plásticos em revista

54 ANOS

Agosto/2016

Nº 628

A MUDANÇA EM MOVIMENTO

FABRICANTES APOSTAM NA LARGADA DE UM HÁBITO DE CONSUMO: O AVANÇO DOS DETERGENTES LÍQUIDOS SOBRE O SABÃO EM PÓ PARA LAVAR ROUPA. OS FRASCOS SOPRADOS ESTÃO NA TORCIDA POR ESSA TENDÊNCIA GLOBAL.

PEÇAS TÉCNICAS
Ociosidade preocupa transformadores de componentes injetados em Manaus

TRABALHO
Por que a indústria do plástico não atrai a nova geração?

EDITORA DEFINIÇÃO

sustentabilidade
inovação
Quando a Braskem investe na inovação do plástico, investe em novas soluções para o seu negócio.
Com investimento constante em tecnologia, a Braskem chega a inovações que fortalecem toda a cadeia do plástico. Assim, a indústria cresce e seu negócio também. A Braskem possui um portfólio completo de resinas PE, PP e PVC de alta qualidade, e com seus clientes cria soluções que visam melhorar a vida das pessoas.
Para mais informações, acesse braskem.com.br/produtos.
Braskem

AFRICA/ZERO

Saída à francesa

A política atropela a razão no banimento do plástico em descartáveis na França. E a gente com isso?

Os praticantes da cabala, filosofia de misticismo judaico, crêem que nada acontece por acaso. Há uma razão para tudo, eles responderiam diante do fato de a realização do Seminário de Competitividade, assinado por Plásticos em Revista e a Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), ter coincidido, no dia 26 de setembro último, com uma notícia da França: a aprovação da lei que determina a proibição gradual de plásticos de origem fóssil de utensílios descartáveis. Na sessão do evento em que o Ibope apresentou sua pesquisa sobre a péssima imagem pública do plástico no país, o novo decreto francês serviu para os dois palestrantes atirarem mais lenha na fogueira.

Parafraseando Cazuza, mais uma vez as ideias não correspondem aos fatos. O governo de François Hollande inseriu o veto a resinas petroquímicas em descartáveis, tal como o fez ao homologar em julho a lei de proibição gradativa de sacolas plásticas até 2020, dentro do espírito do projeto Transição Energética para o Crescimento Verde. Trata-se, em suma, de um plano de ações em prol do controle ambiental e para frear a liberação de gases causadores do efeito estufa. Como o amor, o discurso é lindo, mas quando sai do altar é que são elas. Fisgados pelo neon da publicidade verde, os legisladores franceses decidiram que, em 2020, uma fração de 50% dos materiais de manufatura dos descartáveis deve ser preenchida com orgânicos, de origem vegetal e biodegradáveis. Cinco anos depois, estabelece a lei, essa participação subirá a 60%.

A oposição ao séquito da ministra Ségolène Royal, locomotiva do decreto lei, abriu o berreiro com argumentos como o livre comércio de descartáveis plásticos na União Europeia e o risco de os franceses passarem a praticar uma destinação incorreta e poluente desses artigos, na suposição equivocada de que eles se degradam com zero impacto ambiental. Como é de costume, a impressão é de que a cadeia do plástico não foi consultada e, se foi, ou seus argumentos não foram entendidos ou, como é típico dos políticos em geral, entraram por um ouvido e saíram pelo outro, eclipsados pela chance de uma bela aparição perante o eleitorado, desinformado nessas questões em sua grande maioria. Afinal, as réplicas estão ao alcance da mão. De cara, as resinas petroquímicas primam pela sustentabilidade, pois são recicláveis e, não fossem seus custos, conveniências e performance, aplicações como os utensílios descartáveis e sacolas de supermercado jamais se democratizariam e contribuiriam para facilitar a vida de todas classes sociais. Tem mais: até hoje, o raio de alcance dos bioplásticos não vai além de produtos de nicho, sob pressão dos seus preços altos e escalas que são um cisco diante dos volumes de produção das resinas tradicionais. Por exemplo, a capacidade mundial de ácido polilático (PLA), o plástico biodegradável mais conhecido e utilizado, está a muitas léguas do patamar de milhões de toneladas anuais, habitual entre resinas commodities. Tanto é verdade que economia de escala é o nome do jogo que a mortalidade campeia entre os investidores em biodegradáveis. Nos EUA, por exemplo, a Metabolix, uma celebridade em formulações bioplásticas, saiu do negócio este ano, nocauteada por jabs do vermelho em seguidos balanços anuais. Por aqui mesmo, a paranaense Sementes Guerra e a francesa Limagrain abortaram na moita seu alardeado projeto de produzir plásticos a partir do amido de milho para aplicações como sacos e sacolas.

Por ocasião das recentes (e crescentes) barreiras norte-americanas ao uso de poliestireno expandido (EPS) em descartáveis e embalagens, Plásticos em Revista sondou a cadeia do material no Brasil sobre as possibilidades de esse tipo de aversão ecoxiita se globalizar a ponto de desembarcar por aqui. A resposta foi um dar de ombros coletivo, aliás a mesma impressão de apatia, torpor e desinteresse deixada pela ausência de produtores e transformadores de poliestireno, o principal termoplástico vitimado pela lei francesa dos descartáveis, na apresentação do Ibope sobre o status do plástico no país e os argumentos para o setor reagir antes que seja tarde.

Se é que ele se importa com isso. •

SUMÁRIO

06 Visor
PECAS TÉCNICAS

O efeito cascata dos eletroeletrônicos em recesso sobre os transformadores de Manaus

18 Bate e Volta
Uma pergunta para Walmir Soller, da Braskem.

20 Conjuntura
NATIPLAST
As duchas não estão dando um banho

22 DOMPEL
Problemas no mercado de produtos para salões de beleza

24 Oportunidades
IPACKCHEM
Agora tem francês no sopro de agroquímicos

28 Sensor
LUIZ HENRIQUE HARTMANN
Os objetivos da Frente Parlamentar em Defesa da Cadeia Produtiva da Reciclagem

30 Especial

38 3 Questões
Entrevistas de Alexandre Telles, da Reed Alcântara Machado, e de Claudio Conz, da Anamaco.

42 Ponto de Vista
Alexandre de Oliveira Souza mostra os jovens sem interesse por trabalhar na indústria do plástico

44 Sustentabilidade

SINCTRONICS
A reciclagem de sucata de eletroeletrônicos abre caminho

46 Brasil
PETROQUÍMICASUAPE
O que acontece quando o governo resolve ser empresário

Agosto / 2016
Nº 628 - Ano 54

Diretores
Beatriz de Mello Helman
Hélio Helman

REDAÇÃO
Diretor
Hélio Helman
editor@plasticosemrevista.com.br

Direção de Arte
Samuel Felix
producao@plasticosemrevista.com.br

ADMINISTRAÇÃO
Diretora
Beatriz de Mello Helman
beatriz.helman@definicao.com.br

Publicidade
Antônio Canela Barreto
Sergio Antonio da Silva
plasticosemrevista@plasticosemrevista.com.br

Assistente de Marketing
Aline Machado

International Sales
Multimedia, Inc. (USA)
Tel.: +1-407-903-5000
Fax: +1-407-363-9809
U.S. Toll Free: 1-800-985-8588
e-mail: info@multimediausa.com

Assinaturas
Keli Oyan
Assinatura anual R$ 110,00

Plásticos em Revista é uma publicação mensal para a indústria do plástico e da borracha, editada pela Editora Definição Ltda.
CNPJ 60.893.617/0001-05
Redação, administração e publicidade
Rua Sergipe 305 - casa 05
São Paulo - SP - CEP 01243-001
Telefax: 3666-8301
e-mail: definicao@definicao.com.br
www.plasticosemrevista.com.br

As opiniões contidas em artigos assinados não são necessariamente endossadas por Plásticos em Revista.

CTP e impressão
MAISTYPE
Capa
Samuel Felix
Foto da Capa
Shutterstock
Dispensada da emissão de documentação fiscal, conforme Regime Especial - Processo DRT/1, número 11554/90, de 10/09/90

Circulação: Outubro/2016
MEMBRO DA ANATEC
Associação das Editoras de Publicações Técnicas Dirigidas e Especializadas

AQUI TEM A. SCHULMAN

Engineered Plastics | Specialty Powders | Masterbatch

Os nossos compostos tem alto desempenho e agregam valor aos nossos clientes, atendendo suas expectativas nos mais diversificados mercados.

A. Schulman Plásticos do Brasil Ltda.
Rod. Anhanguera, Km 112,5 | s/n | Bairro Nova Veneza
Sumaré | SP | Brasil | CEP 13177-435
Tels.: (55 19) 3838 9646 | 3838 9647

A. Schulman

suc·cess [sək'ses]

Our definition of success is helping you achieve yours.

Mais do que mil palavras

Fábrica nova que a Honda mantém fechada diz tudo sobre o mercado de peças técnicas

O destino das peças técnicas injetadas se bifurca em componentes automotivos e para eletroeletrônicos. As duas estradas andam intransitáveis devido ao deslizamento de encostas provocado pelo temporal na economia. É um enrosco federal para um setor onde a razão de viver alia as vendas e a obsessão por formulações capazes de desbancar materiais concorrentes com vantagens de custos e performance. Não é fácil manter o astral nas alturas nessa conjuntura, como insiste Jane Campos, diretora da **Radici** no Brasil, componedora de poliamidas (PA) em Araçariguama, interior paulista. "Crises são boa oportunidade para desenvolver produtos e clientes", ela sustenta. "São a brecha econômica para empresas empenhadas em aumentar sua fatia de mercado e, na busca desesperada de redução dos custos, elas se abrem a novas ideias, produtos e fornecedores, como ilustra aliás o interesse em alta por substituir metal por plástico, em especial no setor automotivo".

O discurso de Jane segue a modulação apropriada para não deixar o moral da tropa cair em situações de enrascada, mas essa oratória hoje pede o acompanhamento de ansiolíticos e antidepressivos para os ouvintes da cadeia das peças técnicas. O diabo é que o evangelho da fibra & otimismo pode animar, mas não muda números. Radares setoriais estimam a capacidade instalada da indústria automobilística na faixa de 5,3 milhões de veículos e a produção, declinante desde 2014, deve rondar 2,2 milhões de unidades este ano. Fala por si a segunda planta no país da **Honda**, que negou entrevista. A construção em Itirapina, interior paulista, terminou em 2015 mas o desmaio da demanda mantém fechada a fábrica zero bala, sem data para partir. A calculadora da consultoria **McKinsey** condiciona um delirante crescimento de 10% ao ano nas vendas de carros para esse protegidíssimo setor, dono de 5% do PIB, ocupar 80% de sua capacidade. Na mesma clave, fontes como a **Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores** (**Anfavea**) calculam em 50% a queda nas vendas de autopeças nos últimos dois anos.

Honda em Itirapina: sem data para começar a produzir.

A zika do legado de Dilma também infesta o outro oásis para peças técnicas. Na esfera dos eletroeletrônicos, a entidade **Eletros** não quis falar alegando desconhecer a capacidade, produção e vendas do setor que representa. Mas a **Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica** (**Abinee**) estarreceu a praça com dados que tacou no ar. De janeiro a julho último, a produção caiu 17% versus mesmo período em 2015 e, nos 12 meses a partir de julho de 2015, o recuo chegou a 21,1%. A Abinee antevê para este ano produção industrial 7% abaixo da registrada em 2015. Eletrônicos, por sinal, abocanham 27% do faturamento do **Polo Industrial de Manaus** (PIM), estima a Superintendência da Zona Franca. Em 2015, a receita do segmento de eletrônicos alcançou R$ 23,3 bi ou 18% inferior ao saldo anterior e, de janeiro a maio passado, o faturamento compilado de R$ 7,8 bi ficou 15,9% aquém do mesmo período em 2015. No mesmo bojo, prevê-se que a produção nacional de TVs totalize 9,5 milhões de unidades em 2016. O menor nível desde 2010.

As reações a essa sangria nos balanços e a torcida por dias melhores dão o tom das reportagens a seguir.

SOPRADORAS ROMI: VERSATILIDADE E COMPETITIVIDADE PARA SEU PROCESSO

APLICAÇÕES EM EMBALAGENS, PEÇAS TÉCNICAS E AUTOMOTIVO.

SOPRADORAS COM EXTRUSÃO CONTÍNUA:
- ROMI P 5L
- ROMI C 5TS (10 litros)
- ROMI C 5TD (10 litros mesa dupla)

SOPRADORAS POR ACUMULAÇÃO:
- ROMI MX 20L
- ROMI MX 30L
- ROMI MX 50L

- ✓ Comando CM10
- ✓ Hidráulica com acumulador de pressão
- ✓ Controle dos movimentos por válvula proporcional de pressão
- ✓ Maior força de fechamento e maior área de molde

- ✓ Motor acoplado diretamente à extrusora
- ✓ Programador de parison com 512 pontos de ajustes no perfil
- ✓ Servoválvula Moog no controle do programador de parison
- ✓ Menor consumo de energia

Confira nosso aplicativo para iPad na App Store.

Available on the iPhone App Store

CONTE COM A ROMI

Fone: 19 3455.9050
injetoras@romi.com | www.romi.com

ROMI

A mão que tem o controle

Confiança reaquecida do consumidor areja o astral da indústria de ar condicionado

Com a subida na temperatura nos termômetros e no humor do mercado, a partir da saída de Dilma, a indústria de ar condicionado se anima com possível luz no fim do túnel. Seus últimos balanços têm espelhado a anemia viralizada nas vendas de eletroeletrônicos e, na ponta, ela ricocheteia nas peças técnicas injetadas. Em 2015, a receita do segmento vergou 8,3% e a produção caiu 11,3% frente a 2014, sem reação visível na primeira metade de 2016, atesta a consultoria **GFK** Brasil. Se El Niño não fizer das suas, o ingresso nos meses mais quentes e a isca dos lançamentos atirada pelo setor de climatização, alguma coisa pode esquentar na relação entre a indústria e o varejo no final do ano. Uma referência dessa torcida organizada é a **Midea Carrier**, que uniu este ano, também em reação à conjuntura adversa, as forças de suas marcas independentes de ar condicionado e climatizadores: Springer e Midea. Na entrevista a seguir, o gerente de marketing Maurício Portella explica a constituição da linha Springer Midea, aborda o impacto da crise em seu setor e por que, apesar de tudo, ela não corrói a magnitude do mercado brasileiro.

PR – Segundo entidades do setor, a produção de ar condicionado caiu 11,3% em 2015 e, em janeiro de 2016 versus janeiro de 2015, a produção do modelo split caiu 68,3% e a do aparelho de janela, 75,3%. Como a recessão não sinaliza arrefecimento este ano, quais os prováveis efeitos desse declínio sobre as expectativas de vendas da Midea Carrier?

Portella: muito espaço para as vendas aumentarem.

