

MASTERBATCHES

AS CORES DA RETOMADA

ECONOMIA CIRCULAR

A oferta insuficiente de
PET Bottle to Bottle

SAÚDE PÚBLICA

Agência FDA libera bisfenol A
para embalagens de alimentos

ÁGUA MINERAL

Esquenta o duelo entre
garrafinhas e copos selados

BRASKEM: SEMPRE PERTO EM BUSCA DAS MELHORES SOLUÇÕES E INOVAÇÕES PARA O SEU NEGÓCIO.

Na Braskem, nós estamos sempre em busca de soluções inovadoras e sustentáveis, que contribuem para o crescimento dos nossos clientes e fortalecem a cadeia das indústrias química e petroquímica. Para nós, só existe um jeito de fazer isso: caminhando ao lado dos nossos parceiros e contribuindo para um futuro melhor através da química e do plástico.

Braskem



Isto é bossa nova, isto é muito natural

O setor plástico só teria a ganhar se criasse uma identidade da excelência brasileira para o mercado mundial

No início dos anos 1960, Tom Jobim gravou um programa de TV, disponível no YouTube, no qual lhe foi perguntado se gostava do impacto da bossa nova nos Estados Unidos. Sim e não, respondeu. No plano artístico, deixou claro, a acolhida não poderia ser melhor. Porém, ele se declarou incomodado com a deformação de um estilo musical em ferramenta de marketing, em gatilho de uma onda de comercialismo, tal como assinalou ter presenciado antes no Brasil, quando a bossa nova passou de mico a ser endeusada como maná pelas gravadoras. No programa, Jobim comentou estupefato o oportunismo norte-americano em carimbar o termo bossa nova a torto e a direito, em lavadoras, geladeiras, penteados, sapatos; “já ouvi falar até em advogados bossa nova!”, ele acentuou.

Jobim nunca foi de enxotar marqueteiros da sua frente. Nos anos 1980, por exemplo, liberou “Águas de Março” para uma campanha publicitária da Coca-Cola e, nos anos 90, foi a vez de “Eu sei que eu vou te amar” para outra da Brahma. O compositor também estrelou comercial de TV sobre prédio lançado por uma construtora carioca e um de seus melhores discos foi bancado e distribuído como brinde natalino pela Odebrecht.

Um dos piores clichês do jornalismo é aquela ladainha: “se fosse vivo, fulano diria isso ou faria aquilo”. É a típica manobra utilizada pelo articulista inseguro para dar a seu ponto de vista o peso de um aval inquestionável – tanto pelo status em si do avalista como pelo fato de ele abençoadamente já não estar por aqui para dizer o que acha da declaração posta à sombra do seu nome.

Por essas e outras, convém não dar tratos à bola sobre como Tom Jobim reagiria à sacada da componedora norte-americana de masterbatches Americhem. Seu catálogo de tendências de cores para a temporada 2018/2019 reparte-se entre séries nomeadas com

alusões musicais: Motown, Techno, Lullaby, Concerto, Festival e... Bossa Nova. “Essas seis famílias revelam as tendências de amanhã com base nos sons do passado e do presente”, solfeja o release do mostruário. A série de masters Bossa Nova é assim descrita: “harmonias de verdes calmos e refinados e beges fluidos e suaves refletem sobre a beleza da natureza e conduzem a uma atmosfera de tranquilidade. Tal como uma encantadora melodia de bossa nova tocada num violão com cordas de náilon, esta coleção de lindos matizes nos lembra de apreciar o magnífico mundo ao nosso redor”. Claro que “Meditação”, de Jobim, pede para ser a música de fundo desse retiro espiritual em forma de concentrados de cores.

Sem agente ou escritório no Brasil, a Americhem negou entrevista. Mas o uso da bossa nova em sua estratégia comercial inspira considerações. Nesses tempos em que se respira a cultura do efêmero e do descartável, é admirável que, mais de meio século após seu surgimento, a maior contribuição brasileira à música universal continue viva e sedutora a ponto de, tal como no seu auge, ser empregada para comercializar produtos – não só como trilha sonora, mas como marca de livre trânsito global.

A iniciativa da Americhem também dá o que pensar à cadeia nacional do plástico. Até hoje, o setor e as empresas em separado não despertaram para as vantagens de criar uma identidade da excelência brasileira para o mercado mundial. Talvez isso aconteça porque, salvo exceções, o consumo interno continue a dominar com folga as atenções, mesmo que o negócio esteja cada vez mais globalizado. E a maneira mais simples e direta para a construção dessa marca do valor da indústria plástica do Brasil, ensina a Americhem, é utilizarmos o que o mundo inteiro reconhece que temos de melhor. Além da música, está aí a natureza. Fora o Pantanal, lógico, por causa da sua associação imediata com Brasília. •

