

REVISTA SINPACEL

ANO 04 • Nº 15

15

O NOSSO PAPEL É
**REPRESENTAR
VOCÊ!**



**UM RETRATO DO
MERCADO DE
EMBALAGENS NO
BRASIL.**



www.sinpacel.org.br

Sindicato das Indústrias de Papel, Celulose
e Pasta de Madeira para Papel, Papelão e de Artefatos de Papel
e Papelão do Estado do Paraná



O SINPACEL é movido pelo desafio de construir um ambiente favorável aos negócios de seus associados, que promova o desenvolvimento sustentável e assegure a competitividade da indústria. E para que a voz da indústria tenha força e poder de influência, a participação de sua empresa é fundamental!

Além de defender os interesses do setor, o SINPACEL também oferece produtos e serviços às empresas associadas como logística reversa, laboratório para ensaios, descontos em cursos técnicos e gerenciais, acesso a informações estratégicas, entre outros.

Participe do SINPACEL, defenda a competitividade de nosso setor e tenha todos esses serviços à sua disposição:



Assessoria Jurídica



Estrutura Física



Logística Reversa



Comitês Temáticos



Cursos e Capacitações



Cartão Sesi



Laboratório de Ensaios



Panorama Setorial



Revista e Newsletter

SINPACEL O NOSSO PAPEL É
REPRESENTÁ-LO

Rua Brigadeiro Franco, 3389 - Rebouças - Curitiba/PR
(41) 3333-4511 ou 3333-3236 - www.sinpacel.org.br



EDITORIAL

O MOMENTO DE CONTRIBUIR PARA AS MUDANÇAS

POR RUI GERSON BRANDT
PRESIDENTE DO SINPACEL

Sem dúvidas, o momento é do associativismo, de juntar os esforços para o bem comum. Isso vale para todos que fazem parte da sociedade brasileira e que queira caminhar juntos pelo bem do país.

Não é uma questão de ufanismo e sim de cidadania.

Sim, é preciso assumir o papel associativista legítimo dos sindicatos e, diante de um novo momento da sociedade brasileira, a ser conduzido por novos governantes, abraçar a oportunidade de contribuir para as mudanças que se fazem necessárias. Assumir o compromisso de olhar o coletivo. O ideal de Indústria, apregoado pela nossa entidade-mãe, deve sig-

nificar também a inclusão de todas as pessoas, respeitadas as diversidades, no esforço de construir um país de brasileiros para brasileiros. Precisamos mudar nosso comportamento, nossas propostas, e assumirmos compromissos que referendem o nosso papel de cidadãos, de agentes voltados para o coletivo, para a sociedade.

No exercício da diretoria geral do CPCE – Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial, ente ligado ao Sistema FIEP/SESI, fui contaminado pelas pessoas, entidades, instituições que fazendo o bem, mostram e demonstram que o mundo pode ser melhor se nós olharmos ele de forma correta, com a humanidade que

ele espera de nós. Pessoas, planeta, paz, prosperidade e parcerias, os cinco P que precisamos ter a coragem de inserir em nossas vidas. Antes de tudo, somos cidadãos integrantes de uma sociedade que, sendo mais justa e equilibrada, por certo dará guarida às atividades empresariais que obterão melhores resultados.

2018 foi um ano atípico, como todos os anos passados, de um país que ainda não encontrou o melhor caminho. Mas as lições podem servir para um 2019 melhor, em tudo e para todos, é o que esperamos e desejamos a todos que, direta ou indiretamente, são parceiros do Sinpacel. ■

EXPEDIENTE

Rua Brigadeiro Franco, 3389
Curitiba/PR - CEP: 80.250-030
Tel.: (41) 3333-4511
www.sinpacel.org.br

REVISTA SINPACEL É UMA PUBLICAÇÃO TRIMESTRAL DO SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE PAPEL, CELULOSE E PASTA DE MADEIRA PARA PAPEL, PAPELÃO E DE ARTEFATOS DE PAPEL E PAPELÃO DO ESTADO DO PARANÁ.

