

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO INSTITUTO MAUÁ DE TECNOLOGIA**

**HISTÓRIA DA EMBALAGEM DE MAIONESE NO BRASIL**

**SÃO CAETANO DO SUL  
2015**

**GILMARA CRISTINA RUIZ BERNARDO**

**HISTÓRIA DA EMBALAGEM DE MAIONESE NO BRASIL**

Monografia apresentada ao curso de Pós Graduação em Engenharia de Embalagem, da Escola de Engenharia Mauá do Centro Universitário do Instituto Mauá de Tecnologia para a obtenção do título de Especialista.

Orientador: Prof. Antonio C. D. Cabral

**SÃO CAETANO DO SUL  
2015**

Bernardo , Gilmara Cristina Ruiz  
História da Embalagem de Maionese no Brasil / Gilmara Cristina Ruiz  
Bernardo. São Caetano do Sul, SP.; 2015.  
51p.

Monografia — Pós Graduação em Engenharia de Embalagem. Centro  
Universitário do Instituto Mauá de Tecnologia, São Caetano do Sul, SP, 2015.  
Orientador: Prof. Antonio C. D. Cabral

1. Maionese 2. História 3. Embalagem I. Bernardo, Gilmara Cristina Ruiz. II.  
Instituto Mauá de Tecnologia. Centro Universitário. Centro de Educação  
Continuada. III. Título A História da Maionese.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a todas as pessoas que torceram por mim e me incentivaram a continuar com meus estudos, mesmo quando os problemas pareciam não ter solução.

Em especial à minha mãe que foi uma grande mulher, batalhadora e guerreira, que me encorajou a seguir em frente mesmo quando as dificuldades surgiram, e hoje apesar de não tê-la ao meu lado escuto sua voz me incentivando a seguir em frente e não desistir dos meus sonhos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a compreensão, o incentivo e a paciência do meu marido Erick Bernardo e da minha família pelas vezes que estive ausente das reuniões, festas e encontros.

## RESUMO

Este trabalho possui a finalidade de sintetizar em um único documento a História da Embalagem da Maionese, explicando desde o surgimento do molho até sua chegada ao Brasil, em 1962. Aborda os diferentes tipos de materiais utilizados para o envase do produto, como por exemplo os potes de vidro, PET e as embalagens flexíveis. O trabalho é baseado na maionese Hellmann's por ser a marca mais mencionada entre os consumidores. Apresenta a evolução das embalagens até 2015 onde é considerado o intervalo de tempo de 1962 a 2001 para o passado, o presente inicia-se em 2004 e vai até 2015, o futuro é baseado nas tendências abordadas no Brasil Pack Trend 2020 a partir das tendências de sustentabilidade, novas tecnologias e simplicidade de uso, e é apresentada uma embalagem conceito.

**Palavras-chave:** maionese. história. evolução das embalagens. tendência.

## ***ABSTRACT***

This work has the purpose to synthesize in one document the history of Packaging Mayonnaise, explaining since the appearance of the sauce until his arrival in Brazil in 1962. It addresses the different types of materials used for the packaging of the product, such as the glass jars , flexible packaging and PET . The work is based on Hellmann's mayonnaise for being the most mentioned brand among consumers . Shows the evolution of packaging by 2015 which is considered the 1962-2001 time range for past, present, begins in 2004 and runs until 2015 , the future is based on the trends addressed in the Brazil Pack Trend 2020 from the trends sustainability , new technology and simplicity of use , and a packaging concept is presented .

*Keywords:* mayonnaise. history. development of packaging. trend

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

- FIGURA 1 – IMAGEM DE PORT MAHON EM 1756
- FIGURA 2 - PERFIL DO CONSUMIDOR
- FIGURA 3 - MAIONESE VEGANA
- FIGURA 4 - PARTICIPAÇÃO DOS SABORES NO VOLUME DE VENDAS
- FIGURA 5 - PARTICIPAÇÃO DAS EMBALAGENS NO VOLUME DE VENDAS
- FIGURA 6 - FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE MAIONESE COM AMIDO MODIFICADO PRÉ-GELATINIZADO
- FIGURA 7 - FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE MAIONESE COM AMIDO MODIFICADO NORMAL
- FIGURA 8 - EXEMPLOS DE TAMPA METÁLICA E PLÁSTICA PARA MAIONESE
- FIGURA 9 - EMBALAGEM EM PET de 500 gr e 250 gr
- FIGURA 10 - EMBALAGEM STAND UP POUCH
- FIGURA 11 - EMBALAGEM BISNAGA 250GRAMAS
- FIGURA 12 - EMBALAGEM DE BALDE
- FIGURA 13 - EMBALAGEM DE SACHÊ
- FIGURA 14 - EMBALAGEM SQUEEZE
- FIGURA 15 - EMBALAGEM SACO PLÁSTICO
- FIGURA 16 - EMBALAGEM CARTONADA
- FIGURA 17 - CRONOLOGIA DAS EMBALAGENS HELLMANN'S
- FIGURA 18 – LANÇAMENTO DA MAIONESE HELLMANN'S NO BRASIL, 1962
- FIGURA 19 – LANÇAMENTO DO VIDRO DE 500gr, 1964
- FIGURA 20 – LANÇAMENTO DA MAIONESE TEMPERADA COM LIMÃO, 1975
- FIGURA 21 – LANÇAMENTO DA EMBALAGEM CARTONADA, 1975
- FIGURA 22 – SELO DE VEDAÇÃO, 1985
- FIGURA 23 – INCLUSÃO DE RECEITAS NOS RÓTULOS, 1985
- FIGURA 24 – SUBSTITUIÇÃO DA TAMPA METÁLICA PELA DE PLÁSTICO, 1986
- FIGURA 25 – LANÇAMENTO DA VERSÃO LIGHT DE MAIONESE, 1990
- FIGURA 26 – LANÇAMENTO DA BISNAGA, 1990
- FIGURA 27 – LANÇAMENTO DA MAIONESE EM EMBALAGEM FLEXÍVEL DE 200 GRAMAS, 1993
- FIGURA 28 – AUMENTO DO DIÂMETRO DA BOCA DO FRASCO, 1997

FIGURA 29 – REDUÇÃO DO TAMANHO DA TAMPA, 1997

FIGURA 30 – EMBALAGEM FLEXÍVEL EM PET COM BICO DOSADOR, 1998

FIGURA 31 – LANÇAMENTO DE NOVOS SABORES E INCLUSÃO DE NOVO TAMANHO DE POTE, 2000

FIGURA 32 – LANÇAMENTO DAS EMBALAGENS COM BICO DOSADOR PARA MAIONESE LIGHT

FIGURA 33 - LANÇAMENTO DA EMBALAGEM EM BALDE DE 3KG

FIGURA 34 – LANÇAMENTO DAS EMBALAGENS EM PET, 2004

FIGURA 35 – EMBALAGEM DE 1KG EM STAND UP POUCH

FIGURA 36 – EDIÇÃO LIMITADA – CAMPANHA DA COPA DO MUNDO, 2006

FIGURA 37 – LANÇAMENTO DE NOVOS SABORES E INCLUSÃO DO RÓTULO SLEEVE, 2007

FIGURA 38 – LANÇAMENTO DA EMBALAGEM COM SABOR EM SACHÊ DE 200GR, 2007

FIGURA 39 – LANÇAMENTO DA MAIONESE ZERO COLESTEROL, COM VISUAL MAIS MODERNO, 2008

FIGURA 40 – LANÇAMENTO DA HELLMANN'S DELEITE, À BASE DE LEITE, 2008

FIGURA 41 – LANÇAMENTO DA PRIMEIRA MAIONESE COM POSICIONAMENTO PREMIUM DA MARCA, 2011

FIGURA 42 – LANÇAMENTO DA MAIONESE GOURMET, 2013

FIGURA 43 - LANÇAMENTO DO SACHÊ ABRE FÁCIL, 2015

FIGURA 44 – TENDÊNCIAS DE EMBALAGEM

FIGURA 45 - EMBALAGENS DE FÁCIL PREPARO

FIGURA 46 - EMBALAGENS DE ABERTURA FÁCIL

FIGURA 47 - EMBALAGENS DE PRATICIDADE PARA O CONSUMO

FIGURA 48 – EXEMPLO DE EMBALAGENS SOFISTICADAS

FIGURA 49 – EXEMPLO DE EMBALAGENS ATIVAS E INTELIGENTES

FIGURA 50 – EXEMPLO DE EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS

FIGURA 51 - TENDÊNCIA DA EMBALAGEM DE MAIONESE PARA O FUTURO

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	10
1.1 OBJETIVO .....	14
1.2 JUSTIFICATIVA .....	15
<b>2. PROCESSO DE FABRICAÇÃO E FORMAÇÃO DA MAIONESE.....</b>	16
2.1 COMPOSIÇÃO DO PRODUTO .....	18
2.2. MATERIAIS DE EMBALAGEM UTILIZADOS .....	20
2.2.1 Embalagem de Vidro.....	20
2.2.2 Embalagem Plástico Rígido .....	21
2.2.3 Embalagem Flexível Stand Up Pouch.....	22
2.2.4 Embalagem de Bisnaga .....	23
2.2.5 Embalagem em Baldes .....	24
2.2.6 Embalagem em Sachê.....	25
2.2.7 Frascos Squeeze .....	25
2.2.8 Embalagem Saco.....	26
2.2.9 Embalagem Cartonada .....	26
<b>3. LINHA DO TEMPO DAS EMBALAGENS.....</b>	28
3.1 O PASSADO (ATÉ 2001).....	29
3.2 PRESENTE .....	36
<b>4 FUTURO .....</b>	42
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	49
<b>REFERÊNCIAS: .....</b>	50

## 1 INTRODUÇÃO

A maionese é considerada um dos molhos mais famosos do mundo, podendo ser utilizada para dar textura, mais sabor na elaboração de um prato ou até mesmo como simples aplicação sobre um sanduiche ou petisco.