SUMÁRIO

- 6 Visor**
ÁGUA MINERAL
Garrafinhas PET e copos selados travam queda de braço
- 12 Oportunidades EXPANSÃO**
Por que a Plastek comprou a Costapackaging
- 14 INTEGRAÇÃO**
Coexpan-Emsur agrupa chapas e flexíveis na fábrica em Jundiá
- 16 DIVERSIFICAÇÃO**
Bettanin e Plasvale extrapolam as fronteiras de UD
- 18 Conjuntura ECONOMIA**
Mercado apalpa a consistência da retomada
- 30 Sensor SUPER GLOBO**
Ícone de água sanitária opera verticalizado no sopro de frascos

34 Especial



- 48 3 Questões EMBALAGENS DE ALIMENTOS**
Roberto Noronha Santos, da Sabic Innovative Plastics, analisa a redenção de bisfenol A pela agência FDA
- 50 Sustentabilidade RECICLAGEM**
O desencontro entre oferta e demanda de PET BTB
- 54 Tendências FIDELIZAÇÃO**
Bemis formata pouches na planta da cliente Predilecta

Março/2018
Nº 645 - Ano 56

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
Mônica Diegues
monica@plasticosemrevista.com.br
Sergio Antonio da Silva
sergio@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: Abril/2018



MASTERBACH BRANCO

Otimizado com uma ótima dispersão, mantendo uma cobertura uniforme PWI8004W - 70% de cobertura.

Aplicação em processos
Filmes Cast, Blown, Injeção
e Termoformados.

Masterbatch | 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 | S/N | Nova Veneza
Sumaré | SP | Brasil | CEP 13.177-435
(+ 55 19) 3838-9600 (+ 55 19) 3838-9636



Efeitos colaterais

Mudanças nos hábitos de consumo acentuam a queda de braço entre garrafas PET e copos selados em água mineral

Números podem ser inodoros, insípidos e incolores, mas contra eles não há argumento. “Copos selados hoje detêm cerca de 2,2% do mercado de água mineral sem gás – exclusive garrafões de 20 litros – e, 15 anos atrás, essa participação era de 15%”,



Lancia: copos selados acudados pela ofensiva de PET.

confronta Carlos Alberto Lancia, presidente da **Associação Brasileira da Indústria de Águas Minerais (Abinam)**. Essa descida sem freio livre do recipiente de polipropileno (PP) com lacre de alumínio, atribui o dirigente, é obra do bombardeio de garrafas cada vez menores de PET, esporeadas pela conveniência da tampa para a ingestão gradativa do líquido e pela competitividade em custos servida pela diminuição da gramatura da embalagem – uma obsessão

no ramo de água mineral determinada por duas justificativas entrelaçadas: economia e sustentabilidade. “A tendência é que os copos selados fiquem restritos a indústrias menores de água, com fôlego financeiro para comprar termoformadoras, mas sem meios para investir em sopradoras de pré-formas”, percebe Lancia. Tal como ocorre em mercados como o europeu, ele cita, a garrafa de PET deve apertar o cerco sobre o copo por aqui, chegando à faixa de 150 ml. “O avanço de PET sobre o copo selado é mundial em água sem gás”, ele reitera.

Com 24 anos de alta liquidez na bagagem, a **bioleve** se vale das duas embalagens para sua água mineral sem gás. “Há uma tendência

crescente em prol de embalagens menores de PET, por facilitarem o consumo parcial e pela resistência mecânica superior à dos copos”, atesta Luis Tojo, diretor industrial da empresa possuidora de reserva ambiental com nascentes em Lindóia, interior paulista. “Além do mais, a garrafa atrai pela redução do custo logístico, pelo uso em hotéis e restaurantes e, no âmbito do desenvolvimento sustentável, bate os copos em reciclabilidade, pois eles são

pré-impresos e incorporam tampa laminada de alumínio”. Por seu turno, amarra o técnico, os copos transparentes desfrutam de custo menor que as garrafas e seu uso hoje centra-se mais em corridas de rua, eventos esportivos e consumo corporativo. “O comprador de água mineral em garrafas menores de PET caracteriza-se por ser mais exigente, de maior poder aquisitivo e leva em conta a praticidade e o visual da embalagem”, distingue Tojo. “Já o público do copo permanece principalmente em competições de esportes, pela facilidade do consumo nessas ocasiões”

Os balanços da bioleve confirmam a linha divisória entre as duas embalagens. “O declínio do consumo de nossos copos selados de água sem gás passou de 80% em 2016 para 67% em 2017, enquanto o



Fibras: copos termoformados aliam economia e sustentabilidade.



Tojo: vendas do copo selado em baixa e das garrafas em alta.

movimento das garrafas subiu de 20% para 33% no mesmo período”, aponta sem abrir volumes o diretor industrial. Quanto à disposição da bioleve para embarcar na onda do apequenmento da embalagem de poliéster, Tojo pondera que, por enquanto, o céu tem limite. “Não vemos possibilidade de lançar embalagens abaixo de 240 ml, mas estamos sempre atentos aos rumos do mercado”.