DIRETORIA EXECUTIVA - EFETIVOS: • Presidente: Rui Gerson Brandt / • Vice-Presidente: José Eduardo Nardi / • 1º Secretário: Daniel Leiner

• 2º Secretário: Mario Renato Mota Thomaz / • 1º Tesoureiro: Carolina L. Ribeiro / • 2º Tesoureiro: Celso Rufatto

• Diretor Técnico: Fernando Wagner Sandri. **SUPLENTES:** • Arthur Canhisares / • Celso Luiz Zagorski / • Marcelo Podolan Lacerda Vieira

• Benedito Maciel Arantes Júnior / • Altamir Silva Gubert / • Jackson Luís Carraro.

CONSELHO FISCAL - EFETIVOS: • Vanja Cacile Cianfarani / • Olivier Borgo Neves / • Alberto de Souza.

SUPLENTES: Milton Hörlle / • Alexandre Furuta / • Aníbal Idio Neme Tebet.

JORNALISTA RESPONSÁVEL: Túlio de Ferreira Bandeira MTB 0985/06/946-PR. **REDAÇÃO:** Túlio de Ferreira Bandeira.

PROJETO EDITORIAL: VX3 Estúdio de Criação.

ENSAIOS EM AMOSTRAS DE PAPEL OFERECEM RESULTADOS CONFIÁVEIS ÀS EMBALAGENS



Para aprimorar a qualidade de produtos nos setores de papel e celulose é fundamental a referência oferecida por testes físicos realizados em amostras de celulose, pasta de madeira, papel, cartão e papelão. Desta forma, atestam-se os padrões de qualidade dos produtos, contribuindo para o reconhecimento nacional e internacional das empresas e beneficiando o mercado como um todo.

O laboratório de testes físicos do Sinpacel realiza ensaios em amostras e oferece resultados confiáveis e comprovados. O laboratório também desenvolve trabalhos de pesquisa na área, abrangendo desde a matéria-prima até o acabamento final.

O papelão ondulado é atualmente um produto de grande versatilidade, podendo ser usado na confecção de embalagens de praticamente todos os tipos e dimensões, de acordo com a

necessidade de cada produto. O uso de pallets de papelão também é vantajoso em termos de logística, principalmente quando não há necessidade de devolução das embalagens. A inovação é uma constante nesse mercado, dispondo-se de um produto tão versátil.

Os ensaios realizados nas embalagens de papelão garantem que o mesmo está dentro da especificação de aquisição, mantendo a resistência adequada durante o uso da embalagem. Muitas empresas de fabricação de caixas de papelão ondulado e de outros setores industriais utilizam os serviços do Laboratório Sinpacel garantindo assim o atendimento a especificação de seu cliente.

O ensaio de compressão de coluna avalia a resistência da caixa e assim o empilhamento que a caixa suporta durante o estoque. Os pa-

pelões são vendidos pela gramatura, sendo este ensaio importante para verificar se a mesma está sendo entregue corretamente. Além de ensaios de absorção de água para amostras de embalagens de frigorificados entre outras propriedades analisadas pelo Sinpacel.

Outra embalagem bastante analisada é a de cartão que é utilizado para caixas de diversos produtos como sabão em pó, embalagens de alimentos entre outras. Este tipo de papel necessita de rigidez para manter a estrutura da caixa sem abaulamento, resistências ao rasgo, arrebentamento que avaliam a qualidade do cartão. Além disso este tipo de produto geralmente passa pela indústria gráfica antes de ser enviado ao fornecedor final para uso, portanto as características de impressão são importantes assim como a alvura do papel.



O Laboratório do Sinpacel analisa estas características do cartão para que tanto o fabricante, a gráfica e o cliente final possam utilizar o produto com a qualidade requerida.

Outros tipos de embalagens como polpa moldada utilizada para armazenagem de ovos, sacos Kraft e os papéis componentes do papelão ondulado são analisadas diariamente no nosso laboratório atendendo todo o mercado de embalagens.

SOLUÇÕES SUSTENTÁVEIS, UM DOS PILARES DA KLABIN



A Klabin celebrará, no próximo ano, 120 anos de história. A empresa centenária, que hoje é a maior produtora e exportadora de papéis para embalagens do Brasil, líder em embalagens de papelão ondulado e sacos industriais, além de ser a única companhia do país a oferecer ao mercado uma solução em celuloses de fibra curta, fibra longa e fluff, tem investido fortemente para fortalecer a sua frente de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação e seguir crescendo no mercado de papel e celulose. As iniciativas visam a melhoria de práticas e processos para o desenvolvimento de produtos cada vez mais competitivos, e sustentáveis.