Portella – Nosso segmento, assim como os demais bens duráveis, sentiu um impacto considerável da situação econômica brasileira. Porém, o trabalho de casa foi feito pela indústria e varejo e estamos todos entrando confiantes e preparados em mais uma temporada de verão. No âmbito da minha empresa, sabemos que nossa nova marca para climatização residencial Springer Midea vai trazer ainda mais força junto aos consumidores. Como outros setores, a indústria de ar condicionado brasileira teve de fazer ajustes para manter a sustentabilidade de sua operação. Na Midea, reduzimos mão de obra e adequamos a linha de produção à nova demanda do mercado. Além disso, definimos um novo plano estratégico para preparar a empresa para a retomada da economia, prevista por alguns para 2017.

PR – Movimentos como a união de marcas realizada por Springer e Midea podem ser lidos como uma reação a este quadro negativo pela consolidação de forças?

Portella – Sim, com certeza. O momento econômico pede definição de novas estratégias. Desde a assinatura do contrato de joint-venture entre a Midea e a Carrier, em 2011, mantivemos as marcas de maneira independente e até mesmo concorrendo entre si no segmento de climatização. Entretanto, percebemos que, para o mercado nacional, seria mais interessante contar com um diferencial competitivo focado nas necessidades dos consumidores. Por isso, resolvemos unir a tradição da marca Springer à liderança e inovação da Midea no desenvolvimento de produtos

para climatização residencial. Assim, esperamos atender melhor as demandas do setor, mantendo a Midea como marca mãe, com suas submarcas de eletrodomésticos/eletroportáteis Midea Practia, Midea Liva e Midea Desea, já disponíveis no mercado com portfólio de cozinha, adegas e cervejeiras (entre outros) e a submarca Springer Midea para climatização residencial, com condicionadores de ar e climatizadores.

temos muito espaço para crescer, e a Springer Midea vai buscar preencher este potencial para expandir junto com o nosso mercado.

PR – Quais as principais ações concretas tomadas pela Midea Carrier para fazer frente à crise?

Portella – Estruturamos nosso plano de expansão considerando o atual cenário econômico. Vamos entrar definitivamente no segmento de linha branca e alcançar novos consumidores.Para isso, estamos reestruturando nossos departamentos, a exemplo do pós-vendas. O objetivo é ampliar de 600 para 800 pontos a nossa rede de atendimento de assistência técnica até o fim do ano, capacitando-os com treinamentos e certificações trimestrais, presenciais e a distância, por vídeo aulas. Também iniciamos em setembro o projeto denominado 'Jornada do Consumidor'. Consta de um acompanhamento passo a passo do atendimento ao cliente que abrir um chamado conosco através da Central de Relacionamento. A cada evolução, o consumidor será comunicado através de SMS, e-mail ou ligação, até a resolução do caso, processo finalizado com uma pesquisa de satisfação. Até o fim de 2016 serão investidos mais de R$ 12 milhões no desenvolvimento de produtos e ações de trade marketing nos pontos de venda.

PR – O anunciado ingresso da Midea Carrier em novos produtos da linha branca seria uma forma de diminuir a concentração do foco no segmento de climatização residencial e, ao mesmo tempo, aumentar as vendas e diversificar os campos de atuação da empresa?

Portella – Sim, já a partir deste semestre vamos incrementar o portfólio de linha branca em 51%. O objetivo é fortalecer a marca Midea mediante a entrada em novas categorias de produtos, como panelas elétricas, aspiradores de pó e lava e seca. A meta é de, em três anos, estarmos entre os principais players de eletrodomésticos do país.

Springer Midea split: união faz a força da marca.

PR – Quais alternativas enxerga ao alcance dos fabricantes de ar condicionado para que possam fazer frente a esta conjuntura retraída e instável?

Portella – Hoje em dia, o maior empecilho para o crescimento do mercado é a dificuldade vivida pela economia; isso afetou diretamente a renda das famílias. Mas o país permanece um ótimo mercado para o segmento. É o quinto do mundo para ar condicionado residencial e o maior mercado de splits na América, maior até do que os Estados Unidos, por exemplo. Resultado da crise, o número de novas residências e o crescimento do mercado de climatização sentiram um impacto significativo. Mas trata-se de um baque temporário, considerando-se que menos de 20% das residências no Brasil têm ar condicionado em casa – ao contrário dos mais de 80%-90% em países desenvolvidos. Portanto, ainda

PR – Onde serão produzidos os novos eletrodomésticos e quando entram no mercado?

Portella – Alguns produtos serão trazidos da fábrica da Midea na China, mas serão especialmente desenvolvidos para o consumidor brasileiro. No momento, nossas duas fábricas aqui têm focos de atuação diferentes. Sai de Manaus toda a nossa produção de condicionadores de ar residenciais (tipo Split e Janela), microondas e produtos para climatização comercial leve. Por sua vez, a fábrica de Canoas (RS) continua dedicada às linhas de climatização comercial para grandes obras, com tecnologia diferenciada e projetos especiais.

O carrinho aguarda o toque

Calmaria no polo de Manaus tira da tomada a injeção de componentes

Eletroeletrônicos mobilizam 27% da receita do maior núcleo de fabricantes do setor no país, o Polo Industrial de Manaus (PIM, ex-Zona Franca). Nos últimos dois anos, o noticiário sobre ele tem sido dominado pelo efeito cascata, na economia e nos postos de trabalho, por revezes como a descida na ladeira sentida nas linhas branca, cinza e marrom, a exemplo das compras de TVs para assistir as Olimpíadas do Rio terem perdido de 7x1 para a saída dos aparelhos na Copa do Mundo de 2014. "A crise deste ano é a pior de todos os tempos para o PIM devido ao percentual de queda no volume de produção", avalia Mariana Barrella, diretora da **Tutiplast**, maior transformadora de peças injetadas da Zona Franca. "Segmentos como eletroeletrônicos fecharão 2016 com redução nos volumes fornecidos de quase 30% perante 2015. Em condicionadores de ar, tivemos clientes que suspenderam a produção por mais de 90 dias e outros que voltarão a operar somente em 2017".

Mariana Barrella: Tutiplast sofre mas as vendas do grupo crescem.

Fundada e presidida por Cláudio Barrella, pai de Mariana, a Tutiplast já viu de tudo em matéria de crise em 23 anos de estrada. Figurou, inclusive, entre os primeiros transformadores de peças técnicas para motos montadas em Manaus. À sombra desse cartão de crédito platinum, Cláudio, Mariana e o gerente comercial Cleber Komeda enxergam impactos distintos da recessão nos dois campos cobertos pela transformadora. "O segmento de eletroportáteis, como secadores de cabelos, ainda está muito ligado a importações; nem todos os aparelhos ofertados são fabricados aqui", explica a diretora. "Trata-se, portanto, de um segmento bem penalizado com a alta do dólar, o que forçou algumas empresas a investirem na manufatura local, favorecendo por extensão os fornecedores locais de componentes e a própria competitividade dos nossos eletroportáteis em mercados abastecidos exclusivamente pelos chineses. Alguns clientes nossos estão exportando para a Argentina e México". Por essas e outras, deduz Mariana, o dólar é o senhor do futuro dos eletroportáteis brasileiros, segmento visto por ela como o mais vulnerável à crise entre os atendidos pela Tutiplast.

Eletroportáteis: câmbio favorece produção local.

COM A APTA SUA EMPRESA TEM MAIS FORÇA

Em um mercado cada vez mais competitivo, é preciso contar com parceiros sólidos.

A APTA, especializada na distribuição de resinas e no desenvolvimento de aplicações, oferece uma linha completa de polímeros e o know-how de uma equipe técnica preparada para atender clientes de qualquer porte e em qualquer lugar do Brasil.

Entre em contato com a gente e mantenha sua empresa forte e competitiva.

ABS • PC • TPU • PA • POM • PP • PE • mPE • TPE • TR • PBT • ASA • SAN • ABS/PC • PC/ABS • SBS • MABS • Compostos e Coloridos

APTA
Resinas Termoplásticas

FILIAIS PRESENTES EM **SÃO PAULO** - SP, **JOINVILLE** - SC E **SÃO LEOPOLDO** - RS

APTARESINAS.COM.BR

Cláudio Barrella: compra da Springer e Norplast este ano.

Por sua vez, o flanco dos eletroeletrônicos ganha dos eletroportáteis em estabilidade, considera Mariana. "TV, por exemplo, é paixão do brasileiro e os fabricantes já consolidaram a manufatura local". Óbvio que mais de dois anos de empobrecimento e desemprego baixaram o volume de produção de eletroeletrônicos, ela concorda. "Mas esses produtos não são tão sensíveis à variação cambial, pois, se o dólar subir, esse custo será repassado ao consumidor".

TV: paixão nacional e produção consolidada no país.

PERDAS E GANHOS

A Tutiplast passa o arado em duas pastagens para navegar entre os destroços da economia pós-Dilma. "Estamos voltados para a aquisição de concorrentes e a ampliação da nossa presença em outros Estados", estabelece Mariana. Do discurso à prática, a Tutiplast virou a nº1 em capacidade de injeção da região norte, assegura Mariana, mediante a compra da rival **Springer Plásticos da Amazônia** em março passado. Um mês depois, embolsou a baiana **Norplast**, dedicada a autopeças para as fábricas da **Fiat** e **Ford** no Nordeste.

O acerto da estratégia ensaia aparição no próximo balanço. Sem incluir no cômputo a duas indústrias incorporadas, Mariana acha muito ruim a receita da Tutiplast no primeiro semestre. "Caiu 35% perante o mesmo período em 2015 e a expectativa é fechar 2016 com queda

RADICI: O MERCADO É PARA QUEM TEM JOGO DE CINTURA

Jane Campos: capacidade ampliada com nova extrusora.

"Autopeças detêm 35 das nossas vendas", situa Jane Campos, diretora da **Radici Plastics Brasil**, pêndulo dos componedores de poliamida (PA). "Sentimos a queda da produção de carros desde 2015, mas conseguimos compensá-la com exportações para o restante da América Latina e com a presença em outros campos de PA, com destaque para embalagens alimentícias e componentes do setor elétrico". Entre os destaques do balanço de 2016, Jane destaca linhas de compostos de PA 6, 6.10 e 6.12 e formulações antichama. Do portfólio dos materiais de ponta da matriz italiana da Radici, ele ressalta os diferenciais das linhas HHR e XTREME, respectivamente resistentes a 210ºC e 230ºC. a série de compostos de fibra longa Radistrong e o lançamento da poliftalamida (PPA) Radilion Aestus T, acenando com a resistência a altas temperaturas condizente com aplicações como componentes de motor turbo e peças técnicas de boa estabilidade dimensional.

Na contramão do freio generalizado nos investimentos industriais, Jane programa para 2017 a compra de mais uma extrusora para sua unidade de beneficiamento em Araçariguama, interior paulista. "Também receberemos uma nova ensacadora automática **Coperion** e substituiremos os silos homogeneizadores por modelos adquiridos da **Zeppelin**", ela arremata. Os concorrentes **DSM** e **Solvay** negaram entrevista.

de 25% no faturamento, a reboque da redução média de 30% a 40% nos volumes de produção dos clientes". Esses estragos foram atenuados nos resultados da Tutiplast, explica a dirigente, em razão da conquista de novos nomes para sua carteira e do aumento da participação da empresa nas entregas a outros clientes. "Mas se computarmos o faturamento conjunto da Tutiplast, Springer e Norplast, cresceremos em torno de 15% este ano", ela projeta. O próximo passo, ela adianta, é buscar as sinergias para calçar a expansão do grupo. "Assim, os investimentos agendados para 2017 serão pontuais e visam incrementar o nível de automação das duas empresas adquiridas".

DEVAGAR COM O ANDOR

Na selfie do momento, a Tutiplast, em isolado, opera 181 injetoras com forças de fechamento entre 58 e 1.600 toneladas. "Fechamos 2015 com ocupação média de 65%, índice hoje na faixa de 50%", insere Mariana. Na calculadora do presidente Cláudio Barrella, suas três empresas hoje transformam cerca de 800 t/mês, escoradas em capacidade para injetar mais de 1.200 t/mês.

Em Manaus, a Tutiplast conta com a escora de sua ferramentaria, para manutenção e ajustes nos moldes adquiridos, e dos préstimos de uma operação certificada pela ISO TS 16949. Entre os ases tirados da manga, Mariana, Cláudio e Komeda apontam para as linhas de solda a laser, a célula de pintura com ambiente controlado (sala limpa) e o laboratório de metrologia. O futuro, eles concordam, está no investimento em automatizadas células de injeção, com softwares e periféricos integrados, no rumo do preço menor e qualidade melhor. "Firmamos parceria com a Universidade do Estado do Amazonas para desenvolver um sistema capaz de integrar a documentação técnica e controle estatístico do processo ao monitoramento on line da produção", informa Mariana. Chegaremos à patente em breve".

Pinheiro: investimentos em compasso de espera.

Em seu assédio das linhas branca, cinza e marrom, a cadeia de plásticos de engenharia injetados volta e meia alardeia emboscadas para surrupiar aplicações do metal. Mariana recomenda que se vá devagar com esse andor. "O ponto crucial é o custo final de cada peça, mas, falando sinceramente, as empresas no Brasil ainda estão reticentes quanto a mudanças drásticas nos seus eletrodomésticos e eletroeletrônicos".

No leme da Springer Plásticos, nova controlada da Tutiplast, o diretor Orlem Pinheiro de Lima endossa o ponto de vista de Mariana Barrella. "Este movimento é cíclico e sempre existiu", constata. "Em determinados momentos, a queda do preço internacional leva os insumos métalico-ferrosos a desenvolvimentos para destronar o plástico em componentes injetados para autos e eletroeletrônicos. E vice versa".

DUPONT SURFA NA NACIONALIZAÇÃO DE PEÇAS

Dornelles: projetos em alta para abolir o metal.

Autopeças abocanham a parte do leão do mercado de resinas nobres. Há três anos, a zika na economia derruba a produção de veículos no Brasil. Mas a fraqueza no geral não mata as oportunidades de ganhos no particular. A **DuPont Performance Materials** reza por esse evangelho. "Embora afetados pela crise em campos como o automotivo e linha branca, os plásticos de engenharia têm substituído materiais como metais em novas aplicações, a ponto de aumentar o fluxo de nossos projetos nesse momento", pondera Augusto Dornelles, gerente de contas estratégicas na América do Sul.

Especialidades trazidas pela DuPont, caso do poliacetal Delrin, poliamidas Zytel e o ionômero Surlyn, têm sua receptividade no Brasil ampliada a reboque do esforço das empresas por substituir componentes importados a dólar alto. "Isso tem levado grande parte das empresas locais ao desenvolvimento de alternativas domésticas para baixar custos de produção", percebe Dornelles. Ele se aferra à indústria automobilística, hoje de ossos à mostra, para rechear seu argumento com aplicações nacionalizadas como hélices e módulos de ventilação, capas de radiadores e tampas de motores, inclusive para o mercado de reposição.

Capa de radiador e cobertura do motor: revisão dos custos favorece plásticos de engenharia.

STYROLUTION SE DÁ BEM ATRÁS DAS GRADES

Motta: desenvolvimentos estabilizam volume de vendas.

