plásticos em revista

55 ANOS

Agosto/2017

Nº 639

A RECEITA DA HORA

COZINHAR EM CASA EM VEZ DE COMER FORA É UMA DAS MUDANÇAS TRAZIDAS PELA CRISE AO CONSUMO DE ALIMENTOS. NOVA PESQUISA NIELSEN CAPTA ESSES MOVIMENTOS VITAIS PARA AS EMBALAGENS PLÁSTICAS.

AUTOMAÇÃO

Robôs mais acessíveis e compensadores para os transformadores

EDITORA DEFINIÇÃO

www.plasticosemrevista.com.br /plasticosemrevista /in/plasticos-em-revista /RevistaPlastico

AFRICAZERO

Let's Talk **Packaging**

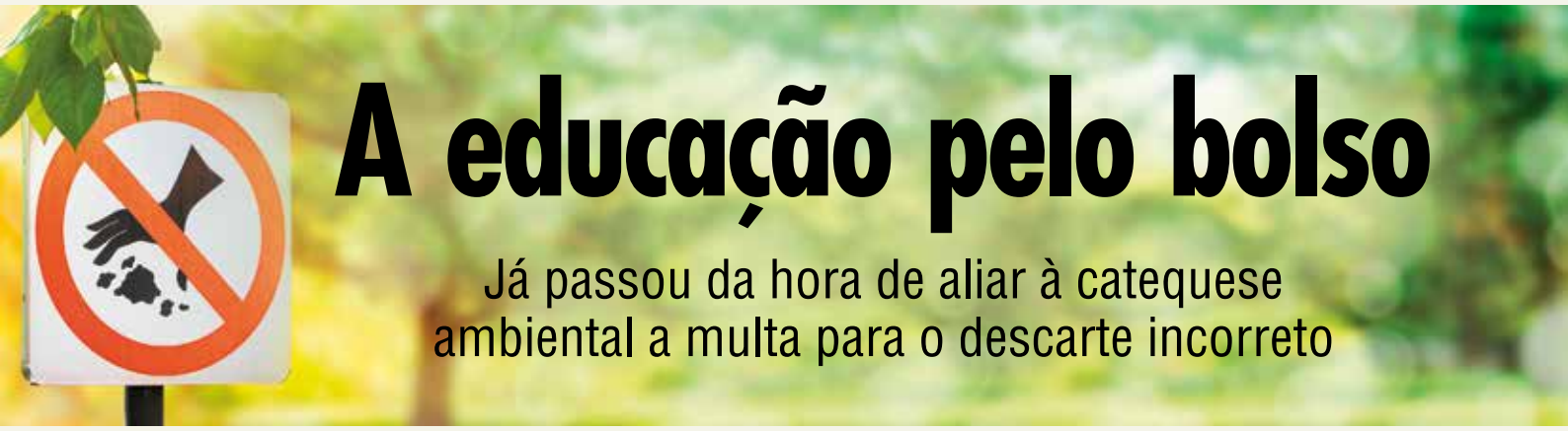
Braskem

QUER INOVAR NA SUA EMBALAGEM MAS NÃO SABE COMO? O LTP PODE AJUDAR.

O Let's Talk Packaging é uma plataforma digital, fomentada pela Braskem, que promove a troca de conhecimento de toda a cadeia tornando a sua embalagem o diferencial competitivo do seu negócio. Para que isso aconteça, a Braskem pode apoiá-lo em qualquer uma das etapas do processo de inovação da sua embalagem:

Inspiração · Criação · Gestão · Produção

Para saber como, acesse o site www.letstalkpackaging.com.br ou entre em contato através do e-mail packaging@braskem.com.



A educação pelo bolso

Já passou da hora de aliar à catequese ambiental a multa para o descarte incorreto

Um ano depois das Olimpíadas do Rio, as promessas de despoluição da baía de Guanabara vão sendo varridas para baixo do tapete e com vigor redobrado pela falência do governo estadual. Esse misto de desleixo e indiferença para com o meio ambiente atesta o fiasco que é o combate ao descarte incorreto de refugo pós-consumo no Brasil. O saldo de décadas de pedagógica conscientização ambiental da sociedade, pregação ministrada através de campanhas institucionais, distribuição de material escolar e aulas de cidadania nas grades curriculares educacionais, decepciona na vida real. Aí estão os detritos ativos fixos da baía carioca, as imagens de sucata entupindo bueiros nas enchentes de verão ou o monte de imundície largado nas praias e ruas do país após os festejos de ano novo. Os exemplos encheriam esta revista.

Grandes empresas, suas representações e o poder público hoje desfilam com garbona mídia seu engajamento na causa do desenvolvimento sustentável. Alardeiam aos quatro ventos meritórias ações para aliar crescimento econômico ao controle ambiental, desde o apoio à logística reversa e reciclagem até a redução no uso de água na produção ou de matéria-prima fóssil nas embalagens. Mas nem um pio, um miado sequer é emitido contra quem continua a praticar o descarte incorreto. Até dá para entender porque empresariado e governo ficam cheios de dedos para lidar com esse comportamento. Afinal de contas, pegaria mal, para dizer o mínimo, espinafrar em público alguém que é seu cliente ou eleitor. Bem mais diplomático e altruísta, portanto, é reagir ao descarte incorreto pela via da paciente catequese da sustentabilidade, um voto de confiança na ferramenta da mensagem conscientizadora para mudar usos e costumes.

Só que não. Entra ano sai ano e o descarte incorreto continua a comer solto. Como diz um veterano transformador de filmes, sacola não tem perna. Se acabou na calçada (ou na baía de Guanabara) é porque alguém a jogou ali, seja por desinformação, incivilidade quando não por deliberada vontade. Sobram referências de que passou da hora de convocar o mestre educador Dr. Bolso. Fala por si a vitoriosa adesão do povo ao uso do cinto de segurança veicular. Após bom tempo de recomendações e avisos bem comportados, foi sacado o talão de multa e deu-se o milagre: a consciência sobre o perigo de se rodar de carro sem afivelar o cinto floriu da noite para o dia.

Prêmio Nobel de Economia e um dos pais da economia comportamental, o psicólogo Amos Tversky tacou o dedo na ferida. "Muitos problemas ocorrem quando as pessoas deixam de ser obedientes quando se espera isso delas". A penalização do descarte incorreto pelo bolso não só juridicamente procede como já existe, esclarece o jurista e advogado Marcelo Buzaglo Dantas, bússola nacional em Direito Ambiental. A pena consta, ele indica, do decreto 6.514/08, regulamentador da Lei de Crimes Ambientais no tocante às infrações administrativas. A multa pode ser imposta com base no enunciado do artigo 61: "'Causar poluição de qualquer natureza em níveis tais que resultem ou possam resultar em danos à saúde humana ou provoquem a mortandade de animais ou a destruição significativa da biodiversidade: multa de R$ 5.000,00 a R$ 50.000.000,00". Buzaglo acrescenta que o quinto inciso do artigo 62 prescreve as mesmas multas a quem "lançar resíduos sólidos, líquidos ou gasosos ou detritos, óleos ou substâncias em desacordo com as exigências estabelecidas em leis ou atos normativos (...) ".

Fiscalizar pelo cumprimento da lei não tem maior mistério. "Tudo é uma questão de a lei começar a ser aplicada", julga Buzaglo. "Nos Estados Unidos, onde a legislação possui penas elevadas para isso, a coisa funciona. Por exemplo, veículos são parados pela polícia por se jogar guardanapos de papel pela janela; daí o respeito da população".

Antenado nos impactos da degradação ambiental, o escritor Thomas Friedman parece ter escrito este trecho velejando em mente pela baía de Guanabara: "Somos a primeira geração para qual 'mais tarde' será o momento em que todos os amortecedores da Mãe Natureza, todos os pneus reservas, todos os truques de sua caixa de ferramentas e recursos de adaptação e de recuperação do que foi perdido terão se esgotado ou quebrado. Se não agirmos juntos e rapidamente para amenizar essas tendências, seremos a primeira geração de seres humanos para a qual 'mais tarde' significará tarde demais".

SUMÁRIO

06 Visor
AUTOMAÇÃO

Robôs e digitalização são passaportes para o futuro da transformação

18 Conjuntura
7º SEMINÁRIO COMPETIVIDADE

Evento desvenda o impacto das guinadas tecnológicas no setor plástico

20 Oportunidades
DIAMOND GRID

A largada da nacionalização de gradis de PP reciclado com patente australiana

24 Especial

22 HYDRA

Estreia em torneiras elétricas de ABS em cores menos convencionais

46 Memória
PLASVALE

A chegada aos 40 anos da top of mind brasileira em UDs de plástico

/plasticosemrevista /in/plasticos-em-revista /RevistaPlastico

Agosto/2017
Nº 639 - Ano 55

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
Sergio Antonio da Silva
plasticosemrevista@plasticosemrevista.com.br

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.

Reprodução permitida desde que citada a fonte

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/2017

A. Schulman

Para atender à indústria automobilística é presciso desempenho diferenciado!

Os nossos compostos são formulados para atender às necessidades específicas de cada cliente, com um portfólio que compreende compostos com carga mineral, fibras de vidro, microesferas de vidro, e blendas poliméricas de diversos polímeros.

- **RONFALIN ASA 3422 U Silver Metallic**
- **RONFALIN (ABS) 1432 M**

Masterbacth | Engineered Plastics | Engineered Composites | Specialty Powders

suc·cess [sək'ses]
Our definition of success is helping you achieve yours.

A. Schulman Plásticos do Brasil Ltda.
Rod Anhanguera, Km 112,5 I S/N I Nova Veneza
Sumaré I SP I Brasil I CEP 13.177-435
(+ 55 19) 3838-9600 (+ 55 19) 3838-9636

Nas garras do futuro

Se indústrias como a transformação de plástico não acordarem para a revolução digital, serão atiradas de forma abrupta à velhice

Um robô Baxter cortou esta ano a fita inaugural de um espaço para startups de robótica em Boston. Técnicos do **Fundo Monetário internacional** admitem que as mudanças tecnológicas estejam por trás da queda, em vigor há duas décadas, da participação dos trabalhadores na renda total de 160 países. Pela primeira vez no Brasil, economistas citaram a influência da automação de processos e comunicação de dados em lugar da voz nas bases da arrecadação tributária. Neste vertiginoso momento, nota o escritor norte-americano Thomas Friedman, quem trabalha em fábrica ou escritório pressente que um robô ou máquina está no encalço do seu emprego. "Contudo", ele escreveu, "acho impossível acreditar que, com um número tão maior de pessoas agora munidas de um novo poder para inventar, competir e colaborar, com tantas ferramentas mais baratas e poderosas para otimizarmos as interações sociais, comerciais e governamentais, não venhamos a descobrir meios de os seres humanos se tornarem mais resilientes, produtivos e prósperos ao passarem a contar coma ajuda de máquinas inteligentes".

O Brasil também vem sendo colhido por este redemoinho e vai procurar acertar o passo com a revolução digital na medida permitida por suas forças. Fontes setoriais situam em 1.600 unidades as vendas de robôs no país em 2016 e, diante da pressão global, antevêem a chegada a 2019 com saldo de 3.500 equipamentos faturados. Na manufatura brasileira, a transformação brasileira de plástico figura entre os setores que precisam sair na marra da timidez na adesão às soluções de automação de processos, deixam claro as reportagens nas páginas seguintes e, no plano geral, esta entrevista exclusiva de João Emílio Gonçalves, gerente-executivo de Política Industrial da **Confederação Nacional da Indústria** (**CNI**).

Gonçalves: falta uma estratégia nacional para induzir o desenvolvimento da indústria.

PR – Com base no atual estágio de penetração das soluções de automação/digitalização e robótica em indústrias de manufatura no Mundo, em quanto tempo estima que essas tecnologias ganhem escala e se tornem assim suficientemente acessíveis para se alastrarem entre indústrias brasileiras em geral?.

Gonçalves – É difícil fazer esse tipo de projeção. A digitalização é um processo ainda em desenvolvimento no mundo todo. A tendência, como qualquer grande salto tecnológico, é que grandes empresas, de alguns setores, sejam as primeiras a adotar essas tecnologias, influenciando as cadeias produtivas e os demais setores. Já há vários casos no país de empresas adotando tecnologias para integração digital nas fábricas, tecnologias de simulação para o desenvolvimento de novos produtos e processos, assim como

Wittmann Battenfeld

Soluções completas para processamento de termoplásticos apenas de um único fornecedor.

World of innovation

WITTMANN 4.0

Integração completa entre seus equipamentos: Injetoras, robôs, desumidificadores, dosadores e controladores de temperaturas.

ROBÔ CARTESIANO PARA DIVERSAS APLICAÇÕES.

- GARRAS E MANIPULADORES - COLOCAÇÃO DE INSERTOS E RETIRADA DE PEÇAS.
- SISTEMAS AUTOMATIZADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE MOLDES.

PERIFÉRICOS

LINHA COMPLETA PARA INJEÇÃO DE PLÁSTICO

www.wittmann-group.com.br 55 19 2511 8150 Campinas-SP

o emprego de impressão 3D. O importante é que a velocidade de difusão dessas tecnologias tende a ser maior do que nas revoluções industriais anteriores. Isso exige agilidade da indústria e do Estado brasileiro para promover o desenvolvimento da indústria 4.0 por aqui. Um desafio, por sinal, é desenvolver instrumentos para promover a digitalização de pequenas e médias empresas, com foco no aumento da produtividade. Há uma importante iniciativa nesse sentido do **Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial** (**Senai**).

PR – Como a robótica e outras vias de automação marcham em passo acelerado e tendem a se internacionalizar cada vez mais rápido, quais os preparativos que as indústrias brasileiras precisam fazer o quanto antes para não serem atropeladas pela concorrência mundial no mercado interno?

Gonçalves – Em 2016, a CNI divulgou uma sondagem especial sobre Indústria 4.0. A pesquisa revelou o ainda baixo nível de emprego de tecnologias digitais na nossa indústria e o desconhecimento sobre o tema, tanto no governo quanto no setor privado. No primeiro semestre do ano passado, o panorama era que, do total das indústrias, 58% conheciam a importância dessas tecnologias para a competitividade, mas menos da metade as utilizava. O avanço da Indústria 4.0 no Brasil depende de maior conhecimento por parte das empresas sobre os ganhos da digitalização, tanto com respeito ao aumento da produtividade como às oportunidades de novos modelos de negócio, flexibilização e customização da produção e redução do tempo de lançamento de produtos no mercado. O alto custo, colocado como um dos principais entraves, pode ser atenuado com a implantação por etapas. O maior acesso à informação e a identificação de parceiros ajudarão na redução da incerteza e na mudança de cultura da empresa.