Uma das novidades desenvolvidas recentemente foi o papelcartão para copos, o KlaCup-Bio. Produzido com fibras de pinus e eucalipto, mix que garante maior resistência e qualidade de impressão diferenciada, o produto possui uma barreira biodegradável, eliminando a aplicação de polietileno. A solução integra a família de



papelcartão para copos da empresa e está alinhada às demandas dos consumidores por produtos mais sustentáveis e com menor impacto ao meio ambiente.

Em setembro deste ano, a empresa anunciou mais um aporte, de R\$ 32 milhões, para o seu programa de pesquisa e desenvolvimento. O investimento envolve a construção de um Parque de Plantas Piloto, na Unidade Monte Alegre, que permitirá simular uma unidade fabril, onde serão realizados estudos e testes em frentes de pesquisa como a celulose microfibrilada (MFC), que futuramente será in-

corporada às linhas de produção de papel da companhia, potencializando melhor qualidade e resistência aos produtos Klabin, e a lignina, neste caso, para fins comerciais, permitindo à empresa adentrar em novos mercados de produtos renováveis e sustentáveis.

A inovação na Klabin

O conceito de Inovação na Companhia ganhou força em 2016, com o lançamento do programa Inova Klabin, que permite a troca de conhecimento com universidades, startups e públicos de interesse que se conectem aos propósitos e desafios da empresa. No ano seguinte, a Klabin inaugurou seu Centro de Tecnologia, em Telêmaco Borba, no Paraná, um dos mais modernos centros de pesquisas do setor de papel e celulose do mundo, com laboratórios capazes de produzir uma gama diversa de produtos de base florestal e realizar simulações, antecipando tendências e criando novas tecnologias e aplicações sustentáveis.

EMBRART: UMA EMPRESA DE SUCESSO



A unidade de Curitiba conta com equipamentos altamente tecnológicos. São várias impressoras automatizadas com capacidade individual de produção de até 15.000 caixas acabadas por hora.

Algumas empresas fazem história. Seja pela sua trajetória, pelas propagandas ou pelos números alcançados. A história da Embrart – Indústria de Embalagens e Artefatos de Papel Ltda, que foi criada em 1985, é um sucesso e alcançou um patamar invejado pelo mercado. Todo esse sucesso foi consolidado nos últimos 21 anos, quando foi transferido o controle acionário da empresa para Samuel Leiner e Daniel Leiner em 1997.

Com 150 colaboradores, nas três unidades indústrias, localizadas no município de Campo Alegre em Santa Catarina, na Cidade Industrial de Curitiba e outra em Araucária/Paraná, além de um Centro de Distribuição também localizado no município de Araucária, a Embrart tem hoje mais de 300 clientes ativos.

O crescimento anual da empresa era de 5% a 10% até 2015, com a implantação da fábrica de Araucária, a Embrart cresceu cerca de 70% nos últimos dois anos, o que foi um salto significativo e que abriu novas possi-

bilidades de aumentar a carteira de clientes.

Segundo Daniel Leiner, diretor da Embrart, as embalagens de papelão ondulado, fabricados pela indústria tem como objetivo suprir as funções de amplitudes primárias, econômicas, tecnológicas, mercadológicas, conceituais e marketing, sócio culturais e meio ambiente.

"Nós não comercializamos caixa de papelão, como nossos concorrentes fazem, nós vendemos uma solução completa. Isso envolve desde o setor de desenvolvimento, as necessidades do cliente, o produto, a melhor forma de armazenar, novos designers, papelão com maior qualidade e custos menores, ressalta o diretor.

Daniel diz que quando assumiu a empresa os equipamentos e máquinas eram deficitários, hoje a Embrart trabalha com equipamentos modernos e com máquinas controladas por servomotores e com controles eletrônicos e não mais por máquinas com engrenagens e com uma precisão de im-

pressão muito similar a off set, o que diferencia a empresa de outros concorrentes. Outro aspecto que ele ressalta é a matéria prima utilizada pela Embrart que antes era comprada e agora é produzida pela própria empresa, o que dá maior segurança na qualidade dos produtos fabricados.

