

Embalagem pode baratear custos da cesta básica

Terezinha Leite Matos

A Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (Abad) defendeu, na semana passada, a utilização de embalagens mais baratas, através da integração do pequeno varejo, atacado e indústria, como forma de diminuir os custos de produtos da cesta básica para as populações de baixa renda. Especialistas do setor de embalagem afirmaram, ontem, durante o seminário "Inovações e Tendências da Embalagem", realizado em São Paulo, que é possível reduzir os preços de venda dos produtos, diminuindo os custos da embalagem, através da melhoria da performance do material, da utilização de embalagens adequadas, de embalagens alternativas ou até da otimização da embalagem para aproveitamento de espaços. Todavia, esses ganhos necessariamente não devem ser repassados, num primeiro momento, ao consumidor, podendo ser destinados à pesquisa, ao aprimoramento da qualidade dos produtos e à aquisição de novas máquinas ou até ser revertido em benefício futuro ao consumidor.

"A redução de custo através da embalagem depende de um contexto global", declarou José Geraldo Vantine, diretor-geral da Vantine Associados, empresa especializada em consultoria, logística e distribuição física de produtos.

No Brasil, cerca de 80% da distribuição dos produtos alimentícios é realizada por intermédio de distribuidores, atacadistas e supermercadistas, que têm uma margem de lucratividade muito pequena, entre 1,5 e 2%. Essa a razão, segundo Vantine, da ansiedade desse setor em relação ao fator redução de custo, por intermédio da diminuição de preço da embalagem.

Além disso, os 22 mil supermercados brasileiros apresentam perda equivalente a 1% do seu faturamento em decorrência de danificação de embalagem, já que nem todo fornecedor aceita devolução. "Caso reduzisse essas perdas, sua margem de lucratividade poderia ser aumentada", alertou Vantine. Em sua opinião, agora as associações de classe do setor estão começando a se conscientizar desses fatos e, no futuro, irão pressionar as indústrias.

Vantine abordou, durante o seminário, o tema Embalagem Inte-

grada e disponível na embalagem secundária, etc., disse Vantine.

CRESCIMENTO

O setor de embalagem deverá crescer cerca de 13% até 1990. Este ano, o consumo de embalagem no Brasil atingirá entre US\$ 4 bilhões e US\$ 5 bilhões. Em '86, o consumo chegou a 3,480 milhões de toneladas, o que significou um faturamento de US\$ 3,4 bilhões. Segundo Luís Fernando Cerbelli Madi, engenheiro de alimentos da Seção de Embalagem e Acondicionamento do Instituto de Tecnologia de Alimentos (Iat), considerando um fator de crescimento 100% em '86, a indústria de embalagem comercializou um total de 100%. A elevação do consumo de embalagem, em '86, aconteceu como consequência também das vendas atípicas daquele ano. O crescimento do setor sempre ocorreu em função de inovações tecnológicas e aumento do poder aquisitivo da população, etc. disse.

Cerca de 30% dos bens embalados são consumidos na zona urbana, onde se concentra 75% da população brasileira. Na opinião de Madi, a tendência para os próximos anos é um aumento da aquisição de produtos embalados. "A grande maioria das mulheres trabalhará fora, então, cada vez mais as classes A e B consumirão produtos congelados e a C e D 'sempreprezados'", estimou.

Segundo o engenheiro do Iat, a embalagem surgiu e propiciou um incremento na venda dos produtos, pois reduziu os custos, através da redução de perdas desde o manuseio até a postagem. A evolução tecnológica também contribuiu para diminuir custos, pois os seqüêncios de papel se rompiam e provocavam perdas.

Em janeiro de '86, o Centro de Tecnologia de Embalagem de Alimentos (Cetel) publicará o primeiro estudo brasileiro sobre custo da embalagem em relação ao produto, final, que atualmente é da ordem de 2 a 30% e, na grande maioria dos produtos, fica ao redor de 5 a 15%. Nesse final de ano, o Cetel, também vai lançar a primeira edição de um catálogo relacionando as empresas do setor, num total de 4 mil, entre convertedores, fabricantes de material de embalagem e usuários, informou Madi.

TENDÊNCIAS

Hoje, tanto as empresas fabri-

global", declarou José Geraldo Vantine, diretor-geral da Vantine Associados, empresa especializada em consultoria, logística e distribuição física de produtos.

No Brasil, cerca de 80% da distribuição dos produtos alimentícios é realizada por intermédio de distribuidores, atacadistas e supermercadistas, que têm uma margem de lucratividade muito pequena, entre 1,5 e 2%. Essa a razão, segundo Vantine, da ansiedade desse setor em relação ao fator redução de custo, por intermédio da diminuição de preço da embalagem.

Além disso, os 22 mil supermercados brasileiros apresentam perda equivalente a 1% do seu faturamento em decorrência de danificação de embalagem, já que nem todo fornecedor aceita devolução. "Caso reduzisse essas perdas, sua margem de lucratividade poderia ser aumentada", alertou Vantine. Em sua opinião, agora as associações de classe do setor estão começando a se conscientizar desses fatos e, no futuro, irão pressionar as indústrias.

Vantine abordou, durante o seminário, o tema Embalagem Integrada e Sistema de Logística e Distribuição, salientando que a distribuição representa cerca de 20% do custo do produto e, no Brasil, até é feita, em 70%, pelo transporte rodoviário. Em grande parte, as empresas não são especializadas e o transporte é efetuado de maneira inadequada.

A maioria das embalagens de indústria brasileira é elaborada por agências de publicidade, que só a produzem considerando o ponto de vista de atratividade para o consumidor. No entanto, há muitos aspectos a considerar como a interação entre embalagem primária (recipiente que está mais perto do produto) e a embalagem de transporte, aproveitamento de espaços dentro do supermercado (tira de óleo redonda toma mais espaço), otimizar a relação vo-

das mulheres trabalhará fora, então, cada vez mais as classes A e B consumirão produtos congelados e a C e D 'sempreprezados'", estimou.

Segundo o engenheiro do Iat, a embalagem surgiu e propiciou um incremento na venda dos produtos, pois reduziu os custos, através da redução de perdas desde o manuseio até a postagem. A evolução tecnológica também contribuiu para diminuir custos, pois os seqüêncios de papel se rompiam e provocavam perdas.

Em janeiro de '86, o Centro de Tecnologia de Embalagem de Alimentos (Cetel) publicará o primeiro estudo brasileiro sobre custo da embalagem em relação ao produto, final, que atualmente é da ordem de 2 a 30% e, na grande maioria dos produtos, fica ao redor de 5 a 15%. Nesse final de ano, o Cetel, também vai lançar a primeira edição de um catálogo relacionando as empresas do setor, num total de 4 mil, entre convertedores, fabricantes de material de embalagem e usuários, informou Madi.

TENDÊNCIAS

Hoje, tanto as empresas fabricantes de lata quanto as de vidro e plástico são consideradas indústrias de embalagem, afirmou Madi. Desse modo, a experiência de um soprador de vidro poderá ser aproveitada, também, para soprar plástico, prosseguiu. Segundo o engenheiro, a grande estrela do segmento é o plástico, que, nos últimos anos, vem penetrando em mercados tradicionais das indústrias de laticínios e vidros.

No entanto, enfatizou Madi, hoje essas indústrias acordaram. Em '86, a indústria de embalagens de vidro produziu 676 mil toneladas, contra 594 mil em '85. No entanto, "a lata e o vidro de 1980 não têm chances para competir com o plástico. Por exemplo, a embalagem de vidro para o leite pode voltar, como acontece em outros países, mas com outro apelo", concluiu.