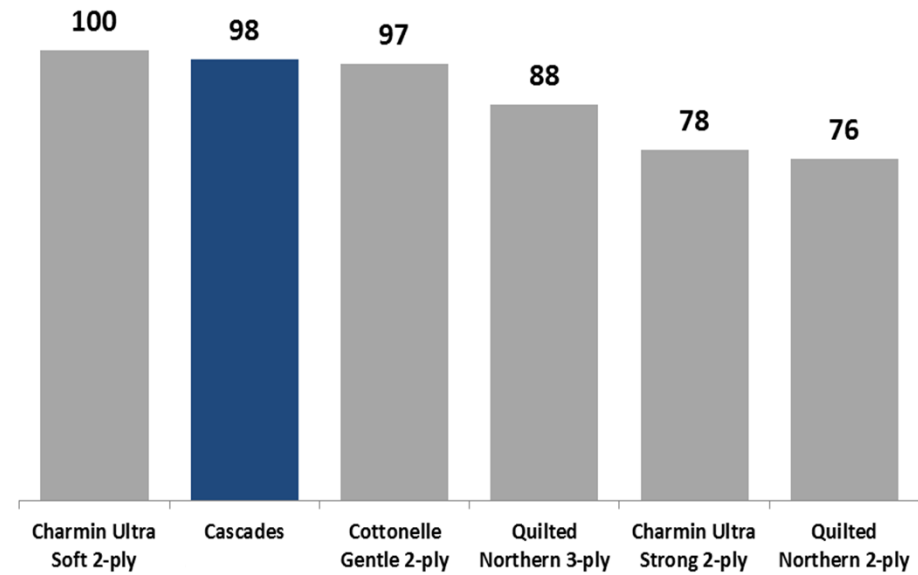
Qualidade

Comparativo: Qualidade Convencional x Premium

Kitchen Towel - Absorption Capacity [g/g]

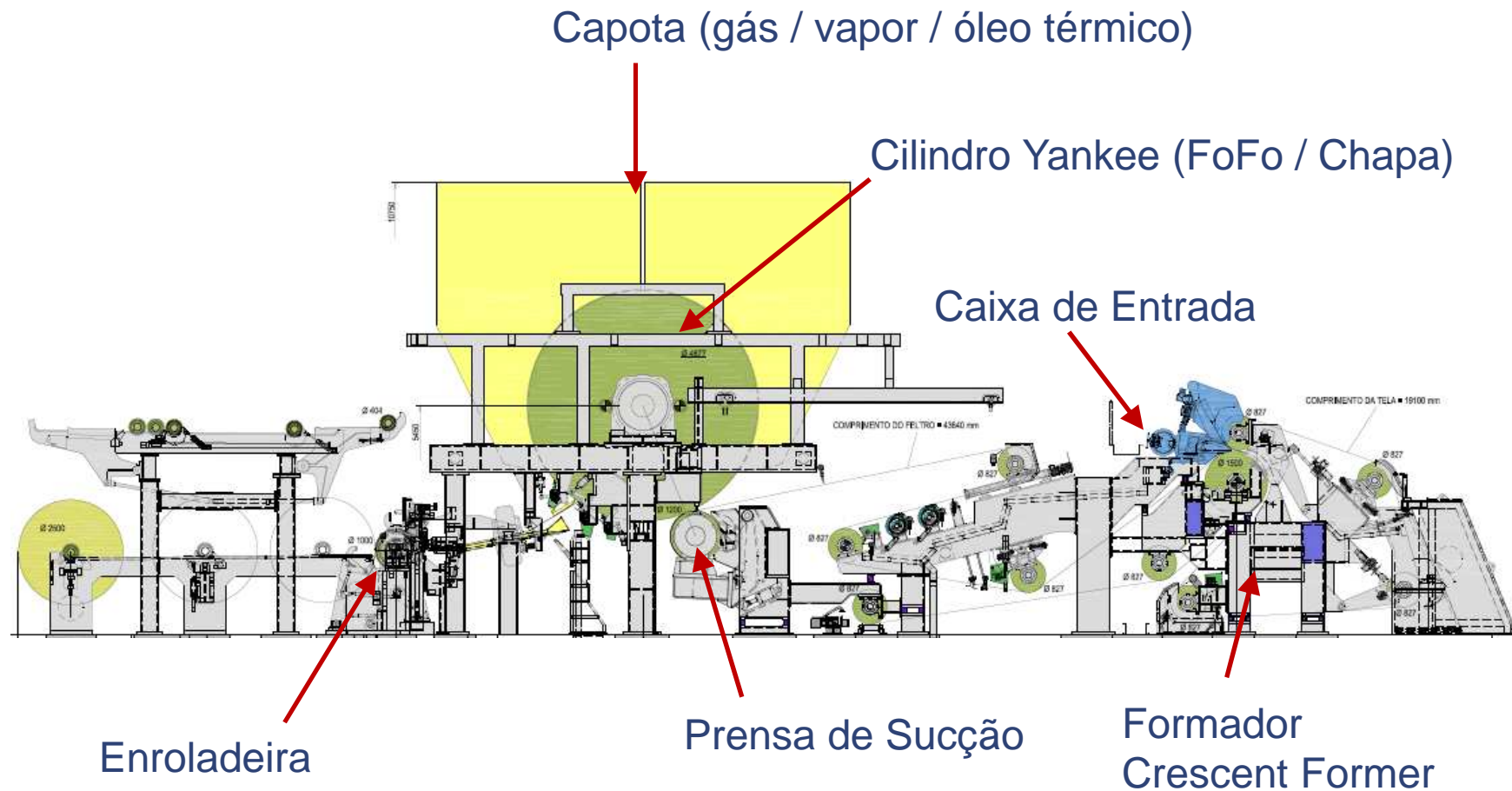


Toilet Tissue - Handfeel [points]