Já na questão de inovação a Embrart em parceria com o Sinpapel e a Secretaria de Estado da Saúde, desenvolveu um projeto para uma caixa de descarte de medicamentos e de embalagens de medicamentos, que acabou sendo enviado para todas as unidades de saúde do Estado, localizadas em vários municípios do Paraná e que agora começa a ter interesse em todos os estados brasileiros, pela forma sustentável que foi produzido.



Daniel Leiner, diretor da Embrart.

Prêmios

Detentora de vários prêmios, a Embrart recebeu o prêmio da Feira de Flexografia da ABFLEXO, nos anos de 2016, 2017 e 2018 em impressão em cromia, 4,5 e 6 cores, impressão de papel pardo e em papel branco revestido. Também o prêmio TOP 10 BRASIL, ela está entre as 10 melhores indústrias no segmento de flexografia.

O Diretor Samuel Leiner recebeu a medalha de Mérito Industrial da FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná que é concedido a empresários de destaque no mercado paranaense. ■

IBEMA INOVA EM PRODUTOS E PROJETOS AINDA MAIS SUSTENTÁVEIS



Empresa foi pioneira no lançamento do papelcartão para uso em copos e potes, e ainda neste ano lançará um novo produto com material oriundo de cooperativas de reciclagem

Comprometida com um mundo sustentável, a Ibema Papelcartão, terceira maior fabricante do Brasil e um dos maiores players da América Latina, traz diversas inovações relacionadas a seus produtos e processos.

A Ibema foi pioneira ao lançar o primeiro papelcartão latino-americano para a produção de copos e potes: o Ibema Royal Coppa. De acordo com a executiva de Relacionamento com o Mercado da Ibema, Fabiane Staschower, o material conta com uma tecnologia exclusiva e matéria-prima de fonte renovável, de alta printabilidade, sendo ideal para projetos personalizados com impressão de qualidade.

O Ibema Royal Coppa é versátil, tem excelente printabilidade, baixa absorção lateral e pode ser utilizado para bebidas, além de potes para comidas quentes e sorvetes.

Outra ação da Ibema que colabora com o meio ambiente é a parceria com a startup Boomera, que trabalha em conjunto com 200 cooperativas de coleta de resíduos sólidos em 17 estados do Brasil, desenvolvendo soluções tecnológicas para viabilizar a reciclagem de resíduos complexos.

Por meio dessa iniciativa, a Ibema compra material pós-consumo de papelcartão coletadas por cooperativas de catadores, e, com isso, projeta um novo produto, que será direcionado

para atender os mercados mais exigentes, capaz de receber todo tipo de acabamento gráfico. "Durante a produção do papelcartão, essas aparas entram no processo de produção e são tratadas para se tornarem novamente matéria-prima, que compõe essa nova solução", explica Fabiane.

Com a parceria, a Ibema obtém matéria-prima para a reciclagem com mais agilidade e qualidade, além de contar com o know-how da Boomera na busca de cooperativas, que recebem treinamento para garantir a saúde e segurança de trabalho de seus cooperados. Isso representa um importante benefício às cooperativas, e evita que as aparas de cartão sejam destinadas a aterros.

Segundo o presidente da Ibema, Nilton Saraiva, a parceria é benéfica para todo o setor. "Com o trabalho da Boomera, a seleção correta do material para reciclagem é garantida e sabemos que as cooperativas que nos atendem realizam o trabalho de maneira adequada, garantindo a segurança, a saúde e o desenvolvimento dos recicladores", completa.

Redução de resíduos

Em sua sede fabril de Embu das Artes, em São Paulo, o processo de gestão da água utiliza três vezes menos o recurso natural que a média das indústrias do setor. Isso representa, aproximadamente, 9 milhões de litros de água a menos para fabricar uma tonelada de papelcartão. A unidade adota o sistema de Lodo Ativado, tratamento biológico que vem se mostrando uma alternativa viável para o tratamento de águas residuais, por sua maior eficiência e menor custo.

