

Delivery com sabor

Setor de embalagens pega carona na expansão do foodservice nacional

O Brasil vem se tornando um país em que todos querem alimentar-se com refeições saborosas, saudáveis e, se possível, de gosto caseiro, mas quase ninguém mais tem tempo de fazê-las. A sociedade, em nosso país, alterou-se radicalmente nas últimas décadas, e hoje, as mulheres estão inseridas no mercado de trabalho e não têm mais tempo de cozinhar, exatamente como seus maridos, namorados e companheiros. Logo, alguém precisa fazê-lo. E o resultado dessa transformação é o enorme crescimento do número de restaurantes e assemelhados que se verificou nas últimas décadas. Vamos aos números.

"Nossa projeção para 2008 é que haja um crescimento de 12,9% no food service nacional e que o setor movimente um total de R\$ 50 bilhões. Entre as razões apontadas por especialistas para a valorização desse mercado está a presença, cada vez maior, das mulheres no ambiente de trabalho. Dados do IBGE e da KIPE apontam que, em 1971, elas representavam 23% da PEA (População Economicamente Ativa) do país, e levava-se então duas horas para se preparar uma refeição. Em 1998, elas já eram 40% e este tempo caiu para 15 minutos. Em 2005, mantiveram-se os 15 minutos, mas as mulheres passaram a ser 43,5% de nossa PEA", explica Amílcar Lacerda de Almeida, gerente do departamento de economia e estatística da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia). "Nessas



três décadas, o percentual gasto com refeições dentro e fora de casa também mudou. Em 1971, 88% das despesas com alimentação eram feitas no lar, ao passo que apenas 11,7% eram realizadas fora dele. Em 2005, esses percentuais passaram para 74% e 26%, respectivamente. Fica claro que o aumento no ritmo de vida nas últimas décadas, sobretudo nas grandes cidades, fez com que as pessoas recorressem à alimentação em bares, padarias

de caterings, indústrias de bebidas (para as quais temos uma linha de copos térmicos), etc".

Ufa! E, portanto, com largo conhecimento de causa que Ivam Michaltchuk pontifica a respeito. ~ "Levar refeições produzidas no restaurante até a casa do cliente, perdendo um mínimo da qualidade dos alimentos no processo, é o grande desafio de quem opera com o sistema delivery. Nesse



Uma embalagem precisa manter uma refeição aquecida por cerca de uma hora, em média, ao menos.

“ Nossa projeção para 2008 é que o setor de food service nacional movimentará R\$ 50 bilhões ”

ou restaurantes próximos aos locais de trabalho ou de estudo”, conclui.

Esse robusto setor da economia, por sua vez, movimenta outro que diz respeito diretamente ao universo das embalagens: a entrega de refeições por encomenda em residências e escritórios, o chamado delivery. A disseminação dos motoboys nas grandes cidades, correndo pelas avenidas com suas pizzas em caixas de papelão ou hambúrgueres em saquinhos de papel, representa uma fatia desse fenômeno.

PERSONALIZAÇÃO

Vale observar, inicialmente, que o rol de estabelecimentos que fornecem refeições por encomenda é bastante diversificado e, portanto, os tipos de embalagens que esse mercado pede também o são. É o que se percebe pelas palavras de Ivam Michaltchuk, gerente de desenvolvimento & mercado da Meiwa Embalagens. "O foco de nossa empresa está no food service, que vem crescendo cerca de 12% ao ano. Nossos principais compradores são restaurantes, padarias, confeitarias, pizzarias, casas de frango e assados em geral, *rotisseries*, fast foods, lojas de delivery e lanchonetes, além de hospitais e clínicas, cozinhas industriais, serviços

aspecto, a embalagem tem um papel fundamental", diz. "Embalagens artesanais, caseiras, como as usadas até anos atrás, resolviam parcialmente a questão, mas sem preservar temperatura, sabor e qualidade da comida e ainda sem garantir a segurança alimentar necessária na operação". E hoje em dia? "As embalagens de EPS (poliestireno expandido), popularmente conhecidas como isopor, constituem-se na mais moderna opção para atender tais quesitos. Além de térmicas, antiaderentes, práticas e herméticas, elas permitem o empilhamento e o transporte seguro dos volumes, conservam a qualidade e o visual e mantêm a temperatura das refeições quentes", assevera Michaltchuk.