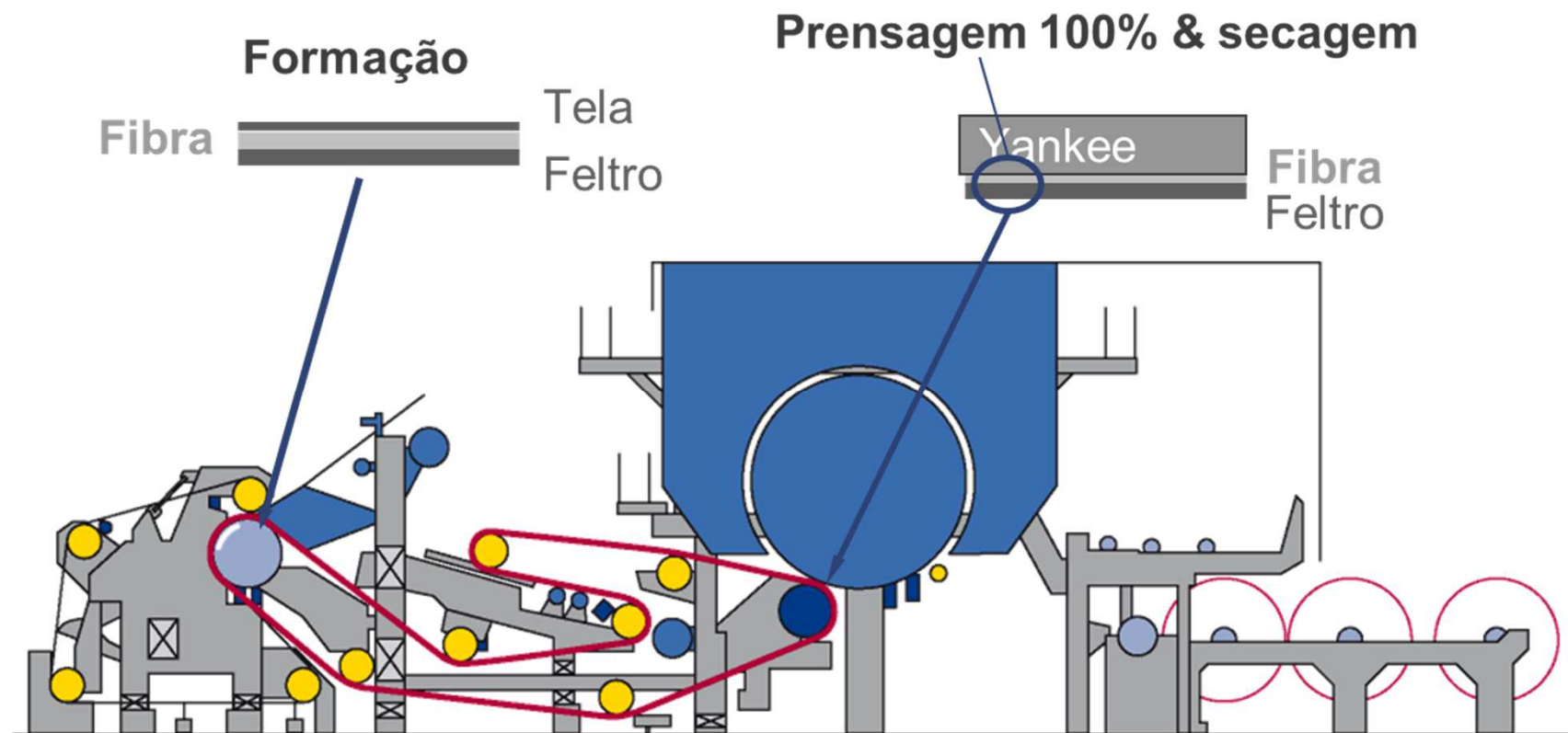
Tecnologias

Maquina Tissue Convencional Crescent Former



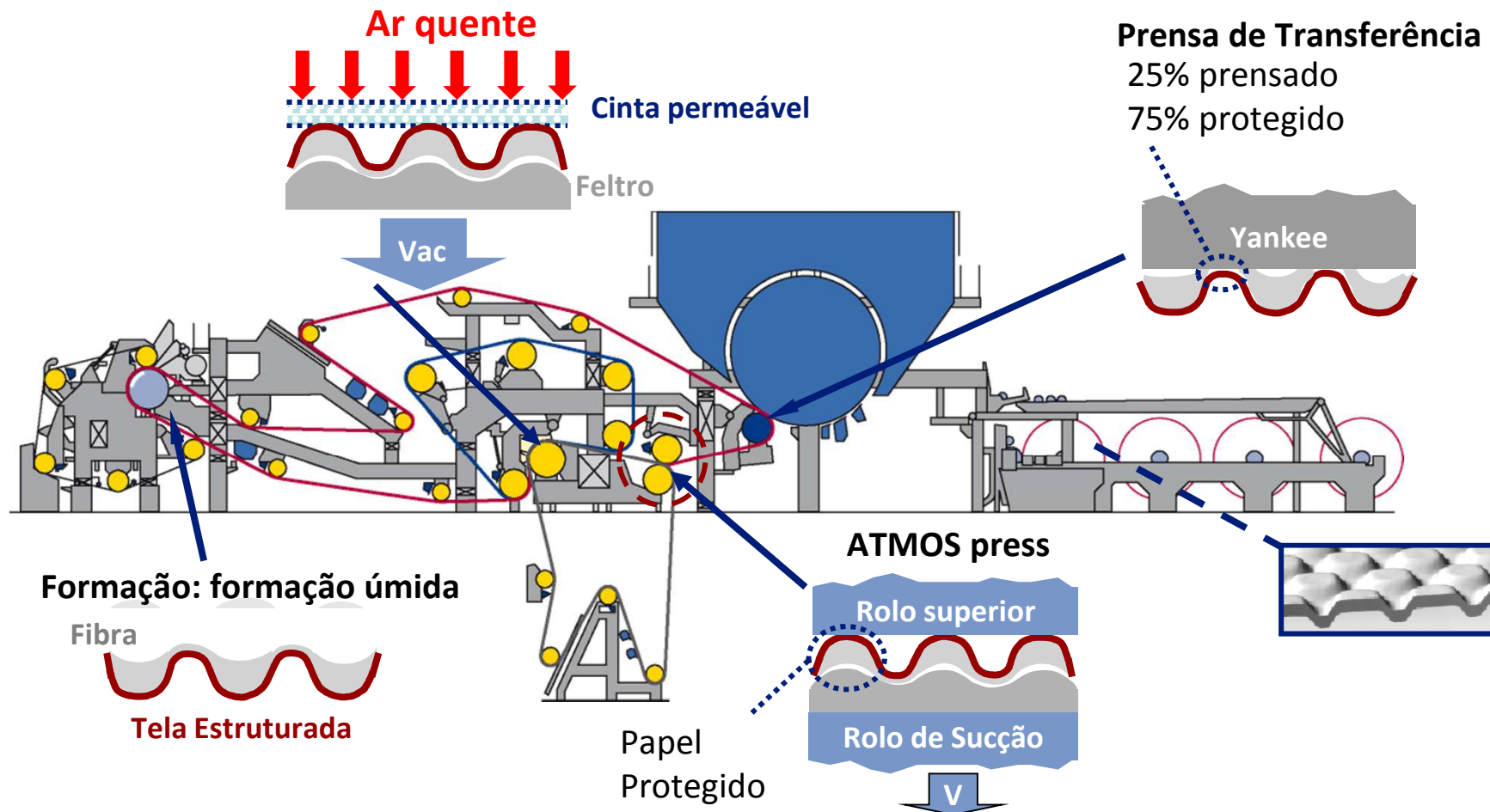
Tecnologias

Maquina Tissue Convencional - Conceito



Tecnologias

Maquina Tissue Estruturado ATMOS - Conceito



Mercado

Tipos:

- Consumidor 75% (consumer – brand, marcas próprias – private label)
- Institucional 25% (AFH – away from home) (Hotéis, restaurantes, shoppings, hospitais, indústrias, etc.)

Diferenças de Mercado:

- Brasil: fabricantes produzem consumidor e institucional
- EUA/Europa: há fabricantes focados em consumidor e/ou institucional

Mercado

Tipos: Estratégia

- Consumidor 75% (consumer – brand, marcas próprias – private label)

Consumer Brand – tenta-se a melhor qualidade possível, para ter diferencial perante o cliente. Como exemplo EUA 75% Brand (Charmin) – Mais rentável porém com altos custos de marketing, altos custos de produção para obter um produto diferenciado, maior preço perante os consumidores, e menor quantidade por case

Private Label – mercado dos distribuidores, que podem ser Farmácias, Supermercados, ou empresas que compram papel em rolo e convertem (convertedores) Exemplo Quality do Pão de açúcar As grandes cadeias de supermercado

Mercado

Tipos: Estratégia

- Institucional 25% (AFH – away from home) (Hotéis, restaurantes, shoppings, hospitais, indústrias, etc.); importante é o serviço inclui métodos de distribuição, apresentação do produto etc

Segmentação de mercado:

- Baixa Qualidade: Alguns hotéis, restaurantes, escolas, institucional público
- Média Qualidade: Hotéis e Restaurantes crescem a qualidade proporcionalmente a proposta de Brand do cliente
- Alta Qualidade: De novo hotéis e restaurantes, e Escritórios

Mercado

Tipos estratégias de distribuição, cada fabricante do papel tem a sua:

- Consumidor 75% (consumer – brand, marcas próprias – private label);
- Mais Qualidade ou Menos Qualidade
 - No Brasil Reciclado ➡ Uma folha ➡ Dupla Folha
- Distribuição
 - Através de Distribuidores
 - Distribuição própria
 - Local
 - Regional
 - Grandes cadeias; pequenos comércios
- Institucional 25% (AFH – away from home) (Hotéis, restaurantes, shoppings, hospitais, industrias, etc.)
- Mais Qualidade ou Menos Qualidade
 - Posto de Gasolina
 - Restaurante de luxo (melhor do melhor)
- Folded ou em rolos – que tipo de equipamento estará disponível?

Mercado

Produtos – Consumidor (consumer – brand, marcas próprias – private label)



Marcas Próprias



Produtos Premium Estruturado
Brand



Produtos Premium
3 e 4 Folhas - Brand



Mercado

Produtos – Consumidor (consumer – brand, marcas próprias – private label)

Diferenciação:
Tendência, Exclusividade, Nicho de Mercado ou
“Renovação”



Mercado

Produtos Institucional (AFH – away from home) (Hotéis, restaurantes, shoppings, hospitais, industrias, etc.)

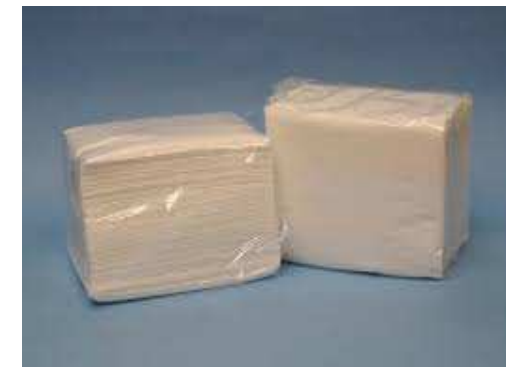
Rolos



Rolos e Folded



Folded



Dispensers para rolos e folded – Higiênico e Toalha



Mercado



*O modelo das Cinco Forças de Porter foi concebido por **Michael Porter***

Mercado

- As cinco forças de Porter são

- 1.1 Rivalidade entre os concorrentes
- 1.2 Poder de Negociação dos clientes
- 1.3 Poder de Negociação dos fornecedores
- 1.4 Ameaça de Entrada de Novos Concorrentes
- 1.5 Ameaça de produtos substitutos

- As cinco forças de Porter aplicadas pelos fabricantes de Tissue nos EUA são

- 1.1 Rivalidade entre os concorrentes – Baixa pois o brand lidera
- 1.2 Poder de Negociação dos clientes – Alta por só ele ter o Brand
- 1.3 Poder de Negociação dos fornecedores – Alta por volume e tecnologia própria. (fabricar aquele produto somente para determinado cliente)
- 1.4 Ameaça de Entrada de Novos Concorrentes – Tecnologia própria, com patentes fortes e cara para se copiar
- 1.5 Ameaça de produtos substitutos – Alta tecnologia aplicada

