

Fraldas Descartáveis

Caracterização

Absorventes são produtos destinados a absorver e conter resíduos do organismo. O mercado de produtos absorventes compreende as fraldas descartáveis infantis, produtos de higiene feminina e materiais para incontinência de adultos. O enfoque deste *Informe Setorial* se dará nas fraldas descartáveis infantis e, eventualmente, serão citados outros tipos.

As fraldas descartáveis infantis (*disposable baby diapers*) têm crescente importância entre os itens de consumo da sociedade moderna. O índice de penetração desse produto no mercado (razão entre o número de usuários e o número de consumidores potenciais) varia conforme o país e/ou região: na Argentina é de 57%, no México 34%, enquanto nos Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão fica acima de 95%. No Brasil o índice de penetração é de 27%, considerando a população infantil brasileira de até 30 meses de idade, de 9,6 milhões de indivíduos.

As fraldas descartáveis são constituídas, basicamente, de uma camada de celulose especial de fibra longa – *celulose fluff* - correspondendo a 70/80% do peso da fralda, à qual é adicionada uma pequena porção de gel seco (5/10% do peso). Essa combinação é revestida internamente por um filme de *transfer* que impede o refluxo de umidade e que, por sua vez, é coberto por uma fina camada de *nonwoven* que entra em contacto com a pele do usuário. Um filme de polietileno dobrado e costurado-a-quente forma, então, o corpo da fralda que é finalizada com alguns acessórios, como *rayon*, *velcro* e adesivos.

Esses componentes são utilizados em quantidades e proporções variadas, constituindo diferencial para os produtos finais, ao lhes agregar qualidade e valor. Podem ainda ser adicionadas essências aromáticas e produtos para proteger a pele. Fraldas mais sofisticadas empregam quantidades menores de celulose e maiores de gel.

MERCADO INTERNACIONAL

O mercado mundial de absorventes, composto pelas fraldas descartáveis infantis, absorventes femininos e fraldas de adultos, é estimado em US\$34 bilhões. O mercado americano de fraldas infantis é estimado em US\$4 bilhões, enquanto o europeu é de US\$4,6 bilhões.

No âmbito mundial, o mercado é dominado por três empresas com sede nos Estados Unidos e por uma com sede na Suécia, fabricantes de produtos de higiene e limpeza (fraldas, absorventes, sabonetes/óleos para crianças, bronzeadores e filtros solares, produtos de higiene oral, esparadrapo, etc.):

- *Procter & Gamble*: no ano 2000 obteve um faturamento de US\$40,0 bilhões oriundo de vendas em 140 países; possui fábricas em 70 países empregando 110 mil pessoas; no Brasil fatura US\$450 milhões, sendo US\$90 milhões provenientes da venda de fraldas;
- *Johnson & Johnson*: apresentou, em 2000, faturamento de US\$29,1 bilhões. Tem fábricas em 51 países, empregando 99 mil pessoas; no Brasil fatura US\$700 milhões sendo US\$80 milhões com fraldas e US\$110 milhões com absorventes;
- *Kimberly-Clark*: faturamento em 2000 de US\$14 bilhões proveniente de vendas em 150 países; tem fábricas em 40 países, empregando 55 mil pessoas; no Brasil atua associada à Kenko e à Klabin e fatura cerca de US\$350 milhões, sendo US\$130 milhões com fraldas descartáveis.
- SCA: faturamento em 2000 de US\$7,3 bilhões provenientes de vendas em 40 países; tem fábricas em 28 países empregando 38 mil pessoas; atua na Europa, América do Norte, Ásia e América do Sul, mas não no Brasil.

A *Procter & Gamble*, além de fraldas descartáveis, atua em absorventes femininos, produtos para bebês, produtos de higiene pessoal, produtos farmacêuticos, papéis tissue (lenços faciais, guardanapos, toalhas de papel, papéis higiênicos e linha institucional com acessórios para equipamentos de banheiros), alimentos (batata frita Pringles), bebidas (café e refrescos não carbonatados) e detergentes (sabão em pó e líquido).

A *Johnson & Johnson* produz, além de fraldas descartáveis, absorventes femininos, produtos para bebês (óleos, shampoos, talco, etc), produtos para higiene oral, bronzeadores e filtros solares, produtos farmacêuticos, produtos profissionais.

A *Kimberly Clark* tem linha de produtos semelhante à da *Procter & Gamble* mas não atua nos segmentos de alimentos, bebidas e detergentes.

A SCA fabrica diferentes categorias de papéis mas 46% de seu faturamento provém da venda de produtos de higiene, em linha similar à da *Kimberly-Clark*. Seu principal mercado é o europeu mas iniciou ofensiva no mercado norte americano adquirindo, em 2000, a linha de produtos para incontinência da *Johnson & Johnson*, nos Estados Unidos e Canadá, e, em 2001, a parte de produtos *away from home* da *Georgia Pacific* nos Estados Unidos.

No mercado de absorventes as inovações nos componentes dos produtos, na estrutura e na embalagem têm sido, recentemente, bastante numerosas. A elevação dos preços dos componentes e a acirrada competição entre os fabricantes constituiu um cenário no qual é árdua a tarefa para se obter ganhos de *market share*.