O executivo enfatiza outro ponto importante. "Embalagens plásticas, para que possam entrar em contato direto com alimentos, devem atender integralmente às normas da resolução 105/99 da Anvisa, além de apresentar laudos de atoxidade e garantirem aos clientes e consumidores total assepsia no transporte das refeições". E, por fim, ele completa, lembrando um tópico algumas vezes esquecido dessa questão: "A personalização é uma forte ferramenta de divulgação que é possibilitada pela prática do delivery de refeições.

Vale a pena o dono de restaurante explorar esse recurso, que possibilita a fixação de marca e a fidelização dos clientes para a casa", lembra, citando a prática de se criar embalagens exclusivas para um estabelecimento, que contenham a logomarca e demais características do negócio.

Foi exatamente o que fez Fuad Zegaib, proprietário do Dinho's, conhecido restaurante paulistano. "E, sem dúvida, muito importante não só identificar o restaurante pela embalagem como também divulgar os produtos usados nas refeições. Há uma preocupação de que as embalagens empregadas em nosso delivery sejam também um veículo de publicidade e divulgação do nome do estabelecimento. O investimento para a criação de uma embalagem personalizada tem custo baixo e traz bom retorno, desde que o seu projeto seja bem concebido", garante.

MATERIAIS MAIS USADOS

Pelo fato de se estar lidando com alimentos, é claro que todo cuidado é pouco na hora de escolher os materiais das embalagens para delivery. Nem por isso, no entanto, são limitadas as opções. É o que garante Luiz Alberto Battistella, presidente da Kenpack. Ele explica, em detalhes, quais são as principais matérias-primas usadas na fabricação de recipientes e por quais motivos.

"Em primeiro lugar, temos o alumínio como o insumo mais utilizado na fabricação de embalagens para delivery.

OS NÚMEROS

■ O crescimento dos gastos com alimentação fora de casa vai engordar o faturamento do mercado de embalagem para foodservice que irá alcançar US\$ 7,6 bilhões em 2008, segundo pesquisa da Freedonia. Dentro desse universo, os flexíveis estão avançando mais rápido que as embalagens rígidas, mas elas ainda dominam o segmento.

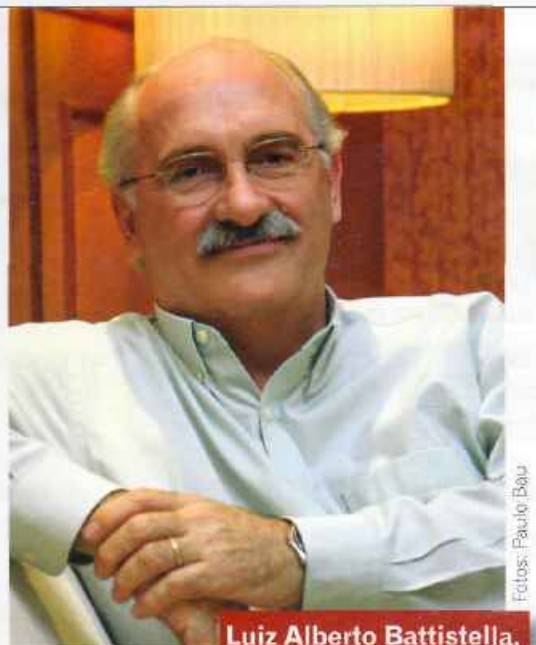
■ O negócio de foodservice na Romênia é o que mais cresce na Europa Oriental, apesar de ser um dos menores da região, de acordo com o Euromonitor International. Para se ter uma idéia, as vendas entre 1999 e 2005 cresceram a uma taxa anual de 26% no País. E, no último ano,

atingiu US\$ 2 bilhões. O futuro é promissor, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 11% para o período de 2005-2010. Esse desenvolvimento será conduzido por cidades como Bucareste, Cluj-Napoca e Timisoara.

■ Os jogos olímpicos da China 2008 representam uma grande oportunidade de expansão para o foodservice. Como patrocinador oficial das Olimpíadas, o McDonald's está utilizando o evento para redobrar os seus esforços visando a alcançar a Yum! KFC, que opera no País, com 1.500 lojas, o que representa o dobro de restaurantes em comparação ao McDonald's. A China é um dos poucos mercados em que o McDonald's está atrás.



