

Impacto da nova classe média no setor de embalagem

(DIETER BRANDT)

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 R\$ 23 bilhões. 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%. Considerado 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. preciso considerar que, além do maior número de brasileiros, também se verificou expressivo crescimento da Classe C, constituída por famílias com renda de R\$ 1.115 a R\$ 4.808, que passaram a representar 52% da população. De acordo com Marcelo C. Nérís, economista da Fundação Getulio 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. * Presidente da Heidelberg para a América do Sul