As especialidades estirênicas da **Ineos Styrolution** se espraiam por aplicações médico-hospitalares, embalagens de alimentos e componentes de eletrodomésticos. Mas como quem foi rei nunca perde a majestade, não é o fato de as montadoras hoje operarem abaixo de 50% de sua capacidade que tira o charme do setor automotivo do Brasil aos olhos da petroquímica alemã. "Apesar de tudo, alavancamos o pipeline de projetos de desenvolvimentos, mediante suporte técnico comercial, a ponto de mantermos o volume de vendas de materiais na conjuntura atual do país", constata Paulo Motta, diretor da Ineos Styrolution para a América do Sul.

Referência nesse sentido, ele solta, é uma tecnologia iniciada na Europa pela Ineos na garupa da **Mercedes Benz** e debutante no Brasil pelas mãos da **GM**. "Trata-se do uso de hot stamping nas grades injetadas frontais, gerando acabamento similar ao cromado em diversas cores, além de simplificar a montagem da peça e reduzir seus custos de processo e ferramental", descreve Motta. O emprego de hot stamping dispensa a pintura ou cromação posterior, pois envolve a aplicação de adesivo sobre a grade frontal", detalha o analista de vendas e marketing Daniel Lagares. "Com isso, não há perda de produto e elimina-se a etapa de mascaração da peça e o recobrimento com película de cromo metálico". Por aqui, a GM transpôs este avanço, já em uso em autopartes internas em montadoras locais, para a grade frontal externa da S-10,

GM S-10 e Mercedes Benz : ASA com hot stamping na grade frontal.

empregando hot stamping da **Kurz do Brasil** na peça. É injetada pela própria GM com o copolímero de acrilonitrila estireno acrilonitrila (ASA) Luran® S 777K UV BK61066GM, informa o executivo. Motta acrescenta que **Peugeot** e **Renault** também recorrerão a esta tecnologia em novos projetos no Brasil.

Motta também espera o desembarque no Brasil de uma especificação conquistada pelos estirênicos Ineos Styrolution na matriz francesa da Peugeot: a grade frontal do modelo 308. O material selecionado para injeção, distingue o diretor, foi o ASA Luran® 778T, de alta compatibilidade com aplicação de hot stamping. Para o quadro da mesma grade, insere o diretor,a Peugeot elegeu o copolímero de acrilonitrila butadieno estireno (ABS) Novodur P2MC, movida pelo plus dado à estabilidade dimensional e resistência ao impacto e ao calor.

AR CONDICIONADO CHINÊS

Fundada há 41 anos, a Springer encarou poucas e boas. Entre guinadas no rumo e fissuras nos balanços, Pinheiro lembra crises do petróleo, mexidas no perfil da ex-Zona Franca e os reflexos de divisores de águas da tecnologia, a exemplo da substituição dos gabinetes pesados dos finados aparelhos de tubos pelas finas molduras de menos de um quilo das TVs LCD. "Mas nada bate a recessão atual, pois paralisou o país ao atingir o tripé da economia, finanças e política, por má gestão dos entes públicos".

O carro-chefe da Springer, distingue o diretor, são as peças para motos.Os degraus abaixo são ocupados por componentes para eletroeletrônicos, automação e linha branca. "Não há setor imune à crise, mas os mais afetados foram o de duas rodas, com queda média de 30% devido à restrição de crédito, e o de ar condicionado, prejudicado também pela concorrência chinesa", avalia Pinheiro. Por tabela, ele define, 2016 é um ano de sobrevivência para a Springer. "Estamos cortando gastos, remodelando a estrutura fabril e prospectando clientes em outros Estados".

47% DE OCIOSIDADE

Entre as despesas a salvo da guilhotina, Pinheiro mantém de pé os investimentos este ano no incremento da automação do processo e na capacitação da mão de obra. A crise deportou à Sibéria o plano de trocar uma injetora de grande porte e do aporte de recursos em CNC para a ferramentaria da Springer, dedicada a moldes pequenos e a reparos nas ferramentas de clientes. "São investimentos sem concretização prevista para 2017 e tudo dependerá do comportamento do mercado", condiciona o executivo.

A Springer roda com 36 injetoras munidas de sistemas híbridos e com

K 2016

Düsseldorf / Germany
19. – 26. 10. 2016

www.arburg. com.br

13 A13

ARBURG

Pastore: peças técnicas enfrentam a calmaria em bens adiáveis.

forças de fechamento na janela de 90 a 1.250 toneladas, um parque industrial com idade média de cinco anos, situa Pinheiro. A depender de fatores como o mix de peças geradas, ele estima a capacidade instalada no patamar de 950 t/mês. "Em 2015, considerando as horas disponíveis para apenas dois turnos, o índice de ocupação foi da ordem de 53%". Para este ano, Pinheiro projeta declínio na média de 30% no faturamento da Springer contra 2015. "Consequência das circunstâncias do mercado e da escassez de linhas de financiamento para o consumidor final", atribui.

CARMA DOS BENS ADIÁVEIS

Nesses mais de dois anos de recessão no lombo, o PIM pena pelo seu carma carregado de produtos chamados em economês de bens adiáveis, analisa Luiz Antonio Pastore, presidente da **PAM Plásticos**, transformadora na reta de completar 35 anos de estrada em 2017. "Seja pelo desemprego, inflação ou desordem na economia, em períodos de crise há

TOSHIBA: ISSO É QUE É UMA PERFORMANCE ELETRIZANTE

Piazzo: empate com as vendas de 2015.

No momento, em torno de 50 injetoras elétricas da **Toshiba Machine** rodam no Polo Industrial de Manaus (PIM), estima Hércules Piazzo, diretor comercial da **Hercx**, agente exclusiva da grife japonesa. "Este efetivo deve corresponder a 20-30% do parque local de injeção elétrica". O representante espera fechar o exercício nublado de 2016 com o mesmo número de linhas vendidas no ano passado, sendo boa parte delas endereçadas a peças técnicas, exclusive autopartes.

Para o reduto de peças técnicas, Piazzo confia na receptividade às suas compactas injetoras EC-SXII. Além dos clássicos predicados dos modelos 100% elétricos, caso da economia energética, precisão, zero óleo no processo e menor consumo de graxa lubrificante, o representante empunha avanços recentes como o visual repaginado, a velocidade do comando Injectvisor V50, o espaço maior entre as placas e a diversidade de diâmetros de rosca e perfis.

Toshiba EX C SXII: novo comando com maior velocidade de resposta.

perda do poder aquisitivo e se adia então as compras de motos e eletroeletrônicos que identificam o PIM", ele argumenta. A propósito, encaixa, em proporção à massa de 12 milhões de desempregados no país, Manaus sempre exibe uma taxa maior de pessoas sem trabalho, "exatamente pelo tipo de produto ali fabricado", assinala o industrial.

O portfólio de injetados da PAM prima pela abrangência e concentra o atendimento nos fabricantes do PIM. Envolve gabinetes e molduras para TV e monitores, peças para motos e ar condicionado e componentes de fontes de alimentação (carregadores) para informática e telecom e itens de setup box. Ou seja, aparelhos como modens e switches, para conversão do sinal a cabo ou de satélite ou do sinal analógico para digital. "Nosso esforço é buscar competir com as peças plásticas importadas; muitas dessas compras externas são permitidas pelo Processo Produtivo Básico (PPB) determinado para o PIM pelo governo", esclarece Pastore. A crise deixa com ferro em brasa a sua marca todos os campos cobertos pela PM, ele constata. Sem soltar projeções de faturamento, ele dimensiona o baque sentido no bolso com a queda de 40% no índice de ocupação da sua fábrica entre 2014 até hoje. O percentual ajuda a explicar a prensagem dos gastos. "2016 tem sido um período de pouquíssimos investimentos, exceto para aqueles estritamente necessários à nossa atividade".

ROMI: SEM SUFOCO EM PEÇAS TÉCNICAS

Romi EN: acionamento hidráulico por servo-bomba.

Para a **Romi**, nº1 nacional em injetoras, a transformação de peças técnicas tem atravessado 2016 entre perdas e ganhos. "A venda de carros caiu com força, mas o setor demandou novas injetoras para atender a projetos de facelift em desenvolvimento durante a retração atual", contrapõe Wiliam dos Reis, diretor da unidade de negócios de máquinas para plásticos. No arremate, ele sublinha que a Romi também encontrou um refúgio do chororô nas montadoras na demanda por injetoras por parte de indústrias fora da raia das peças técnicas, como fabricantes de embalagens e utilidades domésticas em busca de trunfos como a economia de energia.

Na esfera das peças técnicas, especifica Reis, seus carros-chefes são as injetoras EN de 70 a 1.100 tioneladas e munidas de acionamento hidráulico por servo-bomba. Entre os aprimoramentos recentes nesta série, o diretor ressalta o super veloz comando CM20, com interface gráfica multitouch de 19" fullHD. "A programação é fácil e a plena conectividade possibilita o acesso do CM 20 via browser, tablets, smartphones, sistemas MES e serviços remotos", complementa o executivo.

Flexcool

Soluções inovadoras para refrigeração industrial: controle total de processo e a mais alta eficiência energética

DigitempL Termochiller
- Dois circuitos independentes de temperatura
- Funções de refrigeração e aquecimento integradas
- Controle auto-adaptativo

Aryacool Dry Coolers
- Função adiabática automática
- Ventiladores controlados por inversor
- Circuito fechado sem contaminação da água

Aquaflow Bombas
- Operação controlada por inversor
- Conjunto de bombas múltiplas
- Rodízio automático de bombas

Aquatech
A Piovan Company

aquatech.piovan.com

vendas@piovan.com.br Tel. + 55 11 3693 9432

RISOTO COM ESPAGUETE

O parque fabril da PAM é puxado por 60 injetoras hidráulicas e Pastore se abstém de calcular a capacidade instalada alegando singularidades como o fato de ter peças de 90 gramas injetadas em máquina de 1.400 toneladas. "Na média atual, a fábrica consome 450 t/mês de resinas". Na retaguarda, ele, destaca a modernidade de sua ferramentaria, focada na manutenção e ajustes nos moldes entregues por clientes, a maioria proveniente da China. "Atingimos ciclos de injeção inimagináveis no passado utilizando moldes com 60 zonas (hot runner) controladas e 24 pontos de injeção com necessidade de controle sequencial e sistema heat/cool", ele conta, à guisa de referência de atualização tecnológica.

Por sinal, rememora Pastore, a PAM assina vários marcos do plástico no PIM. "Fomos a primeira empresa em Manaus a ter injeção a gás, a utilizar moldes com vapor e a dispor de célula integrando injeção, pintura e montagem", ilustra Pastore. Com o barateamento das soluções de TI, ele pondera, é enorme a possibilidade de a transformação de plástico chegar à plena interligação e monitoramento on line embutidos no conceito de vanguarda Indústria 4.0. No Brasil, esse sonho hoje esbarra na impossibilidade da mistura do que Pastore chama de risoto com espaguete – a capacidade de investimento e a economia no caos. "O país tem de encontrar um novo caminho, definir o papel da indústria e o que se espera dela. Demos um primeiro passo com a mudança do governo. Vejamos o que vem pela frente". •

PAVAN ZANETTI: INJETORAS SÃO NEGÓCIO DA CHINA

Atuante na revenda de injetoras chinesas, a **Pavan Zanetti** enxerga o reduto de peças técnicas, exclusive autopartes de maior envergadura, como quintal de máquinas menores e médias. Nesse compartimento, a empresa põe no balcão modelos hidráulicos da sérieHXF de 160, 220, 260, 320 e até 380 toneladas de força de fechamento. "Devido à flexibilidade de sua estrutura, essas injetoras admitem trabalho com moldes utilizáveis em máquinas de 100 a 500 toneladas", abrange Antonio Dottori, integrante da equipe comercial da empresa.

Injetora HXF: diversidade de modelos para peças técnicas.

Entre os atributos dessas injetoras importadas, operação hoje encarecida pela alta do dólar, Dottori distingue o recurso do servo-motor e a precisão nos parâmetros de fechamento e no trabalho com materiais de alta fluidez.

BATE E VOLTA

Adeus PP na Bahia

Walmir Soller

Uma pergunta para Walmir Soller, diretor do negócio de polipropileno da Braskem.

Plásticos em Revista – Desde quando e por que Braskem colocou para hibernar sua planta de 125.000 t/a de polipripleno (PP) na Bahia e quando pretende religar a unidade?

Soller – A Braskem tomou a decisão final de hibernar a planta de PP em Camaçari por motivos de otimização e melhorias operacionais. Os principais fatores foram a defasagem tecnológica da linha, seu custo operacional e a limitada escala de produção. Desde 2011, a unidade já não comercializava sua capacidade total. A Braskem não prevê a retomada da produção desta planta. Por decisão estratégica, a matéria-prima utilizada nela foi deslocada para outras fábricas da empresa. Essa otimização fez a Braskem aumentar sua produtividade nas demais plantas. No momento, a capacidade de produção de PP da Braskem é de 1,85 milhão t/a no Brasil.

Injetoras**HXF**

Linha completa de máquinas para todas as aplicações.

Qual a sua necessidade?

Máquinas com servo motor:
Maior precisão de movimentos com respostas mais rápidas.
Ciclos menores e melhor repetibilidade nas peças injetadas.

O quê e quanto você quer produzir?

Faça as contas.

Com as Injetoras HXF você produz mais e melhor, com menos.

O quanto você quer lucrar?

Menor consumo energético por Kg de material plástico transformado.

Quanto você deseja economizar?

Chame um representante e descubra, na ponta do lápis, todos os benefícios que as Injetoras HXF podem proporcionar ao seu negócio: 19 3475.8505 e vendasinjetoras@pavanzanetti.com.br

Peças técnicas

Pré-formas

Tampas

Utilidades

Brinquedos

Automotivo

As linhas de máquinas da Pavan Zanetti contam com o melhor pós-venda e assistência técnica, em todo o território nacional, para maior disponibilidade do equipamento e garantia de produtividade.

PABX: +55 19 3475.8500
SAC: +55 19 3475.8504
Vendas de máquinas: +55 19 3475.8505
e-mail: vendas@pavanzanetti.com.br
www.pavanzanetti.com.br

FINAME para máquinas Nacionais
Cartão BNDES

pavan zanetti

50 ANOS

Amigio

NATIPLAST

Hora do banho de sal grosso

Natiplast encara a torneira fechada nas vendas de materiais de construção

Diminuir o tempo do banho ajuda a baixar a conta da energia e água. Esta regra da economia doméstica virou notícia durante a crise hídrica, ainda não zerada no Sudeste, e quase ganhou força de lei na conjuntura atual para uma população cujo poder de compra empobreceu perto de 9% entre 2014 e 2016. Aliás, ela tem sido, ao pé da letra, uma ducha de água fria para a gaúcha **Natiplast**. Com portfólio puxado por registros e duchas higiênicas, especiais e individuais, o balanço da transformadora presidida por Gelson Oliveira hoje escapa por pouco de ir a pique. "O faturamento tende a permanecer estável este ano, amparado em dois carros chefes: a demanda do segmento de esteiras para automação e as parcerias de prestação de serviços na injeção de terceiros", ele analisa. Entre os injetados fornecidos, constam utilidades domésticas e, neste ponto, o negócio da Natiplast conta com a escora da **JR Oliveira**, ferramentaria independente controlada pelo empresário e focada em moldes de injeção.

