

Sobre cascas e exteriores...

Categories : [Helena Artmann](#)

Qual a primeira coisa que você nota em um produto no supermercado? Você pode até responder o nome do produto, ou mesmo a composição dele, mas você só encontra estas informações se der de cara com a embalagem. Portanto, no final, é a embalagem que vai chamar sua atenção!

Estive outro dia em um workshop sobre embalagens e fiquei surpresa e impressionada com o que vi, ouvi e aprendi. A embalagem de um produto é importante por vários motivos, incluindo armazenagem, transporte e, finalmente, a venda, e podemos aprender a escolher o produto que a utiliza de forma mais consciente e ecológica. Parece simples, mas é complexo e tem empresas aqui em Calgary tendo soluções super criativas para resolver um problema complicado e, muitas vezes, caro.

Podemos dividir os diferentes 'níveis' de embalagens em primárias (o tubo da pasta de dente, por exemplo), secundárias (a caixa que contém a pasta de dente) e terciária (a caixa que é usada para transportar caixas de pasta de dente). Só com estes exemplos já dá para ver que a coisa é complexa: uma simples pasta de dente consome três tipos diferentes de embalagem! Vidro, papel, plástico, metal, madeira e estes materiais combinados são usados para embalar mercadorias de todos os tipos. No valor final de uma mercadoria, a embalagem soma 10% - por ser uma quantia relativamente baixa, o mais importante é ter uma embalagem eficiente que mantenha o produto em excelentes condições. Perdas de produtos são comuns com embalagens que não cumpriram sua função de proteção e isto acaba tendo um custo ainda maior que a própria embalagem, tanto para o fabricante quanto para o meio-ambiente.

Tanto as embalagens quanto produtos feitos de materiais virgens consomem importantes bens do planeta. No caso da embalagem, assim que atinge seu objetivo ela será reutilizada (ideal), reciclada (melhor que nada) ou jogada fora (um desperdício!). Em alguns países da Europa as regulamentações são rígidas e alguns materiais como PVC (*polyvinyl chloride*), EPS (*expanded polystyrene*) e metais pesados não podem ser usados em determinados países e para embalar alguns produtos restritos. Mais importante que isso, as embalagens na Comunidade Européia são submetidas a Requerimentos Essenciais para Embalagens, que significa que todos os componentes e sistemas das embalagens devem:

1. utilizar pouco material virgem;
2. seguir os limites de metais pesados;

-
3. seguir os requerimentos mínimos para outras substâncias tóxicas ou perigosas;

 4. ser reciclável, compostável e/ou liberar alguma energia quando incinerado. As embalagens precisam alcançar um certo nível exigido em cada área, além de requerimentos adicionais, para ser considerado compostável ou reutilizável.

Vários países limitam a quantidade de espaço vazio dentro de uma embalagem numa tentativa de reduzi-las e prevenir o marketing ‘mentiroso’, outros exigem o uso de material reciclado em embalagens de plástico, por exemplo. Como incentivo, alguns dão descontos nas taxas para embalagens que contém no mínimo 50% de material reciclado. Empresas que operam em determinados mercados precisam completar formulários periódicos falando sobre seus esforços para reduzir as embalagens, seus objetivos e progressos em relação a metas anteriores. Tudo isso faz mais sentido quando vemos alguns números: na Europa, a embalagem representa 17% de todo o lixo sólido municipal, sendo 70% vidro, 60% plástico e 40% papel/papelão.

Em relação ao Canadá, algumas províncias como Ontário, Quebec e Manitoba possuem regulamentações que exigem o pagamento de pelo menos 50% do custo (80% no caso de Manitoba) dos programas de reciclagem para a comunidade chamados *Blue Box* (coleta seletiva em casa – não inclui coleta em empresas). Em 2005, 861.000 toneladas de embalagens e papéis impressos foram reciclados em Ontário. Em 1990 o *Canadian Council of Ministers of Environment* (CCME) endossou o *National Packaging Protocol* que tinha como meta reduzir o total de perda com embalagens em 50% até o ano 2000. Esta meta foi atingida em 1996 e a maioria das melhorias foi feita na parte não visível dos negócios, como os estoques, por exemplo.