PR – A participação do setor de serviços no PIB ultrapassou a da indústria que, além da sua preocupante ociosidade e descapitalização desde 2015, não consegue mais atrair com facilidade talentos da nova geração. Tais condições ainda servem ou não como justificativas para nossas empresas adiarem os investimentos necessários para o embarque gradual na manufatura avançada? Se protelarem esses investimentos até segunda ordem, qual a possibilidade de o Brasil passar a ser visto apenas como um bom mercado emergente, sem relevância fabril?

Senai: apoio à digitalização de pequenas e médias empresas.

Gonçalves – O que precisamos é desenvolver uma política nacional, nas pegadas do que buscam fazer países que estão à frente desse processo, como Alemanha, Estados Unidos e Coreia do Sul. Nesse sentido, o primeiro passo da CNI foi justamente procurar entender melhor do que se trata esse movimento e onde a indústria brasileira está neste contexto. Agora, é preciso construir uma estratégia nacional para induzir o desenvolvimento da indústria, tanto via políticas públicas quanto por meio de iniciativas privadas. Há algumas frentes de trabalho neste sentindo, como a Câmara de Internet das Coisas do **Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações** (**MCTIC**) e o Comitê Executivo do estudo de internet das coisas que está sendo desenvolvido pelo BNDES em parceria com o MCTIC. Mais recentemente, integramos o Grupo de Trabalho Indústria 4.0 do **Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços** (**MDIC**). O Senai também tem tido iniciativas interessantes na perspectiva de desenvolvimento de tecnologia e de difusão do uso das existentes na indústria brasileira.

PR – Quais as mudanças necessárias no perfil e know how dominantes no chão de fábrica no Brasil para se adaptar a contento ao salto da automação e robótica?

Gonçalves – Mudanças na gestão, no relacionamento entre empresas nas cadeias e novos modelos de negócios. Na gestão empresarial, a principal transformação está na cooperação entre diferentes seções, principalmente entre as unidades relacionadas à Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs) com as áreas de produção, para viabilizar a incorporação dessas tecnologias. A cooperação externa também será essencial. A comunicação com fornecedores ao longo das cadeias produtivas pode favorecer estratégias mais eficientes relacionadas a compras e estoques, permitindo uma otimização logística e a aquisição de insumos com maior agilidade. Além disso, as empresas precisarão desenvolver e/ou aperfeiçoar seus modelos de negócios, principalmente no âmbito do relacionamento com os clientes. A prestação de serviços atrelados aos bens industriais passará a ter caráter estratégico em alguns setores.

APTA

O PARCEIRO IDEAL PARA O SEU NEGÓCIO.

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

Tolerância zero

Robôs e digitalização banem o retrabalho e refugo das linhas de transformação

"No momento, o mercado brasileiro de robôs está concentrado em mais de 70% na indústria automobilística", situa Geraldo Veroneze, diretor comercial de robótica colaborativa da catarinense **Pollux**, GPS do país em manufatura inteligente. "A transformação de plásticos possui 8% do total de robôs industriais em funcionamento".

Parar tirar do acanhamento o emprego da robótica por aqui, a Pollux teve uma luz, uma sacada grifada por Veroneze como

Setor automotivo: maior usuário de robôs industriais no Brasil.

inédita no ramo: o conceito RaaS (robô como serviço). "Avaliamos as dificuldades para os clientes no modelo tradicional de acesso ao robô, como a necessidade de altos investimentos na compra, longo tempo do processo e suporte inadequado", ele expõe. "A partir daí, criamos uma oferta disruptiva, sem desembolso pelo cliente do

Veroneze: aluguel facilita o acesso a robôs.

montante em regra acima de R$ 250.000 para comprar o robô, seus periféricos e os serviços envolvidos no projeto e instalação do equipamento". Em suma, dado o passe livre pelo industrial interessado, a equipe da Pollux esquadrinha o chão de fábrica, em busca de atividades repetitivas, insalubres e operações não ergonômicas, explica Veroneze. O levantamento fundamenta a feitura de uma análise de risco, com enquadramento de todas as normas de segurança, e no arremate uma simulação computacional do funcionamento da aplicação é apresentada ao cliente. "Desse ponto em diante, a adoção da solução robótica proposta requer um valor mensal, acessível a empresas de todos os portes, para cobrir a locação do robô e serviços envolvidos". A Pollux utiliza equipamentos da dinamarquesa **Universal Robots** e, com esta modalidade aluguel, o diretor assevera ter baixado de seis para um mês o prazo médio de introdução de um robô numa fábrica, para vitaminar sua produtividade. "Os modelos da Universal primam pelo baixo custo de implantação, rapidez na instalação e flexibilidade para a troca de função ou ajuste da quantidade de máquinas conforme a demanda em vista", sublinha Veroneze.

Por essas e outras, ele assegura, a Pollux lidera a colocação de robôs colaborativos na América do Sul. Nesse jogo de ganha ganha, acrescenta Veroneze, "a locação de robôs também libera o caixa do cliente para investimentos no core

Robôs colaborativos Pollux: locação acessível e rapidez na instalação.

Conecte-se ao Futuro da Robótica

Robôs de 3, 5 e 6 eixos

Integração ágil

Qualquer aplicação em qualquer lugar

Qualquer máquina injetora, de qualquer tamanho

Qualquer marca de máquina injetora

Um único controle

Inovar na Sepro significa quebrar os limites estabelecidos e construir novas pontes que permitem às pessoas, máquinas e empresas realizar seu máximo potencial. **Saiba mais em: www.sepro-americalatina.com/future/**

YOUR FUTURE IS WIDE OPEN

SEPRO DO BRASIL

www.sepro-americalatina.com
+55 11 4815 4157
seprodobrasil@sepro-group.com
@SeproGroup

business (seu negócio por vocação), reduz custos relacionados a falhas de operação ou perdas de materiais, sobretudo por dispensar a necessidade de uma equipe interna de 'robotistas' e de estoque de peças de reposição". Afinal, encaixa, durante a vigência do contrato, a Pollux responde pelo monitoramento do robô em tempo real, assistência técnica, componentes sobressalentes e atualização tecnológica do robô em uso. "É substituído em caso de obsolescência, atesta o diretor.

Bueno: simulação virtual da atuação do robô na linha de produção.

RUMO À DIGITALIZAÇÃO

Robôs ABB: indicados para transformação de plástico pela execução de tarefas mais complexas.

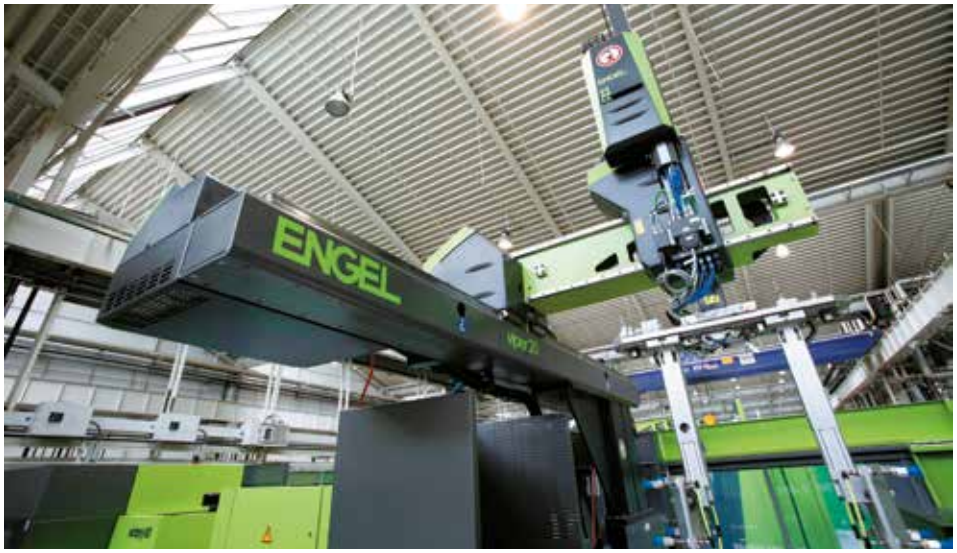
"Mesmo com uma projeção de crescimento moderado do PIB deste ano, as vendas da nossa área ajudaram a alavancar os resultados da companhia e sua expectativa é de crescimento no país", confia Rodrigo Bueno, gerente geral da robótica da subsidiária brasileira da corporação europeia **ABB**, sediada na Suíça. "Algumas indústrias brasileiras já automatizaram os processos e adotaram robôs nas linhas de produção, mas ainda há muito o que fazer no sentido da manufatura", pondera o executivo, frisando que acompanha a demanda por transformados plásticos em diversos setores, acenando para sua cadeia fabril com um portfólio de soluções extensivas da alimentação da máquina ao embalamento e encaixotamento do produto acabado.

Bueno enxerga a indústria brasileira em transição para a digitalização. Além dos robôs, ele conta, a ABB estimula essa tendência com um software. "Trata-se do RobotStudio e destina-se à simulação e comissionamento virtual da solução robotizada", esclarece o gerente. Desse modo, o software demonstra como o robô atuará no cotidiano da linha de produção do cliente. "Além de reduzir drasticamente potenciais erros de projeto e consequente retrabalho, esta ferramenta proporciona maior familiaridade para quem trabalha na produção com as aplicações robóticas", assinala Bueno. Entre os robôs do seu mostruário, o executivo destaca para uso em transformadoras de plástico as credenciais dos robôs articulados de seis eixos. "Além de um espectro variável de capacidade de carga e alcance, eles apresentam versatilidade superior a de robôs lineares de três ou quatro eixos para executar tarefas mais complexas", ele compara, salientando que, como todos os equipamentos de sua área, os robôs ABB são desenvolvidos com inteligência embarcada. "Esse avanço possibilita que as informações sejam disponibilizadas pelo robô para o nível de controle e otimização da linha de produção".

DOIS ROBÔS NA CÉLULA

Turbo global em injetoras de vanguarda, a austríaca **Engel** também também arrasa em robôs talhados para trabalho com peças plásticas. "No mercado brasileiro de injeção, mais de 50% das nossas máquinas são equipadas com robôs para retirar peças, mas ainda é incipiente nas empresas o índice de automação nas etapas seguintes - o processo de certificação de qualidade e a fase de montagem dos produtos injetados", descreve Udo Löhken, diretor do escritório comercial da Engel no país. "É enorme o potencial para os robôs por aqui, com base no aumento de produtividade e redução de custos que oferecem".

Para Löhken, a maior pedra no caminho da proliferação de sistemas de automação na transformação de plásticos chama-se falta de mão de obra especializada. "Não é tanto o efetivo para a operação e manutenção dos robôs, pois são específicos para injeção e não há maiores dificuldades para lidar com ele na linha nem para zelar pelo seu bom estado",



Robôs Viper e easix: modelos cartesianos e articulados para atuação integrada ao comando da injetora.

coloca o diretor. "A lacuna-chave é a da carência de pessoal capaz de visualizar as aplicações com grandes potenciais de automação dentro do processo fabril. Como a graduação desses especialistas é muito escassa no Brasil, as empresas empenhadas em crescer na automação precisam investir internamente na formação desse know how".

O pulo do gato dos robôs da Engel, percebe Löhken, é a sua absoluta integração no comando da injetora inclusive com a possibilidade de integrar mais de um equipamento no comando da célula. "Ou seja, é possível controlar o robô incumbido de extrair a peça e o robô designado para tarefas posteriores ao processo de injeção", explica o diretor. "Com esse entrosamento, monitora-se toda a célula ao vivo ou à distância apenas pelo painel da injetora, de modo a aumentar o controle da produção e facilitar o diagnóstico de eventuais defeitos mesmo quando longe da linha".

A Engel está à vontade tanto na esfera dos robôs cartesianos como na dos articulados. Os primeiros agrupam-se na série Viper e Löhken acrescenta que os robôs são classificados de acordo com o peso da manipulação. "Temos modelos para atender nossas injetoras desde a faixa de 28 a 5.500 toneladas de força de fechamento". Por seu turno, completa o dirigente, a série easix contempla robôs articulados de seis eixos e com diversas opções de tamanhos.

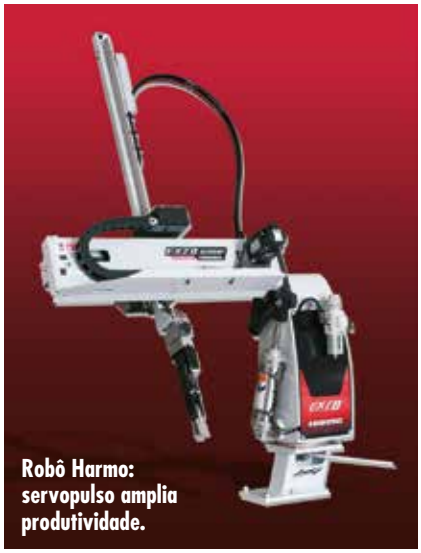
Em suas apresentações institucionais, a **3D Systems**, verbete norte-americano em impressoras 3D, cita a Engel como referência na integração da inteligência artificial a injetoras. "Correspondemos ao conceito

Indústria 4.0 com o programa 'inject 4.0'", assinala Löhken. O programa envolve três grupos principais de produtos: Smart service, Smart production e as injetoras Smart machine, com versões munida de softwares iQ de gerenciamento de controle de peso, do fechamento, da vibração e, por fim, da fluidez da resina. "O objetivo é tornar os processos de injeção mais transparentes para o operador", sumariza o diretor. "Já vendemos várias injetoras com produtos iQ no Brasil".

Piazzo: manipuladores mais acessíveis.

CARTESIANOS MAIS EM CONTA

Agente no Brasil das injetoras elétricas **Toshiba**, a **Hercx** comercializa outra iguaria hi tech japonesa: os robôs cartesianos (manipuladores) da **Harmo**. "Estão cada vez mais populares e acessíveis no país", percebe Hércules Piazzo, diretor comercial da distribuidora. Ele abre os chamarizes desses robôs nipônicos idealizados para injeção com o recurso do servopulso."Permite a um robô manipulador realizar serviços nas peças após sua retirada do molde, desvendando possibilidades para se reduzir os custos com refugos e aumentar a produtividade da linha", argumenta. Outro ás que ele tira da manga é um item opcional no mostruário de robótica da Harmo. Cognominado EOAT, possibilita uma troca rápida de "máscaras" para agilizar o tempo de troca de moldes e o retorno à produção. "A Harmo também fabrica 'sprue pickers' com servomotores em vez de sistemas pneumático, o que abre oportunidades de aplicações", justifica Piazzo. Sua recomendação para equipar injetoras de 15 a 650 toneladas é o robô HRX II. "Também temos soluções para trabalho em alta velocidade, caso do robô de entrada lateral para injetoras que geram artefatos como embalagens alimentícias em ciclos abaixo de cinco segundos".


Robô Harmo: servopulso amplia produtividade.