Nos mercados maduros, a preocupação para atrair os usuários está ligada à qualidade dos produtos, com a introdução de itens diferenciais como maior absorção, proteção extra para a pele dos bebês, melhor adaptação ao corpo, etc. Nos mercados em desenvolvimento considera-se, prioritariamente, que a maior parte das famílias não dispõe de renda suficiente para ter acesso a esses bens.

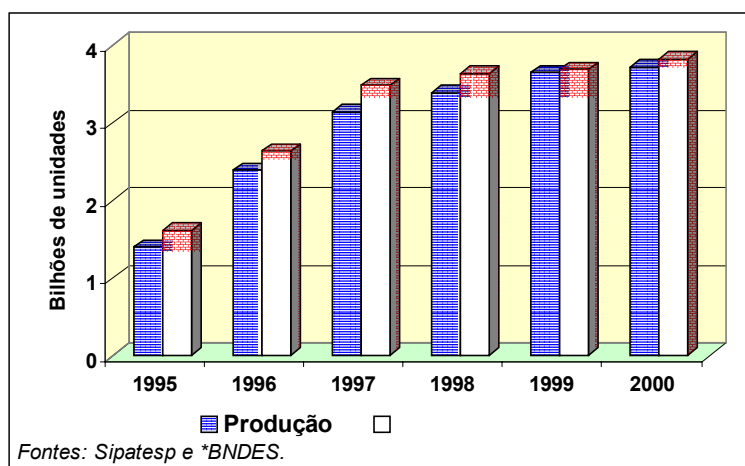
Nos mercados de fraldas, americano e europeu, os fabricantes introduziram modificações em seus produtos (qualidade, tamanho, etc.) e nas embalagens, procurando tornar mais transparente para os consumidores mudanças que justificassem os aumentos de preços que adotaram no início de 2001 face à elevação dos custos das matérias primas e aos gastos com pesquisas e desenvolvimento de novos produtos.

MERCADO NACIONAL

A produção nacional de fraldas descartáveis, no ano 2000, segundo dados da Abihpec/Sipatesp (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos / Sindicato da Indústria de Tocador no Estado de São Paulo) atingiu 3,7 bilhões de unidades, um crescimento médio anual de 21,7% no período 1995/2000. O faturamento líquido das empresas, em 2000, foi estimado em US\$760 milhões (Gráfico 1).

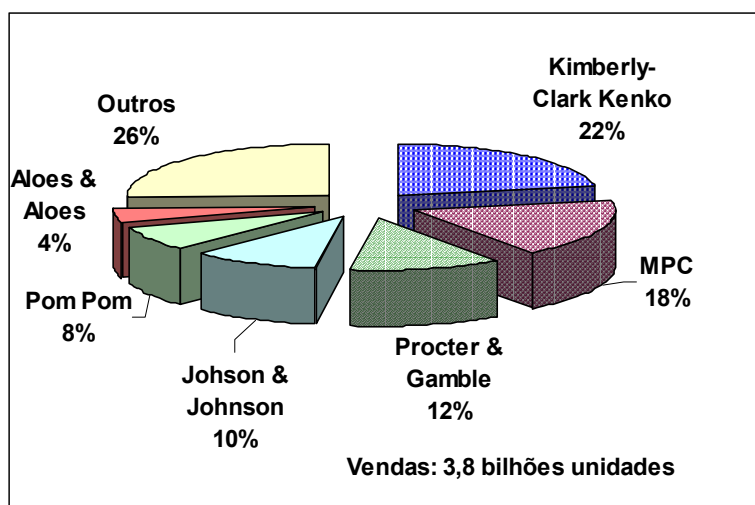
Gráfico 1

Brasil: Produção e Consumo de Fraldas Descartáveis



A produção é gerada por seis grandes fabricantes, responsáveis por 74% do volume produzido, e por mais 24 produtores organizados, além de uma série de fabricantes informais com mais baixo nível tecnológico (Gráfico 2).

Gráfico 2
Brasil: Principais Fabricantes de Fraldas Descartáveis – 2000



O consumo nacional apresentou, entre 1995 e 2000, um incremento médio anual de 18,7%. A demanda é complementada por importações que, em 2000, atingiram US\$21 milhões, constituídas, principalmente, de modelos mais sofisticados não produzidos internamente. As exportações, naquele mesmo ano, alcançaram US\$5 milhões.

As regiões Sudeste e Sul concentram mais de 80% do consumo de fraldas no País (Tabela 1).

Tabela 1
Consumo de Fraldas por Regiões

Regiões	%
Sudeste	65
Sul	17
Nordeste	10
Centro Oeste	7

O mercado nacional está segmentado em faixas de acordo com a qualidade e preço dos produtos:

- **premium** - abrange produtos mais sofisticados, com diferencial de qualidade e preços mais elevados, representando 20% do mercado;
- **standard** - representa 40% do mercado e é constituída por produtos com qualidade e preços compatíveis; e
- **básica** - abrange os produtos mais populares e com menores preços que participam com 40% do mercado.