Duchas: jato da demanda perdeu força.

Oliveira não hesita em listar a atual depressão da economia como a pior que a Natiplast deglutiu em 16 anos de estrada. "É a mais grave por ser a mais longa; a empresa já acumula dois anos de quedas consecutivas em suas receitas", assinala. Duchas e registros figuram na pesquisa mensal entre centenas de lojistas empreendida pela **Associação Nacional do Comércio de Materiais de Construção** (**Anamaco**). A entidade não abre ao público os dados da trajetória de cada uma das 63 categorias de produtos monitorados. Embora a expectativa, no plano geral, seja de reação nas vendas durante o semestre atual, a tiracolo do astral do mercado revigorado pela mudança de governo (ver seção 3 Questões), analistas do quilate de Luis Roberto Wenzel Ferreira, diretor de vendas, marketing e inovação do grupo **Tigre**, saúdam com reservas esta virada ensaiada sob a alegação de que ela parte de uma base de crescimento muito baixa – o exercício já recessivo em 2015.

Oliveira: investimentos em hibernação.

Na esfera específica do mostruário da Natiplast, Gelson Oliveira informa que as vendas de suas duchas se mantêm 30% abaixo do normal, enquanto os filtros decloradores, devido ao seu maior valor agregado, acusam recuo da ordem de 50% em seu movimento nestes últimos dois anos de pindaíba econômica. "O segmento de esteiras para automação também revela declínio de até 30% em suas vendas neste biênio", completa o industrial.

Na sede em Caxias do Sul, o parque fabril da Natiplast reúne 20 injetoras hidráulicas de pequeno e médio porte, seis desumidificadores, quatro misturadores, seis moinhos, quatro torres de resfriamento, um refrigerador de água e uma ponte rolante de três toneladas. Oliveira descarta a hipótese de reduzir a intervenção manual no processo não só por força da situação do caixa mas por peculiaridades da operação da Natiplast. "Como também injetamos para terceiros uma grande diversidade de artigos e por serem baixos os volumes que fornecemos de nossos produtos, tanto na linha de banho quanto no segmento de esteiras, não temos projetos de automação em vista". No mesmo diapasão, ele insere terem sido postos no freezer pela recessão os planos de desenvolvimento de produtos e de renovação do parque industrial.

"No momento, processamos em média 26 t/mês de resinas, rodando com 60% de ocupação da capacidade contra 55% em 2015", dimensiona Oliveira. "Mas noto uma tendência de melhora nos últimos meses". Oxalá. •

Eu aprovo a Piramidal porque...

PIRAMIDAL

RESINAS COMMODITIES	PEBD · PEBDL · PEAD · FLEXUS · UTEC · EVA · PP HOMOPOLÍMERO · PP COPOLÍMERO PP RANDOM · POLIESTIRENO CRISTAL E ALTO IMPACTO · PET · MASTERMIX E ADITIVOS
RESINAS DE ENGENHARIA	SAN · ABS · BLENDA DE POLICARBONATO+ABS · POLICARBONATO COMPOSTOS DE POLIPROPILENO · PBT · NORYL · ASA · NYLON 6 E 66 · POLIACETAL · ACRÍLICO

PIRAMIDAL

CONTACT CENTER
4003.6777
(dispensa o uso do DDD)
www.piramidal.com.br

adirplast
Associação Brasileira dos Distribuidores de Resinas Plásticas e Afins

ISO 9001 SGS

KEPITAL · Braskem · Honeywell · سابك sabic · INEOS STYROLUTION · UNIGEL · DSM

Com água pelo pescoço

Nem os salões de beleza se safam da crise, percebe a Dompel

Pela primeira vez em 23 anos, as vendas de produtos de beleza caíram em 2015. O recuo imposto pela recessão foi de 6% sobre no balanço de 2014 e, até segunda ordem, o sentimento no ramo é de que 2016 caminha para ser o segundo ponto fora da curva. Em contraponto, recente pesquisa realizada com 790 maiores de 18 anos pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) concluiu que seis em cada 10 pessoas acham-se vaidosas e uma parcela de 66% acham que cuidar da beleza não é luxo, mas necessidade. Tem mais: com crise e tudo o Brasil permanece o terceiro mercado mundial do setor.

É na corda bamba entre estes dois mundos que se equilibra o grupo gaúcho **Dompel**, referência em produtos injetados para o universo dos cuidados pessoais. "Completamos 36 anos em 16 de setembro e, sem dúvida, esta é a pior recessão já enfrentada e tem se agravado desde 2015", constata o diretor Jobem Donada. "Apesar de atuarmos num mercado movido a beleza e vaidade, em geral sem acusar muito o efeito de um recesso, o fato é em que as pessoas estão com menos recursos para tratar da aparência; o nível desses gastos baixou e com intensidade variável conforme a região do Brasil". Donada refuta qualquer comparação do quadro com a crise financeira de 2008 e 2009." Nossa estrutura e a concorrências eram menores; o negócio cresceu naquele período".

Donada: criatividade para sair do vermelho.

Os produtos da Dompel e da **Altez**, marca criada há um ano, focam salões de beleza. Na paisagem atual, a clientela empobrecida raciona as idas a esses estabelecimentos. De outro lado, emprendedores como desempregados usam suas reservas e indenizações para montar salões pequenos a baixo custo para o público de renda menor. Donada não vê refresco nessa leva de investimentos. "A competição piorou", pondera. "Hoje em dia, são muitos os fabricantes nacionais de móveis de salão e há

bastante produto chinês". Para engrossar a concorrência, ele explica, a evolução da venda on line brindou as pessoas com muito mais facilidades para comparar de qualquer fornecedor ou local. "O mercado tem hoje vários fornecedores de produtos similares aos nossos pela internet, seja por pessoas físicas ou micros e pequenas empresas", descreve o empresário. "Além do mais, vivemos em um mercado de moda e o que saía muito três anos atrás hoje não vende".

Na sede em Caxias do Sul, abre Donada, a Dompel manufatura metal, madeira, espuma de estofado e plásticos. Na esfera das resinas, distingue o transformador, a fábrica aloja 18 injetoras de força de fechamento entre 150 e 1.000 toneladas. "Nossa capacidade de injeção varia de acordo com o produto vendido, mas, a título de um indicador, o atual consumo médio de termoplásticos ronda 40 t/mês, ou seja, operamos com 40% de ociosidade", associa Donada. "Em 2015, utilizamos em média 50 t/mês de resinas".

Por ser marca muito nova na praça, o empresário afirma não ter, por ora, como medir o impaco da crise em cada item do mostruário de acessórios da Altez para os salões. "Envolve produtos elétricos e artigos de plástico, metal, papel tecido etc. Em suma tudo aquilo que um profissional precisa para exercer o ofício, seja cabeleireiro, manicure, podólogo, esteticista ou tatuador". Donada tem uma noção mais precisa dos petardos da recessão ao debruçar-se sobre o portfólio da Dompel. "Os itens mais afetados são os campeões de vendas há pouco tempo, os carrinhos expositores de esmaltes", aponta o diretor. "A queda da demanda tem a ver com a preferência de muitos salões por expor esmaltes nas esmalterias, prateleiras de parede feitas sob medida,dispensando assim os carrinhos".

Lançamentos da Dompel: mercado mais disputado.

Nem a pindaíba entre quem frequenta salões de beleza nem o PIB no vermelho fizeram a Dompel hibernar os planos de expansão. "Por conta da baixa nas vendas, deixamos de contratar profissionais para as áreas técnicas e reduzimos em 20% a mão de obra na fábrica". Em compensação, Donada acredita que vira o jogo do balanço, com queda de 10 % de janeiro a agosto versus mesmo período em 2015, pela força de lançamentos como a cadeira Texas e o lavatório Marte. "Estamos mais preparados para voltar a crescer", confia o transformador. •

CRIE UMA ALTERNATIVA SUSTENTÁVEL PARA SEU NEGÓCIO!!

A Wisewood é referência quando o assunto são resinas termoplásticas recicladas. Nosso maior objetivo é o de oferecer produtos com origem sustentável, priorizando sempre o meio ambiente e as soluções voltada à ecologia.

Com um padrão único de qualidade, nosso produto mantém suas características do primeiro ao último grão. Além de oferecer soluções sob medida para a sua aplicação.

wisewood soluções ecológicas

Avenida Osvaldo Berto, 405 - Itatiba -SP - Distrito Industrial - 13255-405
Tel: 11 3183-5230
www.wisewood.com.br / email: comercial@wisewood.com.br

A química que rola com o campo

Cai o consumo de agrotóxicos e sobram produtores de suas embalagens. Mas o porte do mercado fala mais alto, julga a Ipackchem

Um cisco perturba, mas jamais tira o brilho do olhar. Transponha esse preceito para o agronegócio brasileiro e entenda por que, em plena estiagem da economia, a francesa **Ipackchem** começa a soprar embalagens de defensivos em fábrica zero bala em Paulínia, no interior paulista, aporte orçado em R$ 40 milhões. "Não poderíamos ser um fornecedor internacional do setor agroquímico sem estar presente no Brasil", justifica Philippe Carasso, diretor geral da filial da Ipackchem. "Investimos com perspectiva de longo prazo e na certeza de que nossa tecnologia agregará valor ao setor. Além do mais, pesou na decisão nosso compromisso com clientes de envergadura mundial".

Carasso sublinha acreditar no potencial do mercado. Aliás, ele seria notícia se não confiasse. Nas últimas quatro décadas, atestam as lentes ruralistas, o PIB da agricultura brasileira cresceu 3,7% e sua produtividade evoluiu 3% na média anual. De 35 anos para cá, a produção nacional de grãos engordou 198% enquanto a área cultivada não expandiu além de 28%. Para a cúpula do **Conselho Científico para a Agricultura Sustentável** (**CCAS**), sem o emprego de produtos fitossanitários a produção agrícola cairia perto de 50% e levaria à duplicação da área cultivada e aumento dos preços dos alimentos. Mas eis que deu-se um ponto fora da curva: a mão que balança o berço dos defensivos escorregou. No ano passado, as vendas de agroquímicos caíram 21,56% sobre 2014, totalizando US$ 9,6 bi, estrago atribuído pelo **Sindicato Nacional das Indústrias de Produtos para Defesa Vegetal** ao afunilamento do crédito rural, contrabando e ao efeito tóxico do real desvalorizado para um setor ultra atrelado a formulações importadas. O saldo de 2015 traduz recuo ao andaime das vendas de defensivos em 2011. Na mesma clave, o sindicato trombeteia que, na temporada 2016/2017, os preços dos defensivos andam em média 6% mais caros que no ano-safra anterior. Para piorar a seca na horta, André Nassar, ex- secretário do **Ministério da Agricultura**, apertou na mídia um botão de alarme: o aumento da relação entre a dívida e a renda ao longo do ciclo 2015/2016, na forma de R$ 289 bi de débitos para um Valor Bruto de Produção (VBP) de R$ 516 bi. Em suma, 55% da renda compromissada com endividamentos. Na porteira do **Banco Central**, imprevistos do clima em várias regiões afetaram a safra da temporada 2015/2016, finda em junho passado, e os estragos agravaram a inadimplência nas carteiras de crédito rural do sistema bancário – o índice histórico abaixo de 1% para pessoa física

Carasso: planejamento na era Dilma e partida na herança dela.

saltou para 2,04% em julho, primeiro mês da safra 2016/2017 em andamento.

Praticante do pensamento positivo sem calculadora, generalizado na praça após o impeachment, a **Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários** projeta crescimento na casa de 10% para a safra 2016/2017, contagiando em sua esteira as vendas de implementos como sementes e defensivos. Por sinal, mesmo com a demanda descendo a ladeira, o Brasil ainda é prezado como o maior mercado mundial de agrotóxicos e, aliás, quando aprovada pelos órgãos antitruste a incorporação da **Monsanto**, a **Bayer** deterá 22% desse segmento, calcula a consultoria Allier Brasil.

Lotterman: altas oscilações no sopro para o agronegócio.

A Ipackchem se junta ao coro das preces pelo reflorescimento do mercado de agrotóxicos. Aliás, o fato de sua entrada no mercado brasileiro ter sido precedida há bom tempo por uma montanha de concorrentes e a peculiaridade de um deles, a **Campo Limpo**, ter fabricantes de agroquímicos no quadro societário, não são encarados por Philippe Carasso como óleo e cacos de vidro na pista. "Um projeto desse tamanho requer cuidado no planejamento; estudamos sua possibilidade por cinco anos", ele contrapõe. "Em 2014, novos investidores determinaram o desenvolvimento internacional entre as prioridades para o grupo". Desde o ano passado, o controle da companhia parisiense, então à testa de três unidades europeias e uma sul-africana, passou das mãos da norte-americana **Chesapeake Corp.** para as do fundo privado **Cerea Partenaire** e da **Bpifrance**, sociedade entre o banco Caisse des Dépôts e o governo francês.

Sem abrir números, Carasso sustenta dispor na quinta planta do grupo de uma capacidade de sopro de polietileno de alta densidade (PEAD) suficiente para atender os principais clientes no Brasil, entre os quais destaca a maioria dos tops globais em agroquímicos. "A fábrica partiu em junho operando a plena carga", assevera, brandindo a esperança de dobrar a não especificada capacidade operacional já em 2017. Defensivos, manda a lógica, são a menina dos olhos da Ipackchem no país, mas Carasso vai além. "Temos em vista todos os setores dependentes de embalagens especiais para produtos perigosos, em especial os dependentes de uma barreira".

Tal como seus concorrentes, a Ipackchem produz em Paulínia recipientes mono e coextrusados com resina de barreira. Mas o portfólio de tecnologias, ressalta Carasso, incorpora também o diferencial das embalagens fluoretadas. Segundo informações da empresa, trata-se da aplicação de níveis controlados de flúor durante o sopro por extrusão contínua de PEAD para criar uma camada de barreira de politetrafluoretileno. O recipiente assim fluoretado numa operação integrada ao processo, completa o diretor geral da Ipackchem Brasil, é homologado como se fosse uma embalagem de PEAD convencional e, como esta, pode ser encaminhado à reciclagem mecânica. "Proporciona menos custos de reciclagem do que o similar coextrusado com barreira de poliamida", afiança Carasso.

Único produtor no país de PEAD, a **Braskem** projeta o consumo da resina no sopro para agroquímicos na faixa de 20.000 a 40.000 t/a. "A diferença decorre de grandes oscilações da demanda devido à disponibilidade de crédito rural, preços das commodities, câmbio e questões climáticas", atribui Júlio Henrique Lottermann, engenheiro de aplicação para PE em artefatos rígidos do grupo petroquímico. Conforme arremata, a Ipackchem pisa o gramado num segmento já servido por cerca de 15 transformadores,

Agrotóxicos: vendas em 2015 no patamar de 2011.

entre locais e múltis, com plantas pelo mapa do agronegócio afora. Lottermann retoma o fio descortinando crescimento acima da média para este reduto de sopro, de braço dado com a evolução do PIB agro. No mercado doméstico de PE no Brasil, ele estima, a participação do sopro de embalagens para defensivos e implementos agrícolas correlatos já variou de 8% a 15% nos últimos cinco anos, ao sabor das mencionadas oscilações da demanda.

