

Por Caroline Martin  
Especial para *O Papel*

DIVULGAÇÃO KLABIN



## KLABIN LANÇA SACARIA DE PAPEL PARA O MERCADO DE CAFÉ

**E**m janeiro último, a Klabin apresentou uma novidade ao mercado de café: sacos de papel que trazem vantagens competitivas em relação aos de juta, tradicionalmente usados pelos produtores do grão. Fabricada com papel extensível de alta resistência, a nova embalagem tem capacidade para 30 kg, além de outros diferenciais, como proteção à luminosidade. Hermético, o novo saco conta ainda com o sistema Easy Open, que facilita a abertura e a armazenagem pelo cliente final, preservando o produto por mais tempo e de forma adequada. “Focamos no desenvolvimento de um saco de papel com alta resistência, segurança e qualidade, capaz de agregar valor ao produto ensacado”, comenta **Douglas Dalmasi**, diretor de Sacos Industriais da Klabin, sobre a iniciativa.

O projeto de desenvolvimento da embalagem inovadora desenrolou-se a partir de um convênio firmado entre a empresa, a Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), a Agência Brasileira de Promoções de Exportações e Investimentos (Apex Brasil) e a Videplast Indústria de Embalagens. Coordenada pelo professor Flávio Meira Borém, do Departamento de Engenharia da UFLA, a pesquisa, intitulada *Desenvolvimento de Embalagens e Métodos de Armazenamento para Cafés Especiais*, segue analisando as características de cafés especiais durante todo o processo de fabricação, desde o ensacamento, passando pelo período de estocagem, pela etapa de exportação e de armazenamento, até o consumo no país de destino. “O estudo ainda está em fase de finalização, mas os resultados dos testes já mostram que a embalagem para café da Klabin preserva as características originais do produto por mais tempo”, afirma Dalmasi sobre o saco de papel, que já vem sendo comercializado no mercado nacional.

Na Entrevista a seguir, ele discorre sobre o processo de desenvolvimento que levou à inovação, aborda os desafios comerciais de entrar em um novo nicho e ressalta os benefícios proporcionados pela embalagem verde aos produtores de café.

**O Papel** – Como foi o processo de desenvolvimento da nova embalagem de café produzida pela Klabin? Quais desafios foram encontrados ao longo do processo de desenvolvimento e de que forma foram superados para chegar a esse resultado final?

**Douglas Dalmasi, diretor de Sacos Industriais da Klabin** – Fazemos um mapeamento de mercado para identificar quais segmentos têm potencial para nossa participação, a partir da inserção da cadeia de papel. O segmento de café sempre esteve nessa lista como mercado potencial para a Klabin. Durante algum tempo, buscamos um desenvolvimento próprio do produto, mas não chegamos a nenhum diferencial relevante que pudesse mudar o comportamento do mercado e o levasse a uma mudança da sacaria de juta para a de papel. Acabamos por concluir que diferenciais competitivos eram

indispensáveis, assim como o entendimento do que esse mercado buscava e um maior aprofundamento sobre todas as demandas dessa cadeia. Por iniciativa da equipe de Novos Negócios da Klabin, buscamos a UFLA, referência em estudos de grãos que tem o café entre os enfoques das pesquisas. Coincidentemente, a universidade estava procurando uma embalagem inovadora para exportação do produto brasileiro. Foi assim que se iniciou a conversa com o professor Borém, pesquisador de longa data de todos os aspectos que envolvem a cadeia de café. Ele nos trouxe o desafio de gerar um valor adicional à embalagem para que conquistássemos um diferencial do produto brasileiro no mercado internacional. O processo incluiu o desenvolvimento de barreiras à luminosidade, à umidade, à gordura e ao oxigênio, com o intuito de promover uma melhor conservação do café. Chamamos a Videplast, que faz esse tipo de desenvolvimento, para participar do convênio. O grupo formado reunia diferentes frentes de expertise: a universidade trazia o grande conhecimento na área, a Klabin despontava como o produtor de saco de papel e a Videplast figurava como a empresa capacitada para inserir as características procuradas pelo mercado. Faltava apenas um cliente, associação ou entidade que pudesse nos ajudar a mudar o comportamento do mercado. Convidamos, então, a BSCA para integrar o convênio, agregando todo o know how de mercado, e nos ajudar a levar esse produto inovador ao mercado.