Existem várias histórias sobre a origem deste molho, sendo que a mais interessante começa no ano de 1756, quando se iniciava a Guerra dos Sete Anos (1756 a 1763). O rei francês Luis XVI ordenou ao seu general Louis François Armand de Vignerot de Plessis, terceiro Duque de Richelieu, que conquistasse a ilha Minorca para os ingleses. A primeira cidade a ser conquistada pelo Duque de Richelieu foi à cidade de Mahon. Para comemorar essa vitória o cozinheiro do Duque foi incumbido de preparar um “banquete”, porém com a escassez dos alimentos que existiam naquele cenário de guerra, sem natas para fazer o molho que pretendia para acompanhar a comida, o criativo cozinheiro decidiu utilizar azeite, ovos e sal. O resultado foi muito apreciado por todos os convidados, e então foi decidido batizar esse molho como *Mahonaise*, em uma referência à primeira conquista a cidade de Mahon (PIRES, 2015).

FIGURA 1 - Imagem de Port Mahon em 1756



FONTE: Origem das Coisas<sup>1</sup>

Porém, foi no ano de 1905 que o imigrante alemão, Richard Hellman, proprietário de uma loja gourmet que vendia produtos artesanais na cidade de Nova York usou a receita de sua esposa

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://origemdascoisas.com/a-origem-da-maionese/>>

para vender saladas guarnecidas com molho “maionese” (DIAS, 2006). Para facilitar as vendas e por motivos de higiene, em 1913, a maionese passou a ser vendida em potes de vidro. Isso contribuiu para a comercialização em larga escala, pois a aceitação da população foi rápida e o produto passou a ser o complemento mais desejado para sanduiches e petiscos. Com o crescimento das vendas, Richard Hellman abriu sua primeira fábrica nos Estados Unidos com a produção da tradicional maionese; todavia, o nome Hellmann’s só começou a ser utilizado como marca registrada a partir de 1926. Inicialmente era comercializado somente um tipo do produto, porém ainda na década de 20 foram introduzidos novos sabores como Tartar Sauce e a Sandwich Spread. (UNILEVER, 2015).

Em 1932, a empresa Hellmann’s foi adquirida pela maior empresa do segmento alimentício dos Estados Unidos, a Best Food, que manteve o nome Hellmann’s e logo ganhou espaço em todo o território americano pelo grande sucesso, o que contribuiu para a expansão internacional. A maionese chegou ao Brasil em 1962 através da empresa Refinações de Milho Brasil, que em 2000 foi vendida para a empresa Unilever que manteve o crescimento global. O maior concorrente da marca quando chegou ao Brasil foram com os molhos caseiros, e a maior dificuldade foi fazer o consumidor adquirir o hábito de consumir um produto pronto, porque a dona de casa considerava o produto industrializado inferior ao preparado em casa. Ações de Marketing foram decisivas para a aceitação do produto, com campanhas com slogans como “facilita a vida na cozinha”, “não desanda” e “reduz o risco de intoxicação”, O ano de 2012 foi marcado como a melhor performance para a maionese Hellmann’s, pois atingiu 69% das menções do TOP OF MIND. Mesmo sendo a marca líder do segmento, ainda existia a necessidade de diversificar o hábito do consumidor para que este utilizasse seus produtos de outras formas, de incentivar o uso da maionese em outros alimentos e de fazer o consumidor entender que o produto era um alimento saudável; esses eram obstáculos ainda serem superados pela Hellmann’s. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012).

A marca ainda é a mais lembrada pelos consumidores, como pode ser verificado na Tabela 1. Entretanto, novas marcas foram introduzidas neste segmento como Primor, Soya, Liza e Salada.

TABELA 1 - MIX DE MARCAS CLASSIFICAÇÃO POR ÍNDICE DE LEMBRANÇA DE SUPERMERCADISTA

2015	2014
1 Hellmann's **	1 Hellmann's *
2 Arisco	2 Arisco
3 Soya	3 Soya
4 Liza	4 Liza
5 Quero	

\* entre 30% e 49% das menções

\*\* acima de 50% das menções

FONTE: Guia de Categorias 2015 (BRF)

É possível observar na figura 2, que a mulher ainda é quem define a compra para este tipo de produto com 60%. O consumo pelas classes AB e CDE representam respectivamente 50%, cada. É importante ressaltar que o perfil de compra para esta categoria de produto é, em média, de apenas 6 vezes por ano, desta forma, é importante que os pontos de venda incentivem as compras por impulso, criando, por exemplo, promoções ou venda casada para os consumidores.

FIGURA 2: PERFIL DO CONSUMIDOR



FONTES: Unilever e Cargill / Fontes de variação de preço: IPCA/IBGE, 2015

Apesar de o sabor tradicional liderar com folga o ranking do volume de vendas, com 97,7%, como mostrado na Figura 4, as indústrias de maionese estão atentas aos novos consumidores que buscam uma alimentação saudável e balanceada. Desta forma, melhoraram continuamente a

formulação de seus produtos com a redução de sal, a redução de calorias e a introdução de novos sabores.

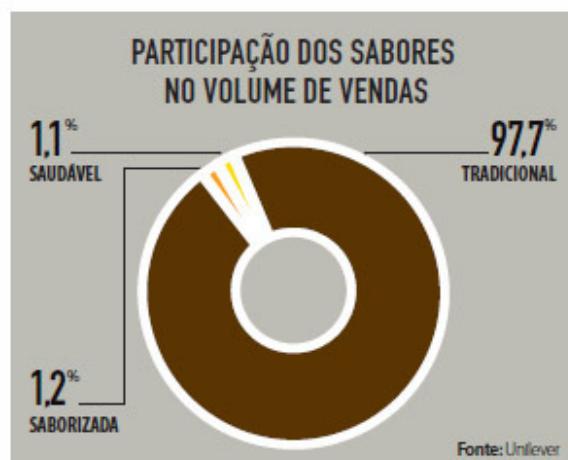
Pode-se citar o exemplo da empresa Hampton Creek, que no final de 2014 lançou nos Estados Unidos uma maionese livre de ingredientes de origem animal e com ervilhas amarelas no lugar de ovos (Figura 3). Além de saudável, ela possuía um sabor que conquistou os consumidores e os profissionais da gastronomia. O sucesso da aceitação do produto incomodou a gigante Unilever.

FIGURA 3 - MAIONESE VEGANA



FONTE: Chaves, 2014

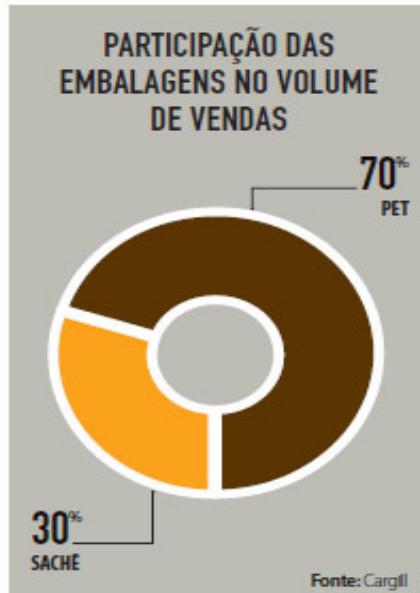
FIGURA 4 - PARTICIPAÇÃO DOS SABORES NO VOLUME DE VENDAS



FONTE: Unilever, 2015

As embalagens em potes plásticos lideram o volume de vendas, representando 70%, enquanto as embalagens flexíveis (sachês) representam 30% deste mercado, como mostrado na Figura 5.

FIGURA 5 - PARTICIPAÇÃO DAS EMBALAGENS NO VOLUME DE VENDAS



FONTE: Cargill, 2015

Conforme dados recentes da consultoria Nilsen (2015), o segmento de maionese apresentou um crescimento de apenas 2,7% em 2014. Para que as empresas estimulem seus consumidores, é recomendado alinhar o abastecimento dos produtos ao perfil do público das lojas, levando em consideração a preferência do consumidor. As classes ABC tem preferência por potes plásticos de 500 gramas e são as principais compradoras da versão light. As camadas de baixa renda optam com mais frequência pelas embalagens flexíveis – sachê. Por exemplo, as regiões Norte e Nordeste têm preferência em consumir este produto em embalagens flexíveis – sachê, desta forma, as empresas devem respeitar a proporção de 70% pote e 30% sachê. Nas demais regiões convém trabalhar com 50% sachês e 50% potes.