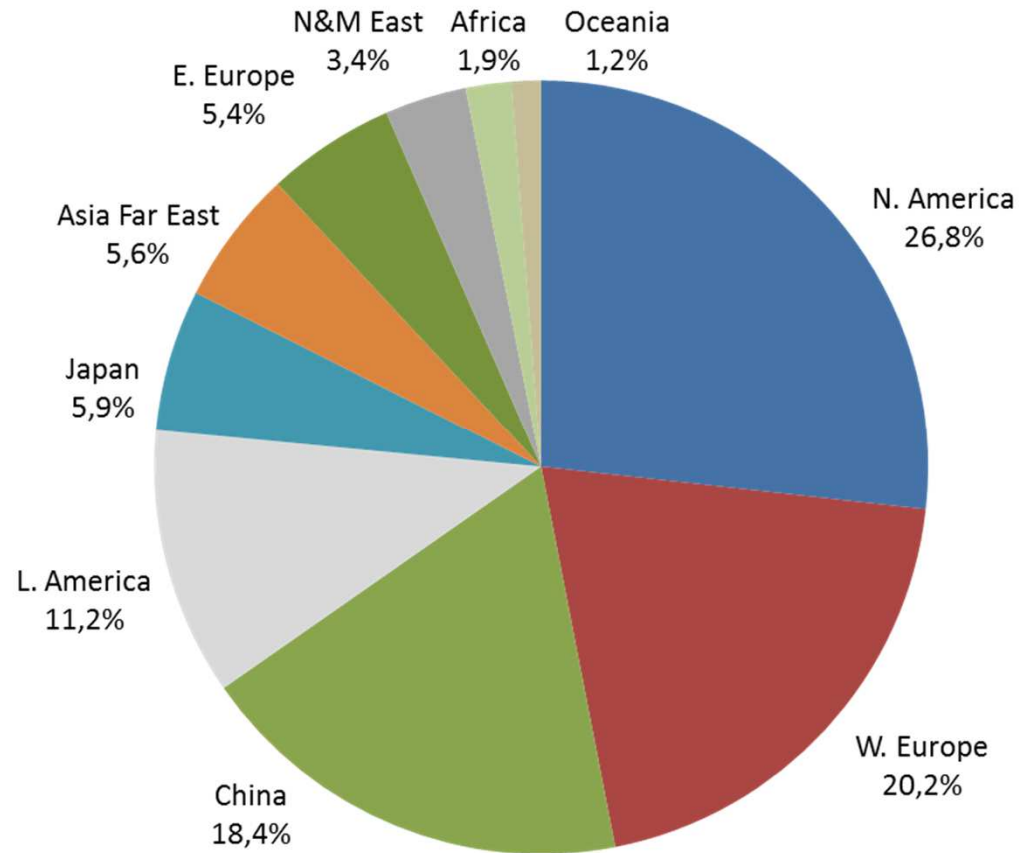


THE TISSUE MARKET

is one of those with the **largest growth potential in the world!**

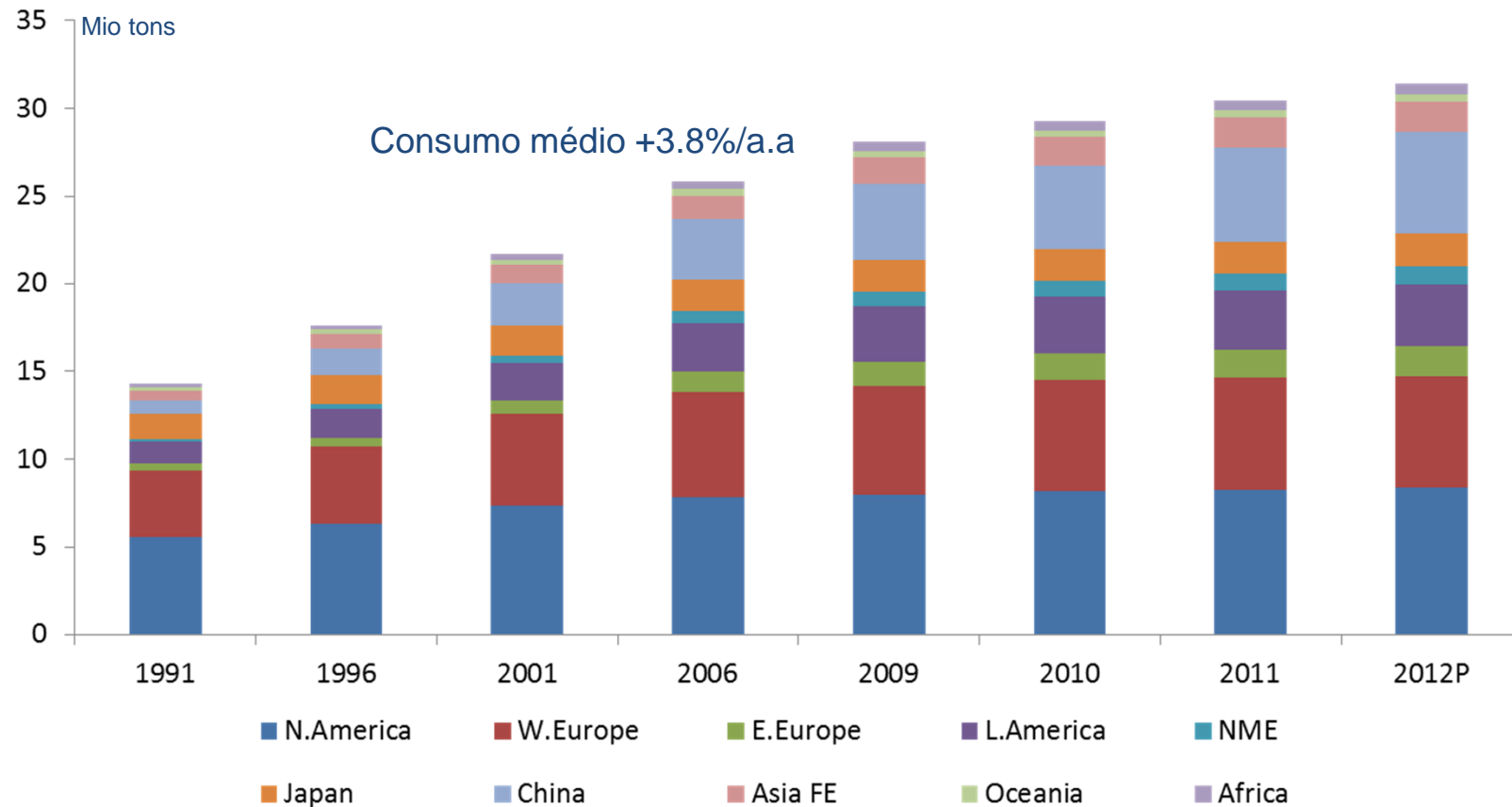
Mercado Tissue Global

Mercado Global Trends



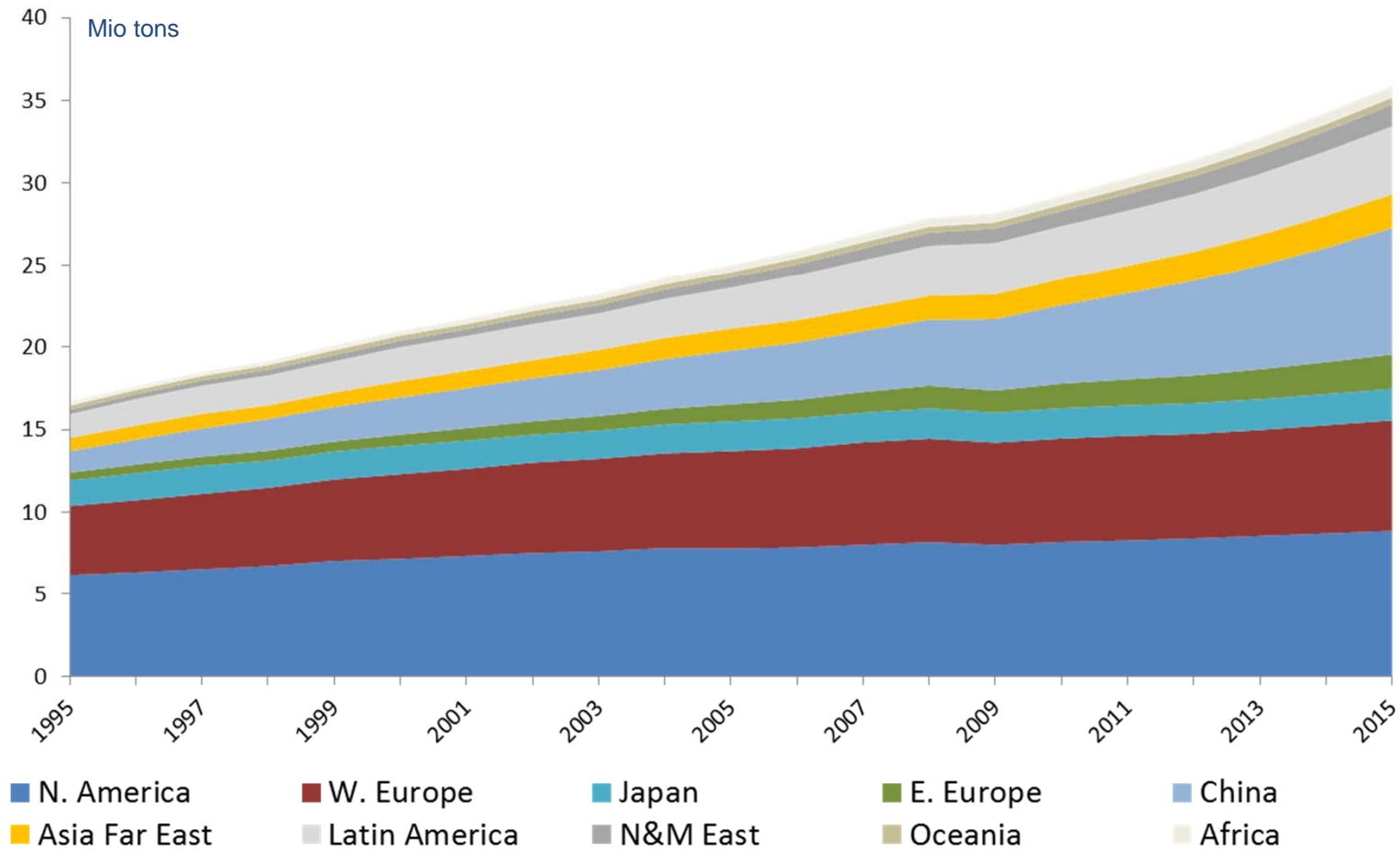
Consumo Global : 31.4 Milhões de Toneladas