Por meio dessas iniciativas, a companhia conquistou importantes certificações em suas unidades, como a ISO 9001 e ISO 14001 (atualizadas na versão 2015). ■

A EMBALAGEM NOS DIAS DE HOJE



A embalagem é um componente obrigatório e decisivo para o sucesso comercial de praticamente todos os produtos. Mas mais do que isso, é uma ferramenta que viabiliza o atendimento da população global para a sua alimentação, saúde e bem-estar.

A embalagem viabiliza a dinâmica global de produção e consumo, possibilitando a conservação dos produtos e a sua distribuição, tornando os mais diferentes produtos acessíveis por pessoas ao redor de todo o planeta. Ao mesmo tempo, possibilita a economia global em sua dinâmica de produção regionalizada e otimizada, buscando-se a eficiência e a sustentabilidade dos processos industriais.

Com influência direta nos custos e na tecnologia de fabricação, na distribuição e na conquista de consumidores e na forma de consumo dos produtos, a embalagem exige conhecimentos especializados para ser bem projetada e garantir a preservação de seu conteúdo.

Através dela, empresas de todos os portes e em todo o território nacional podem agregar maior valor a seus produtos, consolidando posições no mercado atual e possibilitando o acesso a mercados mais sofisticados. O resultado destes fatores é o aumento

de receita, do número de empregos diretos tanto na empresa quanto no ponto-de-venda, aumento dos empregos indiretos e da arrecadação de tributos e a adição de uma real expectativa de exportação, gerando ainda mais frutos para o empresário, sua cidade, região, estado e para o Brasil.

A embalagem é considerada o reflexo de uma sociedade, de sua cultura, hábitos, e do seu estágio de desenvolvimento econômico, social e ambiental. Ao mesmo tempo, a embalagem é tida como o termômetro de uma economia, contribuindo para aferir o volume de atividade do setor produtivo.

Mundialmente a embalagem movimenta mais de US\$ 500 bilhões, representando, dentre 1% e 2,5% do PIB de cada país. No Brasil, esta movimenta atualmente, R\$ 47 bilhões e gera mais de 200 mil postos de empregos diretos e formais.

A indústria de embalagem reúne empresas nacionais e grandes empresas multinacionais com operações globais capazes de atender aos diferentes mercados, contribuindo para harmonizar, entre estes, os parâmetros de qualidade, tecnologias, funcionalidade e tendências. E em conjunto com estas se apresenta uma cadeia bem estruturada de empresas que oferecem matérias primas como resinas plásticas, chapas metálicas, celulose, barreira, fabricantes de equipamentos para a fabricação das embalagens e processo de envase dos produtos, insumos como adesivos, tintas, tonalizantes e coatings, acessórios como tampas, lacres, fitas, empresas de transporte e logística, agências de design, as empresas de bens de consumo, cursos de formação técnica e superior, laboratórios de análise, pesquisa e estudo e reguladores.

O consumidor, conforme pesquisa realizada pela ABRE, é fortemente influenciado no momento da compra pela embalagem. Ela é o vendedor silencioso de um produto que concorre num supermercado, em média, com outros 30 mil itens.

É a embalagem que deve transmitir,

em apenas 3 segundos, a qualidade

do produto, os seus diferenciais e cativar

o consumidor para pegá-lo em sua

mão e colocá-lo em seu carrinho de compras.

E o consumidor é influenciado de diferentes maneiras. Os homens levam em consideração, prioritariamente, elementos racionais como quantidade, preço, forma de uso do produto.

Já as mulheres são mais sucessíveis aos apelos emocionais, onde faz-se necessário trabalhar apelos subjetivos no design da embalagem. O público infantil é atraído por cores e elementos lúdicos, enquanto que idosos buscam

facilidade de leitura e de abertura ou manuseio.

Grandes mercados de embalagens despontam ao redor do mundo, mostrando o seu crescimento tecnológico e o Brasil faz parte do cenário mundial de negócios, tendo acesso às mais novas tendências de gerenciamento de projetos e sendo referência no desenvolvimento de novas tecnologias, como por exemplo: o plástico verde a partir da cana de açúcar, o processo de reciclagem mecânica e à plasma das embalagens cartonadas assépticas, o sistema abre-fácil de tampas metálicas, em meio a tantos outros desenvolvimentos que levam as embalagens brasileiras a vencerem o WorldStar – o prêmio mundial da embalagem. Destaca-se também a aplicação do design às embalagens visando agregar valor real ao produto, reduzir seus custos no processo produtivo, ganhar distribuição, tempo de prateleira, facilidade de manuseio, clareza das informações, e consequentemente competitividade.