No plano geral, reconhece Piazzo, a grande maioria das indústrias brasileiras de injeção não mostra alta incidência de automação nos processos. "Algumas

Easylink e Quantum: periféricos idealizadas para a Indústria 4.0

NADA SERÁ COMO ANTES

Uma fábrica inteligente pode produzir a custo até 40% inferior ao de uma planta atual. Ricardo Prado Santos, vice-presidente da filial brasileira da italiana **Piovan**, formadora de opinião em periféricos, leu esta estimativa em estudo internacional e a encaixa para justificar uma decisão recente da companhia. "Todas as novas soluções Piovan saem preparadas para a Indústria 4.0,com interfaces com o protocolo OPC/UA e interligáveis com o nosso software supervisionador de processos WinFactory 4.0", explica. Entre os novos equipamentos auxiliares concebidos com este norte, o dirigente cita os precisos e econômicos dosadores gravimétricos Quantum e os controladores de temperatura Easytherm. Retomando o fio do WinFactory 4.0, Santos salienta vantagens como a sua troca de dados com os sistemas ERP ou SCADA do cliente e a aptidão para programar, ligar, analisar os parâmetros da produção e desligar as máquinas básicas. "Em poucos anos, esta tendência será o padrão na indústria brasileira", prevê o dirigente. "Mesmo os transformadores menores e médios precisarão de programas desse tipo. Se não entrarem na onda, perigam cair fora do mercado, por força dos custos de produção, variações na qualidade e consequente dificuldade para controlar os processos". O foco no gerenciamento da produção também inspirou o surgimento de outro novo software da Piovan, WinEnergy, vocacionado para monitorar o consumo energético de equipamntos e que pode rodar separado ou como parte do WinFactory 4.0. "A maioria dos clientes controla o gasto energético geral de uma fábrica ou setor", observa Santos. "Com o WinEnergy abre-se a oportunidade para monitorar uma única máquina ou processo, com a indicação precisa do ponto que requer ajustes".

PICPLAST

Plano de Incentivo à Cadeia do Plástico

SAIBA COMO TRAZER MAIS COMPETITIVIDADE PARA O SEU NEGÓCIO.

O PICPlast - Plano de Incentivo à Cadeia do Plástico, criado pela ABIPLAST - Associação Brasileira da Indústria do Plástico e pela Braskem, é um programa que fomenta a Competitividade e a Inovação das indústrias de transformação plástica, através de capacitações em temas como gestão empresarial, sucessão familiar, custos e rentabilidade.

Acesse www.picplast.com.br e descubra como o programa pode agregar valor ao seu negócio.

Realização:

abiplast

Associação Brasileira da Indústria do Plástico

Braskem

AFRICAZERO

Da Silva: aplicativos para o transformador aprimorar o ciclo e solucionar problemas do robô.

empresas já utilizam robôs de seis eixos para autopeças e embalagens de alimentos", distingue. "Mas o preço dos manipuladores está mais competitivo e, com o tempo, a presença desses robôs cartesianos deve se massificar na transformação brasileira", ele põe fé. Na selfie atual, nota, os robôs especiais de seis eixos, de alta flexibilidade e precisão nos movimentos, gramam com penetração mais problemática por aqui. "Para funcionarem na injetora, eles exigem uma integração não realizada, na maioria das vezes, pelo fabricante do robô", constata Piazzo."Esse serviço sai caro e é feito por poucas empresas no Brasil".

Robôs e injetoras top de linha são craques titulares, mas, por si mesmos, não bastam para o jogo do refugo zero ser ganho, deixa claro Piazzo, acentuando a relevância de periféricos como dosadores gravimétricos, centrais de monitoramento e sistemas de aquecimento de moldes ou de refrigeração. "Já vi muita empresa comprar caras injetoras de ponta, acoplá-las a equipamentos auxiliares de custo tão baixo quanto sua tecnologia e o resultado é um punhado de problemas como ciclos mais longos, consumo energético maior e variações do processo de injeção", lamenta. "As principais causas desse ônus são o peso do investimento total e a qualificação técnica a desejar de quem paga. Isso ainda vai levar bom tempo para mudar".

RECORDE DE VENDAS

Oscar Da Silva, diretor de vendas brasileiras da **Sepro**, tinto nobre francês em robôs para injetoras, anda exultante. "Caminhamos para novo recorde no faturamento este ano", ele antevê. "Apesar das turbulências políticas e econômicas, o empresário brasileiro percebeu que, para manter-se competitivo num mercado cada vez mais sensível, precisa automatizar seus processos com equipamentos mais versáteis". É a deixa para Da Silva colocar no balcão seu sortimento de robôs de 3,5 e 6 eixos, um misto quente apimentado por lançamentos mundiais. "A Sepro introduz quatro robôs pequenos: Succes 5, modelo cartesiano de três eixos servocontrolados, para injetoras de até 80 toneladas; o robô

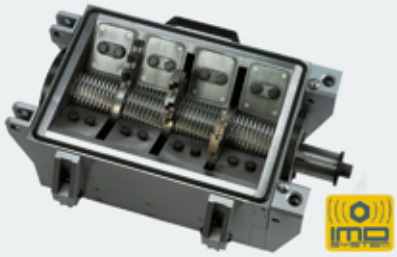
Sepro: opções de integração e controle compatíveis com várias marcas de injetoras.

de três eixos S5 Picker e duas versões de seis eixos - um robô de braço articulado da linha Sepro 6X, desenvolvido com a **Stäubli**, e outro que integra uma gama de robôs 'universais', ofertados em parceria com a **Yaskawa Motoman**".

O crescimento das vendas globais e brasileiras da Sepro, atribui Da Silva, provém do fluxo contínuo de inovação em controle e automação e nas parcerias com fabricantes de injetoras e referências tecnológicas a exemplo do Instituto de Robótica da universidade norte-americana **Carnegie Mellon**, escalado para desenvolver a próxima geração de controles de robôs e injetoras. Os primeiros frutos dessa junção de forças ganham visibilidade internacional no quarto trimestre. "Constam de dois aplicativos para facilitar

HERCX
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PLÁSTICOS

MO.DI.TEC
INNOVATIVE LOW SPEED GRANULATORS
DESDE 1985



Sistema de detecção de metais
Ferrosos e não ferrosos integrado IMD
(Patente MO.DI.TEC)

Moinhos de baixa rotação
Baixo nível de ruído
Eficiência energética

Baixa Manutenção
Altíssima precisão e confiabilidade

Hercx Representação de Máquinas e Equipamentos Plásticos Ltda
Telefone: (11) 2677-3040 | Celular: (11) 9 9898-6066 | contato@hercx.com.br | www.hercx.com.br

funções rotineiras", esclarece o diretor. "Por meio de um deles, o transformador poderá aprimorar o ciclo do robô, enquanto o outro aplicativo simplificará o processo de solucionar problemas do equipamento e ajudará a conectar os usuários, quando necessário, à assistência da Sepro".

CAPACIDADE MÁXIMA

Após sentir nos balanços de 2015 e 2016 o quanto dói uma recessão, a **Dal Maschio**, única fabricante de robôs para injetoras do país, inebria-se com um respiro nas vendas este ano. "Não só estamos operando a pleno como ampliamos a mão de obra direta em mais de 30%, decorrência de lançamentos de produtos pelos clientes e pela sua busca de meios para reduzir custos fixos", analisa o diretor comercial José Luiz Galvão Gomes. A propósito, comenta, a caça à competitividade espraiou-se de tal forma entre os setores cobertos pela Dal Maschio que há anos ele afirma não ouvir mais a frase "robotização é coisa de montadoras". Hoje em dia, nota, o mercado mais seletivo obriga os transformadores a se diferenciarem, não importa se injetem peças técnicas ou artigos convencionais. "Há muitas empresas que ganharam autonomia para comprar equipamentos que não os de suas matrizes no exterior, firmando parcerias com fornecedores como nós, também experientes no suprimento de robôs para indústrias pequenas e médias".

Gomes: robotização não é mais privilégio de montadoras.

Gomes considera que a maioria dos robôs ofertados na praça é de uso complexo e manutenção e reprogramação caras. A Dal Maschio se descola dessa vala comum, ele nota, por ter investido aqui na engenharia de desenvolvimentos de produtos e aplicações e na montagem de acessíveis robôs de interface e manutenção simplificadas, dirigidos à manipulação de injetados e paletização de caixas e peças acabadas. No compartimento das novidades deste ano, Gomes empunha um robusto cabeçote de rotações com até três eixos servocontrolados e um CNC apto a controlar até oito eixos interpolados de robôs cartesianos. "Dispõe de flexibilidade de portas de comunicação para interligação em sistemas 4.0". Como se vê, o sucesso na manufatura aditiva também depende de garra. •

HERCX
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PLÁSTICOS

TOSHIBA MACHINE

Injetoras Totalmente elétricas
30 à 1800 toneladas

Ciclo rápido? Peças técnicas?
Economia de energia? Precisão?
Repetibilidade? Maior área para moldes?
Baixo índice de manutenção?
Preço competitivo?
Qualidade e durabilidade?

FALE CONOSCO, TEMOS EXPERIÊNCIA
E A SOLUÇÃO PARA SUA NECESSIDADE.

Hercx Representação de Máquinas e Equipamentos Plásticos Ltda
Telefone: (11) 2677-3040 | Celular: (11) 9 9898-6066 | contato@hercx.com.br | www.hercx.com.br

Vem aí um abalo sísmico

Os movimentos que estão reformulando o mundo e seus efeitos na cadeia do plástico deram o tom do 7º Seminário Competitividade

"Olha aqui, pessoal, nada do que vocês estão vendo aqui é para já, mas esse futuro está a caminho e pode chegar antes do que se imagina". José Ricardo Roriz Coelho, presidente da **Associação brasileira da Indústria do Plástico** (**Abiplast**) sentiu, à certa altura, a necessidade passar este aviso semi tranquilizador ao perceber o impacto da revolução digital e da quebra de vários paradigmas sobre a plateia do 7º Seminário Competitividade, realizado em 14 de setembro último em São Paulo. Organizado pela Abiplast e **Plásticos em Revista**, o temário do evento desta vez fugiu da praxe de avaliar a conjuntura, as mazelas do Custo Brasil e os rumos do mercado no plano imediato. Em lugar dessa abordagem, a grade de palestras foi pautada pela economia circular, o modo de pensar da nova geração e pela aceleração dos fluxos globais de comércio, finanças, redes sociais e conectividade.

O trampolim para esse mergulho no futuro foi erguido na palestra de Evandro Buccini, economista-chefe da Rio Bravo Investimentos. Além de dissertar sobre causas e consequências da baixa produtividade do Brasil perante a média mundial, ele analisou a já crônica participação da indústria no PIB e reiterou que os esboços de retomada hoje discernidos na economia só ganharão sustentação se as reformas estruturais forem aprovadas na formatação adequada para combater calamidades como o déficit das contas públicas, puxado pelo rombo da previdência social.

A instabilidade política e econômica radiografada por Evandro Buccini compôs um misto quente com a exposição de Alex Espinosa, diretor da consultoria de inovação e gerenciamento de marcas **CBA B+G/diip**. A viga mestra de sua palestra foram as tendências e hábitos de consumo mundial, um compartimento onde ele alinhou desde a visão do mundo da nova geração hiper conectada até a proliferação de start ups dedicadas a empreendimentos como turismo aeroespacial, a busca científica da imortalidade, guinadas na engenharia genética, a contagem regressiva para fontes de energia fósseis e o alvorecer dos carros autônomos.

A palestra de Espinosa serviu de deixa perfeita para a exposição sobre as reviravoltas em curso na mobilidade urbana, desvendadas por Ricardo Takahira, diretor de pesquisa e tecnologia da **Associação Brasileira do Veículo Elétrico**. Ele deu o que pensar aos transformadores de autopeças no auditório, não só por alertar para a repaginação dos veículos em função da inteligência artificial embarcada e do antevisto fim do motorista, mas por confirmar uma constatação de Alex Espinosa: os jovens hoje prezam muito mais o iPhone da hora do que comprar carro novo. Esse comportamento, ele reconheceu, assume feições inquietadoras no Brasil. Afinal, um

Buccini

Espinosa

Van-Dal

Calcagnotto

Takahira

contingente de mais de 20 montadoras hoje opera com 50% de ociosidade e que já se encontra sob fogo cruzado. De um lado, a nova geração optando por carros compartilhados, aplicativos de táxi e Uber, bikes e transporte coletivo. Do outro, uma avantajada população da terceira idade, bem menos propensa a trocar de carro. Takahira deixou claro que essa batata quente vai queimar na carne do setor automotivo nacional. Outra enxaqueca pela frente, ele adiantou, é o risco de, dada a regulamentação defasada e custos nada competitivos, o Brasil virar canal de desova para tecnologias automotivas abolidas no I Mundo pela adesão a veículos elétricos, híbridos e autônomos. O motor a gasolina, por exemplo, já está com dias contados em países europeus formadores de opinião na indústria automobilística, caso da Alemanha, citou Takahira.

Componentes automotivos e demais peças técnicas de menor tamanho já formam entre os alvos preferenciais para prototipagem e desenvolvimentos da impressão 3D. As oportunidades para essa tecnologia, assim como a influência da manufatura aditiva nas novas linhas de injetoras, povoadas por sensores e softwares para múltiplas etapas do processo, compuseram os pratos de resistência das palestras de Andréia Cavalli, porta voz da **3D Systems**, fabricante norte-americana dessas impressoras, e de Suzana Boaventura, gerente de marketing da operação brasileira de plásticos de engenharia (poliamidas 6 e 6.6) da **Rhodia**, subsidiária do grupo belga **Solvay**, que engatou na segunda quinzena de setembro a marcha rumo à venda desse negócio global para a **Basf**.

As novas frentes para o consumo de plástico evoluir, levadas inclusive pelo engajamento da indústria em tecnologias exponenciais de energia limpa e no desenvolvimento sustentável pavimentaram as palestras ministradas por Éverton Simões Van-Dal especialista da **Braskem**, e Antonio Calcagnotto, vice-presidente de sustentabilidade e assuntos corporativos da **Unilever Brasil**. Em sua apresentação, Calcagnotto frisou o culto à sustentabilidade e à economia circular como ativos fixos do modelo global de negócios de sua corporação, exemplificando com medidas como a redução no peso das embalagens (dominadas por plásticos) dos produtos alimentícios, de higiene & beleza e de limpeza doméstica da Unilever. O mesmo espírito, assinalou, permeia a preferência do grupo por formulações concentradas, com efeito colateral da economia de água. Calcagnotto também manifestou sua preocupação com a programada revisão, em 2018, da lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos, em especial no que se refere ao ultra adiado fim dos lixões, determinação descumprida por prefeituras sempre sem caixa para implantar aterros sanitários.

