

# “Toda a indústria está engajada em promover a sustentabilidade”

**P**aulo Sérgio Peres, presidente da Associação Brasileira de Embalagem, Abre, e da Associação Brasileira de Papelão Ondulado, ABPO, está otimista. Para ele, o setor de embalagem deve recuperar os níveis do período antes da crise já no primeiro trimestre de 2010. Diretor executivo da Klabin, Divisão Papelão Ondulado, e membro do Conselho Consultivo do Centro de Tecnologia de Embalagem, Cetea, Paulo Peres vem capitaneando várias ações em prol do engajamento das empresas no caminho da sustentabilidade.

## **Quais foram os impactos da turbulência econômica nas indústrias do papelão ondulado e de embalagem no Brasil?**

Paulo Sérgio Peres - A indústria de embalagem se ressentiu com a crise mundial, mas já está em recuperação. Nos resultados do *Estudo Macroeconômico da Embalagem Abre-FCV*, apresentados em agosto sobre o desempenho da indústria no primeiro semestre de 2009, a produção física de embalagem decresceu 9,67% no primeiro semestre de 2009 em relação a igual período de 2008. O pico da crise foi em dezembro de 2008 e mesmo com o setor apresentando um avanço de 8,58% no período de dezembro de 2008 a junho de 2009 em sua produção mensal, a previsão é de que haja um recuo de 6% na produção física de embalagem em 2009.

O setor de embalagens de papelão ondulado iniciou 2009 com forte queda em relação ao ano anterior. No primeiro trimestre do ano, nossas vendas em toneladas caíram 7,2% em relação ao primeiro trimestre de 2008. O segundo trimestre continuou ainda fraco e a queda de nossas entregas foi de 6,9% em relação a igual período do ano anterior. Com isso, encerramos o primeiro semestre com perda de expedição em toneladas de 7,1%, comparativamente ao 1º semestre de 2008.

A partir de agosto as vendas do setor iniciaram uma trajetória de recuperação, registrando sucessivamente crescimentos mensais superiores aos dos mesmos meses de 2008: agosto, + 0,4%; setembro, + 5,0% e em outubro, +6,1 %. É preciso registrar que as vendas de 220,8 mil toneladas em outubro significaram o novo recorde mensal da história do setor de embalagens de papelão e que o mercado em novembro continuou firme, com entregas de 211,1 mil toneladas.

“As perspectivas são positivas. O setor deve recuperar os patamares produtivos, comparativamente com o período antes da crise, já no primeiro trimestre de 2010.”

## **As indústrias de papelão ondulado e de embalagem, no Brasil, estão fechando 2009 com números positivos! Quais são os principais indicativos?**

PP - Conforme mencionado, para o ano de 2009 a previsão é que a indústria de embalagens apresente um recuo de 6%. Se a indústria mantiver o ritmo de crescimento de 8,58%, a expectativa é que em um semestre a produção mensal retornará ao nível de setembro de 2008. Em relação ao papelão ondulado, o acumulado das entregas de janeiro a novembro de 2009 continua inferior a igual período de 2008, agora em - 1,86 %. As previsões de dezembro são positivas e o setor deve encerrar 2009 com vendas próximas às de 2008 ou ligeiramente inferiores.

Como para 2010 as previsões para a economia brasileira são otimistas, nosso setor deve acompanhar essas expectativas positivas e certamente suas vendas em tonela-

das serão melhores que as deste ano, ainda que por ora não quantificáveis.

## **Assim como outros setores da economia, as indústrias de papelão ondulado e de embalagem brasileiras sofreram menos com a crise em comparação ao resto do mundo?**

PP - Apesar de fazermos parte da WPO, Organização Mundial da Embalagem, não recebemos os números do desempenho do setor mundialmente. Mas, a embalagem é o termômetro de uma economia, dado que sua produção está em sintonia com a produção e consumo dos bens industrializados, em especial bens de consumo. Estes, por sua vez, são responsáveis pela demanda de 70% das embalagens produzidas. Com isso, pela análise econômica global, podemos concluir que alguns mercados perceberam com maior intensidade a redução do consumo, a redução da disponibilidade de crédito, e mesmo a insegurança do consumidor.

## **Quais lições foram aprendidas com os problemas enfrentados nessa fase?**

PP - A indústria de embalagens é calcada na tecnologia, produtividade e inovação. Assim, as empresas bem estruturadas conseguem driblar melhor os efeitos da desaceleração. Indo mais adiante, para uma empresa do nosso setor ser competitiva é necessário que ela ofereça além da própria embalagem. A indústria de bens de consumo quer serviço e possibilidade de negociação, ou seja, flexibilidade. Conforme pesquisa realizada pelo Comitê de Estudos Estratégicos da Abre, por meio da GFK Indicator, hoje uma empresa de embalagens deve suprir seu cliente com todas as tendências globais. Aprendemos, desta forma, que temos que trabalhar na solidez das nossas empresas.