Mercado Global Trends



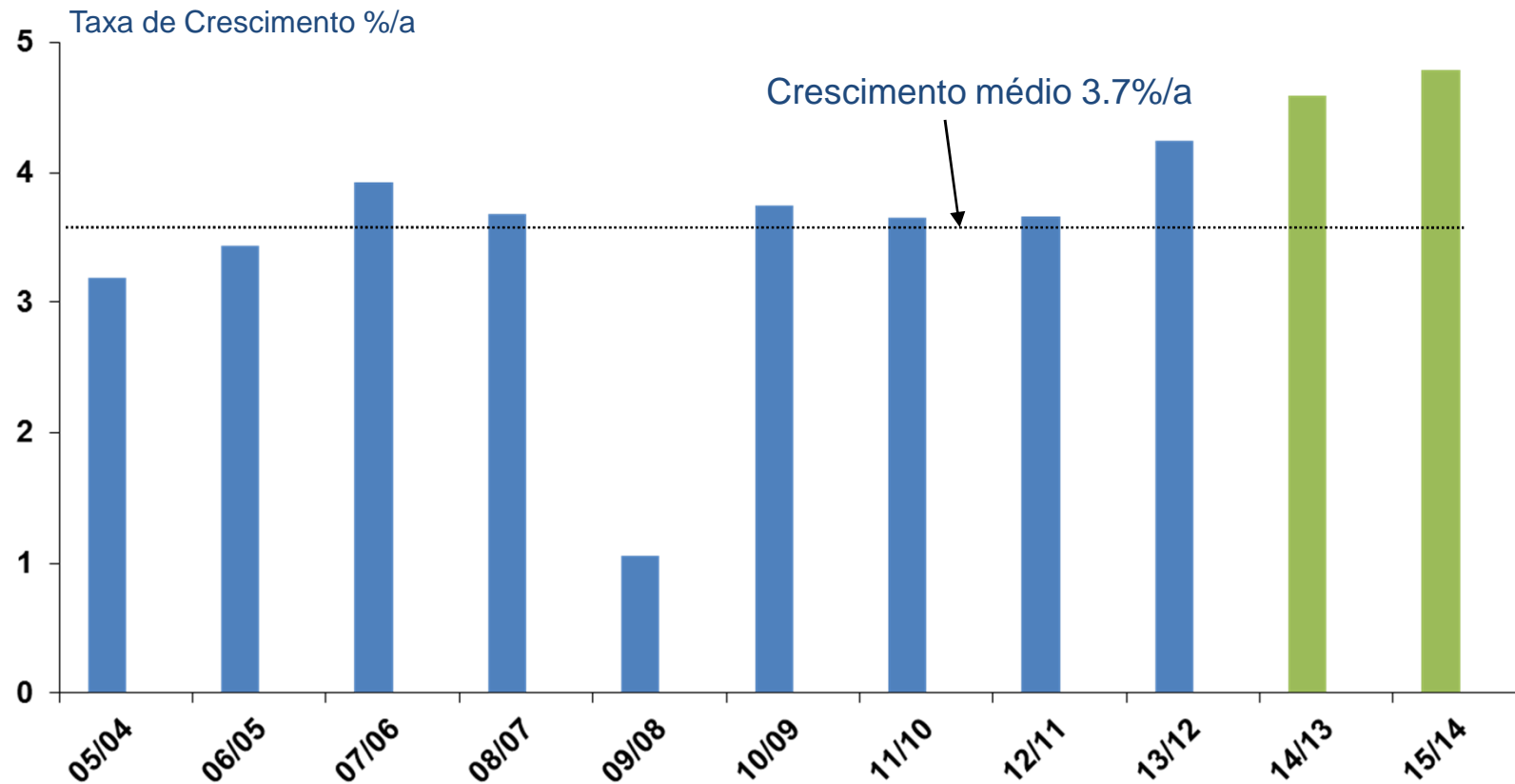
Crescimento concentrado em mercados emergentes

Demanda Mundial Consumo Regional: 1995 - 2015

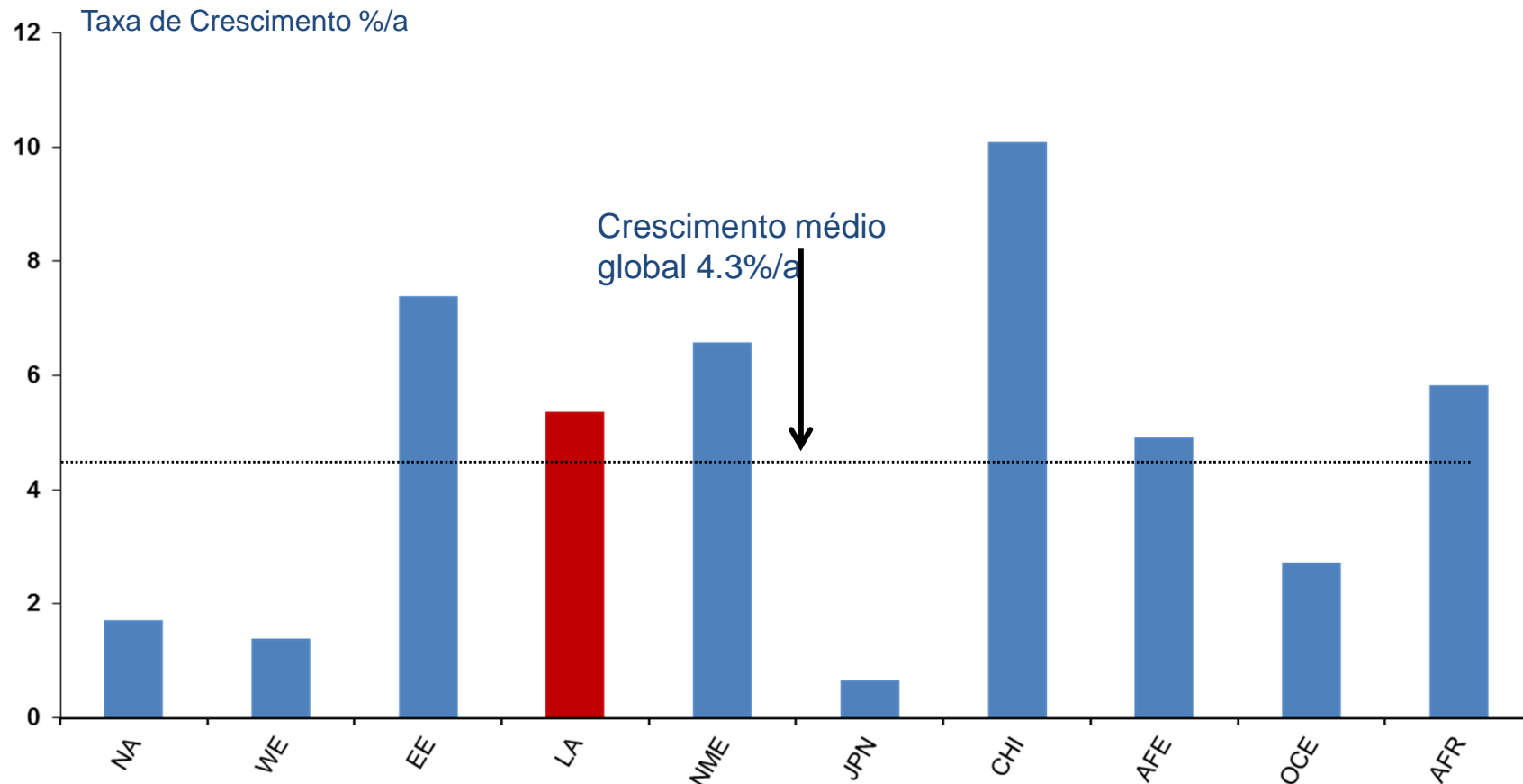


Consumo constante liderados pelos mercados da China, Brazil & Russia

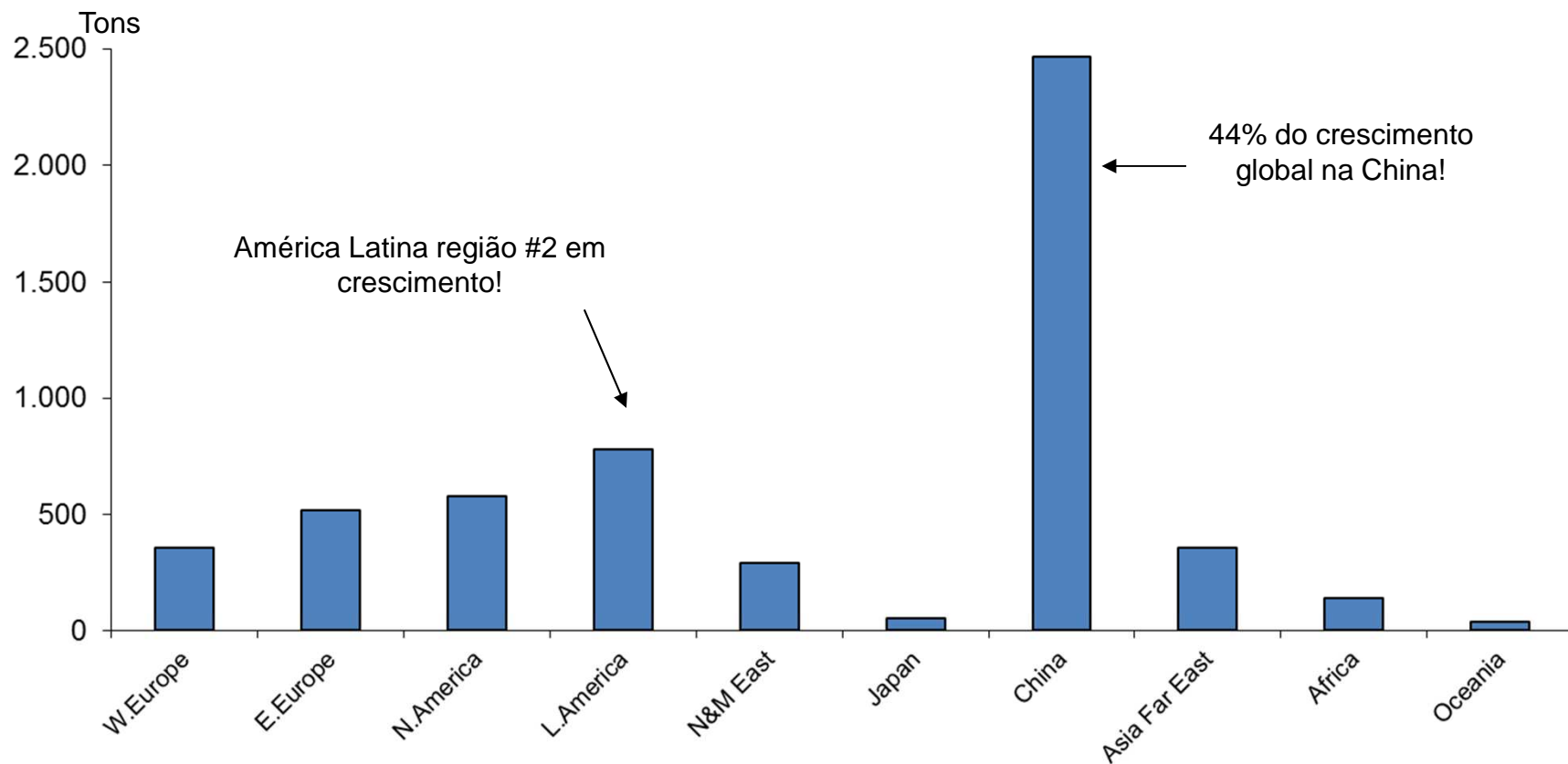
Demanda Mundial Taxa de Crescimento até 2015