Uma conjunção astral da sustentabilidade com a internet das coisas veio à tona na sessão final do seminário, sobre a onda em formação das embalagens inteligentes, vanguarda internacional já na tela do radar dos convertedores brasileiros de flexíveis. A nova onda foi dissecada nas exposições de Claire Sarantópoulos, pesquisadora cientifica prata da casa do **Centro de Tecnologia de Embalagens** (**Cetea**), e Márcia Pires, pesquisadora em ciência de polímeros da Braskem. As palestras forma arrematadas com debate das duas sumidades no ramo mediado por Domenico Macchia Jr., diretor de uma convertedora joia da coroa, a catarinense **Videplast**. Pelo andar da carruagem, evidenciou o trio, a perenidade de quem transforma filmes técnicos avançados para alimentos como perecíveis estabelecer alianças com empresas especializadas em recursos da inteligência artificial como sensores, para corresponder a crescentes exigências do comércio e do consumo final, como maior vida de prateleira e redução de perdas no ponto de venda e nos domicílios. •

Andéia Cavalli

Suzana Boaventura

Claire Sarantópoulos, Domenico Macchia e Márcia Pires

Atrás das grades

Os bem-vindos impactos da nacionalização de Diamond Grid

Uma luz captada no breu recessivo da construção e uma mazela do nosso comércio exterior conspiraram para a nacionalização de uma sacada australiana à base de polipropileno reciclado (PP): os sistemas injetados para estabilização de superfícies **Diamond Grid** (DG). Agente do produto no Brasil, a **Centere** sentiu chão firme na demanda ao apresentar a tecnologia em feiras do agronegócio e engenharia civil no primeiro semestre. "Ela está em linha com a conjuntura econômica atual, pois reduz o cronograma da obra e a necessidade de manutenção dos pisos e pavimentos e, quando associado ao concreto, pode baixar em até 60% o custo deste insumo específico", esclarece Ana Paula Freitas dos Santos, diretora comercial da distribuidora. A esses predicados, ela conta, somaram-se os altos custos brasileiros de importação para o martelo ser batido pela manufatura local dos gradis, também produzidos, fora de seu país de origem, nos EUA, México e África do Sul.

A economia de tempo e gastos vislumbrada em estudo de viabilidade convenceram a Centere a garimpar uma indústria para injetar os grids de PP reciclado com moldes trazidos da China. A escolha recaiu sobre uma transformadora paranaense, de nome não revelado até o fechamento desta edição por pendências

Ana Paula Santos: vantagens sobre pisos e pavimentos convencionais.

na formalização do acordo de prestação do serviço a longo prazo, explica Ana. "Homologamos o parceiro junto com o CEO da Diamond Grid e a produção terceirizada deve largar em meados de novembro". Além da óbvia excelência fabril, comprovada por certificações tipo ISO, despontam entre os requisitos da transformadora eleita o traquejo no trabalho com reciclado de qualidade e a disponibilidade de injetoras de 1.200 a 1.500 toneladas de força de fechamento. Situada em Colombo, Grande Curitiba, a unidade parceira possui sete injetoras para essa empreitada. "De início, ela fornecerá o grid preto de 900x560x40 mm e multiuso, aplicável na mineração, engenharia civil e até no agronegócio e paisagismo," detalha Ana. "À base de uma camada de PP recuperada, ela pesa 3,6 kg e as células internas da placa têm 44 mm de lado". Conforme antecipa, o plano imediato é de produzir 620 m²/dia e 18.507 m²/mês. "Mas temos condições de dobrar o fornecimento nos próximos seis meses", encaixa a diretora da Centere.

Ana desconhece gradis nacionais de PP que rivalizem com Diamond Grid e, no exterior, ela afiança que competidor algum oferece a resistência de 280 t/m² (vazio) e 1.000 t/m² (com preenchimento) da tecnologia australiana. "Disputamos no Brasil com pisos e pavimentos convencionais à base de materiais como asfalto e concreto", exemplifica. "Diamond Grid tem garantia de um ano e, se usado de forma adequada, resiste a três décadas em rachaduras, deformação ou ressecamento". Além de respiros para o bolso do empreiteiro, como rapidez na instalação e menor necessidade de compactação do solo, os diferenciais de Diamond Grid, segue a diretora, estendem-se pela permeabilidade e drenagem oferecidas, a possibilidade de o grid ser reinstalado em outro local e a significativa redução na frequência de trabalhos de conservação de estradas, galpões, pátios e estacionamentos. "Também reduz bastante a emissão de poeira e elimina áreas com lama e água empoçada em locais como estradas e áreas de terra de propriedades rurais", ela arremata. •

34° ENP

ENCONTRO NACIONAL DO PLÁSTICO

São Paulo, 2017

JANTAR DE CONFRATERNIZAÇÃO

ESPECIAL 50 ANOS ABIPLAST

01 Dezembro | 20h
Casa Fasano, São Paulo

GARANTA JÁ O SEU CONVITE!

Patrocínio Diamante:

2019 FEIPLASTIC Feira Internacional do Plástico

Sindiplast

Patrocínio Ouro:

Braskem

Realização:

abiplast Associação Brasileira da Indústria do Plástico | 50 ANOS

Patrocínio Cristal:

KARINA

Polimáquinas

plásticos revista

EMBANEWS

Plástico virtual

INFORMAÇÕES
(11) 4117-7999 | (11) 99609-9192
rsvp@cookieproducoes.com.br

Água viva

Hydra injeta adrenalina para torneiras de ABS deslancharem

A afinidade do material com produtos para banheiro chegou ao ponto de inspirar a categoria Metais Sanitários, em acatados perfis setoriais como o da **Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção** (**Abramat**). Apesar da solidez dessa supremacia, o plástico continua a perseguir com gana a saída de uma participação secundária no mercado de torneiras residenciais. A pressão sobe com a entrada este ano em torneiras de copolímero de acrilonitrila butadieno estireno (ABS) realizada pela Hydra, marca integrante da Divisão Deca (louças e metais) da **Duratex**, top of mind nacional em inovação em produtos para construção e decoração.

A Duratex tem nome feito em torneiras metálicas da marca Deca e, ao colocar um pé na canoa das versões plásticas, fortaleceu uma tendência nesse reduto, abraçada por ases do naipe da **Tigre**, atuante em torneiras de ABS e que adquiriu no ano passado a indústria de metais sanitários **Fabrimar**. Theo Dutra Vieira, gerente de marketing da Deca e Hydra, tem uma visão realista da demanda em vista. A base de suas digressões é a assinatura da Hydra em duchas e torneiras elétricas de plástico injetado. "O perfil desse consumidor varia", pondera o executivo. "Embora seu principal volume venha da classe C, temos percebido um incremento na penetração da categoria plástica em todos os públicos", Conforme esclarece, essas torneiras e duchas oferecem conveniência aos consumidores. "Proporcionam o conforto da água aquecida em ambientes onde não há suprimento de energia a gás ou acumuladores". No arremate, Vieira encaixa os préstimos de tecnologias como os chuveiros híbridos de sua empresa. "Complementam todos os sistemas de aquecimento, gerando economia energética e de água".

A Hydra lança este ano, assinala o gerente, torneiras elétricas de ABS coloridas, mesmo polímero instalado de suas chamadas torneiras frias. "As vendas de torneiras coloridas estão surpreendendo nossas expectativas", ele comenta sem abrir números.

Torneiras plásticas, apesar do esmero crescente na sua qualidade e visual, ainda têm muito chão a vencer para usufruir o livre trânsito das versões de metal em projetos de arquitetos e decoradores. À frente de um dos mais prestigiados escritórios de arquitetura do Brasil, com milhagem superior a três décadas no ramo e mais de 500 projetos comerciais e residenciais em seu portfólio, Renê Fernandes Filho revela jamais ter especificado torneiras de plásticos simplesmente porque jamais foi municiado de qualquer informação sobre

Hydra: novas cores para turbinar a marca no mercado de torneiras de plástico.

elas. "Eu até fiz o projeto de uma das salas de banho do Espaço de Design Deca, no bairro dos Jardins, em São Paulo, e nunca soube de torneiras da empresa que não fossem de metal". Do seu lado, Theo Dutra Vieira reitera vir recebendo retorno positivo de arquitetos, decoradores e designers a respeito das torneiras plásticas da Hydra.

Içada em rankings setoriais ao quinto lugar no Estado de São Paulo e vigésimo no Brasil em faturamento por metro quadrado, a **Nicom**, com sua única loja na zona sul paulistana, é um ponto fora da curva no varejo de materiais de construção. Hiroshi Shimuta, diretor presidente dessa empresa na ativa há 28 anos, acha que, pelo andar da carruagem. as torneiras de metal continuarão a desfrutar a preferência

dos consumidores. Mas nada é eterno. "As torneiras de ABS apresentam qualidade, até comparável à do metal em algumas linhas", observa. "Os fabricantes estão investindo em novas formas de apresentação desses itens, com o mesmo design das torneiras metálicas e com a vantagem de as versões de plástico serem muito mais baratas".

Shimuta reitera ser difícil o metal ser varrido de todo pelo plástico nas torneiras, "pois sua resistência é muito boa e reconhecida pelo mercado, além de apresentar sofisticação e diversas opções de modelos". Em contrapartida, coloca, "ABS tem um mercado novo em torneiras, com muito terreno por conquistar; basta lembrar que todo os encanamentos eram metálicos no passado. No momento, o preço menor dos produtos de ABS sensibilizam mais a população de baixa renda". Contudo, acrescenta o presidente da Nicom, os fabricantes podem trabalhar junto com seus promotores de forma a ampliar a exposição e conhecimento a respeito das torneiras de ABS nos pontos de venda, demonstrando sua qualidade e custo/benefício. "Mudar a mentalidade das pessoas em relação a produtos demanda tempo e investimentos", nota. "Para conquistar os consumidores, o segmento de torneiras de ABS precisa oferecer opções que demonstrem a possibilidade de elas serem utilizadas em diversos ambientes". Em paralelo, Shimuta considera essencial um estudo de padrões de qualidade, por parte dos grandes fabricantes, para tornar as torneiras de ABS mais confiáveis aos olhos do público. "Certificados de instituições prezadas como o **Grupo Falcão Bauer** podem mudar os antigos conceitos de clientes", ele sugere.

No mapa de vendas da Nicom, as torneiras de ABS de maior saída são as brancas e cromadas. Shimuta enxerga essa liderança como indestronável pela neutralidade e tradição, mesmo com a chegada de mais cores a este segmento. No balcão da Hydra, Theo Vieira Dutra salienta que uma vantagem da torneira de ABS sobre contratipos existentes de polipropileno (PP) é o fato de o copolímero estirênico admitir mais opções de cores, além de melhor acabamento e maior estabilidade dimensional.

Há na praça uma gama maior de colorantes (corantes, pigmentos orgânicos e inorgânicos) para ABS do que para PP, confirma Roberto Herrero, coordenador do laboratório de desenvolvimento de cores da **Cromex**, nº1 nacional em masterbatches.

Na trincheira da componedora **Termocolor**, o gerente comercial Wagner Catrasta confirma que ABS baste PP em atributos ópticos como brilho e metalização. No embalo, ele abre seu mostruário de cores e auxiliares para ABS, entre eles os aditivos termocrômico, antimicrobiano, de marcação a laser e para melhorar o ciclo de injeção e a estabilidade dimensional da torneira. "No passado, a oferta de torneiras de ABS limitavam-se aos tipos branco cromado, enquanto hoje o produto entra na moda em versões preta, vermelha e azul e cada vez mais nos pedem para desenvolvermos cores novas".

Vieira: vendas acima das expectativas em todas as classes.

Shimuta: evolução na qualidade das torneiras de ABS.

Fernandes: arquitetos ignoram as torneiras de plástico.

"As cores formuladas com estes colorantes apresentam alto brilho quando aplicadas em ABS, em razão de características da resina, mas o desenvolvimento de uma cor mais fosca também é viável", assinala. Quanto a PP, completa, perde para ABS na intensidade do brilho e a concepção de suas cores restringe-se ao uso de pigmentos. "Corantes apresentam tendência migratória quando empregados em poliolefinas", explica Herrero. O portfólio da Cromex insere o técnico, acena com uma pluralidade de cores para ABS com efeitos metalizados, perolados e glitter, além da linha de masters fosqueantes.

Paulo Motta, diretor para a América do Sul da petroquímica **Ineos Styrolution America**, pêndulo global em ABS, esclarece que a torneira é produzida com o copolímero desprovido de carga. A resina já proporciona as características mecânicas necessárias, recebendo apenas aditivação anti UV para garantir resistência ao intemperismo", ele esclarece. Torneiras são artefatos talhados para injeção a gás de grades de alta e média fluidez da Ineos Styrolution. "A fluidez é imprescindível para a boa distribuição de ABS na cavidade do molde e para o equilíbrio da espessura nas paredes da torneira", justifica Motta. •

A compra calculada

Crise torna o consumidor de alimentos mais ponderado, infiel e investigativo, atesta levantamento da Nielsen. São novos tempos para as embalagens

Embalagens de alimentos são, de longe, o maior mercado da indústria do plástico. Em três anos de crise, as vendas de gêneros alimentícios viraram de ponta cabeça os hábitos de compra e os canais do varejo, com reflexos automáticos no desenvolvimento dos flexíveis e recipientes rígidos utilizados. Os novos ventos inspiraram a consultoria **Nielsen** a tirar do pipeline a pesquisa "Painel de Consumo Brasil- Tendências e Perspectivas para Foods em 2017". O levantamento dá um rasante pelas mudanças na atitude do consumidor e suas consequências na comercialização, desde o atual estrelato dos atacarejos e produtos saudáveis ao freio na compra por impulso, multiplicação das marcas próprias e o remelexo no canal de food service, causado pelo corte nas verbas de entretenimento, marmitas levadas para o trabalho e venda de produtos na rua tentada por quem não se recoloca no mercado de trabalho. Este prato cheio e quente é servido à cadeia do plástico na entrevista exclusiva de Carolina Araújo, líder da indústria de alimentos da Nielsen Brasil, assim como nas matérias seguintes com transformadores e fornecedores de máquinas, resinas e auxiliares que compõem esta reportagem especial.

Carolina Araújo: consumidor mais propenso a trocar marcas e categorias de alimentos.

PR – Quais os meios mais viáveis para fabricantes de alimentos supérfluos, como iogurtes, voltarem a atrair o consumidor, hoje empobrecido e mais focado em compras de abastecimento?

Carolina Araújo – No cenário atual, o consumidor brasileiro se concentra na realidade em encontrar saídas eficazes e criativas para preservar, ao máximo, seu padrão de vida diante da retração de renda. Dessa forma, vemos estratégias – diferentes por perfil de cada família – sendo adotadas nesse sentido. O que é certo é que o consumidor está mais atento e racional, compara mais e está muito mais disposto a fazer trocas entre marcas e categorias que talvez não fizesse no passado, no intuito de gerenciar melhor o dinheiro que tem no bolso versus o que consta em sua despensa. Os fabricantes de alimentos devem abrir os olhos e a mente para este fato. Por sinal, os fabricantes que adotam de maneira estratégica e embasada em recursos como smart choices, descontos e promoções, têm conseguido melhor performance diante de um cenário desafiador. Dessa maneira, é fundamental que as empresas fiquem ainda mais assertivas em suas escolhas de investimento, focando recursos em ações que, de fato, tragam resultado.