## 1.1 OBJETIVO

Relatar a evolução e os tipos de embalagens utilizadas para a maionese, identificar as vantagens de cada estrutura, desde o seu surgimento em 1905 onde foram utilizadas as primeiras embalagens em potes de vidro até as embalagens utilizadas nos dias atuais e tendências.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Dado que inexistem informações consolidadas a respeito da história das embalagens para os diferentes bens de consumo não duráveis, o Centro de Educação Continuada em Engenharia e Administração – CECEA orientou seus alunos da Pós-graduação em Engenharia de Embalagem a contemplar em um único documento as informações sobre a história e evolução das embalagens e a segmentação deste mercado, possibilitando o acesso para pesquisa de empresas, alunos e professores para o conhecimento e aprimoramento de novas e atuais embalagens. Essa orientação justifica a realização desse trabalho.

## 2. PROCESSO DE FABRICAÇÃO E FORMAÇÃO DA MAIONESE

Pinheiro, Carvalho e Pilon (apud FONTES, 2010) sintetizaram o processo de fabricação da maionese nos seguintes passos:

O processo se inicia com a adição e batimento dos ingredientes no equipamento misturador ou emulsificador até criar uma consistência cremosa e de boa textura.

Depois de misturado, o creme é encaminhado para um tanque, de onde alimenta o equipamento de envase.

O produto deverá ser envasado e tampado hermeticamente para evitar o aparecimento de bactérias.

O controle da temperatura e do processo de emulsificação durante o processo de fabricação são importantes na manutenção da qualidade microbiológica do produto e na preservação da estabilidade da emulsão. Desta forma, a sequência com que os ingredientes são adicionados é um fator relevante na estabilidade da emulsão, além de proporcionar homogeneização dos componentes da formulação (SARANTÓPOULOS, OLIVEIRA E CANAVESI, 2012).

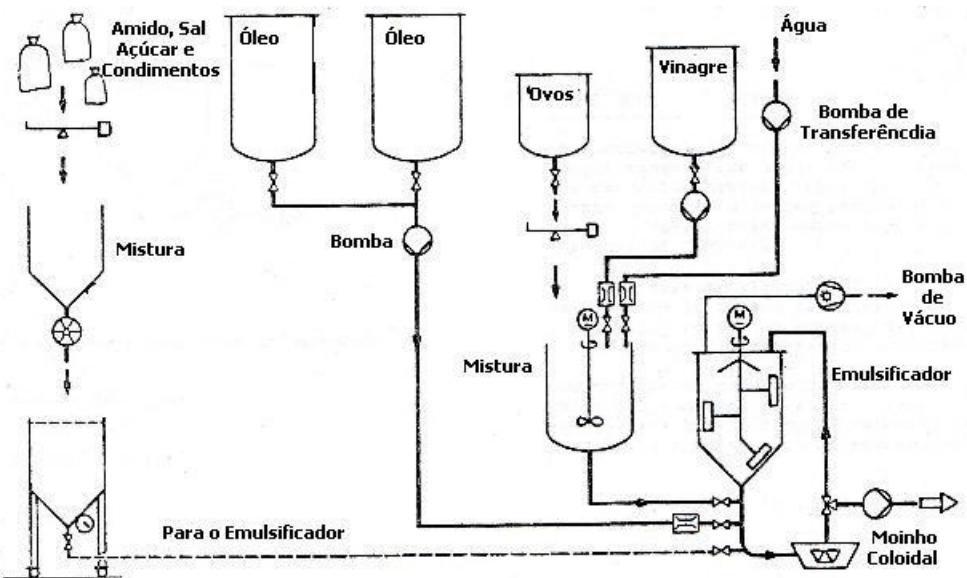
Também deve haver um controle rigoroso na estocagem e distribuição do produto, pois a luz e o oxigênio atmosférico podem permear através da embalagem e causar a degradação da qualidade do produto.

Em todas as etapas de fabricação do produto deve-se seguir as boas práticas de fabricação em que o ambiente deve estar limpo, esterilizado e higienizado a fim de evitar o desenvolvimento de bactérias. A Vigilância Sanitária (ANVISA) é o órgão responsável pela fiscalização das indústrias alimentícias, fabricantes da maionese.

Podem ser utilizados dois processos para a fabricação de maionese, a frio (com amido pré-gelatinizado) e a quente (com amido modificado normal), representados, respectivamente, nas figuras 5 e 6.

**Processo a frio (amido modificado pré-gelatinizado) Figura 6** - É utilizado um equipamento com mexedor a vácuo e moinho coloidal, que formam a emulsão. A sequência e os tempos médios de processo das fases de adição e mistura dos ingredientes devem ser seguidos rigorosamente para se obter uma maionese com boa textura e sabor agradável. Após completar o processo de emulsão, a maionese pronta é encaminhada para um tanque, onde é feito o envase nas embalagens;

FIGURA 6 - FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE MAIONESE COM AMIDO MODIFICADO PRÉ-GELATINIZADO.

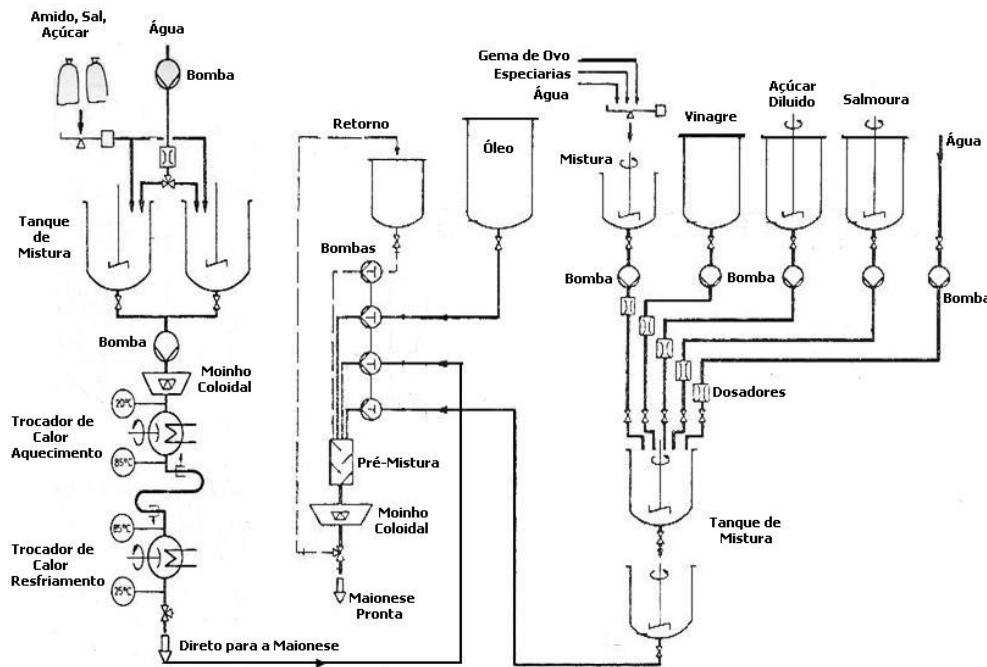


FONTE: FONTES, 2010

**Processo a quente (amido modificado normal) Figura 7** - A maionese produzida segue o mesmo procedimento básico de fabricação da maionese com amido modificado pré-gelatinizado. A diferença está no preparo da massa gelatinizada do amido que é preparada separadamente.

O amido modificado, o sal e o açúcar são enviados aos tanques para uma pré-mistura onde é adicionada água. Após essa pré-mistura, a massa de amido é enviada a um moinho coloidal para homogeneização, para evitar a formação de grumos na massa. Em seguida, é enviada a um trocador de calor para o cozimento do amido entre 75 - 85°C. A temperatura e tempo de cozimento irão depender da resistência do amido utilizado. Após a gelatinização (cozimento) da massa, ela é enviada a outro trocador de calor com a função de resfriar com temperaturas entre 22 - 28°C. Em seguida, é enviada para o processamento da maionese.

FIGURA 7 - FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE MAIONESE COM AMIDO MODIFICADO NORMAL



FONTE: FONTES, 2010.

## 2.1 COMPOSIÇÃO DO PRODUTO

Pela legislação brasileira, maionese é “produto cremoso em forma de emulsão estável, óleo em água, preparado a partir de óleo(s) vegetal (is), água e ovos podendo ser adicionado de outros ingredientes desde que não descaracterizem o produto. O produto deve ser acidificado” (ANVISA).

A escolha e a procedência dos ingredientes que serão utilizados na fabricação da maionese são muito importantes para a obtenção de um produto de excelente qualidade e consistência, além de influenciar em sua vida útil.

Estes ingredientes devem apresentar alto padrão de qualidade, principalmente microbiológica, mantendo-se estáveis nas condições de processamento e de estocagem à temperatura ambiente, sem provocar alterações indesejáveis no produto final.

Os principais ingredientes para a obtenção da maionese são os seguintes:

**Óleo Vegetal** – É utilizado na formação da emulsão e também agrega sabor. É possível utilizar os óleos de soja, de girassol, de milho, de canola ou de algodão.

Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) na Resolução CNNPA nº 12 de 1978, deve ter, no mínimo, 65% de óleo vegetal comestível na emulsão.

**Gema de ovo** - Possui propriedades emulsificantes na formulação da maionese e são fundamentais para manter o óleo emulsionado no produto. A quantidade e o tipo de gema de ovo utilizada tem efeito sobre a viscosidade e a força da emulsão. A gema de ovo também contém alto teor de lipídios, que exercem influência sobre o sabor, a cor e a estabilidade da maionese;

**Mostarda** - É utilizada por apresentar propriedades organolépticas, além de atuar como emulsificante.

**Ácidos** - Possuem a função de conservantes microbiológicos, agentes de deterioração e rancificação da maionese. Os ácidos mais comuns são o vinagre de álcool, o ácido cítrico e o ácido lático.

**Sal e açúcar** – São adicionados ao produto para conferir sabor ao alimento e também podem ser bons conservantes do produto. No caso do açúcar, quanto maior o teor de água na emulsão, maior será a quantidade de açúcar adicionado à formulação para equilibrar a atividade de água do produto. Já o sal deve ser adicionado em pequenas porções para não refletir no produto final.

De acordo com a ANVISA, portaria Ministerial nº 371 de 04/09/1997, publicada no D.O.U. de 08/09/1997 seção 1, a rotulagem de alimentos embalados, onde a maionese está inclusa, deve apresentar todas as informações obrigatórias escritas no idioma oficial do país de consumo.

As informações obrigatórias que devem constar nos rótulos são:

Denominação de venda do alimento;

Lista de ingredientes;

Conteúdo líquido;

Identificação da origem;

Identificação do lote;

Data de validade;

Instruções sobre o preparo e uso do alimento, quando apropriado

Para manter a qualidade da maionese alguns fatores devem ser considerados, como a escolha de matéria prima de boa qualidade, técnicas de processamento eficazes e a utilização de embalagem adequada, visando preservar as características do produto até o consumidor final.

## 2.2. MATERIAIS DE EMBALAGEM UTILIZADOS

A maionese pode ser envasada em diversos tipos de embalagens, dentre eles: potes plásticos e de vidro, sachês, stand up pouch e embalagens institucionais como os baldes plásticos.

Confira abaixo as características de cada tipo de embalagem utilizada para embalar a maionese.

### 2.2.1 Embalagem de Vidro

Foi a primeira a ser utilizada e permaneceu nas gôndolas por muito tempo. Possuem boa barreira contra formação de gases e odores com tampas que oferecem boa vedação.

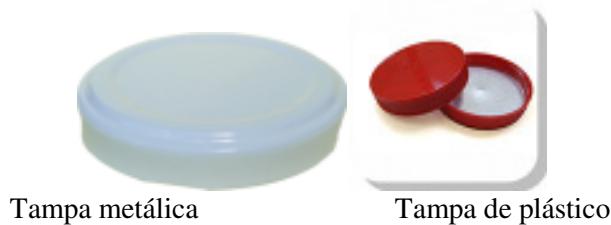
A principal vantagem em utilizar este tipo de embalagem é quanto à apresentação do produto, deixando-o com aparência de premium. Todavia possui preço elevado de compra .

A substituição da tampa metálica pela de plástico para eliminar o problema de ferrugem e a inclusão de um disco de vedação feito em alumínio para impedir a entrada de oxigênio contribuíram para aumentar a durabilidade do produto. Apesar da tampa possuir um eficiente sistema de fechamento, vedante, ainda assim podem apresentar um desempenho insatisfatório durante o processo. Esses problemas podem comprometer a qualidade do produto para o consumidor. Na Figura 8 pode-se identificar os dois modelos de tampa.

Atualmente é aplicado um selo por indução, onde o material do selo deve conter uma folha de alumínio para garantir um fechamento hermético. Para este tipo de fechamento, a embalagem passa por um campo de alta frequência, que aquece a folha de alumínio e, assim, funde o polímero do selo com o do pote. Os selos com alumínio podem ser utilizados para melhorar a barreira ao oxigênio.

Atualmente as embalagens de vidro são utilizadas para maionese de marca premium e podem ser encontradas nas apresentações de 250 gr e 500 gr (JAIME e ALVES, 1998).

FIGURA 8 - EXEMPLOS DE TAMPA METÁLICA E PLÁSTICA PARA MAIONESE



FONTE: JCV Indústria e Comércio<sup>1</sup>

## 2.2.2 Embalagem Plástico Rígido

As embalagens plásticas rígidas substituíram os potes de vidro por serem mais práticas, leves, recicláveis, seguras e apresentarem um custo menor em comparação às embalagens mais tradicionais.

Os primeiros potes plásticos utilizados para a comercialização da maionese foram potes de PVC. Para melhorar a transparência do pote, o mesmo passou a ser comercializado em Polipropileno Random, com tampa e lacre Flip Top. Atualmente os potes e as tampas podem ser encontrados em Polipropileno ou Poliéster.

Os potes plásticos devem oferecer barreira ao oxigênio e fechamento hermético das tampas, a fim de proteger o alimento da oxidação e da contaminação microbólica.

O pote de PET é muito utilizado para maionese. Apresenta as seguintes características: média barreira ao oxigênio, ótima propriedade ótica, compatível à do vidro, boa resistência mecânica, especialmente à queda e possui boa barreira à gordura. As tampas são rosqueáveis e confeccionadas em PP e podem ser fechadas com selo de vedação.

O pote em PP biorientado também pode ser utilizado para o acondicionamento da maionese, com tampa rosqueável e fechamento com selo de vedação. É uma embalagem alternativa, com custo menor, porém a barreira a gases e a transparência são inferiores aos potes de PET.

Os potes podem ser fabricados por injeção ou por termoformagem, sendo que o primeiro leva pequena vantagem em relação ao processo de termoformagem devido o fato de apresentar melhor uniformidade da espessura de parede, maior brilho e melhor impressão.

A maioria das marcas populares de maionese são comercializadas em potes de PET e são comercializadas nas apresentações de 250 gr e 500 gr, como mostra a figura 9 (JAIME e ALVES, 1998).

<sup>1</sup> Disponível em <[http://www.jcvembalagens.com.br/prod\\_58mm\\_selo.html](http://www.jcvembalagens.com.br/prod_58mm_selo.html)>

FIGURA 9 - EMBALAGEM EM PET de 500 gr e 250 gr



FONTE: JCV Indústria e Comércio<sup>1</sup>

### 2.2.3 Embalagem Flexível Stand Up Pouch

As embalagens em stand up pouch ganham cada vez mais espaço, pois possuem um desenho capaz de garantir adequada exposição nas gôndolas dos supermercados.

São embalagens multicamadas, com estrutura composta com camadas de filmes de PET e PE, podendo ser inseridas camadas de plásticos e materiais destinados a conferir características específicas para proteger o produto.

Uma das principais vantagens em utilizar este tipo de embalagem é um custo inferior ao de outros materiais, especialmente na etapa de logística porque, por um lado, é mais barato transportar bobinas de filme do que grandes quantidades de vidro e por outro, transporta-se mais peso de produto por peso de embalagem cheia. Além de conferir a barreira necessária para o produto é possível adicionar à embalagem elementos relevantes de marketing, como áreas maiores de impressão e mais elaboradas do que em outros materiais.

Outra vantagem é o apelo para o manuseio e praticidade da embalagem, porque é mais fácil extrair toda a maionese de uma embalagem de plástico multicamadas que de um pote rígido.

Pode-se utilizar também o conceito de refil, com ou sem válvula dosadora, conferindo maior conveniência ao consumidor.

Com os filmes multicamadas é possível proteger o alimento de agentes como a luz, oxigênio e umidade.

As embalagens em stand-up-pouch (Figura 10) podem ser produzidas em diversas composição de camadas plásticas, dentre elas podemos citar a estrutura PET/PVDC/PEBD/PEBDL, onde o PET confere resistência mecânica e é excelente para impressão devido à sua propriedade óptica. O PVDC proporciona barreiras ao oxigênio, ao vapor d'água e à gordura. O PEBD é responsável pela rigidez e integridade do fechamento. A

<sup>1</sup> Disponível em <[http://www.jcvembalagens.com.br/frascos\\_pet.html](http://www.jcvembalagens.com.br/frascos_pet.html)>

inclusão do filme de PEBDL na camada interna melhora as propriedades mecânicas da embalagem.

Este tipo de embalagem pode ser encontrada nas apresentações de 200 gramas, 450 gramas e 550 gramas (JAIME e ALVES, 1998) (OLIVEIRA, 2006).

FIGURA 10 - EMBALAGEM STAND UP POUCH



FONTE: Alpine Exports<sup>1</sup>

#### 2.2.4 Embalagem de Bisnaga

A bisnaga plástica (Figura 11) foi desenvolvida para facilitar o consumo diário, podendo ser aplicadas diretamente no alimento do consumidor, como lanches. Elas podem ser fabricadas em PP, PEAD ou PEBD, mono ou multicamadas, com fechamento das tampas em PP.

As bisnagas são enchidas pelo fundo e posteriormente seladas. Apesar da linha produtiva ser mais lenta, ainda assim, são mais baratas que as de potes.

Com a evolução do sistema de fechamento, as bisnagas passaram a ser expostas na forma vertical nas prateleiras dos supermercados.

O processo de fabricação do corpo da bisnaga pode ocorrer por monomaterial ou coextrusão.

No processo coextrusão é possível adicionar uma camada barreira no corpo, porém o ombro sempre será em monomaterial.

Pode-se encontrar este tipo de embalagem na apresentação de 250 gramas (OLIVEIRA, 2006).

<sup>1</sup> Disponível em <<http://www.alpineexports.in/products/laminated-pouches>>

FIGURA 11 - EMBALAGEM BISNAGA 250GRAMAS



FONTE: Revista EmbalagemMarca, julho de 2003

### 2.2.5 Embalagem em Baldes

As embalagens em baldes (Figura 12) foram desenvolvidas para atender ao mercado institucional e podem ser encontradas em versões de 3 kg a 15 kg.

Para porções de 3kg os baldes podem ser fabricados por dois processos: termoformagem ou injeção. Na termoformagem são utilizados materiais em PP para o corpo e também para as tampas. Para garantir a integridade do produto, após o envase o balde recebe um selo de PETmet/PE ou PP e posteriormente a tampa plástica para o fechamento. No processo de injeção o filme utilizado também é o PP, possuindo algumas vantagens como: peso mais baixo, custo menor comparado com processo de termoformagem, maior resistência mecânica e possibilidade de assumir formatos diferenciados. As tampas podem ser autolacráveis com alças plásticas para ajudar no transporte do produto.

Para os baldes de 15 kg o processo utilizado é por injeção em PP ou PEAD, o produto pode ser envasado diretamente no balde e a tampa deverá garantir a vedação da embalagem (OLIVEIRA, 2006).

FIGURA 12 - EMBALAGEM DE BALDE



FONTE: Free Words<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.freewords.com.br/o-poder-do-slogan-nas-propagandas/>>

## 2.2.6 Embalagem em Sachê

As embalagens em sachês (Figura 13), são comercializadas em porções individuais, podem ser encontradas em saches de 8 gramas, 10 gramas ou 12 gramas.

Geralmente a estrutura é composta por filmes laminados para conferir barreira à luz, ao gás e ao vapor d'água para garantir a conservação do produto. Estas embalagens devem ser apresentar as características de fácil abertura, manuseio e descarte (SARANTÓPOULOS, OLIVEIRA E CANAVESI, 2002).

FIGURA 13 - EMBALAGEM DE SACHÊ



FONTE: Proplastik<sup>1</sup>

## 2.2.7 Frascos Squeeze

Pode-se usar os materiais em Polipropileno – PP ou Poliéster – PET para a fabricação dos frascos e as tampa em PP são usadas para o fechamento. A produção dos frascos ocorre pelo processo de sopro e no bico é colocado um selo de alumínio termosselado para garantir a integridade do produto. O formato de ponta cabeça ajuda no manuseio do produto, o que permite a aplicação direta sobre o alimento e pode ser levado diretamente à mesa do consumidor (Figura 14) (OLIVEIRA, 2006).

FIGURA 14 - EMBALAGEM SQUEEZE



FONTE: Unilever Food Solutions<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://proplastik.com.br/maionese-sache-07-unids---bom-sabor/1384/13304/produto>>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.unileverfoodsolutions.com.br/Produtos/Maionese/Maionese-Hellmann's/Maionese-Hellmann's-Squeeze-335g>>

## 2.2.8 Embalagem Saco

O produto também pode ser acondicionado em saco plástico, normalmente composto de filmes coextrusados à base de EVA ou PEVD e como material de barreira ao oxigênio pode-se utilizar o PA, o EVOH ou PVDC.

O sistema de fechamento pode ser por lacre plástico ou termosselado (Figura 15). O fechamento com lacre plástico pode comprometer a barreira da embalagem porque mesmo utilizando um saco com barreira ao oxigênio este será embalado em um balde sem vedação. Diferente do fechamento termosselado, onde o produto ficará hermeticamente fechado e protegido do ambiente externo, conferindo uma vida útil maior para o produto (OLIVEIRA, 2006).

FIGURA 15 – EMBALAGEM SACO PLÁSTICO



FONTE: Unilever Food Solutions<sup>1</sup>

## 2.2.9 Embalagem Cartonada

A embalagem cartonada (Figura 16) também é uma opção para embalar o produto. Possui uma estrutura laminada composta por PEVD/cartão duplex/PEVD/folha de alumínio/poliolefinas. A função do PEVD (Polietileno de baixa densidade) na camada externa é ser o responsável pela proteção à impressão que é feita no cartão, pela termossoldagem e fixação nas abas. O cartão, de celulose de fibras longas, confere resistência mecânica e rigidez, além de possibilitar a impressão na embalagem. O PEVD intermediário é o responsável pela adesão entre o cartão e o alumínio. A folha de alumínio é a principal responsável pelas barreiras a gases, vapor d'água e a luz. A poliolefina interna promove a termossoldagem e a resistência a líquidos. Normalmente, a poliolefina é composta por duas

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.unileverfoodsolutions.com.br/Produtos/Maionese/Maionese-Hellmann's/Maionese-Hellmann%C2%B4s-Saco-3kg.html>>

camadas como PEBD/PEBD ou ionômero/PEBD, a utilizadas de uma das duas opções dependerá do tipo de produto que será envasado.

Por a maionese ser um produto ácido a melhor opção é utilizar o ionômero para proteger o alumínio de compostos agressivos do produto.

O custo da embalagem é menor se comparada ao vidro, porém o fato da embalagem não permitir o refechamento a coloca em desvantagem perante outros tipos de materiais, como o plástico.

Este tipo de embalagem é indicada em casos onde o produto será consumido em uma única vez (JAIME e Alves, 1998).

FIGURA 16 – EMBALAGEM CARTONADA



FONTE: Editora Insumos<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Disponível em: <[http://www.insumos.com.br/aditivos\\_e\\_ingredientes/materias/102.pdf](http://www.insumos.com.br/aditivos_e_ingredientes/materias/102.pdf)>

### 3. LINHA DO TEMPO DAS EMBALAGENS

Na Figura 17 pode-se observar a evolução das embalagens utilizadas para o envase da maionese Hellmann's, usada como referência histórica nesse trabalho.

FIGURA 17 - CRONOLOGIA DAS EMBALAGENS HELLMANN'S

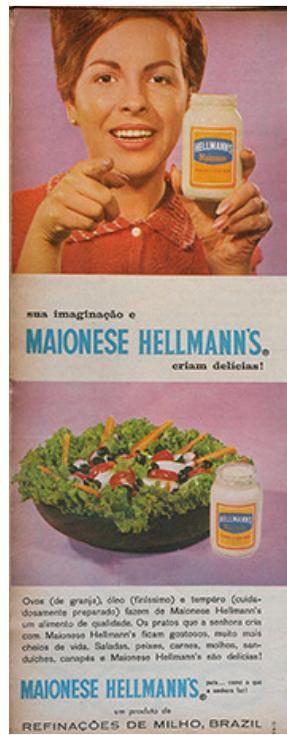
1962	1964	1975	1985	1986	1990
Hellmann's lança a primeira maionese industrializada no Brasil.	Lançamento do vidro de 500 gr.	Lançamento da embalagem de 1 kg em embalagem tetra pack e lançamento da versão temperada com limão.	Criado o selo de vedação para tornar a embalagem de maionese inviolável e inclusão de receitas no rótulo.	Substituição da tampa metálica pela versão plástica nos vidros de maionese.	Lançamento da maionese em bisnaga de 250 gr, com tampa flip-top, bico fixo e lançamento da maionese light com tampa azul.
1993	1997	1998	2000	2001	2004
Lançamento das embalagens em sachês	Embalagens de vidro são modificadas, com aumento do diâmetro da boca do frasco e redução do tamanho da tampa plástica	Lançamento das embalagens flexíveis em PET, com bico dosador. Lançamento do sachê com 90 gr para maionese.	Lançamento da maionese com novos sabores em novo tamanho de pote	Lançamento da nova embalagem em sachê com bico dosador.	As embalagens de vidro são substituídas pelas PET, recicláveis.
2006	2007	2008	2011	2013	2015
Lançamento da edição limitada da Copa do Mundo com rótulos luminosos.	Lançamento das novas embalagens em sachês de 200 gr e dos rótulos sleeve.	Lançamento da maionese Deleite com nova identidade visual e da maionese zero colesterol com visual mais moderno.	Lançamento da maionese Supreme com novo posicionamento.	Lançamento da maionese Gourmet em potes sofisticados e as novas embalagens squeeze	Lançamento do sachê "abre fácil".

Nesse trabalho foi considerado "passado" o intervalo de tempo decorrido desde o lançamento da maionese até 2001, pouco antes da introdução do PET, que quebrou um dos paradigmas do mercado que até então não aceitava esse tipo de embalagem. O "presente" inicia-se em 2004 e termina em 2015. O "futuro" expresso na forma de tendências inicia-se em 2016.

### 3.1 O PASSADO (ATÉ 2001)

A primeira embalagem a ser comercializada no mercado brasileiro para maionese foi o vidro, lançado em 1962 (Figura 18), que liderou o ranking por mais de 35 anos. Dois anos depois foi lançado o pote de 500gr (Figura 19) na tentativa de incentivar o consumo de maionese. (UNILEVER, 2015)

FIGURA 18 - Lançamento da maionese Hellmann's no Brasil, 1962.



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Disponível em:  
[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)

FIGURA 19 - Lançamento do vidro de 500gr, 1964



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

Para atrair novos consumidores, em 1975, a marca desenvolveu e lançou novos sabores (Figura 20). Neste mesmo ano, houve o lançamento da embalagem cartonada de 1kg (Figura 21), que por ser uma embalagem rígida facilitava o manuseio e oferecia diferentes aplicações na cozinha industrial profissional. A embalagem possuía três opções de corte para abertura, que permitem dosar a quantidade do produto, simplificando o uso na decoração, na finalização de pratos ou no preparo de receitas.

FIGURA 20 - Lançamento da maionese temperada com limão, 1975



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Disponível em:  
[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)

FIGURA 21 - Lançamento da embalagem cartonada, 1975



FONTE: Editora Insumos<sup>2</sup>

Com a preocupação em manter a segurança e a inviolabilidade do produto, em 1985, o selo de vedação foi incorporado aos potes de maionese (Figura 22). Além desta inovação, os rótulos passaram a imprimir receitas para estimular o consumo do produto e também para melhorar a comunicação com o consumidor, como pode ser identificado na Figura 23.

FIGURA 22 – Selo de Vedação, 1985



FONTE: Unilever<sup>3</sup> / Almanaque<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Disponível em:

<[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>

<sup>2</sup> Disponível em: <[http://www.insumos.com.br/aditivos\\_e\\_ingredientes/materias/102.pdf](http://www.insumos.com.br/aditivos_e_ingredientes/materias/102.pdf)>

<sup>3</sup> Disponível em:

<[http://www.unilever.com.br/aboutus/historia\\_das\\_marcas/Hellmanns/hellmanns\\_anuncioimpresso\\_1985.aspx](http://www.unilever.com.br/aboutus/historia_das_marcas/Hellmanns/hellmanns_anuncioimpresso_1985.aspx)>

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://almanaque.blog.br/tag/maionese/>>

FIGURA 23 - Inclusão de Receitas nos Rótulos, 1985



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

Outra evolução na embalagem foi a substituição da tampa metálica pela versão plástica rosqueável, que permite a abertura e refechamento da embalagem, conveniente para o uso do dia-a-dia. (Figura 24).

FIGURA 24 – Substituição da tampa metálica pela de plástico, 1986



FONTE: Unilever<sup>2</sup>

Para acompanhar o crescimento do mercado para produtos saudáveis, a Hellmann's lançou em 1990 seu produto light com metade das calorias da versão regular (Figura 25).

Estes produtos são comercializados em embalagens de 250 e 500 gramas, com design diferenciado para distingui-lo da versão regular: o rótulo é amarelo e a tampa azul para transmitir o conceito de produto leve e de baixa caloria.

Neste mesmo ano são lançadas as bisnagas de 250 gramas (Figura 26), com tampa flip-top para facilitar o manuseio do produto.

<sup>1</sup> Disponível em: <[http://www.unilever.com.br/aboutus/historia\\_das\\_marcas/Hellmanns/hellmanns\\_anunciosimpressos.aspx](http://www.unilever.com.br/aboutus/historia_das_marcas/Hellmanns/hellmanns_anunciosimpressos.aspx)>

<sup>2</sup> Disponível em:  
<[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>

FIGURA 25 - Lançamento da versão light de maionese, 1990



FONTE: Propaganda em Revista<sup>1</sup>

FIGURA 26 - Lançamento da Bisnaga, 1990



FONTE: Revista EmbalagemMarca, julho de 2003

A partir de 1993 houve o lançamento da embalagem em sachês (Figura 27), para o envase da maionese. Os sachês apresentam vantagens como a maior visibilidade do produto nas prateleiras, o fato de ocuparem menos espaço, seu baixo custo e a possibilidade de serem utilizados como embalagem refil.

Porém, em 1995 ainda era tímida a participação da embalagem stand up pouch para maionese, porém era esperado um crescimento destas embalagens nas gôndolas, uma vez que apresentavam vantagens competitivas quanto ao custo-benefício.

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.propagandaemrevista.com.br/propaganda/125/>>

FIGURA 27 – Lançamento da maionese em embalagem flexível de 200 gramas, 1993



FONTE: Mercado em Casa<sup>1</sup>

Para facilitar a retirada do produto em porções maiores e sem sujar as mãos do consumidor, a partir do ano de 1997, as embalagens de vidro passaram por modificações. A primeira foi no aumento do diâmetro da boca do frasco (Figura 28) e a segunda foi o novo tipo de tampa de polipropileno de tamanho menor e mais leve, como demonstrado na Figura 29.

FIGURA 28 - Aumento do diâmetro da boca do vidro, 1997



FONTE: Amehlia Digital<sup>2</sup>

FIGURA 29 – Redução do Tamanho da Tampa, 1997



FONTE: Hellmanns<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://mercadoemcasa.loja2.com.br/2477654-MAIONESE-HELLMANNS-SACHE-200GR>>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://amehliadigital.blogspot.com.br/2012/11/macarrao-pizzaiolo-com-hellmanns.html>>

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.hellmanns.com.br/produtos>>

O lançamento das embalagens flexíveis em PET, com bico dosador em 1998, foram desenvolvidas pensando na economia, praticidade e desperdício do produto. Além de possibilitar o uso fora de casa (Figura 30).

FIGURA 30 - Embalagem flexível em PET com bico dosador, 1998



FONTE: Revista BRASIL ALIMENTOS - N° 5 - Nov/Dez de 2000, p.09 - Signus Editora

O lançamento da maionese Hellmann's Com Sabor no ano de 2000 ficou marcado pelo novo visual da embalagem, ou seja, a volta dos potes de vidro, em versão mais moderna e porções menores de 190 gramas. Os rótulos também ganharam uma nova apresentação. (Figura 31).

FIGURA 31 - Lançamento de novos sabores e inclusão de novo tamanho de pote, 2000.



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

Em 2001 a Hellmann's ampliou a utilização da embalagem com bico dosador para outros sabores como Hellmann's Light, como mostra a figura 32.

<sup>1</sup> Disponível em:  
[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)

FIGURA 32 – Lançamento das Embalagens com bico dosador para Maionese Light



FONTE: Bdxpert<sup>1</sup>

Com o crescente aumento do canal institucional ou food service, a Hellmann's lançou em 2003 a embalagens em balde de 3 kg (Figura 33) com o intuito de atender cozinhas industriais, restaurantes, bares, lanchonetes e padarias.

FIGURA 33 - LANÇAMENTO DA EMBALAGEM EM BALDE DE 3KG



FONTE: Free Words<sup>2</sup>

### 3.2 PRESENTE

A substituição das embalagens de vidro por PET revolucionou o mercado das embalagens para maionese, quebrando paradigmas com a inclusão do plástico como alternativa de embalagem.

A aceitação do consumidor para este novo tipo de embalagem foi grande, uma vez que apresentava maior segurança no manuseio do produto, que era consumido principalmente por crianças.

A revista Embalagem Marca narra importantes fatos da história atual da maionese, resumidos nos tópicos que se seguem:

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.bdxpert.com/2014/03/04/criar-para-multinacionais-abre-portas-para-exportacao-de-design/>>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.freewords.com.br/o-poder-do-slogan-nas-propagandas/>>

O ano de 2004 ficou marcado na história da embalagem, pois foi quando as embalagens de vidro foram substituídas pelas PET recicláveis (Figura 34). Além de prático e seguro, especialmente para o uso das crianças, o novo design permitiu a obtenção de um pote com a inscrição da logomarca e de um desenho de onda em relevo, um diferencial de marketing atrelado às vantagens na distribuição geradas pela maior leveza do PET.

Ainda em 2004, na contra mão desse fluxo, a Maionegg's (Bunge) e a Quero (Heinz), que anos atrás haviam migrado respectivamente para os potes plásticos e para as caixinhas longa vida, voltaram ao vidro.

Um último fato relevante é a entrada no mercado da Vigor com um pote de polipropileno injetado, na forma de cubo.

FIGURA 34 - Lançamento das embalagens em PET, 2004



FONTE: Unilever<sup>1</sup>

Em 2005, com o crescente aumento do mercado institucional, a Hellmann's lança a embalagem de 1kg em stand up pouch zero colesterol (Figura 35), visando os consumidores preocupados com a saúde.

FIGURA 35 - Embalagem de 1 kg em Stand up Pouch



FONTE: EmbalagemMarca<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Disponível em:

<[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.embalagemmarca.com/pdf/EM088.pdf>>

Para aumentar o número de consumidores de Hellmann's, em 2006, são lançadas as edições limitadas de Hellmann's Copa do Mundo, com temperos inspirados nos países da Alemanha, Itália e no Brasil (Figura 36), que estavam presentes na competição. A marca aproveita o momento para modernizar os rótulos, deixando-os mais atraentes e com cores vibrantes, para destacar.