Demanda Mundial Crescimento por região: 2011-2015



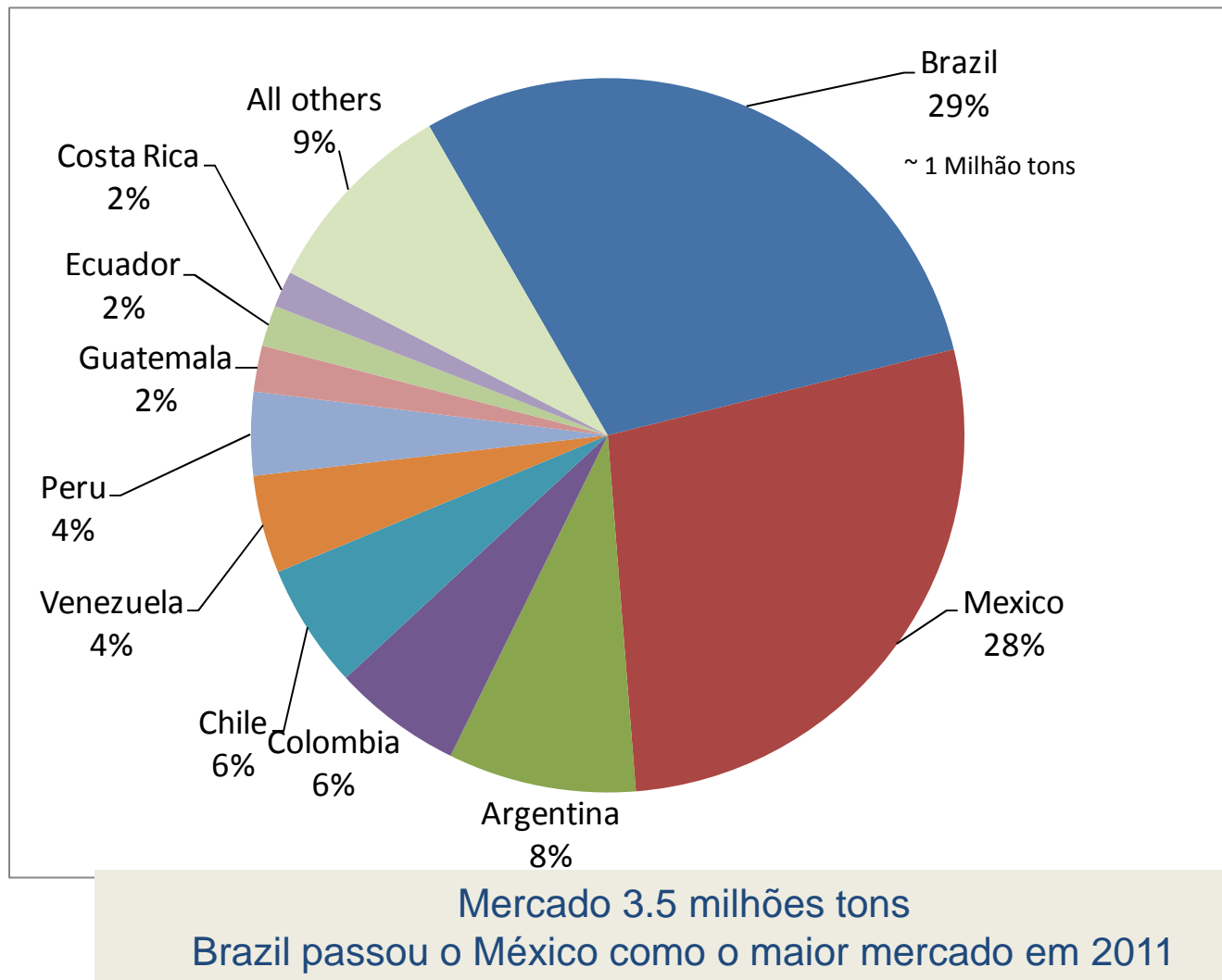
Demanda Mundial Crescimento por região: 2011-2015



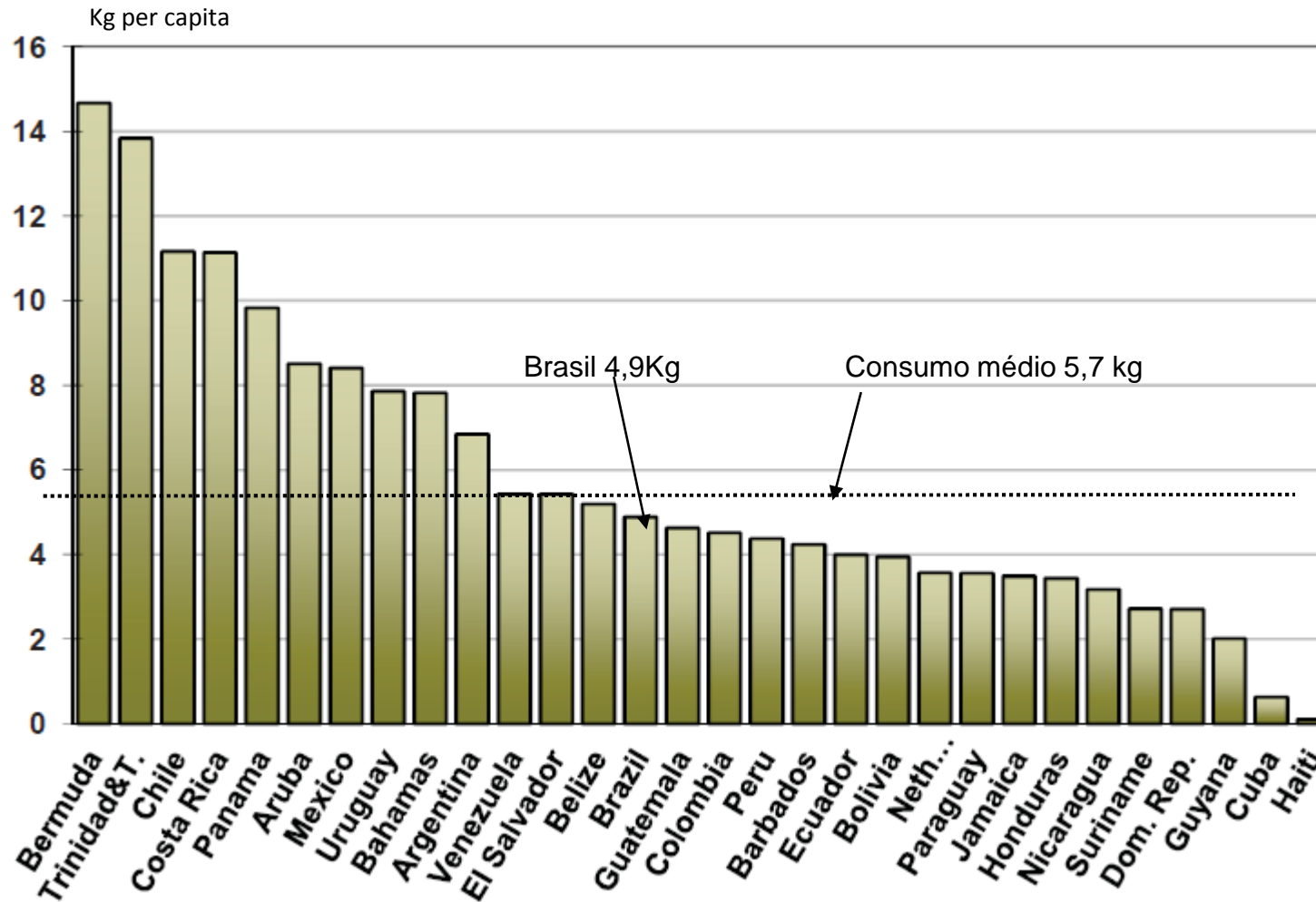
Crescimento Consumo Global Esperado: 5.6 Milhões Ton