Durante o *workshop*, duas empresas mostraram seus resultados com soluções criativas relativas a embalagens para transporte de seus produtos. Uma delas foi a Parmalat, que trocou o processo manual de embrulhar seus *palets* de laticínios em filme plástico por uma máquina que amarra o *palet* com umas 2 ou 3 fitas de polipropileno – a máquina se pagou em pouco mais de um ano, apenas com a economia feita. Além disso, diminuiu a quantidade de lixo que sobrava do processo, os *palets* passaram a ficar mais estáveis e fortes, aguentando melhor as viagens entre cidades e províncias. Quando o processo era feito à mão, eles gastavam um *palet* de filme por semana ou 140gr de filme por *palet*, gerando um volume de lixo imenso depois que o *palet* era aberto. Com a máquina, eles gastam um *palet* de fitas por mês e apenas 25gr de fita por *palet*. Com isso, reduziram mais de 50% o custo com embalagens, além de \$130.000 (em dólares canadenses) por ano em gastos com funcionários, incluindo seguro por acidente.

A outra empresa chama-se Lululemon e é uma empresa de roupas e materiais para yoga. Para diminuir o gasto com caixas de papelão no envio das peças para as 38 lojas espalhadas pelo país, eles encontraram umas caixas de plástico sólidas e duráveis do tamanho exato para entrar os colchões de yoga enrolados. As caixas foram compradas de uma empresa que não as queria

mais, o que custou 4 vezes menos à Lululemon (ao invés de \$0.40 por caixa, pagaram apenas \$0.10), e eles ainda reutilizaram um produto fadado ao aterro sanitário. Outra coisa interessante, elas são reutilizáveis quase *ad infinitum*. E eles também reenviam tudo o que o fornecedor enviou, como aqueles flocos de isopor para proteger a mercadoria. Um dos motivos que levou a empresa a buscar esta solução foi a redução de seu impacto na Terra. A Lululemon começou a usar as caixas em 2006 e já economizou mais de \$60.000 (em dólares canadenses) em taxas de lixo e em não precisar comprar papelão. Esperam economizar mais de \$100.000 em 2007. Um importante benefício da nova estratégia é proteger melhor o produto, inclusive da água, e eles conseguiram reduzir a perda de produtos nos transportes de 2% para 0.5%!

No final dos anos 60, a Coca-Cola fez um estudo (*Life Cycle Assessment – LCA* – importância do ciclo de vida, em uma tradução mais do que literal) sobre diferentes tipos de embalagens para seus produtos e, por isso, mudou a garrafa de seus refrigerantes de vidro para plástico. LCA é uma ferramenta quantitativa que define a importância e o peso dos diferentes estágios de produção, desde a extração e processamento de materiais virgens até o consumo dos produtos, do início ao fim de seu ciclo, em relação ao meio ambiente. A Coca-Cola estudou sobre o aumento do uso de plástico na indústria de embalagens em relação ao consumo de energia e acabou utilizando uma visão holística que olhava para múltiplos fatores incluindo recursos de energia, outros recursos naturais, emissão de ar, resíduos sólidos, e emissão de água.

O consumidor julga a embalagem pelo material e pela capacidade de reciclagem/retorno – os efeitos ambientais da produção das embalagens são simplesmente ignorados! Com isso, as empresas têm enormes desafios em escolher a embalagem que oferece o melhor custo em relação ao meio ambiente, que compra a sua função de proteger o produto e satisfaça o consumidor. As sugestões são de educar os consumidores de seus produtos para que eles entendam o motivo que o levou a optar por determinada embalagem. As saladas orgânicas da marca Newman's Own vêm em embalagens feitas de um polímero biodegradável a base de milho que podem ir para a compostagem. No entanto, em Halifax isso faz sentido, já que eles têm coleta seletiva que inclui o lixo orgânico. Em Calgary, estas embalagens acabam indo para o aterro sanitário, já que não temos coleta seletiva aqui, o que acaba gerando mais um problema do que uma solução.

Algumas dicas para empresas:

- Veja suas opções de embalagens e considere todas elas;
- Pense ‘fora da caixa’, em uma tradução literal da frase ‘outside the box’. Ou seja, seja criativo;
- Procure implementar medidas de cortes de trabalho, custo e tempo;
- Reveja suas opções anualmente.