

Mercado de embalagens de papel cartão

Por Assunta Napolitano Camilo*

Embalagem é considerada um negócio rentável e com crescimento consistente e sempre maior que o PIB de cada nação. Essa transformação vem ocorrendo pelo fato de que cada vez mais a população está se urbanizando e, com isso, a demanda por embalagens aumenta. Quanto maior é o índice da população urbanizada, maior é a demanda por embalagens, gerando maior desenvolvimento para o segmento. As embalagens são responsáveis por diferentes atuações perante o produto, o consumidor e o fornecedor, ora como um invólucro de proteção e contenção do produto, da forma mais eficaz possível, ora sendo uma ferramenta de marketing de grande potencial na decisão do consumidor e, de acordo com a tendência global, um apelo à sustentabilidade.

Proteção e transporte eficazes foram as primeiras responsabilidades atribuídas à embalagem com o objetivo de facilitar e aumentar a acessibilidade a diversos produtos ao redor do mundo. Essas responsabilidades passaram a ser um pré-requisito na produção da embalagem, isto é, novas necessidades foram surgindo em consequência do desenvolvimento e adaptação do mercado, que transformou o atendimento no balcão no autoatendimento na gôndola, e inclusive na internet, permitindo que o consumidor pudesse comparar e escolher de acordo com sua preferência.

Desde então, a embalagem passou a ser uma ferramenta de marketing que carrega e promove marcas e imagens de produtos. Passou também a ser a forma mais eficaz de representar qualidade e valor, atuando, conseqüentemente, como um apelo comportamental e de status da sociedade. No Brasil, a indústria de embalagens nacional tem assumido considerável representatividade na economia do país, trazendo o desenvolvimento, a equivalência tecnológica mundial, o aumento do emprego formal e a preocupação com o desenvolvimento sustentável.

Conforme o relatório "The Future of Folding Cartons to 2020" (2015), de Stephen Harrod, da Smithers Pira, o volume global consumido de papel cartão foi de US\$ 87 bilhões em 2014. Esse volume deverá ultrapassar os US\$ 100 bilhões por volta de 2020. A demanda é dominada pela Ásia, com 52%; a Europa fica com 25%, e as Américas, com 19%. E a expectativa, segundo estudo da Smithers Pira, é de que a participação da região salte de 52%, em 2014, para mais de 60% do mercado até 2020. O principal fator para o domínio da região é o crescimento da demanda da China, que deve aumentar a sua participação de mercado, saltando de 31% em 2010 para 39% até 2020, o que representará um consumo superior a 6% do total.



Foto: Leandro Andrade

O estudo mostra ainda que a categoria de produtos de cuidados para a saúde é a maior usuária de embalagens de papel cartão, seguida do segmento de cigarros, que também enfrenta os desafios mais significativos no uso deste tipo de embalagem. Outro segmento que influencia o crescimento da demanda de embalagens de papel cartão é o de produtos de limpeza.

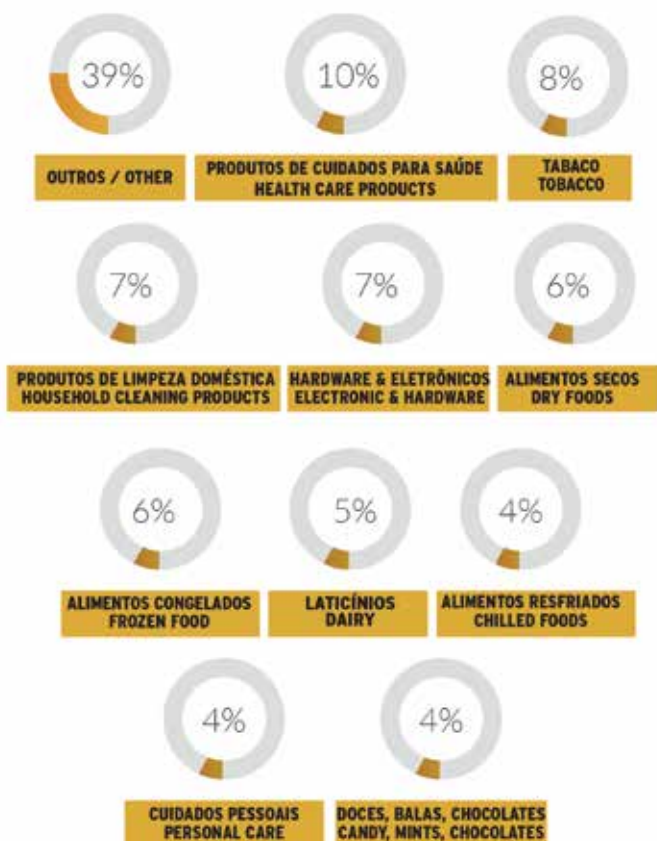
A popularidade dos alimentos secos, especialmente na Ásia, está impulsionando a demanda de embalagens de papel cartão; por outro lado, a melhoria gradual nessas cadeias de distribuição e da expansão de supermercados nesta região