O consumidor, conforme pesquisa realizada pela ABRE, é fortemente influenciado no momento da compra pela embalagem. Ela é o vendedor silencioso de um produto que concorre num supermercado, em média, com outros 30 mil itens.

É a embalagem que deve transmitir, em apenas 3 segundos, a qualidade do produto, os seus diferenciais e cativar o consumidor para pegá-lo em sua mão e colocá-lo em seu carrinho de compras.

E o consumidor é influenciado de diferentes maneiras. Os homens levam em consideração, prioritariamente, elementos racionais como quantidade, preço, forma de uso do produto.

Já as mulheres são mais sucessíveis aos apelos emocionais, onde faz-se necessário trabalhar apelos subjetivos no design da embalagem. O público infantil é atraído por cores e elementos lúdicos, enquanto que idosos buscam

facilidade de leitura e de abertura ou manuseio.

A linguagem subliminar de uma embalagem é altamente influenciada por aspectos regionais e culturais, sendo essencial entender estes aspectos e trabalhá-los, por meio de seu design, nas embalagens. Cada país tem seus próprios padrões que devem ser devidamente espelhados nas embalagens dos produtos a serem exportados.

A funcionalidade é outro quesito que vem ganhando importância, sendo crucial em países mais desenvolvidos onde a sociedade já tem enraizados os conceitos de conveniência no preparo, consumo e manuseio da embalagem com segurança. Isto faz com que produtos brasileiros para exportação tenham como premissa o desenvolvimento de embalagens que tragam estrutura adequada aos padrões do mercado para onde vão ser expostos.

Ao mesmo tempo, as sustentabilidades dos processos produtivos e no final de ciclo de vida do produto passam a ser chave para o sucesso de um produto. Frente a isso estabeleceu-se no Brasil uma contundente indústria de reciclagem que se destaca pelo desenvolvimento contínuo de novas tecnologias. Mas o Brasil se destaca também pelo desenvolvimento sustentável dos materiais de embalagem, sendo hoje líder na produção mundial do 'plástico verde' proveniente da cana de açúcar.

Para o consumidor, o produto e a embalagem confundem-se como um único elemento que devem estar em plena sintonia com os valores da sociedade e parâmetros globais do mercado, fazendo com que a embalagem passe a ser, cada vez mais, o elemento de competitividade que congrega em si diferentes interfaces, tantos em ganhos operacionais, logísticos e ambientais, e como sociais e comerciais. ■

Por Luciana Pellegrino:
Diretora Executiva da ABRE.

FLEXÃO DO PAPELÃO ONDULADO



Ao ser executado o ensaio de compressão da embalagem de papelão ondulado, observa-se um abaulamento dos painéis verticais (faces da caixa). Esse abaulamento pode ocorrer para dentro ou para fora. De qualquer forma, porém, quando ele atinge um certo "grau", a caixa entra em colapso. Seria interessante conhecer essa relação entre o abaulamento crítico e a força exercida nesse momento, a qual determina a resistência máxima dos painéis ao colapso.

A altura da caixa tem influência nesse abaulamento. Existe estudo nesse sentido.

É claro, porém, que a chapa de papelão ondulado, de acordo com sua classe, decorrente da resistência dos papéis (capas e miolo) e da combinação desses papéis nas estruturas de papelão ondulado que podem ser fabricadas, irá determinar diferentes resistências ao abaulamento em virtude de sua rigidez.

Feita a ressalva acima quanto à altura da caixa, o abaulamento tem relação com a rigidez da chapa de papelão. Para verificar a rigidez é necessário, na sua determinação que o corpo de prova sofra uma flexão controlada.

Verificar a flexão e estudar um "método para especificá-la" pode ser uma referência importante para se chegar à compressão da embalagem que,

em última análise, é a especificação mais importante e que é usada pelos projetistas para determinar a classe do papelão ondulado que vão determinar para especificar a embalagem.