PR – Quais as modalidades de smart choices mais utilizadas nas categorias de alimentos em foco nesta pesquisa?

Carolina Araújo – O que a Nielsen considera ou denomina "smart choice" é o produto equivalente à marca premium com preço mais competitivo, independente de sua categoria. Neste sentido, nos referimos essencialmente à troca da marca premium ou referência pelo fabricante de produto similar ou equivalente.

PR – Pela pesquisa da Nielsen, quais categorias de alimentos essenciais e supérfluos têm revelado, por força da crise econômica brasileira, maior incidência de migração de marcas premium para marcas mais acessíveis nas compras da população?

Carolina Araújo – Mais do que categorias específicas, notamos movimentos de mudança na percepção de valor pelo consumidor. Percebemos que, na situação de retração de consumo que vivemos nos últimos tempos, o consumidor tende a sacrificar conveniência, por exemplo. Categorias relacionadas a essa característica tendem a sofrer mais. Por exemplo, percebemos a retração da categoria de pratos prontos congelados. Parte dos consumidores prefere substituir por algum alimento que lhe consuma mais tempo, mas de menor custo. Quando analisamos bebidas prontas, sentimos o mesmo: o consumidor buscando alternativas, trocando suco pronto pelo feito em casa ou mesmo por água. Considerando que temos 13% de taxa de desemprego, essa troca faz todo o sentido.

PR – Qual o universo de fontes deste estudo da Nielsen?

Carolina Araújo – Consideramos diversos estudos da Nielsen, sendo os mais relevantes: Nielsen Retail Index Brasil e Nielsen Scantrack – regiões e canais destacados (variações ano móvel e conforme período mencionado em cada dado). São aferidas mais de 1.000.000 de lojas e mais de 170 categorias de consumo, considerando todas as cestas Nielsen (Alimentos, Bebidas Alcoólicas e Não Alcoólicas, Higiene & Beleza e Limpeza).

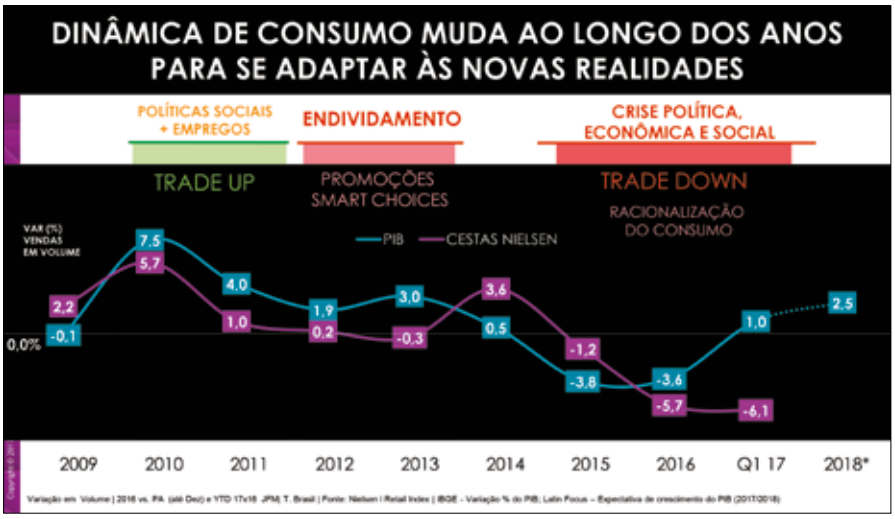
CRÉDITO: GPA

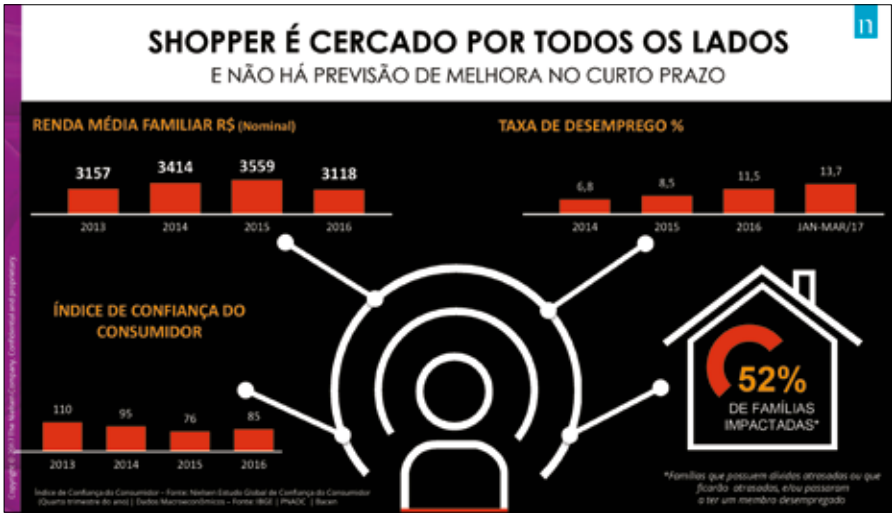
Atacarejo: canal para o consumidor manter o padrão de vida sem aumentar gastos.

PR – Quais as categorias de alimentos essenciais mais e menos afetadas pelo trade down aferido nesta pesquisa?

Nielsen – Quando nos referimos a trade down de categoria, falamos da troca de uma categoria por outra – substituições, em essência. Ou seja, um consumidor que consumia antes cápsulas de café e passa a substituir este item, total ou parcialmente, por café torrado e moído, que possui um preço por xícara menor. É mais uma opção, entre as que citamos – smart choices e aproveitar promoções ou comprar no atacarejo – para a mesma necessidade: fazer o dinheiro render para manter o padrão de vida.

No caso de alimentos essenciais, o trade down é menos observado, pois há dificuldades em trocar arroz e feijão, por exemplo, por outra categoria. O





consumidor pode deixar de consumir arroz e feijão no restaurante por quilo para consumir em casa. Neste caso, o trade down é do restaurante para casa. É a mesma lógica que observamos em deixar de tomar cerveja no bar para tomar em casa. Assim, o trade down entre categorias para alimentos essenciais, salvo situações extremas, é menos provável.

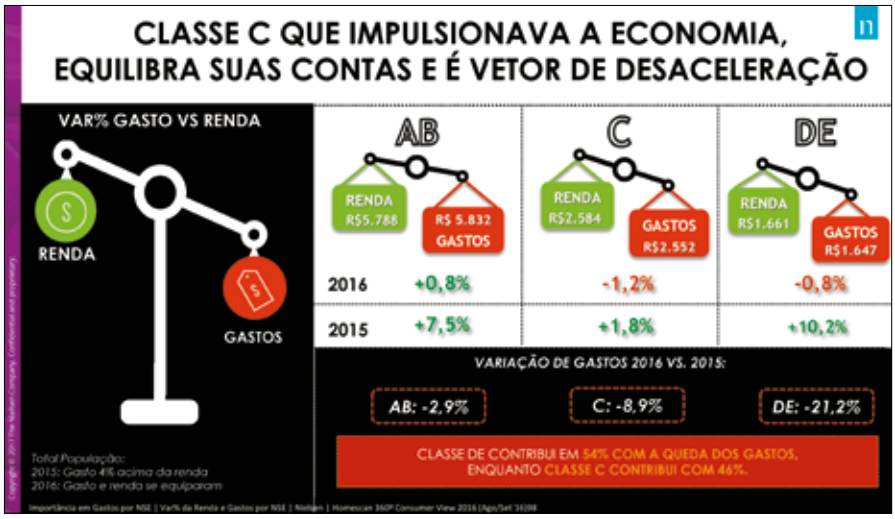
PR – Quando a economia brasileira se recuperar, a criação de marcas próprias (de supermercadistas) para alimentos tende manter o ímpeto de crescimento atual ou a enfraquecer?

Carolina Araújo – A marca própria tem dois fatores combinados que suportam crescimento em uma crise: ela tem, de fato, menor preço que a marca premium, mas é, ao mesmo tempo, referendada pelo varejista que o consumidor conhece e confia. Logo, ainda que não seja a marca desejada, no momento em que fazer escolhas é necessário, é uma opção bastante atrativa. Por essa razão, o cenário atual favorece as marcas próprias – e, enquanto ele permanecer, essas marcas têm terreno fértil para crescer.

Com relação à expectativas, podemos traçar hipóteses para essa pergunta, analisando por alguns prismas. Por exemplo, em um paralelo com a Espanha, que recentemente viveu um momento de crise com alto percentual de desemprego. No caso espanhol, vimos uma movimentação muito parecida com a nossa, em que o consumidor, ao ter a renda retraída, buscou alternativas como smart choices e marcas próprias. Com a economia retomando seu crescimento, vimos esse movimento se invertendo e as marcas premium, que também tomaram iniciativas para reconquistar os seus consumidores, retomando participação. Desse modo, é provável que, com o aquecimento da economia brasileira, o equilíbrio de forças seja diferente do que vemos agora e, talvez, não tão favorável para marcas próprias.

Outro prisma a se considerar é diametralmente oposto, pois vemos o varejo ganhando relevância em países como EUA. Nesse caso, uma movimentação de marcas próprias com um apelo mais premium pode surgir.

PR – Poderia estimar, com base na pesquisa da Nielsen, qual é, em média e no plano geral, a participação de mercado abocanhada em 2016 pelas marcas próprias em geral?



Marcas próprias: pesquisa Nielsen confirma pista livre para crescer na crise.

MOVIMENTO
PLÁSTICO TRANSFORMA

NO MOLHADO NO SEQUINHO

VOCÊ SEMPRE PROTEGIDO PELO PLÁSTICO

Conheça o Movimento que traz várias informações sobre o plástico: educação, reciclagem, inovação e muito mais.

E, para não perder os avanços dessa indústria em constante transformação, cadastre-se e receba nossas novidades. Acesse:

www.plasticotransforma.com.br

REALIZAÇÃO

PICPLAST
Plano de Incentivo à Cadeia do Plástico

abiplast

Braskem

Empreendedor individual: impacto no declínio do mercado formal de food service.

Carolina Araújo – Em 2016 as marcas próprias atingiram 5,2% do total do volume do mercado, considerando todas as categorias. Podemos dizer que a marca própria tem tido desempenho bastante destacado dentro do mercado de alimentos, especialmente em categorias básicas como arroz, feijão, leite, açúcar e óleo de soja. Percebemos nelas crescimento de até 27% da marca própria, mesmo em categorias com tendência de queda.

PR – Pela pesquisa da Nielsen, 62% dos consumidores de alimentos economizam com entretenimento fora do lar. Como avalia o impacto dessa poupança sobre o mercado de food service, a exemplo de restaurantes?

Carolina Araújo – Há mais fatores a se considerar nesse caso. Apesar de ser um fato que o consumo fora do lar impacte o volume de alimentos vendidos via restaurantes, há também, por outro lado, um aumento do número de empreendedores individuais, que chamo de transformadores, por conta de desemprego e aumento de empregos informais.

PR – Segundo a pesquisa, 60% das categorias de alimentos cresceram por meio de embalagens econômicas em 2016. Por que isso não aconteceu nas crises anteriores? Afinal, embora consolidada no exterior, a embalagem econômica não havia conseguido deslanchar até então em alimentos no Brasil.

Carolina Araújo – O que esse dado revela é que, nos últimos períodos, alguns fatores favorecem o crescimento de embalagens no estilo "leve mais por menos". O primeiro deles é o consumidor fazer mais contas e entender como economizar, comprando antecipadamente – em maiores quantidades – itens que ele sabe que vai precisar no futuro. Logo, seria mais inteligente comprar por "atacado". O racional é simples, mas o que viabiliza tornar-se concreto é que o consumidor hoje vive um cenário de aumento do número de lojas no modelo de "atacarejo", onde encontra mais opções de embalagens nesse formato e uma indústria que, ao perceber essa vontade latente, se dispõe a ofertar essa embalagem em outros canais. Para complementar, a indústria e o varejo acompanham um ao outro no sentido de atender as demandas do consumidor e, nesse caso, varejo conta com a indústria e vice-versa. A medida que o canal atacarejo cresce, ele demanda da indústria mais ofertas que sejam adequadas a

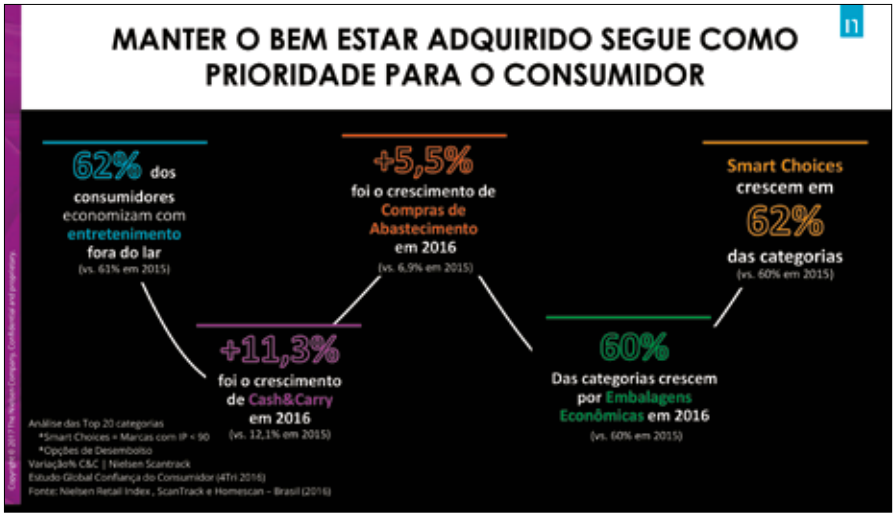
A VITRINE DO SOPRO

Com 10 fábricas e tecnologia de ponta para frascos de PE, PP e PET, o **Grupo Globalpack** é um sopro de vida nova no mercado de embalagens

GLOBALPACK

[19] 3856.9200
www.globalpack.com.br

Rod. Miguel Melhado Campos,
s/n. Km 79 - Vinhedo - SP
13280-000



seu modelo. O consumidor, percebendo sua marca de preferência presente nesse canal, se desloca para ele.

Um ponto merecedor de atenção: essa oferta não atinge todos aqueles que buscam opções de economia, pois exige que o consumidor tenha dinheiro disponível para fazer o desembolso de um valor maior antecipadamente.

PR – Marcas globais aparecem no estudo como mais reconhecidas que marcas locais em qualidade e inovação. Por qual razão?

Carolina Araújo – Não monitoramos dados sobre ao investimento da indústria em inovação ou sobre comunicação. Estamos nos referindo à percepção do consumidor.