NAS ENTRELINHAS DOS CUSTOS

Acuada contra as cordas pelas garrafas de 300 ml para baixo, a indústria de copos de PP selados não joga a toalha. “Da mesma forma que os copos termoformados continuam avançando sobre mercados tradicionais de materiais como lata, vidro, caixa cartonada e mesmo PET, o caminho inverso também acontece, caso dessas garrafas menores em água mineral”, rebate Paulo Bernardes, gerente regional da capixaba **Fibrasa**, ás de ouros nacional em embalagens injetadas e termoformadas de PP, entre elas copos selados de água mineral para marcas do calibre da **Crystal**, **Dias D’Ávila**, **Indaiá**, **Pedra Azul** e **Font Life**. “Creio que este movimento, cujo apelo maior aparenta ser a conveniência, concretizou-se para agregar mais uma alternativa de embalagem neste nicho”.

No arremate, Bernardes não vê como PET varrer de cena o copo termoformado. “O custo final da garrafa é mais caro e é preciso considerar no cômputo o seu manuseio trabalhoso”, assinala o executivo. “Hoje em dia, o cliente (indústria de água mineral) recebe a pré-forma e a sopra em suas instalações, arcando com gasto de energia, mão de obra e manutenção dos equipamentos, ou então, recebe

as garrafas prontas, tendo assim que disponibilizar um espaço de armazenagem bem maior que o requerido para os copos, pois eles são telescopáveis (um encaixa dentro do outro)”.

Sob a premissa da redução de custos como item obrigatório do kit de sobrevivência das empresas, Bernardes enxerga um contrassenso colocar em cogitação a substituição dos copos selados. “Além do mais, eles constituem a única embalagem autorizada para venda em eventos esportivos ou shows em estádios”.

O emagrecimento da gramatura da garrafa de PET também não tira Bernardes do sério como ameaça para desbancar o copo selado. “A conjugação de peso/espessura menor com o apoio à sustentabilidade foi formatada há muito tempo entre os fabricantes de copos termoformados”, observa o porta-voz da Fibrasa. “Ou seja, os ganhos hoje buscados pela cadeia de PET foram implementados bem antes pelas indústrias de copos”. E a munição em criatividade não se esgota por aí. “Apesar de a grande maioria dos copos selados de água seguir um design padrão, a tecnologia de termoformagem

possibilita configurações diferenciadas, a depender apenas do interesse do cliente e de uma tiragem mínima que justifique o desenvolvimento”, acena Bernardes.

SEM XEQUE MATE

Mário Schlickmann, presidente do **Grupo Copobras**, nº1 do Brasil em descartáveis plásticos e catedrático em copos de água, também destaca a competitividade econômica entre os pesos na balança a serem considerados. “Em especial no setor de água mineral, de enorme sensibilidade aos preços dos itens na fabricação, o valor da embalagem está entre os componentes de maior incidência no custo do produto final”, reitera o dirigente. “Assim, toda a cadeia do



Bernardes: garrafas perdem dos copos no custo e manuseio na indústria de água mineral.

copo, incluso fabricantes do recipiente, de linhas de envase e do selo, precisam manter o foco na compressão dos custos para oferecer algo capaz de concorrer com as garrafas menores de PET”. A seu ver, elas avançam sobre todas as opções de embalagem de água, sem exceção, a tiracolo de benefícios proporcionados nas etapas logísticas e devido aos ganhos de produtividade obtidos com a evolução da tecnologia de envase. “A população incorporou as garrafinhas como uma solução facilitadora do consumo fracionado da água”, reconhece o transformador.



Schlickmann:
envase
atualizado
influi no custo
do copo selado.

“Mas o crescimento dessa embalagem não põe em xeque alternativas como o copo com selo de alumínio, uma embalagem marcada pela excelência na reciclagem e no custo/benefício, que agrega valor ao produto e, tal como o recipiente de PET, tem singular apelo de conveniência, pois dispensa a necessidade de canudo, ou então, no caso da garrafa, de outro copo (sem selo) para se verter a água mineral”, explica.

Por essas e outras, constata Schlickmann, o copo selado de água sem gás achou sua vocação em eventos, locais de trabalho, no transporte rodoviário e aéreo etc. “O espaço do copo está preservado por ser uma solução, não apenas uma embalagem”.

Em copos descartáveis multiuso, está para nascer quem tire poliestireno (PS) do topo do pódio das matérias-primas. Embora sejam recipientes one way, copos selados de água mineral são ativo fixo de PP. Schlickmann justifica: “PP leva vantagem sobre PS por sua maior flexibilidade contemplar o copo com a necessária resistência a impactos como quedas. Por sua vez, a selagem do copo resulta, em regra, da junção da película de alumínio com um filme de polietileno em blend com PP. Isso possibilita a selagem, pois os materiais dos dois elementos (recipiente e selo) são compatíveis, uma operação impraticável com PS por não haver alternativa viável para essa

conciliação”. Para Carlos Alberto Lancia, presidente da Abinam, “PP prevalece no copo selado por ser menos quebradiço e mais fácil de termoformar que PS”.

Emir Grave, engenheiro de aplicação de PP da **Braskem**, único produtor do polímero no país, não enxerga rivais pela frente. “Seja nos grades homopolímero ou copolímero random, PP é a resina adequada para os copos selados de água mineral por aliar transparência, resistência mecânica e baixo peso unitário, proporcionando uma embalagem de competitividade econômica”. No arremate, Grave salienta os prêmios para copos selados exibidos no mix da Braskem pelos grades H 604, H 605, H 606, H502HC e PRB 0131. No palco da sustentabilidade, ele encaixa, a empresa já introduziu um grade de PP reciclado de sucata de copos de água mineral. “É utilizado na injeção de tampas para diversos mercados”, indica.



Grave: transparência, resistência e baixo peso unitário fixam PP em copos selados.

O braço de ferro travado por copos selados e garrafas menores de PET também traduz uma reação da indústria de água mineral a mudanças comportamentais, entre elas os preceitos para uma vida saudável, como as captadas pela consultoria **Euromonitor**. Mesmo com o poder aquisitivo deprimido pela recessão nos últimos anos, a água mineral não saiu do carrinho do supermercado. Ao contrário,

as vendas do produto subiram à média anual de dois dígitos desde 2011 e, de lá para cá, o Brasil passou do 11º ao 7º maior mercado mundial de água engarrafada. “As marcas de água mineral preocupam-se cada vez mais em oferecer aos consumidores opções que se adequem às diferentes necessidades da rotina”, enxerga Mauro Catizani Caetano, gerente de conta líder do segmento de embalagens rígidas de PP da Braskem. “Nesse sentido, observamos uma tendência de aumento na oferta de garrafas menores de PET e uma eventual migração de copos para essa alternativa depende da decisão de grandes envasadores de água mineral por novo design de embalagem”.

GARRAFA PESO-PENA

Do seu mirante na orla de PET, Evandro Pereira, diretor geral da **Plastipak do Brasil**, percebe uma ofensiva multidirecional das garrafas menores do poliéster. “A



oferta de produtos monodose de consumo imediato cresce não só em bebidas, mas em mercados como lácteos, biscoitos e chocolate”, exemplifica. “A praticidade da abertura e fechamento facilitados num formato de até 330 ml torna a garrafa uma das maiores opções para o consumidor e acredito que seja um caminho sem volta”.

Pereira vaticina que a migração do copo selado para a garrafa ocorrerá de

MOVIMENTO
PLÁSTICO TRANSFORMA

**FAÇA PARTE. INFORME-SE.
 TRANSFORME COM A GENTE.**

Conheça o Movimento que informa e transforma a visão sobre o plástico.
 Saiba mais sobre reciclagem, inovação, curiosidades e muito mais.

SEJA
RÍGIDO



OU
FLEXÍVEL



EXISTE
 UM TIPO DE
 PLÁSTICO IDEAL
 PARA CADA
 PROJETO

ACESSE O SITE E CADASTRE-SE PARA FICAR
 SEMPRE POR DENTRO DAS NOVIDADES.

plasticotransforma.com.br

PICPLAST
 Plano de Incentivo à Cadeia do Plástico



REALIZAÇÃO



Braskem



forma natural. Retomando o fio da conveniência, ele acentua a dificuldade de abrir o selo do copo, “exigindo um consumo da água imediato e total pelo fato de não ser possível fechar a embalagem de novo”, coloca. “Além do mais, a questão da higiene na borda é discutível”.



Lindoya Verão de 240 ml: a menor garrafa fornecida pela Plastipak.

A Plastipak não passa batido pela obsessão do setor mundial de água mineral por decepar o peso da garrafa PET, em reverência a dois santos no altar: os custos de produção e a sustentabilidade. “Em geral, o mercado utiliza o mesmo peso de pré-forma dirigida a garrafas de 500 ml para soprar tamanhos menores, uma explicação para o fato de, muitas vezes, o preço de uma água envasada em 300 ml ficar próximo da versão de 500 ml no ponto de venda”. Foi a deixa para a Plastipak desembarcar aqui uma tecnologia patenteada e cujo trunfo é a redução em 35% do peso médio de garrafas menores. “Já fornecemos pré-formas de 9,7 g para o sopro de garrafas de 240 ml, também munidas de um sistema que simplifica a abertura com apenas meia volta da tampa, sem vazamento ou deformação da embalagem”, expõe Pereira. De volta à fixação da indústria de água pela máxima leveza da garrafa, o diretor comenta ser frequente, em desenvolvimentos nessa trilha, o descaso para com a resistência mecânica, um descuido cujo preço é o risco de problemas no frete da carga vertical a longa distância

por estradas mal conservadas, assim como na exposição na gôndola e no manuseio da garrafa pelo usuário. A Plastipak, ele distingue, salta fora desse quadrado por conceber embalagens com base em todas as variáveis postas na balança; fala por si a garrafa da 240 ml, a menor para água no portfólio da empresa, fornecida para a Lindoya.