Já há métodos para determinar a resistência à flexão. Uma fórmula que associasse o valor da flexão com a resistência à compressão da embalagem foi objeto de estudo do IPT (ver Manual Técnico – Embalagem e Acondicionamento para Transporte e Exportação). Os fabricantes de embalagens de papelão ondulado deveriam tomar conhecimento, ainda que não venham, em um curto prazo, a substituir o critério atual que utiliza a resistência de coluna, a espessura do papelão ondulado e o perímetro da caixa. Uma aparelhagem para medir a flexão também foi sugerida pelo IPT (ver Manual Técnico citado acima).

Um relacionamento entre as propriedades dos elementos (capas e miolo) do papelão ondulado deverá ser estabelecido para que se possa prever, baseado nas propriedades dos elementos usados nas estruturas do papelão ondulado, a expectativa da flexão que será alcançada na chapa de papelão ondulado. ■

Por Juarez Pereira: Assessor Técnico da Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO).

OPORTUNIDADES GIGANTES PARA A INDÚSTRIA DE EMBALAGENS DE PAPELCARTÃO



Acabamos de voltar de viagens de atualização. Visitamos as feiras internacionais Pack Expo International, Eme Chicago, nos Estados Unidos e a SIAL Paris, na França. A primeira é referência para o setor de embalagens no continente americano e a SIAL é a maior plataforma para a indústria de alimentação, que representa quase 80% da indústria de embalagens no mundo.

As cinco megatendências de consumo seguem em evidência: conveniência, estilo, segurança, saúde e ética. Tendências como sofisticação, newstalgia, preocupações com os animais, crescimento dos orgânicos e veganos, novos alimentos, exploração de aspectos culturais, entre outras, surgem como grandes oportunidades de negócios para a indústria de embalagens papelcartão.

O diferencial das embalagens de papelcartão é a possibilidade de conferir posicionamento premium aos produtos. As técnicas de sofisticação como o desenvolvimento de facas especiais e a aplicação de recursos de acabamentos gráficos permitem que estas embalagens revelem aos consumidores as propriedades únicas do produto que embalam.

Um bom exemplo disso é a emba-

lagem de salada vegana da Fresh line da Ucrânia: singela, ela se conecta aos jovens preocupados com saúde e segurança (tem lacre) e, ao mesmo tempo, é fácil de abrir, pois possui um lacre intuitivo. O design gráfico leve, com ilustrações suaves, num fundo branco, comunica com simplicidade o frescor e a pureza do produto. O papelcartão certificado confirma a preocupação ambiental da marca e reforça o compromisso de sustentabilidade de forma ampla e inconfundível.

A delicada árvore de Natal, Mi-choco, com chocolates, torna o produto um mimo para presentear qualquer pessoa com o encanto do brilho natalino. A embalagem temática ganhou o formato especial através de uma faca de corte simples e aplicação de hot stamping.

Considerando o movimento mundial na questão ambiental, toda a cadeia de papel tem novamente a chance de se tornar uma importante alternativa. A empresa italiana, SEDA, lançou um copo de papel feito de grama, apostando no ciclo menor de produção de celulose. No Brasil, a Klabin já anunciou, que a partir de janeiro de 2019, apresentará ao mercado a sua linha de copos de papel e a Suzano lançou seu produto mais

inovador, o Blue Cup Bio, durante o Fórum de Sustentabilidade, realizado pelo Instituto de Embalagens, na FIESP, no dia 9 de novembro.

As empresas que entenderem as megatendências e souberem se posicionar têm pela frente sucesso garantido.

Embalagem melhor. Mundo melhor. ■



Assunta Napolitano Camilo:
Eng. mecânica com especialização em Administração Industrial, MBA em Marketing. Palestrante e articulista internacional do tema embalagens. Diretora do Instituto de Embalagens, da Consultoria de Embalagens FuturePack e da coleção de livros Better Packaging. Better World.

VALOR PERCEBIDO É O NOME DO JOGO

Tenho feito muitas palestras para a indústria de embalagem mostrando onde estão as oportunidades para o crescimento da demanda nos diversos tipos de materiais, enfatizando sempre que as empresas deste setor precisam ir além da venda de "serviços".

