

Inovações em embalagens de papelcartão

O atual cenário mundial de crises econômicas, invasão de mercados e novos hábitos e situações de consumo tornaram **fundamental** a busca por **inovações** como alavanca para a expansão e o crescimento das empresas que utilizam papelcartão na fabricação de embalagens. A ordem agora é **innovar para competir**.

Uma embalagem inovadora ajuda a conquistar os disputadíssimos espaços nos pontos de venda, podendo elevar o valor da mercadoria e, por consequência, sua rentabilidade.

A tecnologia existe para atender às necessidades dos consumidores. Por isso, passou-se a estudar o comportamento das pessoas, as carências e as oportunidades que surgem para buscar o método correto para aplicar a tecnologia e aumentar as chances de sucesso do produto comercializado, introduzindo algum tipo de inovação. Atualmente, é preciso entender com excelência para, então, atender com excelência.

São cinco as principais tendências de consumo (conveniência, diferenciação, saúde, segurança e sustentabilidade) que influenciam as embalagens. A consideração dessas tendências, portanto, aumenta as chances de sucesso da inovação.

As embalagens de papelcartão podem atender a essas demandas da sociedade, inovando e contribuindo para o crescimento das vendas. Alguns exemplos interessantes são citados a seguir.

- Contextualizando a embalagem ao estilo de vida ou aos hábitos do usuário – A Wipak apresentou uma alternativa muito interessante para quem quer a conveniência de ter frios fatiados na geladeira e também ser um consumidor mais sustentável: usou na bandeja de frios apenas papelcartão resinado e, para finalizar

e selar, aplicou um filme de fonte renovável laminado com papel para conferir um toque agradável e manter a estrutura em monomaterial.

- Garantindo maior sustentabilidade ao usar materiais de fonte renovável – Uma inovação muito aplaudida pelos consumidores atentos na questão sustentabilidade são as garrafas termoformadas a partir de polpa celulósica presentes no mercado americano para sucos e leite ou até mesmo para detergentes. Essa opção de material também está sendo valorizada para o uso em grandes eventos – bandejas, pratos e talheres –, destacando aspectos como segurança (não há riscos) e facilidade de limpeza do espaço ao término dos espetáculos.
- Transformando a embalagem em monomaterial – A SIG Combibloc® lançou a Eco Plus Pack®, prometendo 28% de redução na emissão de CO₂ numa embalagem cartonada asséptica sem uso de alumínio ou plástico.

DIVULGAÇÃO





Na mesma linha de redução de impacto ambiental e embalagem monomaterial está a proposta dos paperblisters ou cartelas blisters sem a bolha de plástico, como no exemplo da Vandini®. A apresentação não perde nada; aliás, com a janela aberta, permite até o contato tátil com o produto.

Considerações adicionais

- Melhorando as condições de reciclagem – Eliminando-se a utilização de grampos ou cola na fabricação das embalagens, aumenta-se a segurança e facilita-se a reciclagem.
- Incrementando a apresentação – A laminação de filme metalizado permite ao produto comunicar a diferenciação e a promessa de alta performance.
- Encantando o consumidor com algum acessório – Para o fechamento de uma caixa, a Avon® utilizou tecido de organza com fitas de sininhos nas pontas, criando uma apresentação sofisticada.
- Inovando em formatos e usando recursos que facilitam a abertura e transformem a embalagem multipack num porta-produtos, como um bom pré-corte, apresentado no exemplo da Bokomo-otees®.

Além disso, inovações expandem mercados, tornam produtos mais rentáveis e empresas mais competitivas. Por exemplo: uma embalagem de massa para pão que pode ser transformada numa assadeira, indo diretamente ao forno, é de grande ajuda para as donas de casa modernas que dispõem de pouco tempo para lavar utensílios. Que valor isso tem? No momento da compra essa avaliação é rápida e fica impossível comparar o valor incremental da inovação. A questão é: tem benefício, logo vale a pena!

A diferenciação das embalagens não foi esquecida



ou apagada pelas questões econômicas ou de sustentabilidade. Essa característica continua firme e forte, como se pode ver nas embalagens de papelcartão com formatos inusitados, uso do quinto painel, metalização para destacar e conferir performance, tintas e efeitos diferenciados, aplicação de *hot stamping* e ainda tantos outros recursos. A Paper Machinery Company (PMC®) apresentou um pote de papelcartão com barreira e, além disso, mostrou novos copos de papel, muitos dos quais com janelas transparentes, atendendo à necessidade, cada vez maior, de visualização do produto.

A Ampack® relançou as garrafas de papel para envase asséptico, tornando-se, assim, a empresa mais importante nesse segmento diante das concorrentes. A TetraPak® lançou a garrafa de papelcartão com ombro e tampa plástica, provando mais uma vez que as embalagens híbridas são o futuro.

A ordem é sofisticar as embalagens em vários aspectos, fazendo uso dos recursos disponíveis, como design e tecnologia, com foco nas principais tendências para o consumo: conveniência, estilo, saúde, segurança e sustentabilidade.

O principal foco das mudanças têm sido os aspectos que aumentem a visibilidade na gôndola, tornem as embalagens mais "agradáveis" tanto ao tato quanto à visão e ainda garantam ao consumidor uma "experiência de consumo" inesquecível.

Deve-se considerar também que, além das inovações tecnológicas ou técnicas, existe sempre a possibilidade de desenvolver inovações relacionadas à decoração ou ao design, normalmente mais baratas e de aplicação mais simples, que podem dar um grande resultado, considerando que **o belo emociona e faz as pessoas felizes**. Vale sempre lembrar: embalagem melhor, mundo melhor. ■



*ASSUNTA CAMILO,

diretora do Instituto de Embalagens e da consultoria FuturePack; engenheira mecânica formada pela Politécnica da USP; especialista em Administração Industrial na Fundação Carlos Alberto Vanzolini da USP; pós-graduada em Marketing pela ESPM e Business School com estágios e cursos na Alemanha e nos Estados Unidos; palestrante internacional e professora de embalagens; profissional do setor há 29 anos, com experiência nas áreas de Desenvolvimento, Planejamento Estratégico e Gestão de Embalagens; participante desde 1986 das principais feiras e congressos do setor no mundo; eleita Profissional do Setor de Embalagens pela Embanews em 2010.

✉: assunta@institutoembalagens.com.br