Mercado Tissue na América Latina

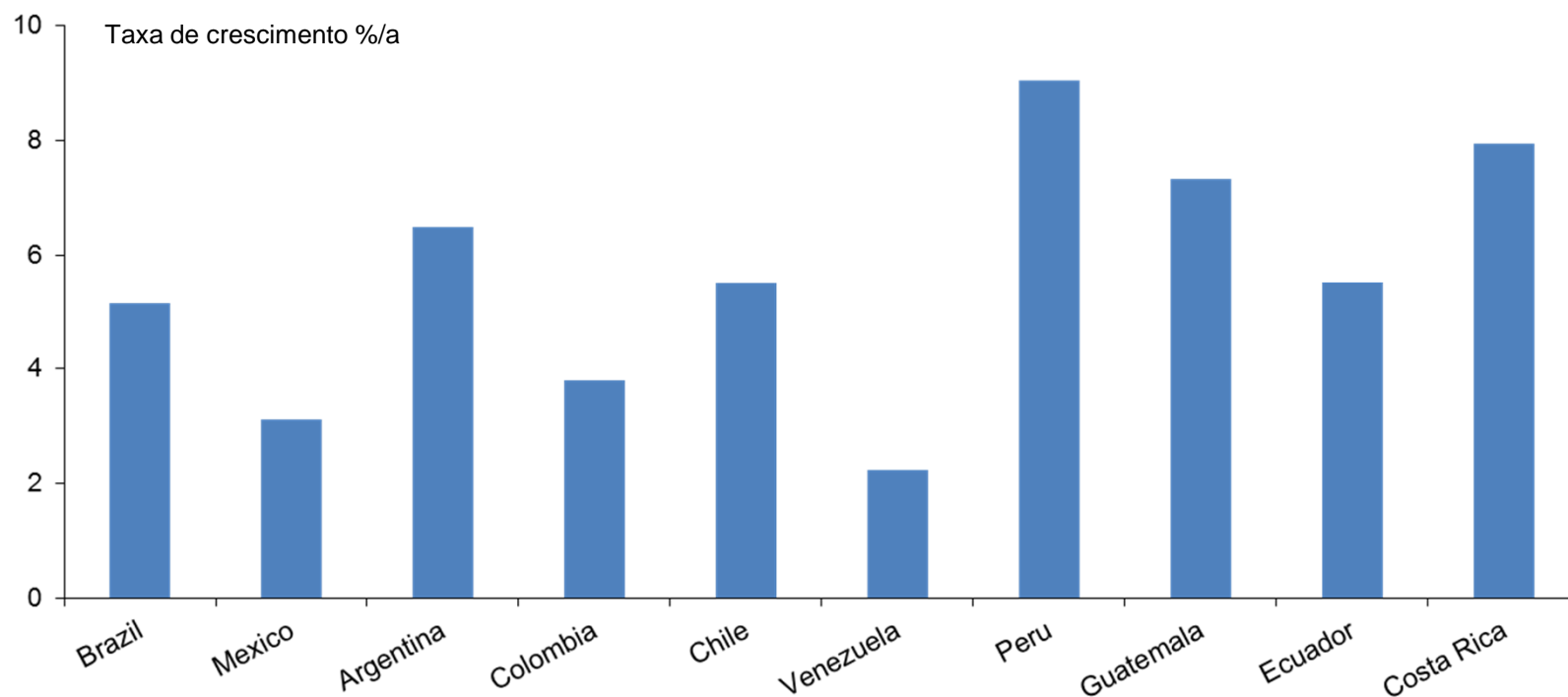
Mercado Tissue na América Latina Principais Mercados: 2012



Mercado Tissue na América Latina Consumo per Capita - 2011

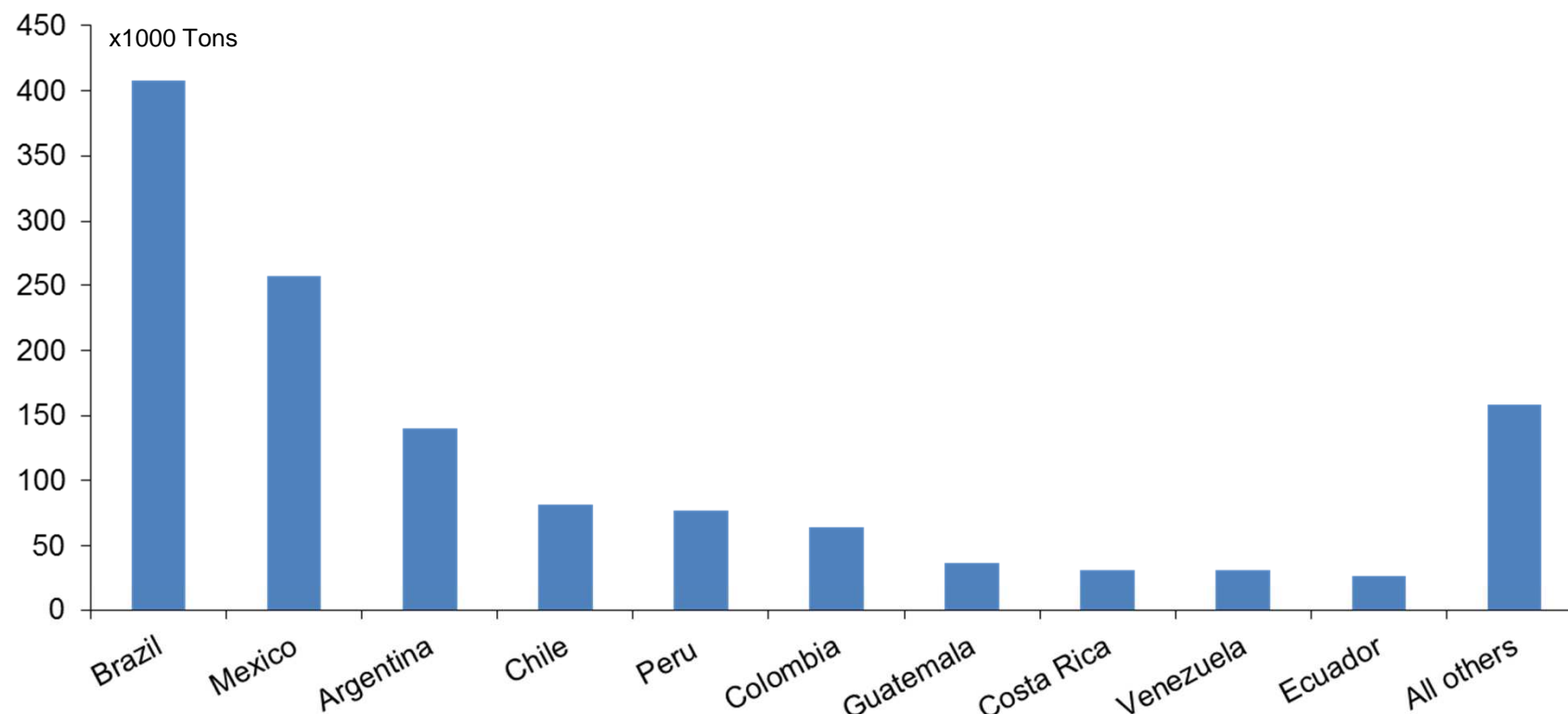


Mercado Tissue na América Latina Consumo por país: 2002 - 2012



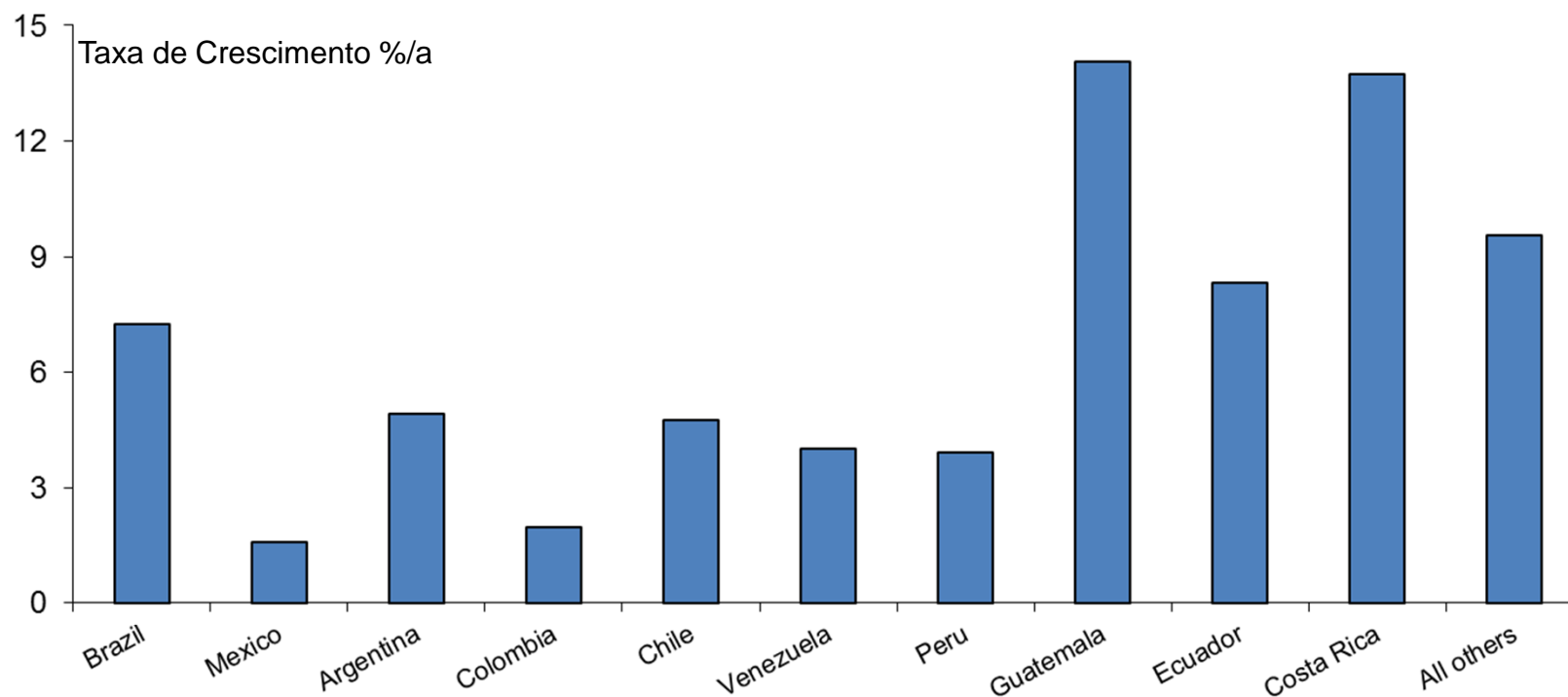
Crescimento positivo na maioria dos maiores mercados com Venezuela e Mexico com crescimento mais moderado