**O Papel** – O trabalho realizado pelos diferentes atores que formam o convênio continua em andamento?

**Dalmasi** – O trabalho que desenvolvemos a partir do convênio teve início há mais de 12 meses e segue sendo realizado por um mestrando sob orientação do professor Borém. Ele estuda toda a cadeia de café, desde o ensacamento, na fase de produção do café, até a chegada ao comprador da embalagem cheia em qualquer um dos mercados externos a que se destina – entre os quais a Europa, os Estados Unidos e a Ásia. O estudo será formalmente publicado até abril próximo, mas preliminarmente já demonstra que o novo saco promove a manutenção da validade do café.

**Dalmasi:**  
**“Precisamos avançar em mais tipos de embalagem e apresentar materiais alternativos a outras cadeias de produtos, levando valores e diferenciais ainda não existentes no mercado”**

"A venda está sendo feita aos produtores brasileiros, mas, como o Brasil figura como o maior exportador de café do mercado global, os sacos de papel acabam sendo destinados a diferentes países"

**O Papel** – A empresa pretende incrementar a qualidade da embalagem a partir dos resultados finais, a serem apresentados quando da publicação da pesquisa?

**Dalmasi** – Não, o estudo só irá confirmar o que desenvolvemos ao longo de todo o trabalho, constatando os diferenciais competitivos do que estamos oferecendo ao mercado. O produto já existe e está sendo disponível ao mercado desde janeiro último. A venda está sendo feita aos produtores brasileiros, mas, como o Brasil figura como o maior exportador de café do mercado global, os sacos de papel acabam sendo destinados a diferentes países. Em paralelo, contudo, estamos trabalhando em outras iniciativas e novidades que irão dar continuidade às melhorias da embalagem, que precisam passar por alguns testes de campo, já em andamento.

**O Papel** – O lançamento de um produto inovador envolve desafios comerciais?

**Dalmasi** – É de certa forma um desafio histórico, pois o mercado tinha algumas crenças que a pesquisa acabou demonstrando não serem reais. Um exemplo disso é a convicção de que a oxigenação que acontece na utilização do saco de juta é benéfica ao café. A juta, por ser aberta, possibilita o contato do produto com o ambiente externo e faz o café passar por troca de temperatura e receber luminosidade. Esses fatores, no entanto, vão prejudicando a qualidade do grão e promovendo perda de qualidade desde o início da produção, quando os grãos são embalados, até a chegada ao comprador. O estudo vem mostrando que a barreira contra luminosidade é muito positiva ao produto ensacado. O saco de papel que apresentamos ao mercado mantém a qualidade do café por muito mais tempo, evitando queda de preço para o produtor brasileiro e, conseqüentemente, perda de competitividade no mercado.

**O Papel** – Os diferenciais competitivos da embalagem contribuem com essa quebra de paradigma?

**Dalmasi** – Sem dúvida. A embalagem que es-

tamos oferecendo também se mostra mais competitiva no que se refere ao custo em comparação à embalagem tradicionalmente usada. Assim, o produto da Klabin alia benefício de qualidade, agregando valor ao produto ensacado, e competitividade de custo. O saco de papel também possibilita modernização do processo logístico do produtor de café, já que tem uma tração melhor do que o de juta. Como a embalagem não escorrega, se acondiciona e se acomoda bem nos pallets em armazéns, pode ser transportada de maneira muito mais rápida e produtiva. Também aproveitamos o processo de desenvolvimento de um novo produto para promover melhorias ergonômicas ao trabalhador que carrega os sacos. Enquanto o saco tradicional comporta 60 kg, o que propomos acondiciona 30 kg, adequado a todos os modelos mundiais de limite de peso para carregamento. Outras melhorias adicionais do saco de papel em relação ao tradicional relacionam-se à sustentabilidade. O saco de papel é produzido a partir de fontes renováveis: florestas plantadas e certificadas. Diante desses diferenciais, a aceitação do mercado está sendo muito positiva. Estamos sendo fortemente procurados e temos acompanhado uma demanda crescente, à medida que nos tornamos mais conhecidos no segmento – inclusive com a ajuda da BSCA para mostrar a embalagem ao mercado, bem como nossa participação em feiras e eventos.

**O Papel** – O senhor acredita que a inovação se posiciona como fator competitivo ainda mais indispensável a certos segmentos industriais, como o de embalagem?

**Dalmasi** – Certamente temos muito a fazer na indústria de papel no que se refere a inovação. Há um grande potencial para transformar o mercado de embalagens em uma área que conta cada vez mais com a participação de papel. Precisamos avançar em mais tipos de embalagem e apresentar materiais alternativos a outras cadeias de produtos, levando valores e diferenciais ainda não existentes no mercado e evidenciando as vantagens ambientais do uso de fontes renováveis. ■