PRÉ-FORMAS NO SPA

“A aceitação de garrafas de água em pequenos volumes é crescente”, reconhece Paulo Carmo, gerente comercial da unidade de negócios de embalagens no Brasil da canadense **Husky**, supramundo global em injetoras de pré-formas. “Hoje em dia, prevalece o consumo on the go e a garrafa menor de água casa com este perfil pela possibilidade de refechamento para a ingestão fracionada; é um movimento global e sem retorno”. Do ponto de vista industrial, enfoca o especialista, a migração do copo para a garrafa de PET acarreta vantagens como o emprego de linhas velozes de envase e a segurança da marca fortalecida pelo recurso de tampas com alto grau de inviolabilidade.

A injeção de pré-formas para garrafas menores de água sem gás requer cuidados específicos, deixa claro Carmo. “Em razão da leveza, volume e forma final da embalagem, a pré-forma deve ter pequenas dimensões e gargalos especiais para a minimização do peso”, ele assinala. “O sistema de injeção precisa ser dimensionado da forma correta não só para preencher estes quesitos, mas para garantir baixos níveis de geração de acetaldeído, componente de PET que, se

presente em maiores teores na pré-forma, transmitirá sabor indesejado à água mineral”. Em sintonia com a evolução tecnológica da injeção e sopro de PET, amarra Carmo, o histórico do peso das pré-formas é de queda livre. “No plano mundial, pré-formas para garrafas single de 200 a 300 ml hoje pesam ao redor de 6g”, ele situa. A Husky assina embaixo dessa tendência com o equipamento da série HPP5, insere Carmo. “Injeta com precisão e nos ciclos mais baixos já obtidos pré-formas de leveza e pequenas espessuras de produção até pouco tempo impensável”.

OPORTUNIDADE E NECESSIDADE

No Brasil, as garrafas menores de PET aconteceram num momento de oportunidade aliado a necessidade, define Wilson



Pereira: tecnologia patenteada para baixar o peso de garrafas menores.

Massao Tadokoro, gerente comercial da **M&G**, maior produtor no país do poliéster. “Elas chegaram num ambiente de poder aquisitivo deprimido pela crise com consequente queda nos volumes de vendas em geral”, expõe. Ocorre que, antes da recessão deflagrada na segunda metade de 2014, a economia aquecida gerou uma classe de consumidores exigentes, distingue o

executivo. “Compravam água mineral engarrafada por ser produto saudável, seguro e de fácil acesso. Boa parte deles perdeu poder de compra na crise, mas manteve hábitos de consumo”, constata Tadokoro. Ao transpor essa conjuntura para água mineral, ele salienta que as embalagens tiveram que se ajustar ao bolso de cada extrato dos consumidores. “Com isso, as classes mais favorecidas também se



Husky HPP5: ciclos imbatíveis na injeção de pré-formas pequenas.

beneficiaram, pois passaram a dispor de mais opções de recipientes. Portanto, o consumidor hoje pode adquirir embalagens de água mineral de acordo com o tamanho de sua sede”.

A diversidade de embalagens, conclui Tadokoro, é benéfica para o mercado por atender aos diferentes públicos da água mineral. “O volume do consumo em copo



Tadokoro:
refechamento
distingue a
garrafa de PET.

é expressivo e ainda é cedo para saber o seu destino. Seu grande diferencial são as festas e eventos, como determinados shows e jogos esportivos, nos quais é proibida a venda de bebidas engarrafadas”. Por seu turno, arremata o gerente da M&G, a carta na manga de PET perante o copo selado é a opção dada ao usuário de poder fechar a garrafa. “Não precisa beber tudo de imediato, após a abertura”. Tadokoro elege do mix da M&G a resina Clear Turf

Turbo como nascida para envasar água mineral. “Confere um acabamento ímpar, com destaque para o brilho e transparência, e seu baixo índice de acetaldéido garante a preservação do sabor natural”.

Uma multidão de marcas tradicionais de água mineral, nota o executivo, já desfila, para taquicardia da ala dos copos, em garrafas de PET abaixo da marca de 300ml. “Com a melhora da economia esperada para este ano, as empresas devem ampliar a oferta e o portfólio de embalagens”, ele confia.

MAGNETISMO NO PONTO DE VENDA

A linha de raciocínio de Wilson Tadokoro e de Paulo Carmo, da Husky, também é desdobrada por Auri Marçon, diretor executivo da **Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet)**. “Trata-se do encontro das águas, ou melhor, das necessidades do consumidor”, interpreta o dirigente. “As garrafas menores, leves e resistentes, possuem eficiente sistema de fechamento, decisivo para os padrões do consumo com apelo saudável, on the go e realizado conforme a conveniência pessoal. Não exige o consumo imediato notado no copo, uma embalagem com participação de mercado decrescente, mas que mantém seu atrativo econômico e com lugar em nichos de ocasião, como eventos”.

