

O impacto da nova classe média brasileira no segmento de embalagens

DIETER BRANDT

PRESIDENTE DA HEIDELBERG PARA A AMÉRICA DO SUL.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), os dados consolidados do IBGE haviam apontado queda de 1,6% da produção da Indústria Gráfica Brasileira no ano de 2009 em relação a 2008. Já os dados de setembro de 2010 mostram um aumento de 6,52% na produção da indústria no acumulado dos últimos 12 meses, de outubro de 2009 a setembro de 2010. A produção do setor já superou os níveis do bom ano de 2008, anterior à crise, em 3,85%.

As projeções da Abigraf são de que o setor encerre 2010 com crescimento de 4,2% em relação ao exercício anterior, quando faturou 23 bilhões de reais. Cerca de 45% desse movimento no ano passado diz respeito ao segmento de embalagens de papel-cartão, que, no primeiro semestre deste ano, foi o que também mais contribuiu para a expansão setorial, com aumento de 14,2%.

Considerados um "termômetro" da atividade econômica, os dados das gráficas de embalagem

são extremamente positivos. Os números evidenciam o crescimento do setor, que tem investido em equipamentos de ponta e tecnologia e está cada vez mais apto a atender ao crescente mercado nacional e à expansão demográfica indicada no Censo 2010, que mostrou serem mais de 190 milhões os habitantes do País. É preciso considerar que, além do maior número de brasileiros, também se verificou expressivo crescimento da

Classe C, constituída por famílias com renda de 1.115 a 4.808 reais, que passaram a representar 52% da população.

De acordo com Marcelo C. Nérís, economista da Fundação Getúlio Vargas e autor do trabalho "A nova Classe Média", a expansão da renda per

capita dos pobres no Brasil, entre 2001 e 2008, foi de 72%, alcançando quase 10% ao ano. As principais causas desse positivo fenômeno foram o aumento da massa salarial, responsável por quase 33% da melhora; o Programa Bolsa-Família (17%); e a Previdência (15%).

Nesse cenário, o segmento de embalagens de papel-cartão tem missão muito importante, pois é estratégico no sentido de contribuir para que toda essa gama de novos consumidores seja atendida com produtos de qualidade. Como se sabe, esses invólucros são bastante adequados, sob o aspecto de conservação e segurança, para o acondicionamento, dentre outros itens, de alimentos, medicamentos e cosméticos (estes últimos têm no Brasil o

seu segundo maior mercado, atrás apenas dos Estados Unidos).

Ademais, as embalagens de papel-cartão apresentam numerosos diferenciais: versatilidade; infinitas possibilidades de tamanhos, formas e espessuras; superfície que facilita a inserção de conteúdos informativos sobre os produtos; facilidades quanto à logística e distribuição; apresentação e impressão perfeitas; apelos de marketing e integração às campanhas publicitárias; importante influência na decisão de compra do consumidor no varejo; valor agregado ao produto pela beleza e caráter lúdico; e perfeito posicionamento visual nas gôndolas dos pontos de venda. O potencial é enorme, especialmente em um País como o Brasil que está em plena fase de desenvolvimento com forte crescimento. Além disso, embalagens de papel-cartão podem ser absolutamente alinhadas à causa da sustentabilidade, pois sua matéria-prima é reciclável e advém da cultura de florestas, já que no Brasil não se derruba uma árvore sequer para o processamento de papel e celulose.

Considerados um 'termômetro' da atividade econômica, os dados das gráficas de embalagem são extremamente positivos. Os números evidenciam o crescimento do setor, que tem investido em equipamentos de ponta e tecnologia e está cada vez mais apto a atender ao crescente mercado nacional