Os corcoveios do consumo não tolheram o esforço da Braskem em burilar, no âmago de suas resinas de ampla janela de fluidez e densidades, quatro pilares das embalagens de agroquímicos: a questão do inchamento, rigidez e as resistências

VENDAS DE DEFENSIVOS AGRICOLAS POR CLASSE 2011-2015

CLASSES	VALOR - US$ MM					VARIAÇÃO PERCENTUAL			
	2011	2012	2013	2014	2015	15/11	15/12	15/13	15/14
TOTAL	8.488	9.710	11.454	12.249	9.608	13,20	-1,05	-16,12	-21,56
Inseticidas	2.945	3.607	4.554	4.893	3.171	7,67	-12,09	-30,37	-35,19
Herbicidas	2.743	3.135	3.739	3.903	3.086	12,50	-1,56	-17,46	-20,93
Outros	375	398	450	429	347	-7,47	-12,81	-22,89	-19,11
Acaricidas	110	101	119	117	103	-6,36	1,98	-13,45	-11,97
Fungicidas	2.315	2.469	2.592	2.907	2.901	25,31	17,50	11,92	-0,21

FONTE: SINDIVERG

com linhas elétricas e, sem dúvida, a seleção da Ecoblow foi balizada pelo exemplo dado por referências dos transformadores desse setor, como a Campo Limpo", atribui Fernando Moraes, diretor comercial da Multipack.

desse tipo, a economia de energia é a cartada que decide a compra de uma sopradora elétrica. "Em linhas Ecoblow do porte adquirido pela Ipackchem, a redução chega a 45% a menos do que o consumo de eletricidade de uma so-

PEAD em defensivos: Braskem persegue maior resistência química.

Sopradora Ecoblow: economia na energia e manutenção.

química e ao impacto, alinha Lottermann. "No momento", ele solta, "trabalhamos em projetos para ampliar a resistência química da resina sem precisar reduzir sua densidade para obter esse desempenho".

A quinta fábrica da Ipackchem roda em Paulínia com sopradoras elétricas e o equipamento escolhido foi o modelo Ecoblow montado pela brasileira **Multipack Plast**. "As plantas da Ipackchem na França, Hungria e Reino Unido sopram

Philippe Carasso não abre a quantidade de sopradoras em Paulínia e Moraes respeita o mutismo do cliente. Ele comenta apenas que as máquinas compradas primam pela perormfance em silêncio e produzem recipientes de cinco a 20 litros e, tomando como parâmetro uma bombona de 1.150 gramas, a capacidade da Ecoblow em ação em Paulínia, dotada de três estações de resfriamento, é de 140 a 180 unidades/h.

Tal como ocorre em injetoras

pradora hidráulica", confronta Moraes, sublinhando ainda a ausência de óleo no processo, zerando o risco de vazamento e a necessidade de montar operação para seu descarte correto. Ele completa a mesa dos acepipes com rebarbação, refilamento do gargalo e o controle de peso automatizados e, por fim, o custo de manutenção da Ecoblow. "A experiência na América Latina demonstra ser em cerca de 30% inferior ao mesmo gasto com a linha hidráulica", situa Moraes. •

PLÁSTICO BRASIL

Feira Internacional do **Plástico** e da **Borracha**

20 A 24 MARÇO 2017

SÃO PAULO EXPO
EXHIBITION & CONVENTION CENTER
Rodovia dos Imigrantes - KM 1,5

10H ÀS 19H

ESTA É A FEIRA MAIS COMPLETA DO SETOR

VISITE A **PLÁSTICO BRASIL,** A FEIRA MAIS COMPLETA DO SETOR!

- Máquinas, equipamentos e acessórios para a indústria do plástico e da borracha
- Moldes, ferramentas, produtos básicos, matérias-primas e resinas
- Instrumentação, controle e automação
- Reciclagem, serviços e projetos técnicos

Confira as novidades e os expositores confirmados: **www.plasticobrasil.com.br**

/plasticobr
/plastico-brasil

Realização: ABIMAQ, ABIQUIM
Apoio: EUROMAP, spi
Promoção e Organização: informa exhibitions
Patrocínio Oficial: ROMI
Local: SÃO PAULO EXPO
Filiada à: UBRAFE

SENSOR

LUIZ HENRIQUE HARTMANN

De conversa em conversa

Plástico reciclado embarca em novo esforço para sensibilizar o governo

O Brasil recicla apenas 3% das 78,6 milhões de t/a dos resíduos sólidos gerado, atividade correspondente a uma receita de R$ 12 bi. A autoria desses indicadores é da **Frente Parlamentar em Defesa da Cadeia Produtiva da Reciclagem**, com pouco mais de um ano de ativa em lobby junto ao poder público e tendo na retaguarda a indústria transformadora de plástico. As reivindicações da frente alinham de benesses tributárias e acesso ao crédito do BNDES até amparo aos catadores e redução das tarifas de importação de equipamentos para reciclagem. Entre os defensores da iniciativa figura Luiz Henrique Hartmann, consultor e diretor da **Comeplax- Soluções em Reciclagem** e coordenador do comitê de reciclagem do **Sindicato da Indústria do Material Plástico no Estado do Rio Grande do Sul** (**Sinplast**). Nesta entrevista, Hartmann expõe as atribuições da Frente.

Hartmann: nomenclatura de identificação fiscal para o reciclado

PR – Tem afirmado que o roubo de lixo dificulta a coleta seletiva. Qual a base de sua constatação?

Hartmann – O problema é nacional e, considerando-se apenas Porto Alegre, estima-se que o roubo e desvio do lixo separado para a coleta seletiva chega a quase 50 % em alguns bairros. Como sabemos, a gravimetria (quantificação de componentes) do lixo urbano varia de um bairro para outro. Assim, os desvios são concentrados exatamente nos bairros que apresentam uma qualidade maior de recicláveis na sua gravimetria. Outro detalhe importante: em grandes condomínios residenciais, os administradores têm o hábito de vender diretamente a recicladores o lixo seletivo destinado em princípio aos aparistas, não lhes dando a chance assim integrar a cadeia da coleta seletiva.

PR – Quando foi criada e quem integra a Frente Parlamentar em Defesa da Cadeia Produtiva da Reciclagem?

Hartmann – Ela foi constituída em 9 de abril de 2015 com alcance nacional pois foi criada no âmbito da Câmara Federal. A Frente teve o deputado Carlos Gomes (PRB/RS) eleito como presidente do colegiado. Foram nomeados vice-presidentes os deputados Valmir Prascidelli (PT/SP), Tia Eron (PRB/BA), Jozi Rocha (PTB/AP) e Geovânia de Sá (PSDB/SC). Entre as entidades integrantes constam a **Câmara Nacional dos Recicladores de Material Plástico** (**CNRMP**) da **Associação Brasileira da Indústria do Plástico** (**Abiplast**), a **Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais** (**Abrelp**), a **Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro** (**Abividro**) e as associações nacionais dos aparistas de papel e dos catadores.

PR – A Frente é contra o fato de a carga fiscal do reciclado ser igual à da matéria-prima virgem. Já tentou-se em vão mudar essa tributação. Por que não deu certo e como a Frente pretende evitar essa frustração?

Hartmann – As iniciativas não foram bem sucedidas porque algumas ações que precisam ser previamente resolvidas não foram atacadas. A principal delas é a impossibilidade de as entidades fiscalizadoras exercerem o seu papel quando o material reciclado tem a mesma nomenclatura de identificação fiscal do material virgem. Para estabelecer a distinção, a CNRMP está com pleito junto aos órgãos competentes para criar uma identidade própria para os reciclados plásticos. Assim estará aberto o caminho e transposto o principal entreve alegado pelos interlocutores do governo e fabricantes de material prime, desde sempre contrários à desoneração desses reciclados.

PR – O governo brasileiro está quebrado e a arrecadação de impostos é crucial para o equilíbrio das contas públicas. Além do mais, a política de privilégios setoriais foi a pique com Lula e Dilma. Diante disso, quais as chances de a Frente emplacar o pedido de incentivos fiscais para a reciclagem?

Hartmann – O raciocínio da questão é lógico e tem fundamento, mas esta crise também vai passar e a **Política Nacional de Resíduos Sólidos** (**PNRS**) exige e prevê incentivos para toda a cadeia da reciclagem, como premissa para o seu sucesso.

PR – Incentivo fiscal, como definiu um transformador, é sonegação consentida. Em vez de se juntar à multidão de setores que clamam ao governo por esses favores, por que a Frente não se mobiliza para combater de fato as causas da falta de produtividade e competitividade notadas em todos setores industriais?

Hartmann – Este transformador decerto era um sonegador e via no incentivo um concorrente. Não é verdadeira a definição citada. O que acontece é que o setor de reciclagem precisa criar massa crítica e, uma vez incentivado, será aberto um caminho para aumentar a carga tributaria do setor. Afinal, incentivo não significa zero de impostos. Todos os pleitos existentes falam de percentuais de créditos presumidos e não imposto zero. A excessiva carga tributária existente é um incentivo à sonegação. A busca de melhor produtividade e competitividade industrial estão sendo empreendidas pelas câmaras setoriais – no caso do plástico reciclado pela CNRMP, à frente de mais de 200 recicladores cadastrados.

PR – Qual a posição da Frente a respeito da alíquota brasileira de 14% para importação de equipamentos de reciclagem considerados com similares locais?

Hartmann – Esse assunto de similaridade nacional é muito importante. Se falarmos de alguns sistemas, o que precisa ser levado em conta não é o nome do equipamento, mas o que ele tem de tecnologia embarcada e que o transforma em produto sem similar local. Hoje a consulta é feita pelas vias da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) e Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Muitas vezes o equipamento importado nada a tem a ver com o nacional, apenas o nome. Entretanto, temos muitos equipamentos nacionais que competem fortemente com muitos importados. Ainda em relação ao tratamento dispensado aos equipamentos importados, vale lembrar a existência de projetos cujo orçamento aceita apenas investimentos em produção nacional. No mais, muitas vezes uma importação é rejeitada pela **Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos** (**Abimaq**). Porém para atender ao mercado local, ele pede para que seja apresentado o projeto do equipamento de fora para um fabricante local, alegando que ele tem condições de produzir no Brasil. Ou seja, não produz no momento.

PR – Sobram pesquisas atestando a alta defasagem da indústria brasileira de reciclagem de plásticos. Mantidas as atuais barreiras tarifárias e com a escalada internacional de TI e automação na plantas recicladoras, o que deve acontecer com esse setor por aqui?

Hartmann – As empresas que realmente possuem projetos importantes irão buscar equipamentos internacionais e, em decorrência desse esforço de atualização, o setor de reciclagem vai crescer muito nos próximos anos, atestam muitos investidores. Por sinal, vários projetos sérios estão em andamento no país, considerando investimentos do exterior.

PR – Quais as etapas do processo de reciclagem ainda realizadas no Brasil com intervenção manual e de automação já consolidada no Iº Mundo?

Hartmann – Principalmente a separação manual dos itens recebidos na indústria, e a aglutinação que, pelo seu alto custo de energia e riscos de acidente de trabalho, foram banidos no exterior. Hoje em dia, os processos de reciclagem já são automatizados e integrados, reduzindo sensivelmente o contato humano. Entretanto, reflexo do custo Brasil, as nossas leis que já incentivam algumas operações de automação só deferem este estímulo quando a indústria compra material de catadores ou os emprega em seus processos fabris, aumentando por tabela os custos da sua operação. •

Triagem manual: Brasil defasado na tecnologia de reciclagem.

Automação: avanços internacionais saem caro para o reciclador daqui.

Um sonho no varal

O sabão em pó impera na lavagem de roupa. Mas o líquido quer sair do segundo plano.

Nº1 mundial em produtos de limpeza, a **Procter & Gamble (P&G)** atravessa seu primeiro ano no Brasil ausente do segmento de sabão em pó para lavar roupa. Ela pulou fora ao fechar, em dezembro último, a fábrica do produto em Louveira, no interior paulista. No mesmo complexo, ela passa a focar a fabricação estrita de detergentes líquidos com a mesma finalidade. A P&G já fez isso em outros países mas em sua transposição para o Brasil, a estratégia tem um quê da audácia de um salto no escuro, embora o país seja o terceiro mercado do planeta para produtos de lavar roupas. Afinal, mais de dois anos de recessão e empobrecimento dos brasileiros acentuaram a imagem de artigos movidos a preço para esses sabões e daí o reinado quase absoluto e sem sustos do produto em pó por aqui.

"O uso do detergente em pó remonta aos anos 1950 e, hoje em dia, ele detém 83% do mercado de produtos para lavar roupa e o tipo líquido pega os 17% restantes", reparte Maria Eugenia Saldanha, presidente executiva da **Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins** (**Abipla**). Conforme analisa, os dois redutos hoje voltam-se para a compactação/concentração de formulações e, na esfera dos sabões líquidos, Eugenia afirma ser mais recente a sua entrada no país, empoleirado numa mexida na mentalidade do consumidor. "Esse produto preconiza uma mudança de hábito", ela percebe.

R$ 2 BI EM 2020

Mudar hábito de consumo leva tempo mas, na visão da ala dos líquidos, antes tarde do que nunca e a espera vale a pena. No consenso da praça, produzir sabão em pó sai mais caro e menos rentável que a fabricação dos líquidos. Para começar, os insumos são líquidos e sua configuração para pó implica um ônus aos custos e o acréscimo de mais uma etapa à industrialização, pedregulhos inexistentes no âmbito do detergente

Maria Eugênia Saldanha: sabão líquido tem 17% do mercado.

líquido. Também pesa contra o sabão em pó a difícil compatibilidade entre sua baixa lucratividade e os altos gastos

requeridos em maquinário, processos e limpeza fabril. No arremate, atesta-se que o detergente líquido supera o rival em pó em volume de vendas e valor, a tiracolo do preço algo mais elevado.

Tal como a concorrente **Unilever**, a P&G não deu entrevista, mas fontes suas asseguraram na mídia que, em termos de performance, o tipo líquido esbanja superioridade na capacidade de diluição, além das vantagens de não deixar resíduos e de requerer menos água na lavagem que o sabão em pó.

Perussi: sabão em pó lava melhor a roupa.

Radares setoriais divulgam que, entre 2010 e 2015, as vendas do limpador de roupas líquido mais do que quintuplicaram, enquanto a da versão em pó recuou de leve, abaixo de 2%. Pelo visto, a trajetória do líquido vai pigarrear este ano, pois, numa conjuntura de inflação e pindaíba, seu preço mais alto pavimenta o asfalto para o tipo em pó manter a preferência na gôndola.

Em contrapartida, uma corrente de analistas prega que a produção mais simples e acessível, também influenciada por âncoras como a P&G, tende a atrair mais nomes ao terreiro do detergente líquido. O consequente aumento das marcas em disputa poderia contribuir para uma redução no preço de venda que o público final saberia agradecer.

