

# Embalagens celulósicas no caminho do crescimento

**Nos últimos anos, os fabricantes de embalagens de papel, cartão e papelão ondulado investiram pesado em tecnologia. Hoje, são responsáveis por 38,4% do faturamento total do setor de embalagens, que em 2004 chegou a R\$ 28,6 bilhões**

Por **Maurício Capela**

Os números não mentem: as embalagens celulósicas encontraram o caminho do crescimento no Brasil. Pouco importa se há crise política em um ano e a economia dá sinais de fraqueza no outro. O fato é que, ano após ano, esse material avança alguns pontos per-

centuais de participação no competitivo mercado nacional de embalagens. Composto principalmente por um poderoso tripé – papéis, papelão ondulado e papelcartão –, o produto celulósico contou com investimentos de tempo e dinheiro, a ponto de, hoje, ter uma tecnologia que faz frente à de outros tradicionais materiais, como vidro e plástico. O resultado, portan-

to, deu-se em reais. Em 1998, esse grupo de produtos detinha 34,4% da receita de R\$ 10,3 bilhões do segmento de embalagens no País; em 2004, a fatia das celulósicas já alcançou os 38,4% de um setor que faturou muito mais: R\$ 28,6 bilhões. “As embalagens celulósicas têm ganhado participação nos últimos anos”, afirma Salomão Quadros, coordenador de Análises Econômicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que monitora o desempenho da indústria de embalagens no País a pedido da Associação Brasileira de Embalagens (Abre).

O que motivou esse ganho de participação? Simples: além de um natural aumento de preços, a inovação fez-se presente. Nos últimos anos, as companhias investiram pesado em tecnologia. Trataram de reduzir a gramatura desse tipo de embalagem sem perder uma de suas características fundamentais: a rigidez. Buscaram, ainda, aumentar as capacidades de proteção e impermeabilização do material, o que praticamente eliminou aquela sensação de que o produto poderia desmanchar-se ao entrar em contato com a água. Isso tudo sem contar que colocaram a flexibilização no topo da lista de prioridades. Sim. O papelcartão, por exemplo, permite a multiplicidade de formas e, ainda, oferece uma competente superfície de impressão. “O papelão ondulado, que teve a gramatura reduzida de 600 para



DIVULGAÇÃO

As embalagens celulósicas vêm ganhando cada vez mais rigidez, adaptabilidade e capacidade de proteção contra umidade e calor

algo como 538 g/m<sup>2</sup>, também pode ser feito sob encomenda”, acrescenta Paulo Sérgio Peres, presidente da Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO).

Com esse caldeirão de iniciativas, a indústria de embalagens celulósicas começou a colocar o pé na área de produtos antes inimagináveis. “O papelão, por exemplo, começa a entrar até

mesmo no segmento de líquidos; agora, em vez daqueles gigantes contêineres de metal usados no transporte de sucos, já há quem ponha o produto em um filme plástico, que, depois, é envolvido em papelão”, conta Anna Lúcia Mourad, pesquisadora do Centro de Tecnologia de Embalagem (Cetea).

As inovações, contudo, não param por aí; pelo contrário, vão em direção

ao que o mercado chama de “personalização de produtos” – um fenômeno visto, por exemplo, nas embalagens feitas quase sob medida para CDs e DVDs. Está cada vez mais comum observar esses itens envoltos em papelcartão, o que aumenta significativamente a participação do material celulósico, já que a idéia é que cada CD ou DVD tenha uma embalagem própria. Tem mais: os aparelhos eletrônicos – principalmente os celulares – também têm aderido ao material.

Apesar da crescente presença no segmento do entretenimento, a cereja do bolo ainda é a indústria alimentícia. Tanto é assim que Sérgio Eduardo Campos, gestor de Produtos da Klabin, conta que, em breve, o papelcartão vai esticar seus tentáculos em direção ao forno. “Um segmento que deverá se beneficiar das inovações é o de pratos prontos e semi-prontos, que vão direto ao forno, tanto convencional quanto de microondas”, afirma. Detalhe: o material, em contato com a chama, não botará fogo na casa. Prova disso é a embalagem de papelcartão desenvolvida pela Klabin para acondicionar o lanche recém-lançado pela Sadia – o *hot pocket* –, que vai diretamente do freezer para o forno, com embalagem e tudo.

O fato é que, tradicionalmente, o setor alimentício figura como o principal destinatário das embalagens celulósicas. Só em papelão ondulado, por exemplo, essa indústria representa 36% da movimentação total de 2,1 milhões de toneladas no ano passado. Rogério Aleman, chefe de Garantia da Qualidade da Ripasa, reconhece a presença marcante do setor alimentício, mas lembra que um dos diferenciais desse tipo de embalagem está na reciclabilidade. “Somos ecologicamente corretos”, afirma. Ele conta que, se não fossem a melhora da matéria-prima – que pode ser facilmente vista nas aparas – e a tecnologia, haveria muita dificuldade para as inovações saírem do papel. ▲