Mercado Tissue na América Latina Crescimento por país: 2002 - 2012



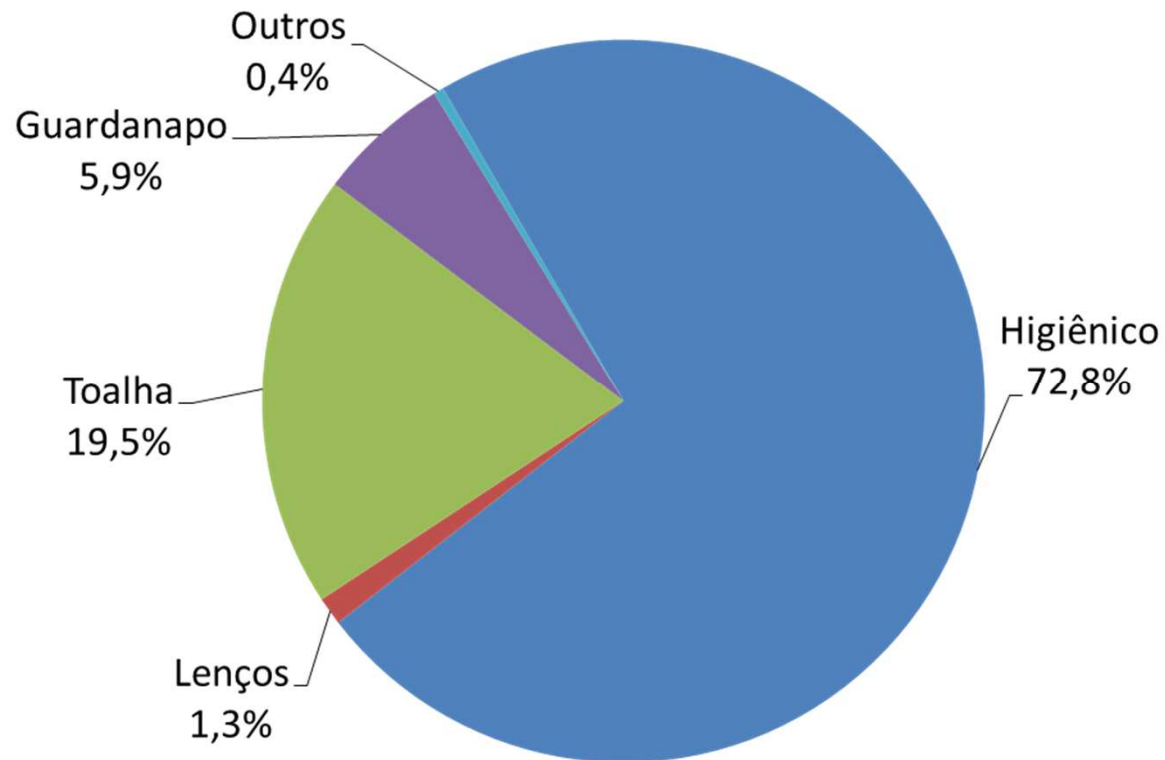
Forte Crescimento no Brasil no últimos 10 anos

Mercado Tissue na América Latina Taxa de Crescimento por país: 2012



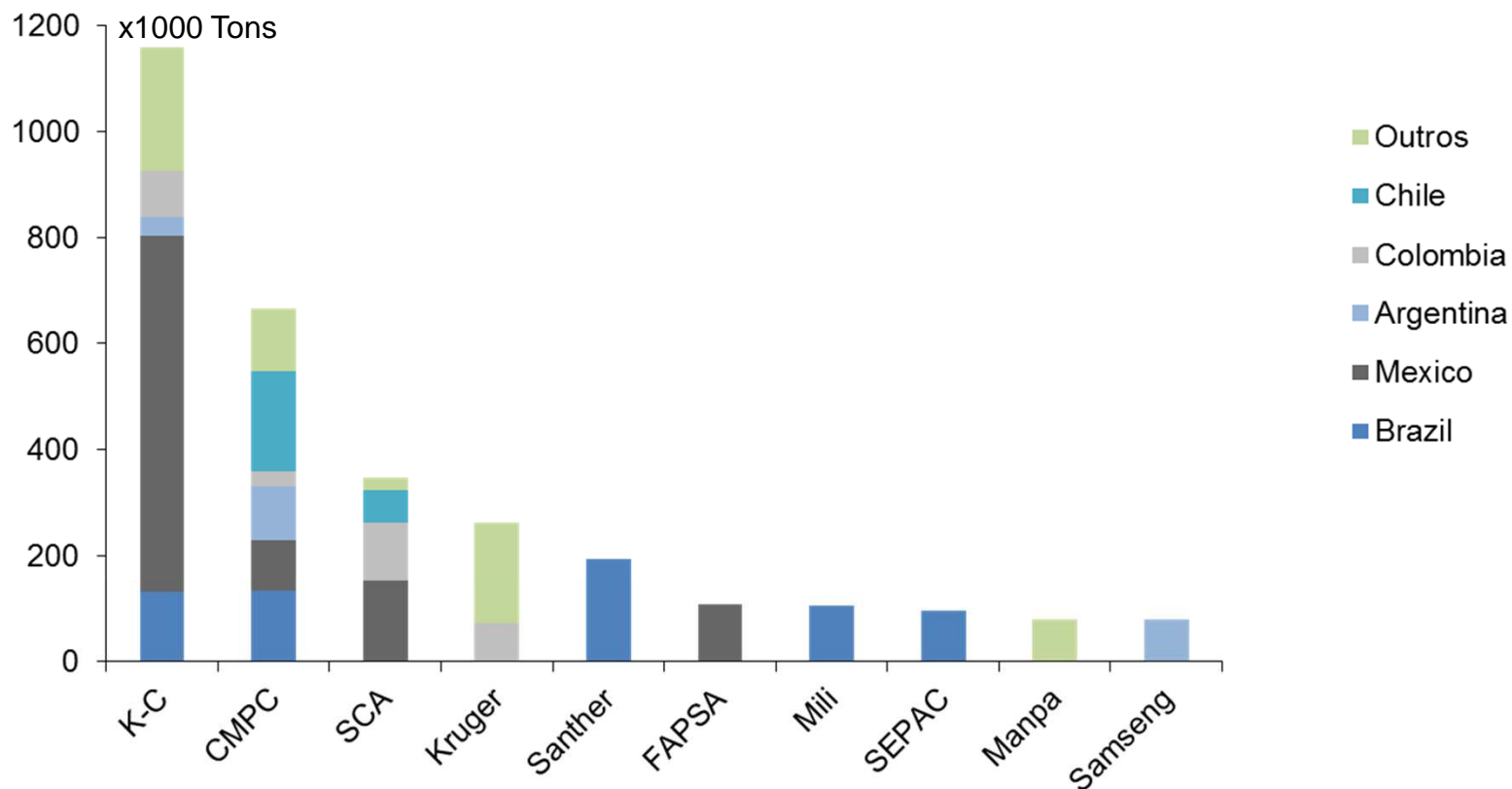
Pequenos países da América Central e Brasil com alto crescimento enquanto México e Colombia com baixo crescimento

Mercado Tissue na América Latina Divisão por produtos: 2011



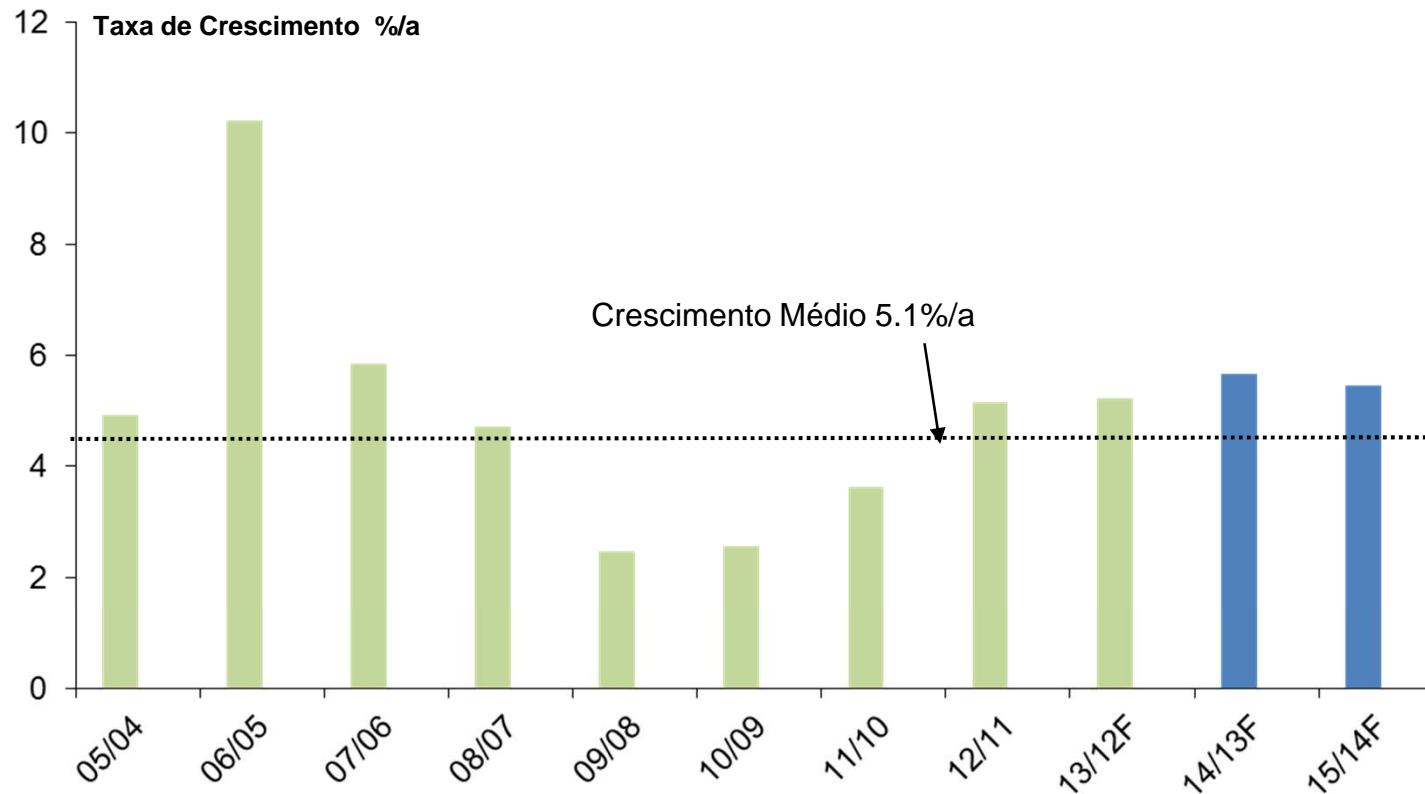
Consumo Total 3.3 milhões tons (2011)
Dominio do papel Higiênico mas Toalha começa a crescer