também estimula o consumo desse tipo de embalagem em aplicações de alimentos congelados e refrigerados.

O consumo per capita varia muito entre os países: o maior é no Japão, com US\$ 50/pessoa/ano, enquanto na África é de apenas US\$ 2,30/pessoa/ano. Existe pressão para que as embalagens sejam cada vez mais competitivas nas gôndolas dos supermercados, assim há busca por inovações em design, processos e tecnologia. Gráficos ou convertedores têm buscado investimentos em impressoras com maior número de cores, que ofereçam mais possibilidades de acabamentos de impacto, como hot stamping, vernizes localizados e outros recursos. Os tempos de troca de serviços devem ser cada vez menores para atender à demanda por maior diversidade.

MERCADO USUÁRIO DE EMBALAGENS DE PAPEL CARTÃO EM 2014 - EM VOLUME



Os fabricantes de papel cartão são pressionados a desenvolver cartões mais leves e rígidos, para atender à sustentabilidade econômica e ambiental, e ao mesmo tempo cartões mais fortes, para competir com as aplicações de micro-ondulados (mini-flutes). Os gráficos também pedem melhores características de superfície de impressão, bem como melhores barreiras para prevenir ele-

mentos indesejáveis em produtos alimentícios, além de umidade e gordura.

A proteção contra falsificação, particularmente, nos produtos farmacêuticos tem movimentado a indústria para garantir a rastreabilidade dos produtos com sistemas de barras 2-D. As aplicações de embalagens de papel cartão são inúmeras: para o mercado farmacêutico são as mais relevantes, com 10%, seguidas pela indústria do tabaco, com 8%, depois produtos para limpeza doméstica, com 7%, no mesmo patamar que equipamentos eletroeletrônicos. Em seguida vêm os alimentos secos e congelados, com 6% cada, e laticínios seguem com 5%, como podemos observar no gráfico. As taxas de crescimento desses mercados serão diferentes, de forma que essa situação deverá ser alterada nos próximos anos. É esperado um maior crescimento para alimentos secos, doces e chocolates. Na sequência, crescem um pouco menos o mercado farmacêutico e o de bebidas, depois o de alimentos infantis e refrigerados.

Acreditamos que no Brasil o ainda baixo consumo de embalagens em papel cartão possa crescer com investimentos na capacidade produtiva do setor, principalmente, se for focado em inovação, para que essas embalagens sejam mais competitivas e possam atender, cada vez mais e melhor, às demandas da sociedade em relação à conveniência, segurança, saúde, estilo e sustentabilidade.

As embalagens de papel cartão:

- Oferecem inúmeras possibilidades de formas e decoração (design) sem grandes investimentos;
- Não demandam moldes caros;
- Podem ser impressas em lotes pequenos;
- Podem ser acopladas com outros materiais para aumentar barreiras;
- Permitem acabamentos interessantes e inclusão de acessórios;
- Partem de fontes renováveis e podem ser facilmente recicladas ou compostáveis.

Desta forma estão presentes em todos os países, atendendo o consumidor pobre ou rico, protegendo seus produtos, sejam fármacos, aparelhos, cigarros ou alimentos. A partir de inovações, aplicação de conceitos de design e boa impressão, a embalagem em papel cartão emociona seus consumidores e se torna decisiva no momento da verdade, a hora da compra. Notamos, cada vez mais, embalagens em papel cartão encantadoras, entregando, além de proteção e conveniência, emoção ao consumidor. ■

**Diretora da FuturePack - Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens - Ensino & Pesquisa. Diretora do Kit de Referências de Embalagens e da coleção Better Packaging. Better World. (www.betterpackagingbetterworld.com)*