Marçon também reforça os predicados de PET pelo flanco do marketing no ponto de venda. “PET é mais transparente que o copo

selado e permite shapes mais chamativos. Na raia ambiental, segue o dirigente, PET fulgura como o termoplástico mais reciclado e suas garrafas contam com tampas e rótulos separáveis quando a caminho da reciclagem, “enquanto os selos metálicos e a decoração impressa no corpo do recipiente prejudicam a recuperação de PP do copo para segundo uso”, ele completa.



Marçon: consumo gradual e em movimento impulsiona garrafas menores de água mineral .

Para o porta-voz da cadeia de PET, o lema da indústria de água mineral poderia ser trocando em miúdos. “Nosso mercado dispõe de garrafas a partir de 240 ml e mundo afora encontramos versões de 180 ml”, atesta Marçon. “O lançamento de embalagens de volumetria tão pequena depende apenas da demanda, pois, tecnicamente, a redução é possível”. •



O consumo ensaia virar a página de quatro anos no osso, mas, apesar da Selic e inflação baixas, a conjuntura arfa sob a sangria desatada das contas públicas, o rebaixamento da nota do país pelas agências de rating de risco de crédito, 60 milhões de correntistas com nome sujo e o futuro do Brasil em xeque nas urnas de novembro. Em contraponto a essa instabilidade de 40 graus à sombra, sobra liquidez no I Mundo, os ativos nacionais estão apetitosos em moeda forte e, haja o que houver, o país permanece um mercado para ninguém botar defeito. Por enxergar o copo meio cheio e não meio vazio, o grupo norte-americano **Plastek**, ponta de lança global em injetados, anunciou em fevereiro a compra, por montante não revelado, da concorrente brasileira **Costapacking**. “O momento é oportuno para alavancar nosso crescimento no mercado de embalagens injetadas através da aquisição de uma indústria atuante. Continuamos com planos de ampliar nossa unidade,

mas as circunstâncias atuais indicam que a incorporação de uma empresa é uma forma de acelerar a expansão do negócio”, argumenta Carlos Henrique Massarotto, diretor geral da **Plastek do Brasil**.

A meta de voar alto, ele deixa patente, era discernível desde 1999, quando seu grupo investiu em instalações de dimensões e capacidade instalada de injeção em Indaiatuba, interior paulista, bem acima do necessário para a demanda existente, então ancorada no micro aumento de 0,3% no PIB. “Ao longo dos anos, buscamos diversificar a base local de negócios e clientes e investir em projetos promissores”, coloca Massarotto. “Sempre cogitamos encontrar uma empresa sólida, de boa reputação e carteira de clientes completar à nossa. Logo nos primeiros contatos, identificamos esses requisitos na Costapacking”.

Em Indaiatuba, estima Massarotto, a Plastek do Brasil hoje injeta entre 850 e 1.000 t/mês de um mix dominado por poliolefinas e complementado por PET. O

diretor não abre quantidade de injetoras na ativa, com forças de fechamento de 150 a 550 toneladas, mas confirma que



Massarotto e Costa: momento propício para comprar e vender.

o parque possui linhas hidráulicas, de ciclo rápido, injection-blow e injection stretch blow dedicadas a potes e tampas convencionais, flip top e push pull, além de embalagens roll-on e stick para desodorantes. Com a escora de ferramentaria própria, a vitrine de clientes fulge com pitéus como a maionese **Hellmann's**,

Toddy, cosméticos **Dove** (xampu, condicionador e desodorante roll-on), limpador **Veja Multiuso**, detergente **Ypê**, creme dental **Colgate Total**, colírios **Alcon** e em desodorantes roll-on, as grifes **Rexona** e **Bi-O**.

Fundadores e controladores da Costapacking, Rodrigo Gomes da Costa e sua irmã Juliana deram em 18 anos uma repaginada e tanto no perfil do negócio lastreado na fábrica em Pirassununga, também no interior paulista e a 147 km da sede da Plastek. “Implantamos nos últimos três anos uma gestão focada em resultados que nos colocou em outro patamar em nossos campos de atuação”, assinala Rodrigo. O desempenho não passou em branco na praça e, desde então, diversas empresas procuraram os irmãos Costa com intenção de compra. “A compatibilidade de valores e a origem familiar do Plastek Group tornaram as negociações muito favoráveis”, pondera o dirigente. “Também pesou na decisão de vender a Costapacking a significativa pressão exercida sobre o setor nacional de transformação por seus principais fornecedores e alguns clientes, ambos buscando cada vez mais empresas globais para o fornecimento local e simultâneo com a produção dos mesmos itens em

outros países, situação que fortalece a tendência de concentração de empresas na indústria de artefatos plásticos daqui. No mais, num país de tarifas de importação e custo financeiro elevados, a manutenção dos investimentos em atualização tecnológica acaba se tornando proibitiva”.