Mercado Tissue na América Latina Principais Fornecedores



Dominio da K-C devido ao México mas CMPC tem se expandido nos últimos anos e é esperado maiores crescimentos

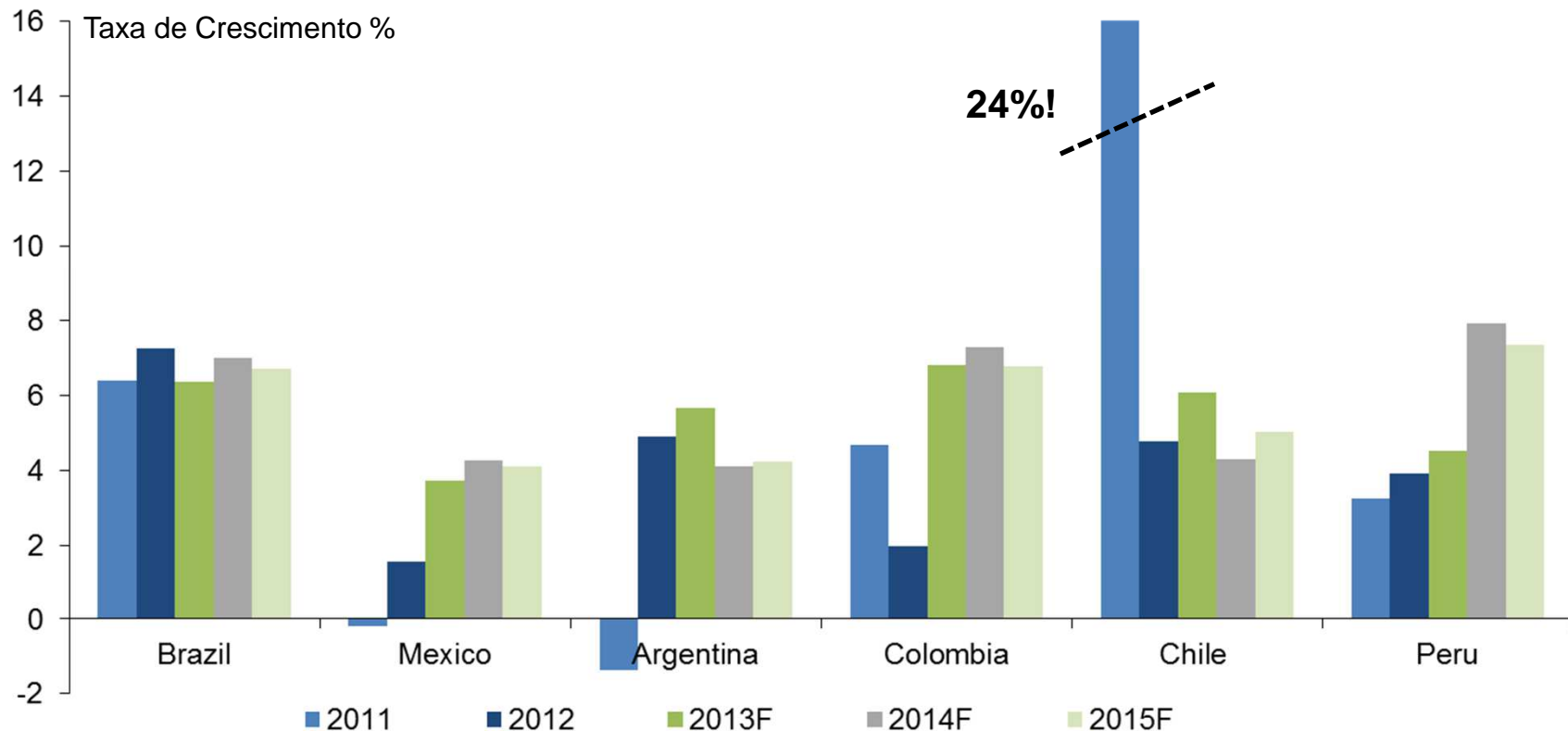
Mercado Tissue na América Latina Taxa de Crescimento até 2015



Crescimento positivo após uma recuperação da crise de 2008

Mercado Tissue na América Latina

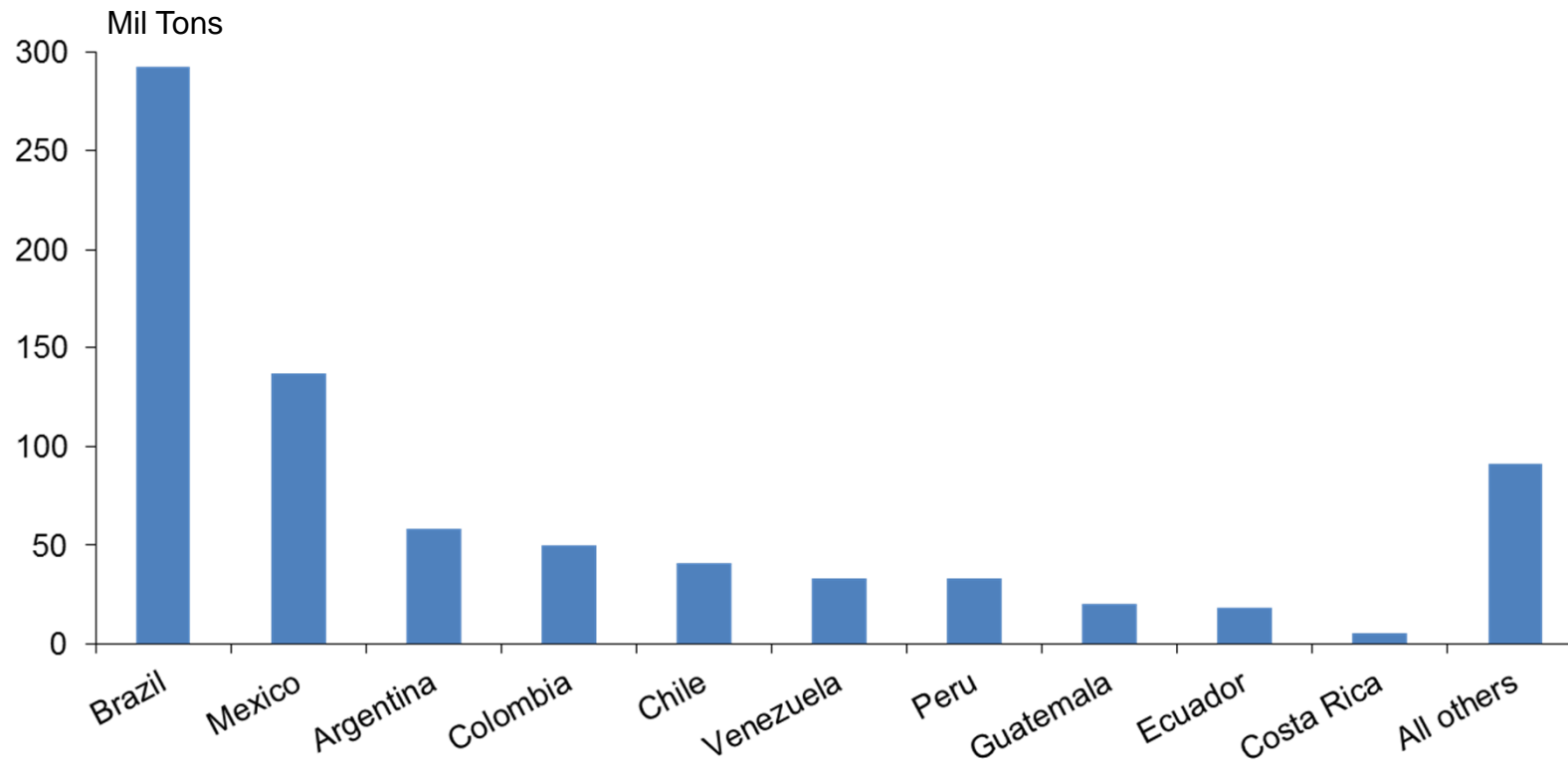
Crescimento nos países selecionados: 2011 - 2015



Forte crescimento no Brasil mesmo com a economia fraca
Recuperação esperada do Mexico, boas projeções em outros mercados

Mercado Tissue na América Latina

Crescimento esperado nos principais países: 2011 - 2015



Brasil liderando a expansão do mercado Latino Americano

Mercado Tissue na América Latina

Conclusões

- Forte expansão do mercado nos últimos anos
- México, Brasil e Colombia liderando expansão
- Custos de energia, óleo, gás e fibra subindo

Toalha

- Produção de Premium ainda muito pequena mas crescendo
- Apenas 1 produto premium – toalha de cozinha
- Premium no Institucional crescendo fortemente

Higiênico

- Premium ainda não é vendido na América Latina
- Alguns países migrando para do folha simples para o folha dupla e tripla
- Migração Futura pode seguir mercado Europeu ou EUA.

Mercado Tissue na América Latina Conclusões

- Crescimento da economia incerto para os próximos anos
- Crescimento da população
- Migração do Folha Simples para o Folha Dupla
- Entrada de novos Fabricantes no mercado Brasileiro
- Aumento da exigência dos consumidores
- Entrada de mais produtos estruturados Premium
- Seguir padrão EUA ou Europa

Agradecemos sua Presença
OBRIGADO!

Nestor de Castro

nestordecastro@uol.com.br

Sérgio Vargas – Ger. Regional de Vendas da Voith Paper

sergio.vargas@voith.com