## **Quais as perspectivas para 2010?**

PP - As perspectivas são positivas. O setor deve recuperar os patamares produtivos

comparativamente com o período antes da crise já no primeiro trimestre de 2010. E isto é bom se ressaltarmos que o Brasil vinha num crescente contínuo por alguns anos. O crédito estava mais abrangente, o poder de consumo das famílias maior, o nível de empregos formal também. E nosso otimismo se reforça pelo fato do consumidor, conforme pesquisa da LatinPanel apresentada em evento da Abre, não ter esmorecido perante o cenário de crise. O otimismo foi mantido, o que pode ser comprovado pelas vendas no varejo, principalmente no segundo semestre de 2009.

***No que tange à tecnologia aplicada à produção de papelão ondulado e de embalagens, como fica a comparação da indústria nacional com o resto do mundo? Quais países detêm o estado da arte?***

PP - A indústria nacional de embalagens está alinhada com o que há de mais moderno no mundo em tecnologia, *design* e criatividade. As embalagens brasileiras concorrem em igualdade com as embalagens produzidas na Europa e nos Estados Unidos, tanto é que, em 2008, das 12 embalagens brasileiras concorrentes ao Prêmio WorldStar, maior premiação internacional do setor, nove foram premiadas.

Segundo dados do Núcleo de Embalagens da ESPM, apesar da crise mundial, a indústria brasileira apresentou bom desempenho em lançamentos de produtos. O Brasil se firmou na posição de segundo país que mais lançou embalagens no período, com participação de 6,3% ante 5% em 2008.

Temos tecnologia, qualidade e criatividade. Mas, todo o poder de produção da indústria deve ser enquadrado na situação econômica, social e cultural do País. O que isto quer dizer? As embalagens produzidas aqui devem respeitar a forma de comunicação das pessoas, os hábitos comportamentais e de consumo, bem como o seu poder aquisitivo." E acredito que fazemos isso com muito sucesso. O brasileiro gosta de inovação, contudo dispõe de um orçamento apertado. Hoje, trabalhamos para oferecer funcionalidade, saúde e segurança, informação e, principalmente, aumento da vida útil dos produtos.



Foto

Se analisarmos os vencedores em 2009 do Prêmio Abre de Design & Embalagem, o principal evento do setor, vemos que uma caixa de chicletes passou a oferecer conveniência na abertura, o sorvete em pote a melhor qualidade de impressão e tamanho diferenciado, água mineral com sofisticação, produtos de limpeza com tecnologia de dosagem e, em destaque, projetos que apresentam o valor ambiental de forma mais direta para a sociedade.

***O senhor tem números sobre a reciclagem de papelão ondulado no Brasil e no mundo?***

PP - O papelão ondulado é 100% reciclável. Os dados mais recentes divulgados pela Bracelpa apontam que 79,6% das embalagens de papelão ondulado foram recicladas no Brasil em 2008, uma das maiores taxas do mundo.

***£ na indústria de embalagem, quais são as principais iniciativas no sentido da sustentabilidade?***

PP - Toda a indústria de embalagens está engajada em promover a sustentabilidade em todo o ciclo de vida do produto, que vai desde a sua concepção até a sua reutilização ou reciclagem.

Para orientar a indústria, a Abre, através do Comitê de Meio Ambiente e Sustentabilidade, lançou em junho de 2009 a cartilha *Diretrizes de Sustentabilidade para a Cadeia Produtiva de Embalagens e Bens de Consumo*, que tem como objetivo principal possibilitar a cada empresa a autoavaliação de indicadores ambientais de sustentabilidade. A cartilha traz os indicadores relacionados a cada etapa do ciclo de vida do produto, abrangendo desde a produção de matérias-primas, embalagem, acondicionamento do produto, distribuição /logística e varejo, consumo e destinação adequada no descarte, trazendo sugestões de métrica de avaliação para cada indicador. Essa é uma oportunidade das empresas atuarem de forma voluntária na avaliação de seu desempenho e consequente busca contínua por melhor performance. Chamado de Agenda Ambiental do setor, esse documento foi lançado

pela diretora executiva da Abre, Luciana Pellegrino, na Colômbia, na versão em espanhol para o mercado latino-americano, e na versão em inglês durante evento da WPO. Essa cartilha está disponível para *download* no site da entidade [www.abre.org.br/campanha-sustentabilidade/index.htm](http://www.abre.org.br/campanha-sustentabilidade/index.htm).

A Abre também lançou, em outubro de 2009, a campanha *A Embalagem Construindo a Sustentabilidade*. A campanha foi baseada nos principais pilares da embalagem que são proteção, prolongamento da vida, saúde, segurança, economia e bem-estar social e ambiental. Ao pensar num ciclo contínuo, em que o fim pode ser também o começo, os materiais de embalagem se transformam e, com isso, poupam insumos, produtos e recursos naturais.