AS ÁGUAS ESTÃO ROLANDO

De tédio ninguém morre em PET, comprovam os indicadores de 2016 compilados pela **Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas** (**Abir**). Carestia e saudabilidade empurram ladeira abaixo a produção de refrigerantes. Em 2010, o volume aferido foi de 16.961.806 bilhões de litros e, em 2016, a Abir constatou a perda de gás: 14.424.793 bilhões de litros ou -6% versus o balanço de 2015, também avermelhando em -6,1% perante 2014. Do outro lado do ringue, a produção de água mineral, dimensiona a Abir, emplacou no ano passado 12.682.641 bilhões de litros, quase o dobro dos 6.543.826 bilhões aferidos em 2010. Para azedar ainda mais o humor da ala dos refrigerantes, a produção de sucos prontos e néctares zarpou de 743.759 milhões de litros em 2010 para fechar 2016 em 1.257.894 bilhões de litros. Produtora de PET, a **M&G** não deu entrevista.

Embalagens econômicas: oferta ampliada na garupa do alastramento dos atacarejos.

PR – Entre as tendências desafiadoras para a indústria e o varejo, o levantamento menciona conjugar a percepção premium com preço acessível. Como a apresentação do alimento (embalagem) poderia transmitir essa impressão, pois os recursos para tanto encarecem os custos do alimento e, por tabela, afetam seu preço de venda para um consumidor empobrecido?

Carolina Araújo – Estamos falando aqui de percepções do consumidor; não necessariamente um alimento mais caro no sentido da indústria (custos de produção e apresentação) é realmente percebido como premium. Mais difícil ainda é combinar essa percepção de "premiunidade" a um preço acessível e, certamente, o trabalho dos fabricantes não é simples. A lógica do consumidor na hora da compra é achar um bom produto, que atenda suas necessidades e a preço que ele considere justo. A indústria deve se movimentar acertando os diversos componentes de sua estratégia nesse sentido.

PR – A pesquisa chama a atenção para o mercado potencial de alimentos para a população idosa. Apesar de uma infinidade de estudos anteriores fazerem o mesmo, o setor de alimentos até hoje prospecta e explora pouquíssimo este filão indicado pela Nielsen. Como analisa essa postura?

Carolina Araújo – Há fabricantes bastante atentos a esta tendência e têm atuado com inovações específicas e direcionadas. A realidade é que este segmento triplicará até 2060 e a indústria deverá se adequar a esta mudança.

PR – Quais são, especificamente, os novos canais no Brasil para vendas de alimentos apontados na seção 'como vencer em um cenário adverso' da pesquisa da Nielsen?

Carolina Araújo – Percebemos grande avanço do canal chamado "atacarejo", onde o consumidor pode fazer compras de abastecimento e maiores volumes com menor custo por quilo, por exemplo, por meio de embalagens econômicas – as chamadas "tamanho família". Neste canal, nota-se também a importância dos "packs", ou seja, leve mais por menos, modalidade na qual o consumidor ganha descontos adicionais por volume. Outra vertente é o aumento de importância dos canais de reposição, como os mercados menores, que chamamos de vizinhança. Ou seja, de um lado, o consumidor estoca mais os alimentos com maior longevidade através do atacarejo. Do outro, repõe as compras de dia a dia e validades mais curtas no mercado próximo de casa.

Viveiro de pistas

Sucesso dos atacarejos embute subsídios para frascos soprados para alimentos

CRÉDITO: GPA

Nos seus meandros e entrelinhas, a pesquisa da **Nielsen** "Painel de Consumo Brasil- Tendências e Perspectivas para Foods em 2017" (ver entrevista à pág. 24) traz à tona mudanças causadas pelo cordão umbilical entre a economia e o padrão de vida. Falam por si a proliferação dos atacarejos e o encolhimento de famílias e moradias. Um jorro de pressões que leva indústrias de alimentos a cobrar da transformação de embalagens mais poder de barreira e vida de prateleira e menos perdas no transporte e ponto de venda. Cristiano Passos, CEO do **Grupo Globalpack**, trem bala do Brasil no sopro de recipientes e titular entre os fornecedores para a elite da indústria alimentícia, tem sabido corresponder a essas expectativas. "As demandas iniciais são por embalagens menores, one way (descartáveis), de baixo custo e espessura", coloca. "Mas aí entra a questão da vida útil do alimento e embalagens menores requerem um desafio extra quanto ao shelf life. A interação da embalagem e rótulo tem sido explorada para atender a esta necessidade e aqui no grupo temos sido bem sucedidos no uso de aditivos e sopro multicamada para satisfazer a estas exigências".

Passos: crise impõe quebra de paradigmas.

Food service, outro reduto em mutação devido ao encurtamento da verba para se comer fora de casa e às promoções "leve mais e pague menos" em alta nos atacarejos, também pulsa no radar dos frascos do Grupo Globalpack. "Esse movimento captado pelo estudo da Nielsen traz parte do chamado mercado industrial (restaurantes, p.ex.) para o consumo residencial prolongado", interpreta

Brito: garrafa em dupla camada de PET transmite valor à imagem do leite Shefa.

Passos. "Isso faz ressurgir a importância de embalagens de uso continuado com facilidades de manuseio". Outra boa nova servida por esta remexida no canal food service, ele nota, é a possibilidade de se reduzir ainda mais o peso da embalagem econômica com decorrente alívio para os custos. "No entanto, os frascos maiores geram impacto na operação logística dos fabricantes de alimentos e foi em prol de resultados melhores nesse sentido que o Grupo Globalpack aportou R$ 1 milhão para implementar a solução Warehouse Management System (WMS), apoiada em aplicativos de software que suportam as operações do dia a dia de um armazém". Ainda no âmbito das embalagens econômicas, Passos reconhece a lentidão de sua transposição do mercado internacional para cá , mas agora são outros quinhentos. "Pela praxe até hoje por aqui, duas embalagens pequenas custavam menos que uma grande", pondera. "Mas nunca tivemos uma crise prolongada como esta e um aspecto positivo dela é a reação gerada nas empresas de vencer paradigmas, como se nota na adesão às embalagens econômicas. Este movimento recente, estimulante para recipientes maiores, deve colher seus frutos pós-crise, como mais uma opção de compra".

A pesquisa da Nielsen também sugere um osso duro de roer para a cadeia alimentícia reagir à crise: conjugar ao preço acessível a percepção de produto premium, uma conjunção que deságua na criação de embalagens. O Grupo Globalpack, conta Passos, tem acenado a indústrias alimentícias com um misto quente dessas exigências ao molho da sustentabilidade. "Uma opção recente é o emprego de PET reciclado bottle to bottle, processo no qual somos pioneiros no Brasil e com certificação para contato com embalagens alimentícias da **Agência Nacional de Vigilância Sanitaria** (**Anvisa**) e do órgão regulatório norte-americano **Food and Drugs Administration** (**FDA**)".

Mostarda Heinz e salad dressing Hellmann's: pontos altos do Grupo Globalpack em frascos menores de PEAD e PET.

Na selfie atual, 6% da população brasileira é composta por pessoas de 65 anos em diante, um mercado ressaltado pela pesquisa da Nielsen como uma senhora frente para o setor de alimentos, hoje discreto nesse reduto, mandar bem. Do cercado das embalagens sopradas, Passos considera requisito visceral para fidelizar o consumidor idoso a facilidade no manuseio dos recipientes. "Destaco aqui as embalagens ergonômicas de polietileno de alta densidade (PEAD) desenvolvidas pela nossa área de engenharia com soluções de 'pega', também vistas nos modelos de PET, assim como o fornecimento de frascos up side down ".

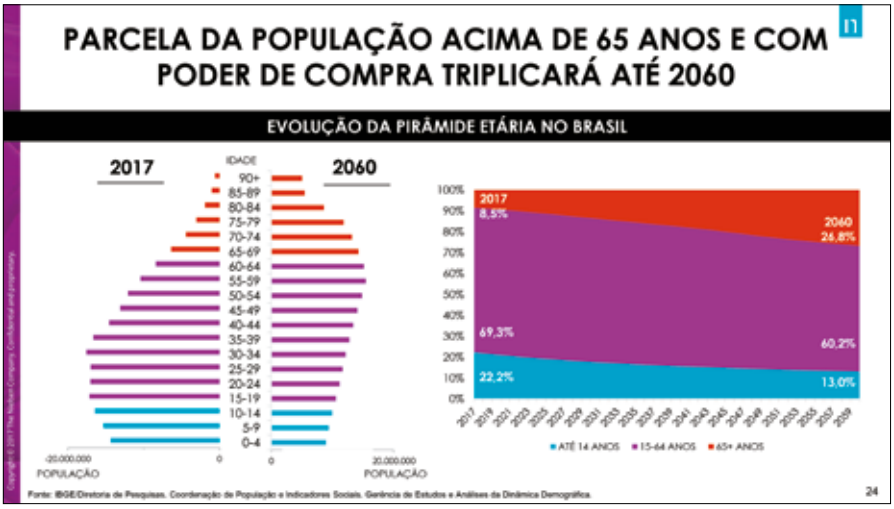
EMBALAGENS PESO-PENA

O potencial do consumidor de idade avançada também não passa em branco para a subsidiária da portuguesa **Logoplaste**, outro pilar em sopro no país. "Percebemos nos projetos para este público uma preocupação com rótulos de comunicação mais fácil e clara", nota Thome Brito, gerente geral da operação no Brasil. "No entanto, ainda parece tímido o desenvolvimento por aqui de embalagens para o segmento da terceira idade".

Em contrapartida, Brito nota o estrelato hoje desfrutado pelos recipientes soprados maiores, dada a influência da crise no corte de gastos em comer fora de casa e na receptividade a promoções tipo "leve mais por menos", duas das mudanças de atitude do consumidor de alimentos dissecadas na pesquisa da Nielsen. "É significativo o aumento das embalagens familiares voltadas para o consumo compartilhado, em contraste com uma queda dos tipos para uso individual", atesta o executivo. "Temos atendido a esta demanda com embalagens familiares como as de iogurtes, numa gama de conteúdo extensiva de 600 a 1.250 gramas e diversos formatos em PEAD e PET".

Pereira: R$20 milhões na produção e desenvolvimento de embalagens em Paulínia.

Pelas lentes da Nielsen, 60% das categorias de alimentos pesquisadas cresceram no ano passado impulsionadas por embalagens econômicas. Nesse compartimento, emenda Brito, as novidades concentram-se no denominado "design for cost" e sustentabilidade. "Ou seja, criamos embalagens que atendam aos requisitos de design e qualidade considerando o menor consumo possível de matéria-prima e maior eficiência na reciclagem". Brito não tem justificativa precisa para a morosidade com que, no passado, as embalagens econômicas



QUALIDADE KNOW-HOW
MÁQUINAS TECNOLOGIAS
SEDE DA MOLDAGEM POR INJEÇÃO
LIDERANÇA DE MERCADO
PAIXÃO VISÃO
INOVAÇÃO
Fakuma
17. - 21.10.2017
Pavilhão A3, Estande 3101
Friedrichshafen,
Alemanha
WIR SIND DA.
A ARBURG busca ser a sede do processo de moldagem por injeção desde que começou a ser dedicar a este ramo. Você não encontrará, no mundo inteiro, uma empresa tão engajada, consequente e envolvida com o aperfeiçoamento e o desenvolvimento contínuo da moldagem por injeção. Nosso foco tem apenas um alvo: o seu sucesso.
www.arburg.com.br
ARBURG

se entranhavam no setor nacional de alimentos. Uma explicação para a recente arrancada delas, levanta o gerente geral, teria a ver com o surgimento de mais categorias de produtos na praça, caso de bebidas lácteas, durante o período 2004/2010, de vigor do poder aquisitivo de baixa renda. "Na forte recessão a seguir, essas categorias presenciaram a migração de seus volumes para embalagens mais econômicas".

Apesar da crise, assinala Brito, pesquisas como a da Nielsen mostram a clara percepção do consumidor sobre o valor em alimentos ofertados em embalagens inovadoras e sedutoras. "Uma atração exercida não só pela estética, mas pela funcionalidade no uso", traduz o dirigente. "Nosso mais recente exemplo nessa direção é a garrafa reciclável de leite longa vida com barreira à luz provida por pré-forma de duas camadas de PET: a camada interna protege o leite contra a luz e a externa comparece com a estética alusiva à pureza do alimento". Essa mesma embalagem é brandida por Brito para demonstrar como, ao lado de soluções como sopro coextrusado e determinados compostos, a Logoplaste se adequa às exigências de maior poder de barreira e shelf life determinadas às embalagens de alimentos pelas alterações no estilo de vida entrelaçadas à conjuntura econômica.

NOVAS TECNOLOGIAS

Escorada em mais de 800 patentes da corporação, a filial da norte-americana **Plastipak** busca contribuir com embalagens sopradas diferenciadas por cores, design e barreiras com a proposta colocada pela pesquisa da Nielsen para a indústria alimentícia remar nas águas turvas da crise: laçar consumidores menos impulsivos e mais especulativos incutindo nos produtos uma aura de classe A aliada a preço em conta. "Uma referência é a garrafa monocamada de PET para leite longa vida que desenvolvemos para a marca Jussara", ilustra Evandro Pereira, diretor geral da **Plastipak Brasil**. "Segundo o laticínio, a garrafa ampliou sua participação no mercado de leite UHT e a penetração em novos varejos, antes não permitida pela oferta do alimento em caixa cartonada". A ênfase da empresa em soluções diferenciadas promete tomar corpo, deixa claro o dirigente, a partir do aporte de R$ 20 milhões no efetivo de linhas de produção e no requinte do centro de pesquisa e

PAVAN ZANETTI: SOPRO ECONÔMICO PARA EMBALAGENS IDEM

Bimatic: recipientes de até 10 litros em PP e PE.

Hoje em alta no envase de alimentos, as embalagens econômicas são um resort para as sopradoras de poliolefinas e PET da Pavan Zanetti. Na esfera de polietileno e polipropileno, distingue o diretor comercial Newton Zanetti, suas máquinas Bimatic dão conta de recipientes de até 10 litros. "As versões híbridas de sopradoras Bimatic, nas quais buscamos reduzir o uso de óleo hidráulico sem elevar o preço da sopradora, têm sido um sucesso de vendas". Na raia de PET, ele prossegue, suas sopradoras de pré-formas proporcionam recipientes de até seis litros, "bastante procurados para água mineral", assinala o dirigente. "Tratam-se de equipamentos que correspondam em custo/benefício, no qual o valor do investimento versus o retorno é o diferencial".

Séries HDL e HPZ

SOPRADORAS PARA GRANDES VOLUMES E PEÇAS TÉCNICAS EM GERAL

- Força de fechamento de 8,8 a 45 toneladas
- Cabeçotes com capacidade de 1,1 a 9 Kg para PE e PP

PEÇAS TÉCNICAS PARA OS MAIS VARIADOS SETORES:

- Agrícola;
- Químico;
- Agroquímico;
- Construção cível;
- Automotivo;
- Alimentício;
- Entre outros

Conheça também a nossa linha de Injetoras para pré-forma de PET, tampas e peças técnicas variadas.

INJETORAS HXF

Vários modelos e **capacidades.**

Série **BMT** | Série **HPZ** | Série **HDL** | Série **HXF** | Série **ISI** | Série **PET**

PABX: 55 19 3475.8500
SAC: 55 19 3475.8504
Vendas de máquinas: 55 19 3475.8505
Email: vendas@pavanzanetti.com.br
www.pavanzanetti.com.br

Garantia da melhor Assistência Técnica do mercado

FINAME PARA MÁQUINAS NACIONAIS

Cartão BNDES

pavan zanetti

desenvolvimento, ambos na sede em Paulínia, interior paulista. "A primeira fase do processo de expansão está em curso, deve terminar até março próximo e mais investimentos estão previstos para o ano que vem", adianta Pereira.

A decolagem das embalagens econômicas, nota o dirigente, hoje ocorre em todas as categorias de produtos envasados em frascos soprados, no rastro do crescimento dos atacarejos no país. "O impacto desse canal também é sentido nas embalagens pequenas, pois o consumidor pretende reduzir o desembolso e manter fidelidade à marca". Quanto às embalagens econômicas, Pereira atribui sua escalada ao poder aquisitivo pré-crise, ensejando o acesso a novos tipos de produtos, "uma mudança comportamental semelhante a de mercados mais desenvolvidos", afirma. Como o barco da economia virou em 2015 e deu no que está dando, Pereira julga ter se intensificado a oferta de soluções econômicas para o consumidor continuar a levar os produtos de sua predileção. "Além disso, novas tecnologias para PET nos possibilitaram introduzir aqui diferentes tipos de barreiras para ampliar o shelf life de alimentos, embalagens mais leves ou submetidas a envase a quente".

Água Sarandi e garrafas de 9,7 g: soluções da Plastipak para reduzir o peso e facilitar o manuseio das embalagens.

Pereira também está antenado no potencial do mercado brasileiro da terceira idade, detalhado na esfera dos alimentos pelo estudo da Nielsen. A propósito, pesquisa divulgada no ano passado pelo **Serviço de Proteção ao Crédito** (**SPC Brasil**) e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) levantou que 34% dos respondentes de 60 anos em diante reclamavam da carência de produtos concebidos para suprir suas necessidades. Duas queixas desse público aos entrevistadores richocheteiam no varejo e em embalagens como as de alimentos: a falta de sinalização com letras maiores em lojas e, confirma o estudo da Nielsen, nos rótulos. "Já servimos este consumidor com embalagens de PET resistentes e seguras, dotadas de abertura facilitada, alças, texturas no corpo para melhorar a 'pega'", coloca Pereira. "Por sinal, lançamos em 2016 uma garrafa de 9,7 g para água mineral, munida de gargalo especial de 26 mm e tampa fácil de abrir e que não se deforma ao verter a água no copo".

HUSKY: PET COM BARREIRA ATRAI BEBIDAS SENSÍVEIS

Cazzaro: solução talhada para frascos menores e diferenciados no ponto de venda

PET bate em cheio com uma sugerida trilha para a indústria alimentícia avançar em meio à crise: infundir a percepção de alto valor em produtos com preço em conta. Não só de olho nesse desafio como na exigência mundial de maior poder de barreira e shelf life, a canadense **Husky**, totem global na injeção de pré-formas, corresponde a todas essas expectativas com sua tecnologia para PET acontecer em bebidas sensíveis. Nesta entrevista, Evandro Cazzaro, gerente geral da unidade de embalagens de bebidas da Husky na América Latina, passa a limpo esta inovação.

PR – Poderia explicar a tecnologia desenvolvida pela Husky de pré-formas para bebidas sensíveis?

Cazzaro – Além das funções de conter e distribuir um produto, além de entregar uma mensagem de marketing ao consumidor, a embalagem deve fornecer a proteção necessária ao seu conteúdo, pelo menos durante o período de validade planejado. Alguns exemplos incluem a necessidade de evitar que o teor de dióxido de carbono de uma bebida carbonatada escape, ou então, que o oxigênio permeie para o suco ou que a exposição à luz prejudique as bebidas lácteas. Embora proporcione barreira a gás superior à de muitos polímeros, PET ainda é permeável. Desse modo, uma troca de gás ocorre entre o conteúdo de uma embalagem e o meio ambiente, tornando-se frequentemente o fator que limita a vida útil do produto. O desafio de fornecer proteção adequada do produto aumenta à medida que os tamanhos das embalagens diminuem. A taxa de entrada de gás (ou perda) é proporcional à área de superfície de uma embalagem, enquanto a quantidade total de gás que pode ser autorizada a entrar ou sair dela é ditada pelo volume do produto. A relação superfície / volume inevitavelmente aumenta à medida que os volumes das embalagens diminuem. Isso exige que os envases tenham propriedades de barreira melhoradas para suportar a vida útil necessária do produto envasado. As tendências do mercado, impulsionadas pela preferência dos consumidores por embalagens menores, e a necessidade cada vez maior de diferenciação dos produtos nas prateleiras, sugerem que pacotes de menor volume se tornarão cada vez mais comuns.

Pois bem, em 2015 a Husky começou a trabalhar com clientes para introduzir a tecnologia Multi-Layer no mercado de bebidas sensíveis. Desde então, cresce no mundo a confiança nesta solução para embalar desde refrigerantes carbonatados, águas minerais e cervejas a sucos, molhos, produtos de higiene pessoal e, mais recentemente, bebidas lácteas.

PR – Quais as vantagens proporcionadas?

Cazzaro – Em todos os casos, a tecnologia de camada múltipla permitiu que se conseguisse uma vida útil equivalente a um custo menor ou uma vida útil melhorada ao mesmo custo, mantendo a flexibilidade total de uma solução de moldagem por injeção sem restrições adicionais no equipamento ou na logística. Um fator importante para reduzir o custo total de produção é a capacidade de dosar e distribuir exatamente a quantidade ideal de material de barreira para uma determinada aplicação, enquanto mantém a produtividade dos nossos sistemas HyPET HPP5. É

HyPET HPP5: embalagens de alta barreira e econômicas.

sabido que o custo do material é um contribuinte importante para o custo total da embalagem e, em regra, agentes de barreira são bem mais caros que PET. Isso torna crítico garantir que a quantidade mínima necessária da resina de barreira seja entregue a cada cavidade do molde e distribuída da maneira mais eficaz dentro da pré-forma. Este nível de controle avançado só é possível com um sistema de ponta e totalmente integrado. A plataforma HyPET HPP5 proporciona essa performance munida de câmara quente que permite um nível de equilíbrio sem precedentes.

PR – Husky já introduziu as pré-formas multicamada em bebidas sensíveis no Brasil?

Cazzaro – Até o momento, comercializamos 24 sistemas Multi-Layer e o Brasil forma entre os países adeptos dessa solução usuária da plataforma HyPET HPP5. Em poucos meses iniciaremos aqui a produção de envases multicamada para leite UHT.

O plus da validade

Aumento da vida útil cobrado pelo varejo e conveniência no consumo instiga a lapidação de filmes técnicos e laminados

"A necessidade faz as coisas andarem com mais rapidez e eficiência", pondera Horácio Murua, CEO da goiana **Cepalgo**, convertedora estelar de flexíveis para alimentos. "A mutação profunda e acelerada em toda a cadeia de distribuição; no comportamento do consumidor, tornando-o mais inquisitivo e calculista, e no próprio parque de máquinas das indústrias de alimentos e de conversão acabou criando um ambiente propício ao surgimento das embalagens econômicas". Trata-se de um movimento inescapável , reitera, e alinhado

Cepalgo: filme de abertura facilitada para laticínios.

com o momento do Brasil. "À margem da crise e carestia, ele aconteceria cedo ou tarde, tal como vingou em países mais desenvolvidos e ditadores de tendências". A Cepalgo marca em cima do lance as embalagens econômicas na crista da onda, como também nota a pesquisa da **Nielsen** (ver à pág. 24). "Filmes coex de barreira e alta resistência mecânica são básicos para essa aplicação, mas também a atendemos com flexíveis mais sofisticados, tipo abertura fácil (easy open), adesão proteica e impresso na frente e verso", acena Murua.

O levantamento da Nielsen também incita fabricantes de alimentos a magnetizar um consumidor mais seletivo e pouco afoito combinando nos produtos uma imagem vip com preço acessível. "Em termos de embalagens alimentícias, ignoro qual tenha custo/benefício superior ao das flexíveis", assevera o CEO, escorado num arsenal de soluções como stand up pouches, flow pack horizontal e vertical, envoltórios de termoformados, e, cereja no bolo, novos investimentos em impressão e capacidade instalada. Para casar a percepção premium com preço em conta, Murua serve à mesa soluções como filmes coex de sete microscópicas camadas controladas por intermédio de trabalho com variações inferiores a 5% para espessura de cada uma delas. "Ou seja, se o cliente precisa de 5 micra de copolímero de eteno-vinil-álcool (EVOH) para chegar à barreira de oxigênio demandada pelo seu produto, utilizaremos exatamente a quantidade necessária. Ou seja, dispensa-se o artifício de utilizar 7 ou 8 micra para garantir que, na variação negativa, o mínimo de 5 micra de EVOH esteja ali".

Murua: embalagens atraentes, informativas e funcionais estão na ordem do dia.

A Cepalgo tem visto a sombra do consumidor de 60 anos em diante, mercado ainda intocado e enaltecido no estudo da Nielsen, pairar sobre diversos projetos seus de flexíveis. Essa influência, percebe Murua, é exemplificada por artes com letras maiores e mais nítidas; tecnologias easy open ou de orientação para a correta propagação do rasgo, caso de filmes com fitilho, ou então em soluções de resselagem, pois ele sustenta ser inadmissível um idoso fazer força demais ou recorrer à tesoura ou faca para abrir uma embalagem.

"Uma palavra define as necessidades do consumidor do século 21: conveniência", resume o CEO da Cepalgo. "Fatores como novo perfil das famílias ou tempo demais gasto no trânsito requerem hoje da indústria alimentícia produtos fáceis de consumir e guardar, apresentados em embalagens atraentes e informativas". Para corresponder a esses tipos de expectativas causadas pelo poder aquisitivo contido e seus efeitos no padrão de vida, a Cepalgo entra em cena com soluções como filmes de baixa temperatura de selagem e coeficiente de atrito controlado. "São idealizados para rodar em empacotadeiras de alta produtividade voltadas para pacotes menores e porções individuais", esclarece

O PPR MUDOU
PRA VARIAR, PRA MELHOR

Confira

PRÊMIO PPR PLÁSTICOS EM REVISTA 2017

Reports produzidos pela MaxiQuim, nossa parceira no PPR, a mais conceituada consultoria do setor petroquímico.

A empresa respondente deve optar entre dois estudos, contendo informações atualizadas de mercado e preços no Brasil:

1 - MMR Resinas Recicladas
2 - MMR Plásticos de Engenharia

VOTE E GANHE

Sorteio de 20 convites para o evento entre os respondentes da pesquisa

Data: 22 de novembro 2017

VOTAÇÃO ON-LINE

Acesse regulamento e vote já
www.plasticosemrevista.com.br

NOVO LOCAL

Espaço Infinitto
Av. Mofarrej 167 - São Paulo - SP

Rua Sergipe, 305 - casa 5 - Higienópolis - CEP 01243-001 - São Paulo - SP - Brasil
Telefax: (11) 3666-8301 | plasticosemrevista.com.br | www.plasticosemrevista.com.br
/plasticosemrevista /in/plasticos-em-revista /RevistaPlastico

plásticos em revista

Murua. Vale o mesmo, ele estende, para suas embalagens cook in, películas para revestir alimentos submetidas ao micro-ondas ou filmes de alta barreira capazes de passar pelo processo de retort. "Possibilitam a estocagem de alguns produtos em temperatura ambiente", completa.

Bemis: embalagens de alta barreira, fáceis de abrir e resseláveis.

SEM COMPRA POR IMPULSO

Gustavo Yanaka, gerente de marketing de fresh food da operação brasileira da norte-americana **Bemis**, forja de flexíveis da vanguarda mundial, esclarece que sua empresa reage à nova conjuntura do consumo nacional de alimentos com lançamentos de maior praticidade capazes de reduzir o desperdício e ampliar a barreira e, por tabela, o shelf life. "Entre eles, figuram stand up pouches com bicos e embalagens abre e fecha (peel-reseal) para embutidos e queijos fatiados"

Darfresh: alimento conservado até 21 dias sob refrigeração.

A Bemis monitora de perto as peculiaridades de produtos alimentícios para consumidores idosos. Nos EUA, tendo em vista este público e o conceito de saúde & bem estar (health &Wellness), Yanaka ressalta o desenvolvimento de flexíveis com barreira para preservar ou ampliar o shelf life de alimentos contendo menos conservantes. No Brasil, ele emenda, a empresa sobressai com flexíveis e termoformados fáceis de abrir e refechar, talhados para substituir embalagens menos competitivas nesses dois atributos, sejam metálicas ou de vidro, estas derrapando ainda na fragilidade. Ainda no âmbito da substituição de materiais, Yanaka percebe um movimento expressivo de produtos acondicionados em metal e vidro que têm se bandeado para flexíveis, seduzidos pela economia na industrialização, leveza, resistência, ocupação de menos espaço e excelência na impressão e apresentação nos pontos de venda.

Yanaka: avanço de flexíveis sobre metal e vidro em alimentos.

Por ser mais lancinante que as crises anteriores, a recessão atual também vergastou os bens primários. "Isso leva o consumidor de alimentos a um comportamento mais racional na hora da compra", associa Yanaka. Alvo de desenvolvimentos crescentes da Bemis, frisa o executivo, as embalagens econômicas têm sido bafejadas por sequelas do poder aquisitivo tolhido, como a redução nas despesas com alimentação fora do lar. "Isso pesou para elevar a frequência de compra em atacarejos, canal que trabalha com embalagens econômicas visando uma racionalização do custo/qualidade do produto", ele arremata.

Nielsen

REDUÇÃO DE PERDAS

Na trincheira da **Sealed Air**, top of mind dos EUA em filmes poliolefínicos divisores de águas, Ulisses Cason, vice presidente de marketing food care para a

Nielsen

América Latina, debruça-se com lupa sobre o conceito de embalagem econômica. "Entendo que são aquelas de maior conteúdo e que reduzem o valor por unidade de produto comprado", estabelece. Uma barreira cultura, assinala, travou no passado o florescimento das embalagens econômicas para alimentos por aqui. "O maior valor da embalagem no momento da compra se reflete diretamente no valor total da aquisição. Ou seja, embora o preço por unidade-referência seja menor, há necessidade de maior desembolso no caixa do supermercado". Para o consumidor latino-americano, distingue Cason, a crise gera imediata reação emocional com a falta ou restrição de dinheiro para uso cotidiano. "Assim, seu raciocínio da economia ficava restrito ao curtíssimo prazo e sua escolha recaía com frequência na unidade que 'custa menos" no total da compra". Hoje em dia, porém, ele nota um amadurecimento do consumidor. "A compra mais racional conduz à preferência por embalagens que proporcionarão economia maior ao final do mês, principalmente em tempos de crise".

Cason: racionalidade na compra evidencia maturidade do consumidor.

Cason também desce ao âmago da sugestão da Nielsen para a indústria alimentícia sensibilizar mais o consumidor com dinheiro contado: juntar percepção premium e preço baixo nos produtos ofertados. "O conceito de produto premium que gera economia precisa ser melhor comunicado pela indústria ao público", julga o vice presidente. A Sealed Air ajuda a preencher essa lacuna, ele coloca, com tecnologias para diminuir as perdas de alimentos, consideradas por Cason bem mais relevantes que os gastos com embalagens. "Por exemplo, se uma carne comprada no supermercado tem vida útil de três dias, com nossa solução de embalagem Cryovac Darfresh, o prazo de conservação pode ir até 21 dias sob refrigeração". Na mesma trilha, o dirigente insere o fechamento hermético da embalagem flexível para o mercado de aves. "Entre outras vantagens a tecnologia Cryovac SES evita a perda de líquido e diminui o potencial de contaminação do alimento. As perdas assim anuladas levam à sobra de mais dinheiro para o consumidor no fim do mês".

Tão avantajado quanto pouco explorado até o momento, o mercado brasileiro da terceira idade já é assediado pela Sealed Air pela vertente da facilidade de abertura para embalagens de alimentos. "Enquanto os convencionais sacos a vácuo requerem tesoura ou faca para abrir, a tecnologia Cryovac QuickRip, tal como a solução skin Darfresh, simplificam essa operação e dispensam instrumentos cortantes". No embalo, Cason acena com laminados resseláveis. "Basta puxar uma aba para abrir a embalagem, que pode ser refechada, contribuindo para a conservação do alimento".

A alma hi tech do negócio

As especialidades que adequam embalagens plástica às mudanças no consumo de alimentos

"Ao trocar a alimentação fora do lar pelo preparo da comida em casa, o consumidor passa a exigir mais conveniência, preferindo produtos in natura – processados ou semi – em porções individualizadas, para evitar desperdícios, e de fácil preparo". José Boaventura e Kleber Brunelli, respectivamente consultor de vendas para embalagens no Brasil e líder técnico de embalagens para a América Latina da **DuPont**, flagram nessa sua percepção pista livre para o portfólio global de materiais da companhia nessa mudança de hábitos imposta por três anos de economia brasileira no chão. "Essas demandas devem ser atendidas com embalagens mais elaboradas, transparentes, fáceis de abrir e com design diferenciado". Entre as soluções na vitrine da DuPont, os dois especialistas distinguem os adesivos para coextrusão Bynel, zerando problemas de delaminação; o blend de poliamidas Selar PA, para prover flexibilidade e barreira contra gases e os ionômeros Surlyn. "Além da alta resistência à perfuração, asseguram transparência e fechamento hermético à embalagem flexível, mesmo em condições de selagem com pó e gordura", esclarecem.

No ano passado, 60% das categorias de alimentos rastreadas em pesquisa no varejo pela **Nielsen** (ver à pág. 24) cresceram em vendas de embalagens econômicas, um salto que não passa batido para Boaventura e Brunelli. "Tal como acontece no mercdo de food service, as embalagens econômicas, contendo maior quantidade de produto, precisam de proteção extra para suportar desgastes logísticos, manuseio e, em especial, proporcionar a conservação do alimento na gôndola e depois de aberto", descrevem os porta vozes da DuPont. Para dar conta do recado, deixam claro, entram em campo as embalagens multicamada, resistentes à punctura e impermeáveis ao oxigênio e umidade. "Um desempenho garantido pelo emprego de Selar PA e Surlyn", eles reiteram. Na selfie atual, embalagens econômicas proliferam feito coelhos em alimentos e Boaventura e Brunelli consideram que esse gatilho foi puxado tanto pelos atacarejos, frequentado por quem busca economizar comprando uma quantidade maior de produto a custo unitário menor, como pelo alastramento do varejo de conveniência, destinado a compras rápidas dos itens essenciais. "Além da oferta crescente de produtos em embalagens de maior tamanho a preço em conta, outro esforço da indústria de alimentos visa mudar a cultura do consumidor em favor do recurso dos refis", eles assinalam.

Agregar a percepção premium a preço acessível, sugestão embutida no estudo da Nielsen para a indústria alimentícia atrair um público focado em compras de abastecimento nesses tempos bicudos, é uma saída que exige ajustes na rota das embalagens , ponderam Boaventura e Brunelli. "A impressão de alto padrão aliada a preço em conta é transmitida quando o consumidor percebe que o produto dura mais por estar melhor embalado, evitando desperdício de alimento", eles argumentam. "O consumidor valoriza uma embalagem que proteja o alimento até o final do consumo e topa pagar algo a mais pela sua compra". Para efetuar esse convencimento, os dois executivos acenam com os préstimos dos citados adesivos de extrusão Bynel, ionômeros Surlyn, a barreira contra gases erguida por Selar PA

Boaventura e Brunelli: consumidor valoriza a embalagem que proteja o alimento até o final do consumo.

e pelos copolímeros ácidos Nucrel. "Promovem a aderência exigida para laminados com folhas de alumínio em uma selagem hermética contra contaminantes ácidos e gordurosos", sumarizam os especialistas.

Flexíveis: resina Appeel facilita abertura pelo consumidor idoso.

Seja qual for o canal varejista, dos atacarejos e hipermercados a lojas expressas ou empórios de bairro, a inadequação generalizada dos estabelecimentos brasileiros para atender o consumidor idoso é patente, por exemplo, em corredores de trânsito tão dificultado quanto o acesso desse público às prateleiras. Mas a pesquisa da Nielsen evidencia que essa página deve virar e não demora muito, pois a população brasileira de mais de 60 anos tem o perfil de um mercado que não pode ser mais ignorado pelo comércio e pela indústria, inclusas a manufatura de alimentos e das suas embalagens. "O consumidor idoso valoriza embalagens de porções menores, fáceis de abrir, com dizeres legíveis e que simplifiquem o cozimento e o consumo – por exemplo, indo direto ao forno ou micro-ondas", identificam Boaventura e Brunelli, aproveitando a deixa para colocar no balcão a resina Appeel. "Além de facilitar a abertura de embalagens flexíveis ou rígidas, protege os alimentos contra deterioração,vazamento, contaminação e adulteração", concluem.

VISUAL SOFISTICADO

A componedora **A.Schulman**, viga mestra norte-americana em masterbatches e aditivos, também acena com soluções para abrandar o convívio dos idosos com embalagens flexíveis. "Concentrados como os antiblocking ABVT 30 e ABVT 34 SC, quando utilizados a 10% em capa externa de filmes biorientados e polipropileno (BOPP) de 1,2 e 1 mm, respectivamente, promovem efeito release, que facilita a aberturas de embalagens seladas a frio", indica Roberto Castilho, gerente comercial para o negócio de masterbatches da operação brasileira da empresa.

Em resposta à busca de meios para se transmitir uma imagem de requinte à embalagem de poliolefinas sem onerar o preço total do alimento, Castilho tira da manga os masters Papermatch. "Conferem aspecto de papel em sofisticado padrão de impressão e acabamento opaco e com toque suave", descreve Castilho. "O emprego desses masters aumenta a rigidez, podendo assim contribuir para a redução da espessura da estrutura.

Castilho: Polyfresh EA ajuda a prolongar shelf life de frutas embaladas.

As mudanças no ponto de venda e no padrão de vida do brasileiro, um quadro no qual a economia se conecta à busca de praticidade, saudabilidade, encolhimento das famílias e moradias e decorrentes pressões para aumento da vida útil de alimentos, compõem um terreno fértil para a A.Schulman cultivar. "Nosso produto Polifresh EA funciona para proteger frutas como morangos, adsorvendo o gás etileno por eles liberado e retardando o processo de maturação, o que ajudar a prolongar o shelf life", coloca Castilho. "Além disso, este auxiliar é um adorvedor de maus odores em meio líquido, atributo que influi na melhora da percepção dos consumidores quando abrem embalagens como as de frangos resfriados". No arremate, o gerente acentua o lançamento do concentrado Polybatch 44 para prover barreira a filmes transparentes de polietileno. •

EMBALAGENS ECONÔMICAS: SOPRO GANHA GANHA COM PEAD DA BRASKEM

Embalagens econômicas e sopradas para alimentos são cultivadas pela **Braskem**, nº1 do país em poliolefinas, com a resina de polietileno de alta densidade HD7000C. "Proporciona recipientes mais robustos, com boa processabilidade em máquina e acabamento diferenciado", expõe Julio Henrique Lottermann, integrante da engenharia de aplicação para artefatos rígidos de polietileno da corporação petroquímica. Os especialistas das áreas de polietileno para flexíveis e de polipropileno (aplicações flexíveis e rígidas) não concederam entrevista. Importadora de polietileno linear, a **ExxonMobil** também optou por não falar a **Plásticos em Revista**.

PLASVALE

O pulo do gato

Foi um reposicionamento visionário e, vale o trocadilho, de alta costura. Nos idos de 1968, ano de trepidação na política mundial, a **Indústria de Linhas Leopoldo Adolfo Schmalz**, estreava produzindo carretéis, tubetes e conicais para a manufatura têxtil. Nesse ínterim, o consumo nacional de plástico começava a sair do berçário e a chamar tanto a atenção a ponto de aquela pequena empresa catarinense mudar o foco e, renomeada **Indústria de Plásticos do Vale do Itajaí Limitada**, razão social abreviada

Linha Cristal: simulação diferenciada do vidro.

para **Plasvale**, dar o pulo do gato: entrou em 1977 com os dois pés na injeção de utilidades domésticas (UDs). Deu no que dá até hoje. Com 500 funcionários e capacidade produtiva fincada no município de Gaspar e estimada em 500 t/mês, a cargo de 30 injetoras e uma infra comercial e de desenvolvimentos tida como bússola no ramo, a Plasvale vira a página dos 40 anos alinhada entre as três maiores marcas de seu segmento no país. "A empresa nasceu a partir de uma oportunidade de mercado, alinhada à demanda por produtos de alta qualidade, unindo praticidade e beleza", sumariza o diretor presidente Jonas Antonio Miranda.

Miranda: Plasvale emplaca 40 anos com crescimento de 15%.

Ao longo dos 40 anos da Plasvale, o mercado de UDs injetadas deixou para trás o perfil inicial, vigente nos anos 1960 e 1970, de um reduto centrado estritamente em produtos de matrizaria simples, de cunho básico e movidos a preço. De lá para cá, o mercado cindiu-se em dois balcões. Um deles, dedicado ao consumo dito popular, dependentes de economia de escala, a exemplo dos estoques de lojas tipo R$1,99. O outro é formado por fabricantes antenados nas tendências internacionais em artigos para o lar, em busca de maior valor agregado através de diferenciação pela criatividade, funcionalidade e requinte no design. É a praia da Plasvale. "Nossa receita é inovação e adaptação ao mercado", delimita Miranda. "Criar a cada dia um formato diferente de atuação, amoldando-nos às peculiaridades de cada segmento que atendemos". E haja segmento. Na selfie atual, o mostruário da empresa abarca 24 linhas de UDs, com pontos altos como UDs para freezer/micro-ondas, lixeiras ecológicas, potes com válvula e organizadores com capacidade para 50 litros. Entre os desenvolvimentos marcantes na ascensão da Plasvale, Miranda se aferra às lixeiras com pedal e a diversidade de tamanhos e modelos de potes e a linha cristal de UDs. "Imita vidro e é a única no gênero no Brasil", sustenta o presidente. Entre os lançamentos, ele distingue o pote marmita 1420, munido de travas laterais e ofertado com garfo e faca de plástico em bandeja.

Esse comportamento inquieto ajuda a explicar a resiliência da Plasvale aos voos de galinha e curvas de eletrocardiograma da economia brasileira. Por exemplo, em 1976, o PIB crescia com garbo 9,7%. No ano seguinte, na estreia da Plasvale, o avanço moderou para 5,4%, pulou para 7,9% em 1980 e recuou -1,9% em 1981. De 1977 para cá, o Brasil passou por trocas de moeda, milagres, tablitas, congelamentos de preços, confisco de bens em conta corrente, gastos acima da arrecadação e demais pajelanças de alta combustão inflacionária, quando não recessiva. "Momentos de crise sempre existirão", vaticina Miranda. "Estamos há 40 anos no mercado e passamos por muitos momentos de instabilidade. Cabe apenas à empresa traçar estratégias para seguir em frente". Não se trata de mera retórica. Neste ano nada memorável, por exemplo, Miranda prevê crescimento de 15% em suas vendas sobre os indicadores de 2016, saldo cujo mérito é extensivo às exportações a mais de 20 destinos. "Somos referência em qualidade", ele justifica. "Nosso produto não é o mais barato, mas é dos mais resistentes. Temos história, somos lembrados como 'o plástico forte'. Isso não é para qualquer um". •

NINGUÉM ESPERAVA POR ESSA

VRMAQ
SOLUÇÕES

Fundada em 2017, A VRMAQ apresenta ao mercado a mais alta tecnologia da América Latina em extrusão plana. A linha TURRI – VR120 / VR65 – No. 001 dispensa qualquer texto de apresentação com sua produção de 800Kg de PET/PP por HORA e tecnologia patenteada. Convidamos a conhecer a empresa que vai revolucionar sua linha produtiva e você vai descobrir que não precisa pagar preços europeus para isso e ainda pode contar com financiamento BNDES de uma maquina nacional.

SOLUÇÕES DESDE LINHAS COMPLETAS ATÉ PEÇAS DE REPOSIÇÃO, MANUTENÇÃO, TREINAMENTOS, CONSULTORIAS E PALESTRAS; GARANTIDO PELOS TÉCNICOS MAIS EXPERIENTES DO BRASIL.

Tel: 11 2500-4755 | 2500-4765

Site: www.vrmaq.com | E-mail: contato@vrmaq.com

HUSKY®

EXISTE UMA LINHA DEFINIDA QUE SEPARA OS PRODUTOS FRESCOS DOS DEMAIS

A nova solução Multi-Layer da Husky para a fabricação de preformas PET combina a precisão do nosso sistema HyPET® HPPS, líder na indústria, com sua revolucionária tecnologia de distribuição do material plastificado, que permite injetar quantidades exatas de material exatamente onde ele é necessário. Baseada na produtividade e confiabilidade pelas quais os sistemas Husky são conhecidos, nossa solução Multi-Layer cria oportunidades de conversão das tradicionais embalagens para o PET. Estamos viabilizando o potencial de uma ampla gama de materiais e aplicações, o que permite oferecer embalagens mais seguras e atraentes, a custos mais baixos.

www.engineeredpackage.com >

© 2017 Husky Injection Molding Systems Ltd. Todos os direitos reservados