

Uma Reflexão sobre o Setor de Embalagem em 2022

Não se trata de fazer previsões pois todos estamos cansados de previsões e pesquisas que erram o alvo.

O que me proponho fazer neste artigo é uma reflexão sobre o que pode acontecer com a embalagem no ano que vem aí.

Então, em primeiro lugar, é preciso lembrar para que serve a embalagem e qual a razão de sua participação indispensável na economia e na sociedade em que vivemos.

A embalagem existe para atender as necessidades e os anseios da sociedade e com ela vem evoluindo conforme as condições de vida se transformam.

Embalagem ao contrário do que muitos ainda pensam, não está relacionada apenas com o consumo, sua principal função é suportar a vida humana em todos os seus aspectos. Não é possível vacinar uma criança, tratar um doente, combater as pragas que destroem as lavouras e os alimentos, os ovos não conseguem deixar a granja e chegar até nossa mesa, o leite não consegue sair da vaca e chegar à geladeira da nossa casa, cestas básicas não conseguem ser distribuídas e nem esmo escovar os dentes a gente consegue sem embalagem.

Os produtos que abastecem nossas vidas chegam até nós através da embalagem, até tomar água mineral direto da fonte em que nunca fomos, ela torna possível.

É por isso que independente do que acontece, o setor de embalagem só cresce e evolui com novas propostas e tecnologias inovadoras.

Portanto, faz todo sentido prever que como tem acontecido consistentemente, o setor deve crescer em 2022.

Quando me perguntam sobre o futuro da embalagem, respondo que

“No Futuro vai haver mais Embalagens”

Esta afirmação está baseada nas pesquisas que fizemos no Núcleo de Estudos da Embalagem ESPM onde um grupo de professores especialistas em diversas áreas elaboram pesquisas e estudos neste tema que indicaram com bastante segurança que o setor deve continuar crescendo devido a diversos vetores que apontam numa

direção que nos permite observar para onde as coisas estão evoluindo.

É sobre estes vetores que podemos construir nossas apostas para o futuro, pois sabemos que ninguém almoça duas vezes e logicamente para que haja muitos almoços, restaurantes, *food service* e *delivery* de comida, é preciso que haja pessoas a serem alimentadas.

A população humana não para de crescer e em 2011 já éramos 7 Bilhões de indivíduos.

Estes seres humanos assistiram no último século uma evolução tecnológica sem precedentes e viram as economias de seus países e suas rendas *per capita* crescerem. A expectativa de vida aumentou e as pessoas se mudaram para as cidades deixando o campo, a horta, o curral e o galinheiro para viverem ao lado de supermercados e restaurantes.

O crescimento da população, a melhora das condições e da expectativa de vida, graças aos avanços da medicina da educação e da tecnologia, são o primeiro dos vetores que indicam uma demanda maior por embalagens.

Apenas para ficar com o exemplo do Brasil, um país predominantemente agrícola até a metade do século passado que se transformou numa sociedade urbana onde quase 90% da população vive nas cidades consumindo cerca de 85% dos alimentos embalados. Resumindo, mais pessoas, vivendo mais tempo, nas cidades, com maior renda *per capita* consumindo mais alimentos e bebidas embalados. Com mais produtos circulando pelo mundo, sendo que 80% de tudo que é produzido pela indústria sai das fábricas embalado o que tornou a embalagem o item industrial mais produzido no mundo.

Tudo isso somado ao recente fenômeno do *e-commerce* e do *delivery* turbinados pela epidemia que surgiu na China e se espalhou pelo mundo fazendo com que o consumo de embalagem crescesse ainda mais pois estas atividades exigem uma embalagem de entrega no *delivery* e uma segunda embalagem no *e-commerce*.

Vendas *online* de todos os tipos de artigos tem crescido exponencialmente e esta modalidade de comércio incorporou uma segunda embalagem acrescentada para permitir a entrega do produto no endereço dos consumidores.

Portanto, não resta dúvida que a demanda por mais embalagens vai continuar crescendo.

A indústria fornecedora deste importante item é caracterizada pelo emprego intensivo de tecnologia e pela busca da inovação pois todos os fabricantes de embalagem estão o todo tentando encontrar

soluções melhores e mais competitivas para sobrepujar seus concorrentes.

Este é um setor em que o Brasil não está atrasado, aqui estão instaladas muitos dos líderes mundiais que foram atraídos pela magnitude do mercado consumidor do nosso país uma vez que sabemos que só existem 6 países no mundo com mais de 200 milhões de habitantes.

A presença dos líderes mundiais fez com que a indústria nacional tivesse que adotar os mesmos padrões destas multinacionais para conseguir competir no mercado.

Tudo indica que o setor de embalagem no Brasil deve crescer novamente em 2022 restando apenas uma pergunta: “O que pode frustrar esta perspectiva de crescimento? “

Bem, a falta de matéria prima que já ocorreu em 2021 pode se repetir no próximo ano uma vez que devido à pandemia e a desorganização das cadeias logísticas pode gerar ruptura no fornecimento.

Minhas recomendações diante de tudo que foi até aqui exposto é que:

1 – Podemos esperar o aumento no consumo de embalagem com todas as oportunidades que ele traz.

2 – Devemos colocar atenção redobrada no planejamento de compras e nas alianças estratégicas com nossos fornecedores vitais de embalagem que devem ser tratados com a atenção que merecem.

3 – Lembrando que em 2022 ocorrerá a copa do mundo de futebol e as eleições nacionais, dois eventos tradicionalmente dinamizam a economia e o consumo e representam oportunidades com datas pré-fixadas que exigem planejamento antecipado ou cronograma reverso para serem aproveitadas.

São três pontos de observação que ajudam a prever que teremos um ano com mais oportunidades.

Assim sendo, a pergunta final que surge de tudo isso é:

“O que estamos fazendo para nos preparar melhor para aproveitar as oportunidades que vão surgir em 2022 e a perspectiva de crescimento que ele nos apresenta? “

Fabio Mestriner

Professor coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem ESPM

Autor dos livros Inovação na Embalagem – Método Prático e

Gestão estratégica de Embalagem