O pote de ouro ao final do arco-íris é de encher os olhos desses investidores. Na bola de cristal da consultoria **Euromonitor**, a receita do segmento de lavadores líquidos de roupa rondará a casa de R$ 2 bi em 2020 ou 29,5% acima do faturado em 2015. A luminosidade dessa previsão também tem a ver com o potencial sarado. Segundo solfejaram na mídia os porta-vozes da P&G, os detergentes líquidos abocanham 80% do consumo norte-americano, indicador situado em 50% na Europa. Mesmo descontadas as nossas abissais diferenças de poder aquisitivo custo e padrão de vida frente ao Iº Mundo, não passa em branco a fabricante nenhum o fato de o Brasil só perder para China e EUA no pódio dos mercados globais de lavadores de roupa. Para bom entendedor, portanto, os 17% de participação atual detidos pelos produtos líquidos carregam em seu bojo perspectivas de muita liquidez.

Europa: pó e líquido em pé de igualdade.

Razzo: evolução gradual rumo ao detergente líquido.

PREFERÊNCIA CONTESTADA

Gerson Perussi, presidente da **Arco Íris**, titular nacional em sabões em pó, interpreta como uma tendência global a decisão da P&G de encerrar sua produção desses detergentes para roupas no Brasil. "Na verdade, o tipo em pó lava melhor, mas, em residências onde as roupas não se apresentam muito sujas, caso de seu uso em ambientes fechados, como escritórios, o sabão líquido vai muito bem". Por seu turno, Luiz Guilherme Razzo, diretor administrativo da **Razzo**, com nome feito em líquidos, entende o desligamento da fábrica de sabão em pó em Louveira como algo influenciado por um posicionamento adotado pela P&G em diversos países. "Mas por aqui ainda se usa muito sabão em pó, é um hábito bastante enraizado no consumidor", reconhece.

Perussi afirma não entender a preferência generalizada na indústria de lavadores de roupa pelo tipo líquido.

EUA: liderança com folga do sabão líquido.

"A meu ver, o produto líquido emprega embalagem plástica mais cara que a do tipo em pó e sua lavagem da roupa é menos eficiente", ele coloca. "Em teoria, portanto, o consumidor usa mais quantidade de detergente para limpar roupas muito sujas se empregar o líquido". Para Luiz Guilherme Razzo, o sabão líquido se impõe porque "dissolve melhor em contato com a água, não importa qual a temperatura, e não agride tanto as roupas".

LONGE DO FIM

Perussi e Razzo recusam a imagem de um produto fadado à extinção para o sabão em pó. "Não creio muito nessa tendência de diminuir o uso do produto em pó na limpeza de roupa no Brasil", sustenta o presidente da Arco Íris. "Ele está muito forte na mente das pessoas". Para o consumidor de alta renda, ele distingue, dependente de um lavador apenas para tirar o suor das vestes, o líquido pode funcionar. "Mas para quem precisa tirar sujidades mais difíceis, o sabão em pó sempre ganhará no custo/benefício". Já Razzo fundamenta sua visão no cenário internacional. "Nos últimos anos, houve uma migração muito forte do pó para líquido nos EUA e Europa", observa. "O mercado brasileiro ainda precisa amadurecer melhor essa mudança". Para completar, ele não compra a ideia de que os líderes em detergentes em pó irão simplesmente abrir mão, em prol do tipo líquido, da participação amealhada em muitos anos num mercado bilionário. "Será uma mudança gradativa, conforme a aceitação do consumidor", ele condiciona.

Levantamentos setoriais apontam que o ticket do consumidor de detergente líquido supera o do usuário de sabão em pó. "Ao que parece, os fabricantes tentam convencer o consumidor ser possível uma lavagem melhor da roupa com o detergente líquido", supõe o dirigente. "Talvez por isso as pessoas se disponham a pagar um pouco mais por ele do que pelo sabão em pó".

Preço de venda à parte, mais de dois anos a fio de perda do poder aqui-

DETERGENTES: PAVAN ZANETTI FECHA O CERCO NO SOPRO

Pavan Zanetti: ênfase na capacidade e redução de custos.

O setor de limpeza doméstica, com lavadores de roupa em seu bojo, estão no altar dos mercados cultuados pela **Pavan Zanetti** para suas sopradoras por extrusão contínua e de pré-formas. Para o diretor Newton Zanetti trata-se de um setor em que a briga por centavos é ferrenha e, para dançar conforme a música, ele acena com máquinas de alta tiragem e baixo custo de produção e manutenção. "Temos linhas em condições de receber até 12 cavidades de frascos de detergente por estação e quatro unidades de dois litros por estação", distingue o dirigente. Na esteira, ele acena a possibilidade de entregar essas sopradoras munidas de rotulagem no compartimento do molde (in mold label/IML), sistema frequente em frascos de dois litros. "É um recurso sedutor para o comprador pois, além de prover a embalagem já rotulada, aumenta o ciclo do sopro em quase dois segundos", pondera Newton Zanetti. "Mas custa caro, a ponto de não termos vendido sopradoras com IML até hoje". Em paralelo, ele chama atenção,com base em sua carteira de pedidos, para a migração, por parte relevante do segmento de detergentes, do sopro de polietileno para PET. "Dispomos de sopradoras Petmatic capacitadas a gerar até 7.000 unidades/h de recipientes", acena Newton Zanetti.

ROMI ANTENADA NA CORRENTE MIGRATÓRIA

"Detergentes líquidos são mais práticos, modernos e eficientes na lavagem de roupas do que os tradicionais sabões em pó", sustenta William dos Reis, diretor da unidade de negócios de máquinas para plásticos da **Romi**. "Além disso, as embalagens sopradas trazem forte apelo em design e proteção do conteúdo, mais um motivo para a crescente migração do lavador em pó para o líquido". Jogando o jogo, a Romi assedia essa frente de limpeza doméstica com as sopradoras de polietileno da série C, munidas de válvulas proporcionais para o controle dos movimentos e servo-válvula no controlador de parison com 512 pontos de ajuste de perfil. "Elas correspondem às expectativas na produção de frascos com alças", ele coloca. "Afinal, dispõem de mesas duplas para altas tiragens, sistema de rebarbação da alça e automação adequada para entregar o fransco pronto em saída orientada". Na escora da produtividade, encaixa, constam a infra de automação na máquina para testes de pesos, estanqueidade e microfuros. Tal como nas injetoras da Romi, suas sopradoras contarão a partir de 2017 com o comando operacional CM20, de modo a adensar a interação máquina/periféricos/TI no processo, assinala o diretor.

Romi C: comando CM20 em 2017.

sitivo, corte na carne dos postos de trabalho e remarcações não têm poupado a saída dos limpadores de roupa, sejam eles líquidos ou em pó. "O faturamento das empresas do meu ramo caiu de 20% a 30%", lastima Perussi.

Do mirante dos líquidos, Razzo tem uma visão mais conjuntural da paisagem. "Estamos falando de produtos básicos; todo mundo precisa lavar roupas, independentemente da crise", assinala. Sob a recessão, nota, o consumo tem migrado de artigos caros para outros mais acessíveis, abrindo boa oportunidade para fabricantes menores e gerando a experimentação de novas marcas. "Sairá beneficiado pela crise quem fabrica produtos de qualidade, pois os consumidores se manterão fiéis às marcas", conclui Razzo. Ou seja,o sonho dos fabricantes de detergentes líquidos está pendurado no varal da retomada.

Lavador líquido e em pó: queda de braço entre o hábito arraigado e o melhor custo/benefício.

DE VOLTA PARA O FUTURO

FINANCIAMENTOS FINAME

AGORA ESTAMOS REALMENTE EM CASA

A Frigel, o maior produtor do Mundo de sistemas de resfriamento para plásticos, montou uma operação sob medida para atender as seus mais de 1000 clientes no Brasil.

Além da estrutura para a produção com entrega imediata, conta com uma rede de vendas e assistência técnica em todos os principais estados (SP, RJ, RS, SC, PR, MG, PE, MA, BA), além de estoque completo de pecas de reposição.

Pode entrar que a casa é sua: www.frigel.com/brasil

Frigel®

FRIGEL LATINO AMÉRICA LTDA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁQUINAS DE RESFRIAMENTO LTDA
Rod. SP 306, Luis Ometto, Km 40, s/n | Bairro Marrafon – Iracemápolis – SP
Telefone: [19] 3010.1900 | E-mail: sales.fla@frigel.com

TECNOLOGIA ITALIANA

Limpeza tem cor

Os concentrados que vestem os frascos de sabões líquidos

No plano geral, o fator preço sempre deu régua e compasso ao segmento de detergentes líquidos e, em seu bojo, aqueles destinados à lavagem de roupa não são exceção. Nos últimos anos, o aumento da concorrência respingou nos frascos soprados pelo flanco dos masterbatches, enxerga José Fernandes Basílio Filho, sócio e diretor comercial da **Cromaster**. "O histórico mostra azuis, verdes e brancos como as cores de mais sucesso em detergentes líquidos, inclusive com o acréscimo de alguns efeitos perolados", observa. "Mas a proliferação de novas marcas, de qualidade e preço bem distintos entre si, levou à redução de custos das embalagens e assim pigmentos de efeitos especiais, como os perolados, praticamente saíram dessa categoria de limpeza doméstica.

Fernandes: perolados limitados pela poda de custos da embalagem.

Em paralelo, nota o componedor, um contingente de fabricantes de detergentes tem optado por aliar a transparência do frasco de PET ao jogo de cores no rótulo e tampa. Do lado da Cromaster, Fernandes acompanha a demanda dos frascos dominantes de polietileno servindo as referidas cores tradicionais e em casos eventuais, aditivos e pigmentos para melhorar o brilho e intensidade de cor. "São solicitados quando se utiliza maior teor de reciclado na composição de materiais, o que torna as embalagens mais apagadas", esclarece.

Roberto Herrero, coordenador do laboratório de desenvolvimento de cores da **Cromex**, percebe três vertentes em frascos soprados para tensoativos como detergentes para limpeza de tecidos. Ele abre com a clássica embalagem de PEAD fosca e translúcida aliada a tampas coloridas. "O segmento recorre tanto às tonalidades tradicionais em limpeza doméstica, como a cores mais intensas e que conferem contraste". Polietileno também peleja na segunda frente apontada pelo especialista: as embalagens econômicas stand up pouch. O tripé fecha com o frasco de PET. "Se for reciclado, emprega-se aditivos blue toner para corrigir a eventual tonalidade amarelada da resina recuperada", ele detalha. Na mão oposta da percepção de José Fernandes,

LIMPEZA LÍQUIDA E CERTA

PEAD em detergente: consumo estável nos últimos 4 anos.

À margem dos coices da economia, o consumo de polietileno (PE) em frascos e flexíveis para produtos de limpeza líquidos e em pó, em particular no segmento de cuidados com as roupas, marcou pela estabilidade entre 2011 e 2015, analisa sem abrir tonelagens Albertoni Bloisi Neto, executivo de desenvolvimento de mercado da **Braskem**. "No mesmo período, o papel cartão reduziu seu volume em 22% no acondicionamento de formulações em pó", ele situa. Já os produtos líquidos de limpeza doméstica, nota, estão em franco crescimento por aqui . "O aumento dessa categoria demonstra uma busca por produtos mais eficientes, práticos e inovadores, apesar do custo ainda superar o do sabão em pó", considera Bloisi. No PowerPoint da Braskem, paira acima de 20% a taxa de crescimento dos líquidos entre 2011 e 2015, bons corpos à frente da expansão inferior a 10% flagrada para os detergentes em pó.

Polietileno de alta densidade (PEAD) é o senhor dos anéis no sopro de frascos para o setor de limpeza. "Esse segmento está bastante associado a frascos de 500 ml a 5 litros de tensoativos", aponta Augusto Cesar Esteves, integrante da engenharia de aplicação de PE da Braskem. Essa demanda é nutrida pela empresa com quatro grades de copolímeros de alta resistência química e mecânica, em particular no tocante à fadiga sob tensão (stress cracking), dotados de rigidez apropriada e sem efeitos colaterais no aumento do peso dos recipientes.

Herrero considera vir aumentando a procura por cores de efeitos especiais, como brilho, para frascos de produtos de limpeza doméstica. A Cromex bate ponto nesse reduto com as cores tradicionais, pigmentos de efeitos como perolado e fluorescente e auxiliares de fluxo ."Reduzem problemas de processamento para embalagens contempladas com efeitos especiais", explica o técnico.

Mariana Botasso: cores vivas e efeitos perolados em alta.

Reflexo condicionado por mais de dois anos de recessão, fabricantes de produtos de limpeza como detergentes retiraram as cores de seus frascos, deixando-as apenas nos líquidos, constata Mariana Moccero Botasso, assessora executiva da componedora **Termocolor**. "Mas já sentimos um movimento de retorno das cores aos frascos", ela assinala.

Para frascos de detergentes líquidos, atesta Mariana, a preferência segue com os efeitos perolados e cores vivas e sólidas. "Por exemplo, azul, verde, laranja, lilás e, nas tampas, destaque para o vermelho", ilustra a executiva. "Mas o branco também tem lugar, integrado às cores do rótulo". Mariana acrescenta dispor em linha de todos esses tipos de masters, diferenciados pela alta dispersão e superconcentração, atalho para a economia na manufatura da embalagem.

Herrero: maior procura por cores e feitos especiais.

A componedora norte-americana **A.Schulman** forma opinião global em masters e indica para onde o vento sopra no visual de embalagens para produtos como os de limpeza doméstica. Uma referência é o cenário dos frascos para detergentes líquidos nos EUA, exemplifica Roberto Henrique Ferrari Castilho, gerente comercial de masterbatches da subsi-

Castilho: homologação em curso de masters locais da A.Schulman.

diária brasileira da A.Schulman. "No mercado norte-americano prevalecem as cores primárias brilhantes aliadas a um toque escuro; cores escuras fluorescentes ou metalizadas; branco e amarelo dourado e dourado com vermelho ou rosa". A seu ver, essas opções já despontam no Brasil e tendem a ampliar seu espaço em sabões líquidos a tiracolo da ansiada recuperação da economia.

"No Brasil, os concentrados de cores mais procurados para embalagens de detergentes líquidos são os brancos tonalizados e perolados", ele elege. "Ainda em efeitos especiais, nota-se o emprego de master dourado". Castilho informa atender as filiais no Brasil de múltis de limpeza doméstica com masters de sua empresa especificados nas matrizes europeias dessa clientela. "Estamos em processo de homologação desses masters produzidos aqui, a preço mais competitivo que os importados", adianta o executivo.•

CONDIÇÕES TRANSPARENTES

Theresa Moraes: superoferta não influi no avanço de PET

Se a economia sair do buraco e animar o transformador a trocar de equipamento, a migração de frascos opacos de polietileno de alta densidade (PEAD) para PET transparente pode sair da discrição atual em detergentes, condiciona Theresa Moraes, gerente comercial da **M&G**, nº1 em PET no país. "Devido ao parque de sopro existente, este segmento é dominado com folga por PEAD e a mudança para PET transcorre com lentidão imposta desde 2014 pela conjuntura econômica". A executiva descarta a hipótese de essa travessia de PEAD para PET em detergentes líquidos ser incentivada pelo excedente brasileiro do poliéster. "Seus preços internos seguem os asiáticos", ela coloca, salientando a competitividade existente entre as cotações dos dois materiais. Theresa acrescenta que os frascos para detergentes não requerem grades diferenciados de PET sendo, por sinal, um dos segmentos que mais empregam a resina reciclada.