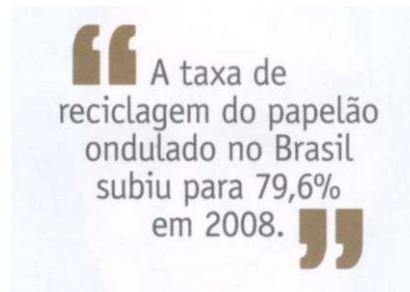
De uma forma simpática, a campanha visa a informar sobre os valores ambientais trabalhados pelo setor, bem como promover a educação, atitude e responsabilidade. Ela traz ainda o incentivo ao emprego nas embalagens da simbologia de Descarte Seletivo, que foi apresentada pela Abre à ISO e incorporada na ISO14.021. Essa simbologia deve ser utilizada juntamente com aquela que identifica cada material reciclável. Seu objetivo é despertar a atenção do consumidor para o momento do descarte.

E, pensando nisso, a associação lançou como parte da campanha os adesivos Embalagem, Eu Reciclo!, que procuram familiarizar o símbolo do Descarte Seletivo junto à população. A cadeia de reciclagem se inicia pelas mãos de cada pessoa. É necessário valorizar a embalagem, encaminhando-a para reciclagem.

No universo do papelão ondulado, a Bracelpa divulgou recentemente a estatística da reciclagem de papéis no Brasil em 2008. Constatou-se que foram recuperadas 3,83 milhões de toneladas de papéis recicláveis, para o consumo aparente de 8,76 milhões de toneladas de papéis. Portanto, a taxa de reciclagem total foi de 43,7%. Quando desconsiderados os papéis não recicláveis, essa taxa sobe para 50,8%. Desse total, foram recuperadas 2,56 milhões de toneladas de aparas de papelão ondulado, para o consumo aparente de 3,22 milhões de tone-

ladas de papéis. Logo, a nova taxa de reciclagem do papelão ondulado no Brasil subiu para o índice de 79,6% em 2008.

Esse ciclo virtuoso, que recupera 79,6% das embalagens de papelão ondulado produzidas no Brasil alivia os aterros pela geração cada vez menor de resíduos sólidos, gerando milhares de empregos diretos e indiretos em todas as fases da produção. Esta é, sem dúvida alguma, uma das maiores vantagens comparativas do nosso setor. Mais ainda. Historicamente o setor de papelão ondulado no Brasil e nos Estados Unidos têm apresentado altas taxas de reciclagem, sendo que as taxas brasileiras têm sido sistematicamente superiores às americanas.



Essas altas taxas de reciclagem representam forte contribuição da indústria do papelão ondulado ao meio ambiente. Nossas embalagens são 100% recicláveis e biodegradáveis e causam baixo impacto ambiental em todos os estágios de seu ciclo de vida. Esse ciclo de vida constitui uma cadeia praticamente fechada, na qual a embalagem usada é reciclada e novamente utilizada na fabricação de novas embalagens, tendo como fonte primária a fibra virgem oriunda de florestas plantadas, ou seja, de recursos renováveis. Portanto, nosso setor tem constantemente reduzido o impacto causado por suas embalagens ao meio ambiente, ao mesmo tempo em que tem mantido a funcionalidade e a economia dos produtos por elas embalados.

**Hoje, em função da questão ambiental, quais materiais estão em maior evidência no segmento de embalagem, entre plástico, papelão ondulado, papel, madeira, cartão, metal e vidro? O que está substituindo o quê?**

PP - Não há uma substituição de materiais, mas sim uma variedade de produtos que atendem a diferentes momentos de consumo. Hoje, o consumidor busca conveniência e facilidade de uso e em função dessa necessidade o mesmo produto pode ser encontrado em diversos tipos de embalagem, como por exemplo, molhos de tomate que são embalados em caixas cartonadas, metal, plástico flexível (*stand up pouches*) e vidro. Os diferentes materiais trazem importantes conceitos de sustentabilidade, como mostra a cartilha de Diretrizes de Sustentabilidade. Ou seja, desde processos limpos de produção, proteção dos produtos, otimização das matérias-primas, economia no transporte, capacidade de serem reciclados, entre outros.

**Com relação à utilização no segmento de embalagem, papelão, papel e cartão ainda compõem a maior parcela? Como está essa composição hoje envolvendo os materiais citados na pergunta anterior?**

PP - O segmento de papel, papelão e cartão ainda compõe a maior parcela. A produção física de embalagens por tipo de matéria-prima está segmentada em papel, papelão e cartão, 33,2%; plástico, 29,7%; metal, 26,6%; vidro, 8,7%; e madeira, 1,8%.

**A tecnologia digital vem revolucionando a vida do homem moderno em todos os seus aspectos. Quais as principais mudanças ou tendências no universo das embalagens?**

PP - O RFID, *Radio Frequency Identification*, sem dúvida trouxe muita otimização para a rastreabilidade, bem como processos de distribuição. Mas, a embalagem vai mais longe. Atualmente, a sociedade demanda interatividade e isso vem acontecendo pelas embalagens. Desde embalagens que viram jogos ou utilitários, que trazem o site da empresa ou códigos para promoções e jogos, até a possibilidade de se escanear pelo celular um personagem que terá vida na web. A comunicação sem dúvida virou uma via de mão dupla e a embalagem é a ferramenta que a marca tem para consolidar o seu relacionamento com os consumidores.