



Embalagem, um setor em que o Brasil não está atrasado

O artigo de Fábio Mestriner faz parte da série "Competitividade da Indústria Brasileira de Embalagem", tema do Fórum de Debates sobre Gestão da Competitividade da Indústria de Embalagem e de seus Usuários, que acontece em outubro, em São Paulo

Fábio Mestriner é designer com 31 anos de experiência profissional, professor de design da ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing e do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Embalagem da Escola Mauá de Tecnologia. Autor dos livros Design de Embalagem Curso Básico e Design de Embalagem Curso Avançado - Editora Pearson /Prentice Hall (livros didáticos adotados por mais de 30 universidades do País), Mestriner participa do grupo de trabalho que elaborou o PBD - Programa Brasileiro de Design. É presidente da ABRE - Associação Brasileira de Embalagem e representante do Brasil no board da WPO - World Packaging Organization. Criou e dirige a Packing, Agência Especializada em Design e Inteligência de Embalagem.

Qual é afinal o estágio de desenvolvimento da indústria brasileira de embalagem? Ouço esta pergunta recorrente muitas vezes, em locais e situações diferentes, e a resposta à questão é o título deste artigo.

Como Presidente da ABRE, convivo com destacados profissionais do setor, e através do trabalho dos comitês que a entidade mantém, concluo que o nosso País alcançou o nível internacional desta atividade.

Os números são expressivos, e o fato mais significativo é a presença no mercado brasileiro de dezoito entre as vinte maiores empresas de embalagem no ranking mundial. Estas empresas têm fábricas e atuam no Brasil guiadas por parâmetros mundiais de competitividade.

Para entender como chegamos a esta situação, há que se voltar no tempo e lembrar que empresas líderes mundiais como Nestlé, Lever, Johnson & Johnson, Colgate, estão no Brasil há décadas e trouxeram com elas os produtos do primeiro mundo. O padrão de consumo no País, os produtos e os supermercados, em tudo similar ao mercado americano, ensinaram aos brasileiros o que é realmente uma embalagem de primeira linha.

Pesquisa do Comitê de Estudos Estratégicos da ABRE, realizada pela Research International, mostrou que o consumidor brasileiro é bastante antenado, exigente e sabe discernir perfeitamente uma boa embalagem de uma embalagem inferior. "Ele deseja ser tratado pela indústria como um consumidor do primeiro mundo". Isso se deve ao fato de que aprendemos a consumir os produtos campeões mundiais das grandes multinacionais, divulgados por seus inesquecíveis anúncios de publicidade e adquiridos em modernos supermercados, exatamente iguais aos que encontramos na Europa e Estados Unidos.

Foi o padrão de consumo desenvolvido no País que obrigou a indústria de embalagem a evoluir para acompanhá-lo. Como a população é grande, a escala de produção justificou a instalação de todos os tipos de indústria, e mais de uma delas por tipo de

embalagem, o que desencadeou a permanente competição, origem da constante evolução do setor.

Para se ter uma idéia desta diversidade, o Centro de Apoio ao Desenvolvimento de Embalagem da ABRE tem cadastrados 7.158 fornecedores em todo o território nacional.

O faturamento do setor dobrou em cinco anos, saindo de R\$ 16,3 bilhões em 2000 para os previstos R\$ 33 bilhões em 2005. Como nem a produção física nem a evolução dos preços dobraram neste período, é fácil verificar que estão sendo produzidas embalagens de maior valor agregado para atender ao mercado de produtos populares, destinados às classes C e D. A diferença existente entre as embalagens das margarinas, dos refrigerantes e dos achocolatados mais caros dos produtos mais baratos é muito pequena.

Toda vez que uma indústria consegue apresentar uma solução de embalagem melhor para o consumidor obtém vantagem competitiva, obriga seus concorrentes a evoluírem para acompanhá-la e imprime uma dinâmica de constante inovação no setor.

O design, que desempenha importante papel na apresentação dos produtos, vem compensando, no Brasil, o baixo poder aquisitivo da população com soluções criativas, pois muitas vezes não consegue empregar recursos tecnológicos mais sofisticados e caros.

Neste aspecto, a exemplo do que acontece com a nossa propaganda, que hoje é reconhecida e ganha prêmios nos concursos internacionais, também o design de embalagem brasileiro vem obtendo sucesso nos concursos internacionais. Em 2004, foram mais de vinte prêmios conquistados.

Se o Brasil pretende competir com seus produtos no mercado internacional, precisará de boas embalagens, que atendam as exigências dos

diversos países; felizmente, tanto a indústria aqui instalada, como o design que produzimos estão prontos para atender a essa demanda.

O Brasil é hoje um país exportador de embalagem que começa a abrir mercado em todos os continentes. Em 2005, deverão ser exportados US\$ 300 milhões e a perspectiva é de superar US\$ 1 bilhão em cinco anos. A ABRE, através do seu Comitê de Exportação, vem trabalhando para aumentar a presença brasileira nos mercados internacionais.

Em síntese, ao analisar os vários parâmetros e pontos competitivos do setor, verifica-se que o País alcançou o padrão internacional de produção e ainda tem a seu favor o fato de ser auto-suficiente nas principais matérias primas. Com esses requisitos, o Brasil está pronto para se tornar um importante fornecedor mundial de embalagens."

"TODA VEZ QUE UMA INDUSTRIA APRESENTA UMA SOLUÇÃO DE EMBALAGEM MELHOR PARA O CONSUMIDOR OBTÉM VANTAGEM COMPETITIVA, OBRIGA SEUS CONCORRENTES A EVOLUÍREM E IMPRIME UMA DINÂMICA DE INOVAÇÃO AO SETOR"