PET em detergentes para tecidos: reciclado em ascensão condicionada pela conjuntura econômica.

FEIPLASTIC
feira internacional do plástico

ESSA É A SUA OPORTUNIDADE DE EXPOR EM UMA DAS MAIORES FEIRAS DO SETOR PLÁSTICO NO MUNDO

DÉCADA DE 80

1ª BRASIL PLAST
Realização da 1ª edição do evento em 1987;
Nessa década ocorreram 2 edições do evento.

DÉCADA DE 90

Início da década com o Plano Collor e redução de expositores;
No fim da década, os expositores retornaram confirmando a feira como plataforma geradora de negócios.

DÉCADA DE 2000

A feira atrai um número expressivo de expositores internacionais.

2011

A Abiplast, representante do setor de transformados plásticos, renovou e fortaleceu a nova marca para FEIPLASTIC em parceria com a Reed Exhibitions Alcantara Machado

FEIPLASTIC

2013

1.402 marcas nacionais e internacionais;
69.150 visitantes compradores;
Mais de R$ 43 milhões negociados.

2015

1.400 marcas nacionais e internacionais;
66.351 visitantes compradores;
+R$40 milhões negociados nas rodadas de negócios;
ABIPLAST reitera apoio ao evento até 2031.

2017

DATA 03 a 07 de abril de 2017

NOVO LOCAL Expo Center Norte | São Paulo - SP

+55 11 30604991
info@feiplastic.com.br
www.feiplastic.com.br

APOIO DAS PRINCIPAIS ASSOCIAÇÕES E SINDICATOS // EXPECTATIVA DE 66.0000 VISITANTES COMPRADORES

RODADA DE NEGÓCIOS

ÁREA DE INOVAÇÃO

Key Partner

Braskem

HAITIAN PLASTICS MACHINERY

Apoio Institucional

abiplast

SIRESP

ABIMEI

adirplast

Apoio

Simpep

Simpesc

ABNT

ABRAPLA

AFIPOL

APIPLAST

asipla

CAIP

ibp

SIMPERJ

Simplás

SINPLASC

SIMPLAS NP

Simplast

SINDIPLASBA

Sindiplast

SINDIPLAST

Sinplast

SINPLAST

Montadora Oficial

CiaSet

Cia. Aérea Oficial

LATAM

Organização e Promoção

Reed Exhibitions Alcantara Machado

ALEXANDRE TELLES/REED

Um dia a casa cai

Anhembi perde a Feiplastic porque as queixas dos expositores nunca foram levadas a sério

À sombra da prefeitura paulistana como sua sócia majoritária, a empresa **SP Turis** colheu o que plantou em seu estilo de administração do **Centro de Convenções Anhembi**. Anos seguidos de apatia no recebimento das constantes reclamações feitas pelos expositores do setor plástico sobre a infraestrutura do pavilhão receberam um basta este ano. Gestora da **Feiplastic**, a **Reed Exhibitions Alcantara Machado** mudou o endereço da mostra nº1 do plástico no Brasil para o Expo Center Norte. Indagado se a postura da administração do Anhembi era sinal de incompetência ou falta de caixa, Alexandre Telles, diretor de eventos da Reed, sai com diplomacia pela tangente. "Acredito que a SP Turis seja a melhor fonte para responder a essa pergunta". Na entrevista a seguir, ele põe a limpo as razões da mudança.

PR – Entre as reclamações recorrentes dos exibidores do setor plástico contra o Anhembi, destacavam-se a energia instável, lavatórios deploráveis, serviços sofríveis de alimentação e o piso desnivelado dos pavilhões. Quais as condições oferecidas pelo Expo Center Norte?

Telles – O Expo Center Norte recebe manutenção constante e sedia grandes eventos o ano todo. É o único pavilhão do Brasil que dispõe de conexão direta com a rede de alta tensão. Por sinal, foi instalada recentemente uma cabine de alta tensão para o espaço receber a carga elétrica direto da operadora. Com cinco pavilhões, tem 98.000 m² de área total e 22 salas de reuniões nos pisos superiores. Sua estrutura de climatização permite até 15% de economia aos expositores nos custos de montagem dos estandes. Outros prós são a facilidade de acesso para estacionamentos e a conveniência de ser o pavilhão de exposições mais próximo da estação Tietê do metrô paulistano.

Telles: economia na montagem dos estandes.

PR – Quais outros diferenciais do Expo Center Norte que ressalta em relação aos demais espaços para feiras em São Paulo?

Center Norte: condições para expor máquinas com mais de 8 m de altura.

Telles – Além dos dois excelentes restaurantes, cada um deles com capacidade para 400 pessoas, destaco a disponibilidade de sala para eventos paralelos nos dois andares superiores, o que facilita a logística de ações integrantes da realidade das feiras de negócios, a exemplo de congressos e palestras. Também é importante ressaltar que o Expo Center Norte está localizado no eixo da Marginal Tietê, permitindo rápido acesso às rodovias onde estão instaladas as indústrias de clientes de máquinas e matérias-primas do setor plástico. Temos recebido desses compradores um feedback positivo sobre o acesso ao espaço, por meio das rodovias Dutra, Castelo Branco, Anhanguera, Bandeirantes, Raposo Tavares e Régis Bittencourt.

PR – Quais as inovações da Feiplastic 2017 frente às exposições do setor plástico no país?

Telles – Uma das novidades é que as máquinas de altura superior a oito metros serão aceitas, pois existem espaços específicos para sua exposição. Contudo, os interessados em exibir equipamentos desse porte precisarão aprovar previamente o projeto com a Reed, apresentando inclusive as especificações da máquina em questão. Teremos também, pela primeira vez, uma área exclusiva para as principais inovações apresentadas. No âmbito do ambiente de negócios, dois exemplos de inovações são as ferramentas de matchmaking por meio de plataformas digitais e produtos como o Premium Club Plus, destinadas a potencializar o encontro entre expositores e compradores qualificados. •

Fique esperto

30 de novembro

Vila dos Ipês – São Paulo

O MERCADO COMEÇA A VOTAR

VEJA O REGULAMENTO EM:

www.plasticosemrevista.com.br/regulamento-ppr-2016

plásticos em revista

Rua Sergipe, 305 - casa 5
Higienópolis - CEP 01243-001
São Paulo - SP - Brasil

Telefax: (11) 3666-8301
plasticosemrevista@plasticosemrevista.com.br
www.plasticosemrevista.com.br

Mãos à obra

Vendas de materiais de contrução começam a reagir, atesta o presidente da Anamaco

Agosto nunca foi lá essas coisas no calendário das vendas de materiais de construção. Este ano, porém, o balanço do mês piorou pelo fato de, em essência, as Olimpíadas terem paralisado o mercado em três semanas, a ponto de o movimento de agosto ter ficado 9% atrás do saldo de julho último, calcula Cláudio Conz, presidente da **Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção** (**Anamaco**). A derrapagem em agosto,no entanto, não enfraquece a fé do dirigente no crescimento das vendas do setor em 2016 sobre o resultado de R$ 115 bi registrado em 2015, total 5% abaixo do aferido em 2014. Ou seja, um otimismo assentado sobre a mirrada base do exercício anterior. Entre suas justificativas, Conz cita a esperança de melhor acesso dos clientes ao crédito e a arejada no ambiente para negócios trazida pela mudança de governo. Na mesma clave, pesquisa de campo da Anamaco com 530 lojistas ao final de agosto captou que 54% deles estão otimistas com as ações do governo Temer nos próximos 12 meses. Isso é música aos ouvidos dos artefatos plásticos para a construção, reduto capitaneado em volume pelos tubos prediais de PVC. Além do mais, Conz costuma recomendar aos lojistas que esqueçam o câmbio, o desemprego, o PIB negativo e a queda do poder aquisitivo. "O consumidor existe e temos que atraí-lo para a nossa loja. Nosso inimigo é a loja do concorrente". Nesta entrevista, o presidente da Anamaco expõe sua confiança na retomada.

Conz: R$ 7 bi na Caixa para financiar material de construção.

PR- Qual o fundamento da sua expectativa de crescimento de 3% a 5% no faturamento do comércio de materiais de construção este ano num cenário de consumidor empobrecido, crédito ultra restrito e mercado imobiliário estagnado?

Conz- Pelo quarto mês seguido, comparado aos meses de maio a agosto do ano passado, as vendas tiveram um crescimento de 8%. Tudo indica que os

PVC: PORTAS E JANELAS FORA DO RADAR DA ANAMACO

A cada mês, a Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção (Anamaco) esquadrinha com lupa um universo arredondado em 140.000 lojas, alvo de pesquisa mensal da entidade centrada em 63 categorias de produtos. O plástico bate ponto entre elas, representado por tubos, caixas d'água e torneiras, entre os artefatos mais significativos. Entre os ausentes, sobressaem as portas e janelas de vinil. "A Pesquisa Anamaco não tem sempre as mesmas categorias para serem monitoradas", argumenta Cláudio Conz, presidente da entidade. "Para isso, é preciso ter o interesse de um comprador na indústria e, nesse caso, ainda não temos nenhum interessado, daí a inexistência de pesquisas sobre portas e janelas de PVC".

Portas e janelas: sem quórum para pesquisa da Anamaco

números continuem a subir no restante do segundo semestre e que a expectativa de crescimento do ano seja de 5%. Podemos perceber um clima mais favorável no mercado, tendo em vista a atuação dos negócios e as novidades nas questões políticas. O atual governo, por exemplo, já deixou claro que "sem construção não há desenvolvimento". Ainda há os R$ 7 bilhões disponibilizados pela Caixa Econômica Federal para financiamento de material de construção, ampliação ou reforma de imóveis. Só vê crise quem não direciona o olhar para a oportunidade.

PR- Nesses dois anos seguidos de recessão, quais as principais mudanças notadas pelos lojistas nos hábitos de compra de materiais de construção?

Conz- O consumidor teve que se adaptar à crise. A sua primeira reação foi economizar naquilo que considera supérfluo para que, dessa forma, consiga garantir o básico. Em relação ao nosso setor, as amplas reformas foram adiadas, mas nem sempre dá para adiar as de primeira necessidade. São 66 milhões de casas e apartamentos no Brasil que, uma hora ou outra, precisam ser reparadas.

PR- Quais os tipos de ações de fabricantes de materiais de construção que recomenda para incentivar vendas no PDV numa conjuntura de crise?

Conz- Além do corte nos gastos, a mudança do consumidor se deu pelo seu comportamento. Ele está cada vez mais exigente, buscando produtos de baixo custo e alta qualidade. Por isso, é preciso priorizar o atendimento ao cliente, oferecendo um serviço de qualidade – investir em qualificação de todos os que trabalham na loja tem sido um diferencial de sucesso. A loja que mais se inovar, no sentido de conhecer o seu cliente, certamente vai se destacar. •

TOP DO MÊS

ALEXANDRE DE OLIVEIRA SOUZA

As mãos longe da graxa

A falta de mão de obra jovem qualificada para o setor plástico vem aumentando. O desinteresse está se intensificando pelos efeitos da recessão junto com o modelo engessado de gestão adotado pelas indústrias em geral, deixando-as atrás de outras alternativas, como os setores de serviços e de pesquisa e desenvolvimento na preferência da nova geração.

O número escasso de vestibulandos para os cursos de Química, Engenharia Mecânica e de Materiais é um sinal da queda no interesse desta geração pelo trabalho em manufatura e nas linhas de produção. O elevado investimento para ingressar nesses cursos e as difíceis cadeiras que o educando depara no ensino superior pesam para agravar o desinteresse e contribuem para o aumento do número de desistências durante a graduação. Ao longo do curso, os alunos não são devidamente apresentados ao setor plástico, seja pela falta de disciplinas específicas e/ou pelo baixo esforço das indústrias do ramo em ações institucionais e informativas no âmbito das universidades e faculdades.

Sou testemunha dessa aversão dos jovens ao ambiente fabril, a "pôr as mãos na graxa". A propósito, nos sete anos em que trabalhei em uma indústria de descartáveis plástico, sempre a vi às voltas com dificuldades para recrutar pessoal

Alexandre de Oliveira Souza

recém-graduado para postos no chão de fábrica ou relacionados à produção. No meu próprio círculo de relações eu vejo predominar a simpatia e preferência pelo mercado de trabalho em serviços a exemplo do setor financeiro, jurídico, empresas de TI, de design, publicidade, comércio. A maioria dos colegas que se formaram comigo no curso técnico em Mecânica, não trabalha hoje na área e um grupo menor ainda procurou se graduar em Engenharia.

Entre os jovens noto que a noção disseminada do trabalho em uma fábrica é a de uma ocupação maçante, repetitiva, sem muita margem para a criatividade, de uso restrito e comportado da informática e demais tecnologias, com baixa troca de conhecimento, um lugar sem plano de carreira, de esforço excessivo e baixa remuneração. Uma ressalva: nem todas essas percepções estão incorretas, embora elas variem de indústria para indústria. Hoje em dia, essa impressão dos jovens se acentua no contraste estabelecido com o alastramento das startups e o surgimento das companhias "unicórnios", que tantos atrativos oferecem a novos talentos, como horários flexíveis e um ambiente inspirador, de uma cultura que intensifica a busca do sucesso rápido, mesmo para quem tenha baixa experiência e conhecimento. Por sinal, essa procura dos candidatos a trainees pelo crescimento profissional acelerado é notada pela maioria dos entrevistadores do RH de qualquer indústria.

Quais as raízes desse comportamento? Minha geração vive rodeada de informações à vontade e de facílimo acesso pela informática. Apesar desses conhecimentos ao alcance de um clique de mouse ou a um toque das mãos, o pessoal em geral não corre atrás. Não se interessa em saber a fundo; basta ter uma noção resumida e uma síntese dos assuntos. Trata-se daquele conhecido preceito: "estudar para a prova e não para a vida". Pesa ainda nesse superficialismo o baixo índice de leitura dos brasileiros e, por tabela, a dificuldade generalizada entre os jovens de se expressar e escrever ou mesmo de interpretar o que se lê.

Tudo isso nos leva às deficiências no ensino que fizeram do Brasil um eterno "lanterna" nos rankings mundiais de educação, falhas também refletidas nas baixas notas do ENADE atingidas pelas graduações. Amarrando então as pontas, temos uma juventude acostumada pela internet a querer tudo rápido e sem muito esforço, de formação escolar bastante a desejar. Vem daí aquela noção do trabalho em fábrica como algo monótono, chato e opressivo.