Dove e Catupiry: tampas injetadas pela Plastek e Costapacking.

A capacidade instalada da Costapacking, conforme postado em seu site, ronda a marca de 10.000 t/a, entre copos e potes de parede fina e tampas corta-gotas, flip top, push pull e snap caps. Também munida de ferramentaria, a unidade aloja um efetivo não quantificado de injetoras de 200 a 600 toneladas, entre linhas de ciclo rápido, elétricas, bi

componente e híbridas, a exemplo dos dois modelos Hylectric da canadense **Husky**. Do cordão de ouro dos clientes, Massarotto ilustra com potes de laticínios **Catupiry**, detergente e amaciante **Ypê**, xampu e condicionador **Palmolive**, sucos **Natural One** e, na prateleira das bebidas, tampas para garrafas das cachaças **51** e **Pitu**, **Campari** e conhaque **Presidente**.

Para azeitar a transição de poderes na Costapacking, Rodrigo segue em cena vestindo o chapéu de diretor de desenvolvimento de novos negócios. “Minha permanência também tem a ver com uma paixão pelo negócio de injeção de plásticos”, ele completa. Massarotto retoma o fio assinalando que a razão social da empresa adquirida continua no ar até a conclusão formal de sua incorporação, ainda sem data definida, da Plastek do Brasil. “As instalações em Pirassununga pertenciam aos controladores da Costapacking e integraram a transação”, acrescenta o diretor geral, acrescentando que a unidade adquirida não será desligada nem seus equipamentos rumarão para Indaiatuba. “Tudo continua em ritmo normal”. A propósito, ele confirma, com a junção da Costapacking, a atividade no Brasil torna-se a maior operação internacional do grupo Plastek. •



NOVOS MERCADOS, NOVOS NEGÓCIOS PARA OS PLÁSTICOS JÁ EXISTEM E ESTÃO ESPERANDO POR VOCÊ.

Já pensou em produzir plásticos que protegem peças metálicas, ferrosas ou não ferrosas, contra a corrosão?

ADITIVOS PLÁSTICOS VCI DA SYMPHONY / RES BRASIL
ABREM UM NOVO CAMPO DE NEGÓCIOS PARA SUA EMPRESA.

Saiba mais com a RES Brasil: (19) 3871-5185 ou e-mail: resbrasil@resbrasil.com.br





Combo de soluções

Planta brasileira é a primeira da Coexpan & Emsur a integrar as divisões de rígidos e flexíveis

O atendimento a diamantes do quilate da **Danone** e **Nestlé** e o fechamento de um flanco exposto na competitividade estão por trás de um up no perfil da subsidiária brasileira da **Coexpan**, divisão de chapas para termoformagem do grupo espanhol **Lantero**. Mediante aporte total projetado em R\$ 40 milhões, a unidade há 21 anos na ativa em Jundiá, Grande São Paulo, ingressou em 2018 apta a produzir as soluções flexíveis da divisão **Emsur** do conglomerado madrilenho, cujo mix abrange tampas e bandeirolas termosseláveis, flow e pillow pack, sleeves e embalagens monodose. “O projeto de integração de rígidos e flexíveis no Brasil é pioneiro na infra mundial do grupo”, distingue Daniel Richena, diretor geral da **Coexpan & Emsur Brasil**. “Ele conjuga a necessidade de crescimento da divisão de rígidos com a oferta ao mercado de uma solução completa de embalagens”. O executivo confirma não haver aqui a invenção da roda. “Outros players no país podem oferecer essa solução, mas apostamos muito na solidez da base de clientes e na força da nossa presença global, em especial na Europa e América”.

As sinergias entre as duas divisões prometem não tardar a serem transpostas de Jundiá a outras plantas do Grupo Lantero, acredita Richena. “Elas concretizam uma excelente oportunidade para baixar prazos de desenvolvimento e custos de produção e logísticos, além de fortalece-



Richena: lançamento de rótulos sleeve termoencolhíveis para termoformados.

rem nossa atuação comercial e a prestação de um serviço completo de engenharia aos clientes”, coloca o executivo.

Na selfie atual, o complexo em Jundiá hoje roda com capacidade para chapas rígidas na faixa de 15.000 t/a e de 4.000 t/a para flexíveis, projeta Richena. Um contraste se comparados esses indicadores com a capacidade de 4.000 t/a para a extrusão de chapas

monocamada e de média e alta barreira registrada na partida da fábrica, em 1997. Entre os avanços resultantes da fornada de investimentos, constam referências como a rotoimpressora italiana **Cerruti** e, encaixa o diretor, “extrusoras e cabeçotes para a produção de lâminas estriadas e espumadas, trunfo para redução de custos de material e de impacto ambiental, com um grau de precisão e controle de qualidade sem similares em nosso segmento no Brasil”.

