

TAMPAS DE ABERTURA TOTAL PARA LATAS E O MERCADO BRASILEIRO

Sílvia T. Dantas

As tampas de abertura total para fechamento de latas de produtos alimentícios foram introduzidas no Brasil no início de 1991, para o acondicionamento de produtos de tomate e legumes em conserva. Embora a princípio várias empresas tenham adotado este tipo de tampa, ampliando o uso também para derivados de leite, verificou-se que com o passar do tempo houve uma redução progressiva na sua aplicação. Atualmente o Brasil dispõe de uma capacidade instalada de produção de tampas de abertura total superior à demanda.

O principal fator determinante desta redução concentra-se na ocorrência de problemas de manuseio das latas, resultando em ferimentos no consumidor e a conseqüente reclamação junto ao produtor. Em geral estes fatos são atribuídos ao manuseio incorreto da embalagem, por desconhecimento ou por acidentes eventuais no procedimento de abertura.

Em função disto, muitos profissionais ou empresas consideram hoje que a tampa de abertura total é um problema e não um recurso de marketing, desaconselhando os usuários de latas em relação ao seu uso.

Entretanto, a nível internacional tem se observado a situação contrária, ou seja, a tampa de abertura total atualmente é considerada um must para as embalagens metálicas, tendo ocorrido um crescimento na sua aplicação nos últimos anos. Este fato foi motivado pela mudança de atitude do consumidor, que considera a facilidade de abertura um requisito básico nos produtos.

O mercado de latas de aço com tampa de abertura total representa hoje na Europa 32% do total. Seu crescimento ocorreu a partir de 1990, quando foi introduzida para latas de pet food por um grande produtor. Atualmente observa-se uma taxa de crescimento de cerca de 8% ao ano. Os principais produtos acondicionados em latas com tampas de abertura total são pet food (90%), pescados (68%), vegetais (30%), alimentos prontos (23%) e conservas de frutas (17%).

De acordo com estudos recentes, a percepção da tampa de abertura total na Europa pelos consumidores é de que esta embalagem é fácil de abrir, enquanto que há dez anos atrás a situação era diferente, principalmente em função da falta de conhecimento adequado do sistema. Para um determinado produto, mesma marca e mesma quantidade, 83% dos consumidores europeus preferem a lata com tampa de abertura total, mesmo que tenha um pequeno acréscimo de preço no produto. Os aspectos negativos mencionados na pesquisa referem-se ao rompimento do anel, dificuldade em segurar o anel para iniciar a abertura, falta de segurança e receio de projeções, principalmente em latas retangulares. Em resumo, a imagem da tampa de abertura total

melhorou consideravelmente, mas ainda deverão ser realizadas melhorias, de forma a se ter um sistema totalmente aceito pelo consumidor.

No Brasil, a 2ª Pesquisa sobre Embalagens e Consumo DIL/ Research International/ Alusa, realizada em 1994, mostrou como principal ponto negativo da lata a dificuldade de abrir, citada por 49% dos entrevistados. Embora tenha havido uma melhoria importante na percepção do consumidor a este respeito, pois na pesquisa anterior, realizada em 1992, este número era de 81%, ainda é necessário maior progresso, no sentido de anular esta imagem.

É importante observar que também no Brasil o consumidor está exigindo facilidade de abertura nas embalagens. Um bom exemplo disto é o sucesso alcançado pela Van den Bergh Alimentos com a lata abre fácil para o molho de tomate Pomarola, que alcançou aumento de participação no mercado de 43,0% em 1994, anteriormente à introdução da lata abre fácil, para 45,6% em 1996, sendo que deve ser mencionado que houve ainda um aumento no mercado de molhos de 36000 toneladas para 51000 toneladas entre 1994 e 1996.

AS NECESSIDADES DE MELHORIA NAS TAMPAS DE ABERTURA TOTAL

Os principais itens de melhoria nas tampas de abertura total são:

- maior resistência do anel
- menor força de abertura
- melhor proteção contra a corrosão do semi-corte
- uso de tecnologias com proteção das extremidades cortantes após a abertura da tampa

Estes desenvolvimentos têm ocorrido a nível nacional e internacional. A proteção de extremidades cortantes, tanto no painel removido como no anel mantido recravado na lata, são utilizados há vários anos nos EUA e outros países e foram recentemente desenvolvidos também no Brasil pela empresa Rheem. As Figuras 1 e 2 exemplificam dois sistemas disponíveis, onde no primeiro caso tem-se a proteção no anel recravado e no segundo a proteção nas duas extremidades, ou seja, no anel e no painel da tampa.