Até 1990 o mercado brasileiro era dominado pela *Johnson & Johnson* que, naquele ano, detinha 70% de participação, tendo como principal concorrente a Kenko do Brasil.

A partir de então, outros grandes fabricantes mundiais começam a se instalar no País. A *Procter & Gamble*, em 1992, instalou uma fábrica de fraldas em Tamboré-SP e, em 1994, montou uma indústria de absorventes femininos em Itaquaquecetuba-SP. Em 1995 concentrou suas atividades em uma única unidade, em Louveira-SP.

A *Kimberly-Clark*, em 1995, associou-se à *Kenko* na fabricação de fraldas em Suzano-SP e absorventes em Eldorado do Sul-RS e, em 1998, aliou-se a Klabin na fabricação de *tissue* e acessórios para equipamento de banheiros.

A MPC, associação da *Mabesa* (México) e *Paragon* (Estados Unidos), chegou ao País em 1997 instalando fábrica de fraldas em Blumenau-SC. Em 1999 construiu outra fábrica de fraldas em Aratu-BA onde, em 2000, passou a produzir absorventes femininos e fraldas para adultos. Em março de 2001, através de sua holding controladora *Stronger Corp.* comprou as fábricas da *Drypers* no Brasil, Argentina e Colômbia. A *Drypers* detinha uma fábrica de fraldas em Mogi das Cruzes-SP. A MPC desativou sua fábrica de Blumenau, transferindo os equipamentos para a unidade da Bahia.

As empresas, em especial as líderes, vêm procurando atender, de acordo com estratégias próprias de atuação e mercados alvo, as categorias *premium* e *standard*, deixando para as empresas menores os produtos da categoria básica. Cada fabricante tem diferentes marcas com que pretendem alcançar as diversas faixas do mercado (Tabela 2).

Os consumidores, por sua vez, procuram adequar o uso às suas necessidades e orçamentos, fazendo um *mix* de marcas com preços variados e diferentes tempos de retenção e qualidade. Há aqueles para os quais a qualidade é essencial não importando o preço, os que se preocupam com a relação custo/benefício e, ainda, aqueles para os quais o preço é um fator limitante.

Tabela 2
Fraldas: Principais Fabricantes e Algumas Marcas

Empresas	Marcas
Johnson & Johnson	Johnson's Baby
Kimberly-Clark Kenko	Huggies, Turma da Mônica e Typpi
Procter & Gamble	Pampers
MPC	Chicolastic, Dryppers, Xuxa, Puppet, Cremer e Plim Plim
Pom Pom	Protek baby, Clubinho e Piui
Aloes & Aloes	Les Enfants
Julie & Joy	Baby basic

A marca mais vendida nacionalmente é a *Turma da Mônica*, que participa com 15% do volume total de vendas, seguida da *Pampers Fresconfort* com 11% e da *Johnson's Baby Noturna* com 6,5%.

Existem quatro tamanhos padronizados por faixas de peso dos bebês. Essas fraldas são, então, colocadas em embalagens plásticas e comercializadas com preços idênticos, independentemente de seus tamanhos, mas variando apenas o número de peças por embalagem (Tabela 3).

Tabela 3
Embalagens de Fraldas Descartáveis

Tamanhos	Peso dos bebês: kg	Conteúdo N° unidades
Pequeno	Até 6	16
Médio	6 a 10	12
Grande	10 a 14	12
Extra grande	Acima de 13	10

Alguns fabricantes utilizam, também, embalagens maiores com conteúdo correspondente ao consumo de uma semana. Outra forma de fornecimento, utilizada principalmente pelos fabricantes dos produtos mais populares, é a comercialização à granel, para lojas de produtos infantis e lojas de fraldeiros, que os vendem à peso, ou para vendedores ambulantes.

Perspectivas

Em países desenvolvidos como Estados Unidos, Canadá, Europa Ocidental e Japão, que constituem mercados maduros com alto índice de penetração, a demanda por fraldas infantis mostra um crescimento anual de 2%. Em função das baixas taxas de natalidade, o crescimento desses mercados não dependerá de variações na atividade econômica, devendo continuar nesses mesmos níveis.

No Brasil alguns fabricantes estimam o crescimento do consumo nacional de 25% a 30% até 2004. Levam em conta o ainda baixo índice de penetração, as perspectivas de melhoria na distribuição de renda, o lançamento de produtos mais baratos e a confiança no sucesso das campanhas que sistematicamente empreendem visando conquistar novos consumidores.

Toda a celulose *fluff* hoje utilizada no Brasil na fabricação de fraldas, estimada em mais de 120 mil toneladas anuais, deverá continuar sendo importada já que não mais existem empresas no país fabricando-a. No mercado mundial de celulose são ofertadas cerca de dois milhões de toneladas de celulose *fluff*.

Ficha Técnica:

Antonio Carlos de V. Valença – Gerente Setorial
René Luiz Grion Mattos – Engenheiro

Editoração: GESIS/AO2

Telefone: (021) 2277-7083 Fax: (021) 2240-3504

C:\Areatrab\PDF\conhecimento_setorial\is_g1_26.doc - 13/02/02