Fuad Zegaib,
proprietário do Dinho's



Luiz Alberto Battistella,
presidente da Kenpack

Fotos: Paulo Boju

Isso porque o material mantém qualquer refeição quente ou fria, é de fácil estocagem e transporte, além de ser reciclável. Pode ir sem problemas ao freezer, ao forno convencional, elétrico ou de microondas (nesse último, desde que não se deixe que a embalagem encoste nas paredes internas do aparelho}. As embalagens de alumínio também podem ser utilizadas como ferramentas de comunicação, pois podem ser impressas, como é o caso das assadeiras ovais de quatro e sete litros", conta. "Logo após, temos o papel cartonado com poliéster como material mais utilizado na fabricação de embalagens para delivery; ele possibilita a personalização de acordo com as necessidades do cliente, pois é passível de moldagem nas mais diversas formas. Trata-se de um substrato mais resistente, com melhor manuseio, que também pode ir ao forno convencional, elétrico, ao microondas e ao freezer".

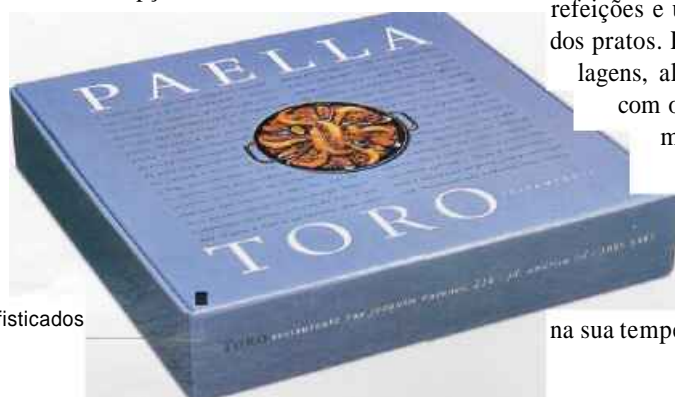
Battistella continua: "Também é bastante empregado o EPS (poliestireno) devido à grande variedade de cores que o material proporciona, além da boa resistência e do fácil manuseio que a caracteriza, e o polipropileno (PP), plástico muito versátil, que permite que se façam embalagens de diversos formatos e confere uma excelente vedação, item sempre relevante quando se trata de embalagens que vão transportar refeições", finaliza.

Outra pergunta: de forma geral, quais as dimensões que uma embalagem desse tipo precisa ter? Bruno Grimberg, gerente da Lanchonete da Cidade, estabelecimento especializado em sanduíches, que realiza grande parte de suas vendas via delivery, opina a respeito. "Cerca de 500

“Há uma preocupação de que as embalagens sejam um veículo de publicidade”

gramas é a capacidade ideal de uma embalagem para a maioria dos restaurantes. Algumas casas podem precisar de recipientes maiores, dependendo do tipo de culinária que praticam". E durante quanto tempo uma embalagem precisa manter uma refeição aquecida? "Cerca de uma hora, em média, ao menos", afirma.

Sobre todas essas dúvidas, Raul Capozzi, administrador de contas do segmento alimentício da Box Print, pode fazer algumas observações. A empresa é a fornecedora de embalagens para uma das maiores companhias de refeições rápidas entregues em casa do país, a China in Box. "A embalagem que fornecemos a nosso cliente tem um revestimento especial que mantém a comida aquecida por aproximadamente uma hora, entre a entrega e seu consumo. É o tempo médio que cada comprador leva para ingerir uma refeição", observa. Sobre o material usado pela empresa na fabricação das embalagens, ele conta: "A matéria-prima que empregamos é o papelcartão, por ser de manuseio mais simples e de custo inferior a outras opções existentes no mercado".



Quem também está inserida no universo do delivery é a Saint-Gobain Embalagens, que desde 2006, vende às empresas de bebidas uma pequena garrafa, de apenas 187 ml, utilizada para o envio de vinho à casa de clientes juntamente com as refeições. Orlando Cardoso, gerente de marketing da Saint-Gobain Embalagens fala sobre o produto. "Para atingirmos o segmento de delivery de refeições e também o mercado single, criamos essa garrafa de pequeno porte, equivalente a uma taça e meia de bebida, mas que guarda o mesmo charme e qualidade dos vinhos envasados de forma tradicional. Nossas garrafinhas são fabricadas com tampa de rosca e lacre especial, que mantêm as características gustativas do vinho até o momento do consumo e dispensam o uso de saca-rolhas", conta entusiasmado.