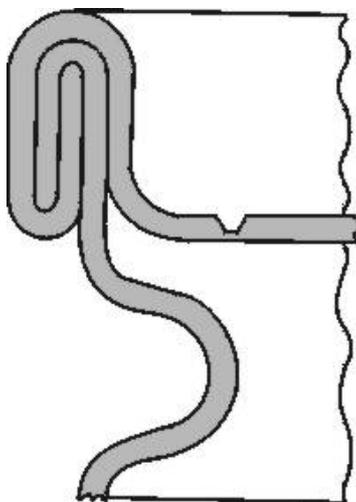


FIGURA 1. Seção transversal de lata recravada mostrando o sistema de proteção no anel.

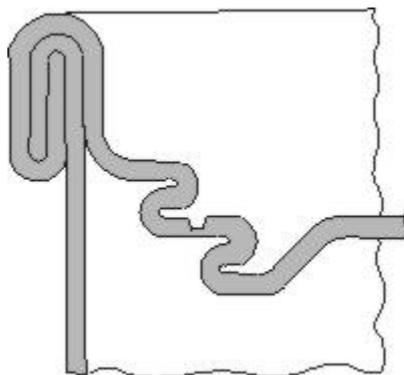


FIGURA 2. Seção transversal de lata recravada mostrando o sistema de proteção no anel e no painel removido.

A proteção contra a corrosão tem sido proporcionada por alterações de design da tampa ou pela aplicação de revestimento orgânico sobre o semi-corte.

O aumento da resistência do anel e a redução da força necessária à abertura têm sido objeto de estudos contínuos. Recentemente foi lançada pela empresa Buhrke Tech International uma nova tampa de abertura total, conforme ilustrado na Figura 3, que apresenta progressos em diferentes itens, como maior facilidade de abertura, maior resistência do anel e redução de custo de material utilizado no anel. A maior facilidade de abertura é alcançada pela alteração do design do painel, que promove um maior arco de rompimento na abertura inicial (pop), resultando na redução de cerca de 2 lbs na força de rasgamento. As modificações no formato do anel permitem que se alcance as outras vantagens.

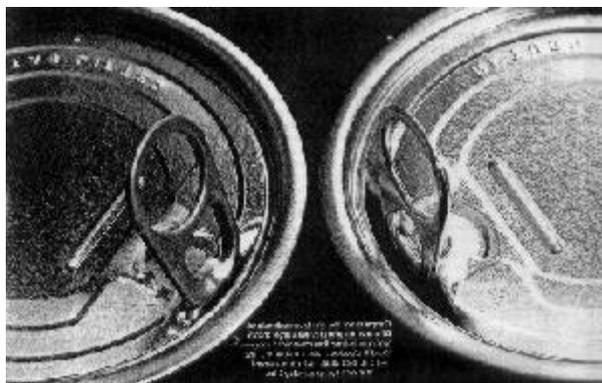


FIGURA 3. Ilustração das tampas de abertura total normais (à esquerda) e do novo tipo (à direita), mostrando o maior arco de abertura inicial na última.

Assim, de forma a acompanhar a tendência mundial, as empresas produtoras e usuárias de embalagens metálicas brasileiras deverão cada vez mais voltar sua atenção à exigência do consumidor e empenhar-se em informá-lo corretamente e supri-lo com as facilidades de manuseio pelas quais o mercado anseia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIL CONSULTORES EM DESIGN E COMUNICAÇÃO DE MARKETING. **Produto & Embalagem.** 2ª pesquisa sobre embalagem - Brasil 1992/1994 - Chile 1994. São Paulo: DIL [s.d.] 19p.

EASY open food ends made easier to open. **Cantech International**, Chicago, v.4, n.2, p.18-23, March 1997.

MORRISON, J. Safety in easy open ends. **The Canmaker**. Surrey, v.4, p.14, 16, 17, Jan. 1991.

RESNITZKY, M.H. Tendências de embalagens para alimentos. In: IoPP/CETEA - SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE EMBALAGEM. São Paulo, 1997. **Anais...** Campinas: CETEA/IoPP, 1997. 9p.

STRUYVEN, F. Contribution to promotion of full easy open end. In: INTERNATIONAL TINPLATE CONFERENCE, 6, London, 1996. **Proceedings...** Middlesex: International Tin Research Institute, 1996. p.22-24.