

Embalagem pode ser o fator de redução de custos produtivos

A Prolog Comunicação, empresa de assessoria e promoção de eventos na área de logística, distribuição, movimentação, armazenagem, transportes e embalagem, promoveu na última semana, no Holiday Inn Crowne Plaza Hotel, em São Paulo, o seminário "Inovações e Tendências da Embalagem".

A idéia de realizar o seminário partiu de um grupo de técnicos da área, preocupados com os caminhos da embalagem em nosso país, com o objetivo de mostrar o desenvolvimento que o setor vem alcançando em outros países, tanto a nível tecnológico quanto econômico. A concretização do evento contou com a ação da Vantine & Associados e da Seragini/Y&R, tendo, em seu quadro de palestristas, profissionais como José Geraldo Vantine, Lincoln Seragini, Luis Fernando Ceribelli Madi e Sylvio Alves Ortiz.

Conforme o engenheiro Kamal Nahas, diretor da Prolog, o evento contribuiu para a difusão da logística no Brasil, uma das metas principais da empresa.

REDUÇÃO DE CUSTOS

Partindo da necessidade de reduzir os custos finais no setor produtivo, Vantine, consultor especializado nas áreas de logística, distribuição, movimentação, armazenagem, e embalagem e diretor geral da Vantine & Associados, guiou sua apresentação através da introdução da embalagem em um processo logístico que englobe a movimentação, distribuição, armazenagem e transporte. No caso dos transportes, principalmente, a grande preocupação de Vantine está ligada aos altos custos do frete que levam necessariamente a uma reavaliação de todo um planejamento das embalagens, tanto em termos de aproveitamento de espaço quanto de tempo. A mecanização, para Vantine, nesse caso, é um elemento essencial.

Além disso, Vantine fez uma pequena análise e comparação entre as condições de embalagem, armazenagem e transporte a nível de distribuição urbana para supermercados entre o Brasil e os EUA.

De uma perspectiva global, Madi, especialista na área de embalagens de alimentos do ITAL, mostrou um panorama da embalagem no plano mundial. Em termos financeiros, os EUA registraram um consumo per capita de 200 dólares em 1979, subindo para 220 em 1980, enquanto o Brasil nos mesmos períodos, alcançou a marca de 25 e 30 dólares.

Madi também ressaltou algumas das tendências das embalagens, principalmente no setor de alimentos, que representam mais de 50% do consumo de embalagens no mundo. Segundo o técnico, a embalagem vai acompanhar a preocupação com a elaboração e manutenção das qualidades dos alimentos, bem como constituir-se em um mercado com grandes perspectivas de expansão pelo aumento do poder de compra do consumidor em geral.

e bebidas. Segundo Ortiz, a tendência atualmente evidenciada um crescimento acelerado no uso de materiais compostos, ou seja, a combinação de resinas poliméricas com papel, cartão ou alumínio que podem conferir vantagens mercadológicas e econômicas aos produtos, respeitados as características de cada produto.

Já Lincoln Seragini, diretor geral da Seragini/Y&R, destacou o planejamento e a função da embalagem do ponto de vista do marketing, destacando a necessidade das empresas líderes se utilizarem das novas técnicas e materiais que estão sendo colocadas no mercado como fator de aumento de competitividade e lucratividade. Além disso, Seragini enumerou uma série de fatores — que compõe a matrix de embalagem — que influem diretamente nas decisões da área empresarial em investir no planejamento de uma nova embalagem, onde se destacam os aspectos de custo e de conveniência, este último definido por Seragini como o atrativo mercadológico para o consumidor. O fator conveniência é tido pelo especialista como um grande fator de crescimento industrial, já que a funcionalidade da embalagem é que define ou não sua permanência no mercado.

Por sua vez, Ortiz, pesquisador do ITAL, ateu-se mais aos aspectos de utilização das matérias-primas poliméricas, celulósicas e compostas para alimentos