Elas precisam desenvolver ações que ampliem sua participação nas diversas categorias de consumo e gerem novas demandas para sua produção.

Muitas vezes percebo que quando proponho este tipo de iniciativa, ainda soa estranho para a maioria das empresas que não sentem com sua responsabilidade de aumentar a demanda não só para si própria como também para o segmento onde atuam, pois acreditam que é do fabricante dos produtos a responsabilidade de aumentar o mercado e passar mais "pedidos" para os fabricantes das embalagens.

Além de não empreenderem ações para ampliar sua participação e ficarem dependentes da entrada de pedidos, muitas empresas se ressentem da perda de clientes que por redução de custos migram para outros materiais.

Já escrevi muitas vezes sobre os efeitos da redução de custos e quero deixar bem claro que não sou contra este recurso que considero legítimo em tempos difíceis como os que vivemos neste país. O que eu sou contra é da redução de custos "a qualquer custo" sem considerar aspectos importantes que são impactados por este tipo de iniciativa e, principalmente, por não se reconhecer a contribuição da embalagem para a competitividade do produto.

Numa palestra que fiz recentemente me foi perguntado sobre a migração da embalagem de determinado produto de um tipo de material para outro o que resultou numa embalagem mais barata.

Ao responder à pergunta, me dei conta que o que havia sido perguntado acabara de ser ilustrado pela explicação que fiz sobre como a em-



e como estão organizadas na gôndola com seus preços correspondentes.

Não adianta querer ensinar de uma hora para outra o consumidor a perceber valor nos diversos tipos de embalagem, ele já aprendeu isso por gerações que vem frequentando a décadas os pontos de venda.

Como sabemos, o fracasso é órfão enquanto o sucesso tem muitos pais, quando o produto perde valor percebido e é obrigado a baixar seu preço para continuar vendendo nas quantidades anteriores, reduzindo assim suas margens e afetando o próprio valor da marca, ninguém se apresenta para receber o crédito da "redução de custo" pois quem aprovou apenas referendou uma sugestão de economia.

Não ficamos sabendo sobre o que deu errado porque isso é escondido e desaparece rapidamente.

Quando a economia de custo da embalagem resulta numa economia de centavos, mas que reduz o valor percebido do produto fazendo baixar seu preço de venda, o resultado pode ser catastrófico pois, como já aconteceu algumas vezes, até mesmo a perda da liderança que o produto detinha antes da mudança na embalagem, acaba ocorrendo.

Finalizando, fica aqui minha recomendação a todos os que atuam no setor de consumo em qualquer posição que tenha relação com embalagem; O nome do jogo é valor percebido, a embalagem agrega valor percebido ao produto e quando a redução de custo modifica este valor percebido pelo consumidor em relação ao produto, isto precisa ser considerado antes da tomada de decisão pois os efeitos podem ser desastrosos. ■

Fabio Mestriner: Consultor, designer, professor e escritor. Autor dos livros "Design de Embalagem - Curso avançado", "Gestão estratégica de embalagem" e "Inovação na embalagem - Método prático". Professor do curso de pós-graduação em engenharia de embalagens no IMT Mauá.



mais INTELIGÊNCIA.
mais SAÚDE.
mais RESULTADOS.

CONTE COM UMA
PLATAFORMA COMPLETA
EM GESTÃO DE SST.

Problemas relacionados a Segurança e Saúde no Trabalho trazem muitas despesas para a indústria. Pensando nisso, o Sesi criou uma plataforma digital para a gestão de programas e serviços voltados para a saúde e segurança na indústria: o Sesi Viva+.

É a solução completa para sua empresa reduzir gastos com despesas legais e aumentar o rendimento da equipe. Tudo isso de maneira totalmente integrada com as novas regras do eSocial.

Conheça o Sesi Viva+.

A plataforma que sua empresa precisa para reduzir os custos e aumentar os resultados.

SAIBA MAIS EM:

sesivivamais.com.br
 0800 0713010

/SESI Nacional

/company/sesi-nacional

/sesi

Sistema Fiep SENAI IEL SESI

CNI SESI SENAI IEL SESI

Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria