

# Embalagem

## revolucionaria o varejo

Embalagens  
cumprem papel  
de vendedoras  
de marcas e  
diferenciais

Alberto Zambrana

**N**ovas embalagens inspiraram novos produtos e novos produtos inspiraram novas embalagens. Nos últimos dez anos o supermercado roubou mercado de outros canais graças às embalagens inovadoras. O leite e o café são dois exemplos incontestáveis. Antes, o leite, em saquinho, e o café moído na hora eram companheiros inseparáveis do pãozinho nas padarias. Com as embalagens longa vida para o leite, a almofada e o vácuo para o café, a dupla migrou para os carrinhos do supermercado.

O papel da embalagem também mudou. Seu papel passou da simples função de embalar produtos para assumir a função de vender marcas, comunicar diferenciais e surpreender. "Hoje uma embalagem deve atender tanto aos anseios de diferenciação, praticidade e personalização do consumidor quanto às necessidades do varejo em relação à longevidade, custos, espaço e logística", assegura Guilherme Franklin, diretor de desenvolvimento de negócios da Tetra Pak.

Luciana Pellegrino, diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE), confirma: "Para a indústria e o varejo, uma embalagem atualizada proporciona agilidade na operação, facilidade de estocagem, manipula-

ção e reposição, racionalização do espaço nas gôndolas, baixo índice de perdas. Para o consumidor, ela significa a certeza de que o produto adquirido está bem acondicionado, além de exercer o importante papel de despertar o desejo pela compra do produto".



Daisy Zakzuk Spaco, diretora de novos negócios e marketing da Sonoco For Pias, acrescenta que "uma embalagem pode aumentar em até 30% a margem de lucro de um produto, graças a essas atribuições.

A fim de detectar a percepção do varejo

# EMBALAGEM

## O que merece destaque na sua loja

em relação às embalagens, a ABRE notou, em uma pesquisa, que a embalagem ideal harmoniza design e economia. Para o supermercadista, o design está relacionado à aparência, formato, funcionalidade, segurança, conservação, higiene, leveza, facilidade de manuseio e de transporte.

*o futuro das embalagens está apoiado em quatro pilares: praticidade, reciclabilidade, sustentabilidade e segurança*

A economia está vinculada a uma relação mais proveitosa de custo/benefício para fornecedores, supermercados e consumidores.

A indústria do setor vem desenvolvendo ao longo dos anos uma série de soluções inovadoras, com vantagens logísticas, de transporte e exposição dos produtos nas gôndolas. Um exemplo clássico é a embalagem longa vida, que revolucionou o mercado de leite líquido, sucos, atomatados e molhos. Atualmente, a novidade da Tetra Pak é a Tetra Recart, uma solução para diversos tipos de alimentos, como vegetais, pratos prontos, molhos e sopas com pedaços. O sistema único de abertura, com perfuração a laser, dis-

pensa tesoura, faca e abridor e garante conveniência e segurança, tanto na hora de abrir quanto na hora de manusear e descartar a embalagem.

Para Daisy, da Sonoco For Pias, o futuro das embalagens está apoiado em quatro pilares: praticidade, reciclabilidade, sustentabilidade e segurança. O primeiro pode ser traduzido por facilidade na operação de envase, armazenamento, logística e de consumo. O segundo atende a uma tendência mundial em que o consumidor mais consciente exige o uso de embalagens recicláveis. A sustentabilidade está vinculada ao segundo pilar. São embalagens que podem ser reaproveitadas para a fabricação de novas embalagens. Por fim, a segurança, que diz respeito à preservação de todas as qualidades do produto.

**Luciana, da ABRE, observa que a tendência é ter cada vez mais embalagens específicas para perfis distintos de supermercados.**

Por exemplo, para hipermercados que recebem consumidores nas compras do mês, a expectativa é concentrar embalagens que comportam uma maior quantidade de um mesmo produto, dentro do conceito de agrupamento, para facilitar a reposição e estimular compras maiores. Para os supermercados de vizinhança, caberão as embalagens com quantidades menores, para atender às compras de reposição ou emergência.

Quando se fala em tendências, as tecnologias stand-up pouch e retort pouch, dois nomes difíceis para os saquinhos plásticos que param em pé na gôndola, os especialistas acreditam em sua expansão no mercado nacional, como ocorreu na Europa. Sua versatilidade permite que sejam usadas para o acondicionamento de alimentos sólidos, líquidos e pastosos. O grande trunfo das embalagens retort pouch é a conveniência. Elas permitem o aquecimento de um produto no forno microondas ou em banho-maria, na própria embalagem. Podem ser usadas, principalmente, para cortes selecionados de carne preparados com molhos e ingredientes especiais. @

## Embalagens que vão dar o que falar na sua loja

**Especialistas no mundo das embalagens apontaram inovações e tendências. Veja o que não pode faltar nas gôndolas do seu supermercado:**

**Alumínio** - Fabricantes de refrigerantes e cervejas respondem pelas maiores inovações nesse segmento, como as garrafas de alumínio, que já ganharam espaço no mercado mundial e estão chegando ao Brasil.

**Lata** - O sistema abre fácil, que aboliu o abridor de latas, garante sua presença em algumas categorias, como a de molhos atomatados, substituindo os copos de vidro.

**Vidro** - Esse tipo de embalagem conta com a colaboração de categorias como conservas de alimentos, atomatados, cervejas especiais e destilados para crescer este ano. Grandes empresas de refrigerantes, como a Coca-Cola, apostam na volta das embalagens reutilizáveis para atingir o consumidor de baixa renda.

**Cartonadas** - A Tetra Pak criou a primeira embalagem cartonada para autoclave, além de uma garrafa cartonada asséptica, com transparência para visualização do produto e praticidade com a tampa de rosca.

**Portáteis** - Consumidores singles, casais sem filhos e que levam uma vida agitada alimentam esse mercado que abastece as gôndolas com produtos de higiene e cuidados pessoais, como papel higiênico e lenços em embalagens portáteis e voltadas ao consumo individual. Tal segmento deve crescer ainda mais nos próximos anos.