Hoje em dia, essa preferência da minha geração pelo charme dos outros setores, de trabalho mais fácil, prático e lucrativo que o industrial, é visível em grande parte do mundo. A indústria tem parte da culpa por essa sua imagem. Afinal, pelo visto, ela mostra que não soube construir uma ponte com a nova geração, reter talentos, estabelecer laços de afinidade com os recém-formados em áreas já referidas, como Química, Engenharia dos Materiais e Mecânica. Daí a debandada dos vestibulandos brasileiros desses campos, causando o fechamento de cursos pela baixa procura e o descaso que vejo nas instituições de ensino por jovens interessados em profissões relacionadas com o setor plástico. São lamentáveis as consequências disso tudo em um momento em que tanto se fala da falta de produtividade do Brasil e do acanhamento das nossas exportações de manufaturados.

Como é que a indústria poderia tentar virar esse jogo e atrair o interesse dos novos talentos para botar a mão na graxa, para investir numa carreira na manufatura? O que a indústria deve fazer na prática e de concreto para se comunicar melhor com os jovens formandos e corresponder às expectativas profissionais e de vida dos graduados do Século 21?

A primeira providência é divulgar o setor plástico. Muitos de nós, universitários, desconhecemos o ramo e, também por isso, poucos somos estimulados a optar por uma carreira. As empresas deveriam fazer uma aproximação acenando com sinais da modernidade no trabalho, caso do conceito da Indústria 4.0. Este conceito se baseia no extremo uso de automação e Tecnologia de Informação na manufatura, mostrando assim aos jovens que a indústria de hoje não tem mais nada a ver com sua imagem do passado: de um lugar que poluía o ambiente expelindo fumaça, de serviços braçais exercidos a cargo de um efetivo enorme na produção.

Outra forma de a indústria do plástico virar essa página é pela via do ensino. Por exemplo, firmando parcerias com instituições de ensino tendo em vista visitas dos educandos às fábricas, participando ativamente de feiras de profissões, ministrando palestras sobre inovações concretas – sem induzir a venda de produtos e criando laboratórios do setor plástico para aulas práticas capazes de instigar a curiosidade dos universitários. Outro chamariz seria estipular um valor diferenciado para incentivar o comparecimento de estudantes a eventos da cadeia do plástico. Por fim, da porta para dentro, torna-se premente para as indústrias do setor elaborarem planos de educação corporativa, criando um ambiente saudável, inovador e produtivo, que incentive sua equipe a estudar. Se parar no tempo, o jovem não vem. •

---

*Alexandre de Oliveira Souza é Técnico em Mecânica e cursa a 10ª fase do curso de Engenharia Mecânica pela Faculdade SATC, em Criciúma (SC).

SINCTRONICS

Círculo virtuoso

Sinctronics garante vida nova a materiais de eletroeletrônicos

Sucata eletrônica não tem o grau de visibilidade das embalagens jogadas ao léu. Mas seu descarte embute o mesmo risco de danos ambientais, pela liberação de contaminantes no ecossistema, uma ameaça amplificada no Brasil, onde o fim dos lixões determinado para 2014 pela Política Nacional de Resíduos Sólidos foi protelado pelo Senado para o período 2018-2021, sob a contestada alegação de zero verba para aterros sanitários municipais. Em meio à tanta pindaíba e enrolação, ganham vulto os predicados do **Sinctronics**, unidade de negócios da subsidiária da norte-americana **Flextronics**. Constituído em 2012, o Sinctronics integra os elos da logística reversa, processamento de materiais, e P&D. Na sede em Sorocaba,interior paulista, o Sinctronics desmonta o chamado hardware – caso de impressoras, celulares, cartuchos de tintas, servidores, desktops e notebooks. A seguir, separa os resíduos e recupera os materiais. Na retaguarda, possui um laboratório para controle de qualidade do reciclado e desenvolvimento de resinas a partir do refugo e aplicações do plástico de segundo uso, a exemplo de alças para caixas de impressoras. A infra de logística reversa do Sinctronics gerencia uma rede da ordem de 400 postos de coleta e dá conta de mais de 1.000 pedidos mensais de recolhimento de equipamentos sucateados. Sua fábrica de reciclagem, por sua vez, é capaz de reprocessar 300 t/mês de eletroeletrônicos. Nesta entrevista, a gerente de operações Mileide Cubo disseca o compromisso do Sinctronics e pedras no caminho como o despreparo da mão de obra e a aversão no ramo eletroeletrônico ao uso de reciclado na manufatura dos equipamentos.

Mileide Cubo: preconceito sem cabimento contra o reciclado.

PR – Quais as maiores lacunas de informação sobre componentes plásticos de lixo eletrônico mostradas pelas equipes das recicladoras?

Mileide Cubo – A principal dificuldade para reciclar plásticos contidos em eletroeletrônicos é identificar cada tipo de material. Embora existam peças já gravadas com a informação da resina, precisamos efetuar uma rigorosa triagem para avaliar a possibilidade de recuperação da matéria-prima. Tudo o que nos chega é pesado, desmontado e separado por tipo de material.É nessa fase que checamos o nível de reaproveitamento. Outra lacuna nos conhecimentos refere-se aos materiais "impregnados", ou seja, equipamentos fabricados com materiais diferentes, uma diversidade que dificulta a separação dos tipos de plásticos e metais. Utilizamos muito os recursos da tecnologia para esta triagem: desde formulários online, para receber solicitações de coleta para logística reversa, até o leitor de identificação por radiofrequência (RFID), para monitorar e discriminar produtos que saem do mercado e entram no Sinctronics.

Logística reversa: mais de mil pedidos mensais de coleta.

PR – Quais os efeitos dessa desinformação para o processo de reciclagem e o padrão e performance do reciclado produzido?

Mileide Cubo – A principal consequência é o risco de se misturar resinas diferentes no reprocesso, resultando em peças mais frágeis ou mesmo na impossibilidade de reprocessamento devido à incompatibilidade de materiais, gerando grande desperdício de recursos.

PR – Como avalia o nível de escolaridade e qualificação de quem lida com o plástico da sucata eletrônica nas recicladoras?

Mileide Cubo – A qualificação das pessoas ainda é muito escassa em relação ao conhecimento de materiais plásticos. Como a demanda de trabalho tem sido grande, há um maior investimento na capacitação de pessoal para atuar no processo e o Sinctronics, responsável por todo o

Eletroeletrônicos: Sinctronics evita descarte nos lixões.

processamento, está investindo nessa qualificação.Trata-se de uma atividade dependente de conhecimento específico e cuidados com os materiais que demandam treinamento.

PR – Diante do despreparo desse pessoal, o que sugere ao setor plástico para contribuir para melhorar os conhecimentos?

Mileide Cubo – O aumento dos conhecimentos difundidos e do esforço em divulgá-los são medidas de extrema urgência. Além de colaboradores treinados e em constante aprimoramento, o consumidor preciso mudar seu comportamento e valorizar o correto descarte de materiais plásticos. Dessa forma, poderemos gerar mais empregos qualificados em toda a cadeia produtiva. No Sinctronics, por exemplo, o reciclado é encaminhado a novas peças de eletrônicos e para diversas aplicações, inclusos produtos já associados ao plástico de segundo uso, como bancos e pallets para a indústria.

PR – A médio prazo e com a velocidade com que a Tecnologia de Informação evolui, as funções básicas exercidas pelo pessoal da reciclagem tendem a passar para soluções de automação?

Mileide Cubo – Já é possível vislumbrar um avanço a médio prazo na tecnologia de reciclagem e automatização do processo industrial. O que será bom por evitar condições de trabalho precárias ou de risco à saúde. Um sinal dessa tendência é a tecnologia de triagem do resíduo por tipo de material; uma realidade na Europa e em ascensão por aqui. O Sinctronics, aliás, dispõe de máquina para separar materiais por tipos, a partir do peso e da composição. Apenas em 2015, processamos mais de 1.000 toneladas de refugos. Para tanto, gerenciamos a reciclagem de 2.500 toneladas de materiais diversos e conseguimos colocar 270 toneladas de plásticos para reuso em novas peças.

PR – Seria uma variante do conceito da economia circular?

Mileide Cubo – Temos um problema – aliás global – de geração de resíduos industriais no pós-consumo. A melhor solução é evitar que este tipo de resíduo vá parar em aterro, por ser altamente prejudicial ao meio ambiente por conta dos seus componentes tóxicos. No Brasil, o Sinctronics é um dos únicos centros de inovação dedicados a combater esse risco. Hoje em dia, ele recicla quase todo o resíduo eletroeletrônico que chega na fábrica, um percentual de sucata que não volta à cadeia produtiva, pois é co-processado e transformado em combustível. Portanto, trata-se mesmo de um modelo bem sucedido de economia circular. Ou seja, ele fecha no Sinctronics o ciclo produtivo de recuperação do plástico oriundo de eletroeletrônicos e vira matéria-prima de componentes para novos equipamentos desse setor, além de gerar emprego e cortar a hipótese de contaminação ambiental pelo seu descarte em lixões.

PR – Como avalia o uso hoje, em eletroeletrônicos nacionais, de plástico recuperado em peças injetadas? Os fabricantes desses equipamentos aceitam bem os componentes de reciclado ?

Mileide Cubo – Culturalmente, ainda há uma rejeição a materiais recuperados por parte de fabricantes e usuários de eletroeletrônicos. Mas isso foi tornado injustificável pela possibilidade de se fabricar componentes com reciclado de padrão adequado, oferecido por empresas como o Sinctronics. Este procedimento deve ser valorizado e tende a crescer, à medida em que essa qualidade seja certificada. •

Reciclagem: capacidade para recuperar 300 t/mês.

O toque de Sadim

Em pouco mais de um ano rodando com sua capacidade completa de PET, a venda da **Petroquímica Suape** (**PQS**) é encaminhada pela Petrobras. Além do endividamento da petrolífera, a decisão foi justificada pelo presidente Pedro Parente com o foco agora restrito ao que ela sabe fazer, os negócios de sua vocação, óleo e energia. Mas o bota fora da PQS extrapola a conveniência dos ajustes financeiros e de planejamento estratégico. Por poucas vezes no setor plástico um empreendimento refletiu com tanta nitidez o toque de Sadim (Midas lido ao contário) do governo sempre que se mete a empresário.

O fiasco da PQS, cambaleante sob anos seguidos de prejuízo, não surpreende a gato pingado algum no setor de PET. Desde agosto de 2010, quando Lula prestigiou a pré-operação da empresa, até os dias de hoje, fonte alguma conseguiu racionalizar para **Plásticos em Revista** o investimento do governo, na costa pernambucana, numa capacidade de 450.000 t/a do poliéster grau garrafa escorada numa fábrica de 700.000 t/a de um ingrediente-chave, o ácido tereftálico purificado (PTA). A pedra do desastre foi cantada por argumentos ao alcance da mão. Alguns deles: o excedente global de PET, ainda em cena; o potencial doméstico muitas galáxias abaixo de uma capacidade total de 1 milhão de t/a da resina; as condições brasileiras para exportar, refreadas pela concorrência internacional na disputa pelo consumo meia boca da América Latina (exclusive México) e, para não alongar a lista, o fato de a rentabilidade de PET vir sendo carcomida pelo uso crescente de

Lula e Paulo Roberto Costa (ao fundo) em Suape: pedra cantada de um fracasso.

reciclado e pelo pega pra capar espessura nas garrafas de mega mercados como água e óleo vegetal. Nenhum desses alertas, noticiados à exaustão, foi ouvido pelo acionista majoritário da Petrobras, o governo, que geriu na prática a companhia nas eras Lula e Dilma com os resultados sabidos.

Plásticos em Revista acumulou uma penca de pedidos de entrevistas na Petrobras, seja atrás dos motivos para convencer o leitor de que a construção da PQS não significava rasgar dinheiro, seja atrás da visão de um produtor sobre o mercado de PET. Numa das raríssimas vezes em que houve retorno, a estatal defendeu o investimento em Suape afirmando apenas que o consumo per capita de PET era muito baixo no Brasil...

Adriano Pires, diretor da consultoria **Centro Brasileiro de Infra Estrutura** (**CBIE**), começa a auditoria do fiasco pelas suas raízes legais. "Antes de 1995, a Constituição previa que subprodutos do processo de refino, como a nafta, só poderiam ser fornecidos no Brasil pela Petrobras ou por seu intermédio", assinala. A partir daquele ano, expõe, o governo tomou várias medidas para liberalizar o setor petroquímico e eliminar aos poucos o monopólio da Petrobras. "Durante o governo Lula, em meados da década de 2000, foram assinados acordos com a Venezuela para a construção de uma refinaria no Polo Industrial de Suape. Dentro desse processo político, a implantação da PQS passou a integrar a carteira de projetos estratégicos da estatal e foi incluída no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do governo federal".

PetroquímicaSuape: viés político no projeto.

Lei de Murphy: se alguma coisa pode dar errado, dará. E mais, dará errado da pior maneira, no pior momento e de modo que cause o maior dano possível. "A implantação da PQS e da Companhia Integrada Têxtil de Pernambuco (Citepe), sem racionalidade econômica para a Petrobras, levou a perdas por impairment (redução do valor recuperável de ativos) de R$ 5,6 bilhões para a estatal em 2014 e 2015. Foi um desfecho muito negativo para a Petrobras", conclui Pires.

Oxímoro significa a combinação de palavras de sentido oposto, uma aliança de termos contraditórios. Por exemplo, atesta a PQS, governo empresário. •

33º ENP

ENCONTRO NACIONAL DO PLÁSTICO

São Paulo, 2016

JANTAR DE CONFRATERNIZAÇÃO

02 Dezembro | 20h
Casa Fasano, São Paulo

GARANTA JÁ
O SEU CONVITE!

Realização:

abiplast
Associação Brasileira da Indústria do Plástico

INFORMAÇÕES
(11) 4117-7999 | rsvp@allworks360.com.br
[Camila]

Patrocínio Diamante:

Reed Exhibitions Alcantara Machado

Sindiplast
Sindicato da Indústria de Material Plástico, Transformação e Reciclagem de Material Plástico do Estado de São Paulo

Patrocínio Ouro:

Braskem

Patrocínio Cristal:

cipatex

EMBANEWS

FFS FILMES Ltda.

KARINA

plásticos em revista

Polimáquinas

VIDEOLAR

innova

HUSKY®

Keeping our customers in the lead

Se você pudesse controlar o clima de uma forma confiável

Apresentamos o Altanium Delta3™, a mais recente adição à linha de controladores de câmara quente Altanium™ da Husky. Com seu novo conjunto de recursos inteligentes e excelente funcionalidade para até 128 zonas, o Altanium Delta3™ foi projetado para ajudar você a evitar problemas na produção e melhorar seus resultados financeiros.

O Altanium Delta3™ inclui a Tecnologia Active Reasoning da Husky, o que facilita obter melhor consistência e repetibilidade entre injeções e entre cavidades—ajudando a alcançar uma janela de processo mais estável e menor variabilidade das peças.

Interface do operador otimizada e altamente intuitiva projetada para ser extremamente simples de usar, oferece controles opcionais de bico valvulado integrando todo o processo da câmara quente em uma única unidade. Recursos como detecção de vazamento do molde, auditoria de histórico de eventos, monitoramento remoto e transferência de dados em rede trabalham para evitar problemas de moldagem.

O Altanium Delta3™ facilita a otimização do seu processo e produz, consistentemente, sempre as melhores peças.

Para saber mais:
www.husky.ca/altanium-delta3