DELIVERY COM LUXO

Um excelente exemplo de como o negócio de entrega de refeições por encomenda é forte no país é o surgimento de uma empresa como a Disk Cook, que tem uma proposta de trabalho interessante e, até certo ponto, inusitada. Ela faz delivery apenas de pratos sofisticados e caros, de restaurantes famosos de São Paulo e do Rio de Janeiro, as duas cidades em que, por enquanto, a companhia atua. Para exercer tal atividade, a empresa teve de investir na fabricação de embalagens diferenciadas, capazes de atender, com perfeição, clientes exigentes. Patrick Sigrist, sócio da Disk Cook, fala um pouco a respeito de todo esse tema. "Como trabalhamos apenas com restaurantes premium, é imprescindível que as refeições cheguem aos clientes com boa qualidade e aparência. Muitos estabelecimentos empregam uma embalagem tipo 'tupperware' para o delivery. São embalagens caras, porém com uma forte vedação e de estrutura rígida, que permitem uma boa viagem às refeições e uma ótima apresentação final dos pratos. Porém, mesmo com tais embalagens, alguns produtos sofrem muito com o transporte e requerem ainda mais cuidados. Casos típicos são sucos e sopas. Nesses casos, é muito difícil encontrar uma embalagem apropriada para o transporte, que realmente não vaze e conserve o produto na sua temperatura ideal. Em vários casos,

as embalagens desses alimentos necessitam certas adaptações, e vemos com frequência o uso de fita adesiva para ajudar a segurar a tampa dos recipientes no lugar. Restaurantes como o Wraps chegam a importar esse tipo de embalagem", comenta.

Uma dúvida: as embalagens para delivery precisam ter divisões internas, para diversos tipos de alimentos, ou não? "Penso que as embalagens devem procurar acondi-

cionar os itens dos pedidos separadamente. Por esse motivo, a maioria das embalagens para delivery de refeições tem apenas um compartimento, sem divisões, e, para cada pedido, usamos aqui na Disk Cook, por exemplo, uma média de quatro a cinco recipientes no transporte. Isso faz com que o custo das embalagens acabe

por ter uma participação expressiva no valor de cada pedido, levando sempre os restaurantes a procurarem soluções mais baratas nesse campo", responde Sigrist.

Muito bem. Mas, após tantas informações, resta uma questão: qual o futuro desse mercado? Quais as tendências que hoje se fazem sentir em se tratando da fabricação de embalagens para envio de refeições prontas? Com a palavra Michaltchuk, da Meiwa. "Em minha visão, duas tendências são irreversíveis nessa área. A primeira é a adequação das quantidades ofertadas aos clientes (monoporção), que atende ao consumidor single. Pessoas morando sozinhas, estudantes, executivos em viagem, etc., estão aderindo ao delivery para comprar a 'próxima refeição'. Esse consumidor deseja qualidade, praticidade, conforto e não quer desperdícios, e está disposto a pagar a mais por tais conveniências" afirma. "A segunda tendência que enxergo é a de embalagens para delivery que respeitem o meio ambiente, que sejam recicláveis e que possam retomar ao processo produtivo sem poluir os rios, o ar e as cidades. Nesse sentido, a cadeia produtiva dos plásticos já está fazendo sua parte. Produtores de



matéria-prima, transformadores e recicladores estão engajados em projetos sérios, transparentes, visando a mudar o que seria um problema em soluções. Emprego e renda para catadores, cidades mais limpas, aterros com menos volume de resíduos sólidos são apenas alguns dos primeiros resultados. Falta, contudo, consciência e informação à população e apoio efetivo do poder público para avançar mais nessa direção", observa Michaltchuk, preocupado. (A.R.)



Ivam Michaltchuk,
gerente de desenvolvimento
& mercado da Meiwa
Embalagens

INFORMAÇÕES

ABIA

Tel.: (11) 3080-1353 | www.abia.org.br

BOX PRINT

Tel.: (11) 5505-2370 | www.boxprint.com.br

DINHO'S

Tel.: (11) 3016-5333 | www.dinhos.com.br

DISK COOK

Tel.: (11) 4003-2665 | www.diskcook.com.br

KENPACK

Tel.: (11) 4057-6000 | www.kenpack.com.br

LANCHONETE DA CIDADE

Tel.: (11) 3086-3399 | www.lanchonetedacidade.com.br

MEIWA EMBALAGENS

Tel.: (11) 4654-7100 | www.meiwa.com.br

SAINT-GOBAIN EMBALAGENS

Tel.: (11) 2246-7214 | www.sgembalagens.com.br

Anúncio