FIGURA 36 - Edição limitada – Campanha da Copa do Mundo, 2006



FONTE: Amigos do Peito<sup>1</sup>

Em 2007 a marca estendeu o lançamento do rótulo sleeve para os outros sabores, como queijo, manjericão e yogurte (Figura 37). Ainda em 2007, a marca lançou as novas embalagens em sachês de 200gr para a maionese com sabor pois ocupam menos espaço para guardar (Figura 38).

FIGURA 37 - Lançamento de novos sabores e inclusão do rótulo sleeve, 2007



FONTE: Mundo das Marcas<sup>2</sup>

FIGURA 38 - Lançamento da embalagem com sabor em sachê de 200gr, 2007



FONTE: Recepedia<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Disponível em:< <http://www.amigosdopeito.com.br/especiais/copa2006/copa-e.htm> >

<sup>2</sup> Disponível em:< <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/hellmanns-verdadeira-maionese.html> >

O ano de 2008 foi marcado por dois lançamentos importantes:

- Primeiro lançamento: maionese zero colesterol com visual moderno e com rótulos em sleeve. (Figura 39).
- Segundo lançamento: maionese Deleite (Figura 40), com design diferenciado para o pote que resgata o conceito das garrafas de vidro para leite e as curvas, reforçando o conceito de cremosidade e suavidade, lembrando as curvas do corpo da mulher. A embalagem é em PET de 400gr, o rótulo é produzido pelo processo termoencolhível, a tampa plástica é produzida na cor azul escuro para diferenciar da maionese light. Possui o selo “minha escolha” adotado pela Unilever para aparecer em embalagem de produto que está de acordo com recomendações internacionais de nutrição.

FIGURA 39 – Lançamento da maionese zero colesterol, com visual mais moderno, 2008



FONTE: Uol<sup>2</sup>

FIGURA 40 – Lançamento da Hellmann's Deleite, à base de leite, 2008



FONTE: Unilever<sup>3</sup>

Com a intenção de atingir um público mais sofisticado, em 2011 a Hellmann's lançou a maionese Supreme, primeira maionese da marca com posicionamento Premium. (Figura 41).

<sup>1</sup> Disponível em:< <http://secure.br.recepedia.com/pais/perfil/sabores-hellmanns>>

<sup>2</sup> Disponível em: < <http://www2.uol.com.br/tododia/ano2005/abril/100405/todag.htm>>

<sup>3</sup> Disponível em:

< [http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>

A embalagem é composta por uma tampa dourada e rótulo sleeve transparente no topo para despertar o desejo do consumidor. Estes atributos foram utilizados para trazer elegância e sofisticação à embalagem, além de conferir um aspecto diferenciado (GUIA DA EMBALAGEM, 2015).

FIGURA 41 – Lançamento da primeira maionese com posicionamento Premium da marca, 2011



FONTE: Guia da Embalagem<sup>1</sup>

Em 2013 é lançada a linha Hellmann's Gourmet (Figura 42), com três sabores sofisticados inspirados em sabores e aromas mundiais, para diversas ocasiões: Nova York (Extra Cremosa), Grécia (Azeite de Oliva) e Itália (Aceto Balsâmico), todas com design de embalagem premium. Conforme explica Fernando Kahane, gerente de marketing de Hellmann's, “a nova linha Hellmann's Gourmet foi desenvolvida para o consumidor que está conectado às tendências, gosta de experimentar novos sabores e pratos e que tem prazer em cozinhar e transformar as refeições diárias em momentos especiais”<sup>2</sup>.

FIGURA 42 - Lançamento da maionese Gourmet, 2013



FONTE: Unilever<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Disponível em: <[http://www.guiadaembalagem.com.br/noticia\\_3240-nova\\_hellmann%20%99s\\_supreme\\_uma\\_embalagem\\_sofisticada\\_para\\_uma\\_maionese\\_diferenciada.htm](http://www.guiadaembalagem.com.br/noticia_3240-nova_hellmann%20%99s_supreme_uma_embalagem_sofisticada_para_uma_maionese_diferenciada.htm)>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.guiagphr.com.br/dicasDetalhe.asp?iid=6791>>

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>

A dificuldade que os consumidores tinham para abrir os sachês fez a Unilever criar um sistema de “abre fácil” (Figura 43) , em que a nova embalagem tem um picote que facilita a abertura.

Para reduzir o desperdício e a quantidade de material de embalagem descartado, a empresa aumentou a porção de produto contido no sachê, desta forma, os sachês de maionese passaram de 08 para 12 gramas. Estudos encomendados pela Unilever relataram uma economia de mais de 40%, tanto para produto como para embalagem, uma vez que o consumidor pode abrir apenas um sachê ao invés de 2. Este lançamento ocorreu em 2015<sup>1</sup>.

FIGURA 43 – LANÇAMENTO DO SACHÊ ABRE FÁCIL, 2015



FONTE: EmbalagemMarca<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Revista Embalagem Marca, publicada em 15/04/2015.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.embalagemmarca.com.br/2015/04/unilever-desenvolve-sache-abre-facil-para-hellmanns/>>

## 4 FUTURO

Para entender o futuro das tendências de mercado para as embalagens, é preciso entender quais são as necessidades e desejos do consumidor.

Através do projeto Brasil Pack Trends 2020 é possível fazer uma análise das macro tendências visando o desenvolvimento de novas embalagens e as soluções tecnológicas disponíveis para o crescimento de forma organizada e sistemática.

Na figura 44 é possível identificar os cinco grupos de Macro Tendências de embalagem. A partir dela, foram selecionadas e analisadas as três consideradas mais relevantes.

FIGURA 44 – Tendências de Embalagem





FONTE: Brasil Pack Trends 2020

O consumidor atual está em busca de embalagens que facilitem sua vida no dia a dia e proporcionem ganho de tempo. Foi pensando neste público que as empresas fabricantes dos produtos alimentícios, em parceria com as empresas convertedoras de embalagem e os fabricantes de matéria prima, somaram esforços para o desenvolvimento de embalagens de **fácil abertura** (Figura 46) sem perder a qualidade do produto, **praticidade no consumo** (Figura 47) e **facilidade no preparo** (Figura 45).

Outro fator que deve ser considerado é a mudança da estrutura familiar, onde o número de pessoas que moram sozinhas é muito grande, criando para as empresas a necessidade de desenvolvimento de embalagens em porções menores, a fim de evitar o desperdício e também reduzir o custo do produto.

Nas figuras apresentadas abaixo é possível evidenciar estas tendências para atender aos requisitos dos consumidores.

FIGURA 45 – EMBALAGENS DE FÁCIL PREPARO



FIGURA 46 – EMBALAGENS DE ABERTURA FÁCIL



FIGURA 47 – EMBALAGENS DE PRATICIDADE PARA O CONSUMO



Há uma parcela de consumidores que possuem um estilo de vida sofisticado e que estão em busca de produtos com alto valor agregado e status. Para atender a este público as embalagens são desenvolvidas com aspecto de sofisticação, “premium”, favorecendo a identificação pessoal do consumidor com o produto ou marca. Outro estilo presente nesse consumidor é quanto à valorização da qualidade de vida e bem estar, buscando alimentos que tragam benefícios à saúde.

É um mercado que está em crescimento e por este motivo as empresas alimentícias e de embalagem estão em constante lançamento de produtos, visto que as embalagens reforçam o desejo de compra do produto, através das cores, formatos, imagens, material utilizado e aroma.

Na figura 48 pode-se identificar alguns exemplos de embalagens sofisticadas:

Figura 48 – Exemplos de Embalagens Sofisticadas



O termo embalagem ativa refere-se à incorporação de aditivos ao filme de embalagem, ou dentro de recipientes de embalagem, com o propósito de manter e estender a vida do produto na prateleira (ANYADIKE, 2010).

Existem vários segmentos de mercado que estão usando este tipo de embalagem em seus produtos, como por exemplo: carnes, frutas e vegetais, laticínios, alimentos secos e massa fresca.

Pode-se afirmar que as funções da embalagem para o alimento são de proteger o alimento da contaminação química e microbiana, do oxigênio, do vapor d'água e da luz. A embalagem ativa vai além da barreira, ela pode controlar e até reagir com os produtos dentro da embalagem.

As embalagens inteligentes possuem as funções de monitorar, indicar o frescor e qualidade do alimento, bem como manter informações que permitam a rastreabilidade e sua segurança.

É possível identificar alimentos perecíveis, amadurecidos ou frescos, através dos processos de detecção, tais como: indicadores, sensores e transmissores. Estes indicadores podem ser encontrados em embalagens que indiquem: tempo-temperatura, amadurecimento e frescor, indicadores de oxigênio, indicadores de maturação, temperatura para consumo e indicador de microrganismos.

As embalagens ativas e inteligentes contribuem para que os consumidores percebam de imediato a condição de uso do alimento através de dispositivos visíveis na embalagem.

Na Figura 49 são apresentados alguns exemplos de embalagens ativas e inteligentes:

Figura 49 - Exemplos de embalagens ativas e inteligentes



É crescente o número de consumidores atentos e preocupados com a forma de descarte das embalagens. Desta forma, é importante estar atento para o desenvolvimento ou melhoria de uma embalagem quanto aos tipos de materiais se utilizará, bem como os processos e o ciclo de vida do produto a fim de diminuir a quantidade embalagens destinadas para reciclagem ou aterro sanitário.

É necessário que os consumidores entendam qual a funcionalidade da embalagem e a necessidade do descarte correto; seja ele por reciclagem ou coleta, é de suma importância para reduzir a quantidade de lixo gerado.

Na figura 50 são apresentados alguns exemplos de embalagem sustentáveis.

Figura 50 - Exemplos de embalagens sustentáveis

Embalagem com fibra de bambu



Embalagem final para o consumidor, possui duas funções: proteger o calçado no estoque e bolsa para transportar o produto.



Redução do desperdício



Redução do tamanho da embalagem sem comprometer a qualidade do produto



Parte das tendências apresentadas nos exemplos acima foi apontada no Pack Trends e já se manifestou em 2015, ano em que esse trabalho foi escrito. Porém isso não quer dizer que outros tipos de aplicações, fechamentos ou alternativas de matéria prima não possam surgir. O importante é ter a consciência do uso e aplicação correta da embalagem para gerar menos resíduos sólidos.

Novas tendências e tecnologias surgem a todo momento. Na Figura 51 é apresentado um modelo de embalagem de maionese para o futuro.

Atualmente só há uma opção para retirada do produto, mas no modelo do futuro existem duas opções para retirar a quantidade desejada do produto sem sujar as mãos: a primeira opção é tirar uma camada fina e a segunda opção possibilita a extração de uma quantidade generosa do produto com a possibilidade de aplicação direta sobre o alimento.

Outro problema identificado em todas as embalagens para maionese é que nenhuma permite a retirada total do produto. Para atender esta necessidade é importante ter um filme onde o produto deslize facilmente sobre a embalagem sem deixar nada, evitando seu desperdício.

O Brasil caminha para uma população mais velha e os problemas com a visão se tornarão mais frequentes, desta forma, incluir um chip na embalagem que informe a data de fabricação e vencimento do produto será um diferencial, além da interatividade com o consumidor.

A sustentabilidade permanecerá um assunto muito discutido nos próximos anos e o desenvolvimento de um filme que se desintegre rapidamente após o consumo seria uma ótima alternativa para reduzir custo com a reciclagem e coleta seletiva. Não podemos também nos esquecer do design, que dará à embalagem uma sofisticação com efeitos e cores para atrair e despertar o desejo de consumo do produto.

FIGURA 51 – TENDÊNCIA DA EMBALAGEM DE MAIONESE PARA O FUTURO



- Válvula spray com 2 estágios para retirada do produto.
- Material que evita o desperdício, pois permitirá a retirada total do produto.
- Inclusão de um chip que informe ao consumidor a data de fabricação e vencimento do produto.
- Filme com desintegração rápida após o consumo.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo desse trabalho, “relatar a evolução e os tipos de embalagens utilizadas para a maionese, identificar as vantagens de cada estrutura, desde o seu surgimento em 1905 onde foram utilizadas as primeiras embalagens em potes de vidro até as embalagens utilizadas nos dias atuais” foi atingido porque:

Pode-se observar uma grande diversificação de apresentações da mesma marca colocada em prática pela fabricante nas prateleiras dos supermercados, como por exemplo: embalagens em stand up pouch, potes de vidro ou pet, cartonadas e baldes. Tais apresentações não são substituições de embalagens, mas sim adição de novas linhas focadas em preço menor, público diferenciado ou em divulgar a diversidade de aplicações do produto.

A preocupação da marca com a saúde de seus consumidores é outro fator que merece destaque, pois vários lançamentos foram efetuados ao longo dos últimos anos, como produtos light, zero colesterol e deleite.

E por fim, para se diferenciar de um produto comum, a empresa investiu em pesquisa para desenvolver um produto que agradasse o paladar de um público mais exigente.

O futuro das embalagens deverá estar alinhado com as macro tendências abordadas no trabalho porque os consumidores estão em busca de embalagens com facilidade de uso, praticidade, que provoquem menos desperdício, sejam sustentáveis e seguras, atreladas a um preço justo. As empresas que não estiverem alinhadas a estas necessidades correm o risco de ficarem para trás. Porque ainda são tímidas as aplicações destas tecnologias nas embalagens brasileiras é preciso haver mais investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos processos e alternativas de matérias primas, para que nossas embalagens também sejam referência para utilização em outros países.

## REFERÊNCIAS:

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 276, de 22 de setembro de 2005:** Aprova o "REGULAMENTO TÉCNICO PARA ESPECIARIAS, TEMPEROS E MOLHOS". 2005. Disponível em: <[http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/c8b2040047457a8c873cd73fbc4c6735/RDC\\_276\\_2005.pdf?MOD=AJPERES](http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/c8b2040047457a8c873cd73fbc4c6735/RDC_276_2005.pdf?MOD=AJPERES)>. Acesso em: 29 out. 2015.

ANYADIKE, Nnamdi. **Embalagens Flexíveis.** São Paulo: Blucher, 2010. Rogério Henrique Jonck.

BARÃO, Mariana Zanon. **Embalagens para produtos alimentícios.** Paraná: Instituto de Tecnologia do Parará - Tecpar, 2011.

CHAVES, Fabio. **Sucesso de maionese saudável faz fabricante da Hellmann's processar empresa vegana.** 2014. Disponível em: <<https://vista-se.com.br/sucesso-de-maionese-saudavel-faz-fabricante-da-hellmanns-processar-empresa-vegana/>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

DATAMARK. **Maionese cresceu apenas 2,7%.** 2015. Disponível em: <<http://www.datamark.com.br/noticias/2015/4/maionese-cresceu-apenas-2-7-172147/>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

DIAS, Kadu. **HELLMANN'S.** 2006. Disponível em: <<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/hellmanns-verdadeira-maionese.html>>. Acesso em: 26 set. 2015.

**EXAME. A revolução das embalagens.** São Paulo: Abril, 27 abr. 2005.

**FOLHA DE S. PAULO: Folha Top Of Mind 2012.** São Paulo, 25 out. 2012.

FONTES, Sabrina de Medeiros. **Maionese.** 2010. 5 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Química de Alimento I, Centro de Ciência e Tecnologia Agroalimentar, Universidade Federal de Campina Grande, Pombal, 2010.

**GUIA DA EMBALAGEM. Nova Hellmann's Supreme, uma embalagem sofisticada para uma maionese diferenciada.** Disponível em: <[http://www.guiadaembalagem.com.br/noticia\\_3240-nova\\_hellmann's\\_supreme\\_uma\\_embalagem\\_sofisticada\\_para\\_uma\\_maionese\\_diferenciada.htm](http://www.guiadaembalagem.com.br/noticia_3240-nova_hellmann's_supreme_uma_embalagem_sofisticada_para_uma_maionese_diferenciada.htm)>. Acesso em: 26 set. 201

**GUIA DE CATEGORIAS 2015. Mercaria de Alto Giro / Maionese.** Disponível em: <<http://www.sm.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2015.

JAIME, Sandra B. M.; ALVES, Rosa M. V.. **Seminário Maionese: Insumos, Processos e Segurança Alimentar: Embalagem para Maionese.** Campinas: Ital, 1998.

OLIVEIRA, Léa Mariza (Org.). **Requisitos de Proteção de produtos em embalagens plásticas rígidas.** Campinas: Léa Mariza de Oliveira, 2006. (Cetea/Ital).

ORTIZ, Silvia Alves et al. **Estudo Comparativo de Embalagens para Maionese e Molhos Cremosos**. Campinas: Ital, 1991.

PIRES, Paulo. **A Origem da Maionese.** 2015. Disponível em: <<http://origemdascoisas.com/a-origem-da-maionese/>>. Acesso em: 26 set. 2015.

SARANTÓPOULOS, Claire Isabel G. L.; REGO, Raul Amaral. **Brasil pack trends 2020 (recurso eletrônico)**. Campinas: Ital, 2012.

\_\_\_\_\_, Claire I. G. L.; OLIVEIRA, Léa Marisa de; CANAVESI, Érica. **Requisitos de conservação de alimentos em embalagens flexíveis**. 2. ed. Campinas: Cetea/Ital, 2002. 213 p.

UNILEVER. **Hellmann's**. Disponível em: <[http://www.unilever.com.br/aboutus/centro\\_de\\_historia\\_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/historiadasmarcas/hellmanns/)>. Acesso em: 26 set. 2015.

\_\_\_\_\_. **História completa de Hellmann's (PDF)**. 2015. Disponível em: <[http://www.unilever.com.br/aboutus/historia\\_das\\_marcas/Hellmanns/](http://www.unilever.com.br/aboutus/historia_das_marcas/Hellmanns/)>. Acesso em: 26 set. 2015.