Com iogurtes na linha de frente, produtos lácteos são uma artéria jugular para o negócio de chapas e flexíveis da Coexpan & Emsur. Nos últimos anos, os iogurtes foram escanteados das compras de supermercados devido à condição de alimentos supérfluos. Segundo pesquisa **Nielsen**, a queda do consumo de iogurtes chega a 20% em dois anos, tendo fechado 2016 em 1,18 milhão de toneladas (5,7 kg de iogurte por habitante/ano), praticamente o mesmo volume aferido em 2008.



Potes de iogurtes: mercado-chave para chapas afetado pela baixa nas vendas de alimentos supérfluos.

Na garupa da esboçada retomada da economia, notada desde o quarto trimestre de 2017, a expectativa geral é de que o iogurte retorne às listas de compras domésticas do público de baixa renda sob a perspectiva de crescimento de 3% do PIB neste ano eleitoral. “Acreditamos muito no mercado lácteo brasileiro e vemos na crise a oportunidade de investir e preparar a trajetória para anos de crescimento”, pondera Richena. “De outro ângulo, a produção de flexíveis nos dará meios de diversificar nosso portfólio com ingresso em outros mercados, minimizando assim os efeitos da retração dos lácteos”.

No balanço de 2017, o carro-chefe em rígidos da Coexpan & Emsur Brasil, elege Richena, foram as denominadas chapas polpa, “reconhecidas como itens de baixo custo pelo mercado consumidor”, ele completa. Para este ano, o diretor



Planta em Jundiá: capacidade total passa para 19.000 t/a.

geral seleciona como principal lançamento a linha de rótulos sleeve termo-colhíveis. “Será um complemento para servir nossa clientela de rígidos e uma alternativa tecnologicamente superior ao

sistema em uso de gravação em copos termoformados em off-set”, ele adianta. No embalo do entusiasmo, Richena já agenda para 2019 a termoformagem de embalagens em Jundiá. •



Especialista em Compostos de CaCO₃ e Talco

Conheça os benefícios de comprar com a FG Resinas:

- Pronta Entrega
- Agilidade
- Competitividade
- Qualidade
- Parceria

Nossos produtos:

Dessecante • Coloridos
Aditivos • Pretos • Brancos

ACOLOR

Composto de CaCO₃ e Talco
PREMIUM

U-CARB



+55 11 2385-8604

www.fgresinas.com.br
contato@fgresinas.com.br



Centros de Distribuição
São Paulo • Santa Catarina • Pernambuco • Bahia



Esse negócio de pensar fora da caixa

Por que Bettanin e Plasvale não dormem sobre os louros em UD

Não há mimimi ambientalista que tire do plástico uma de suas principais contribuições para a qualidade de vida: a democratização do consumo. Pelas mãos das resinas, o público de baixa renda ganhou acesso a produtos que lhes eram inacessíveis quando fabricados em outros materiais. De um lado, isso ampliou o mercado para o plástico, mas, do outro, deu à luz um vespeiro de transformadores concorrentes em artefatos de alta tiragem, baixo valor agregado e rentabilidade cada vez mais sujeita a estragos. Em reação, indústrias formadoras de opinião e mais capitalizadas tratam de contornar a vala comum dos rivais movidos a preço indo atrás de diferenciações nos produtos que, não raro, chegam a transportá-las para mercados fora do seu universo original. É o que está pintando no reduto de utilidades domésticas (UD), indicam movimentos sutis de dois pilares do setor: **Bettanin e Plasvale**.

Com 71 anos de estrada e nome feito em UD's como vassouras, a Bettanin, integrante do grupo gaúcho **InBeta** (inclui também as empresas **Atlas**, **Ordene**, **Sanremo**, **Primafer** e **SuperPro Bettanin**) cruza agora a soleira do mercado de higiene pessoal com as esponjas de banho **Slow**, lançamento precedido pela incursão na área automotiva com as esponjas Bettanin GT.

“Somos especializados em utensílios de limpeza, o carro é um espaço que requer esses cuidados de higienização e muita gente cuida do seu veículo na garagem”, coloca Aginaldo Fantinelli, diretor geral da Bettanin. “Então, se você já confia na marca que zela pela limpeza da sua casa por que não apostar nela para cuidar do seu



Fantinelli: desdobramentos de produtos já em linha.

carro?” A entrada no reduto do banho, com a linha **Slow**, também é entendida como outro desdobramento do foco original da Bettanin. “Já fabricamos esponjas para o lar e o carro e vimos espaço para trazer o produto a outra categoria e com outra proposta de utilização”.

No pano de fundo, esclarece Fantinelli, a proposta é tornar a Bettanin sinônimo de limpeza e bem estar em diversas áreas da vida do consumidor, muito além

do horizonte das UD's. “Quanto mais pudermos ampliar o leque de atuação, melhor”, delimita o diretor. “A concorrência existe, mas quando alguém busca qualidade e funcionalidade, é a Bettanin quem sai na frente, como prova nossa liderança em vassouras com a marca **Noviça** e o posto de vice em esponjas, com a marca **Esfrebom**”.



Slow: Bettanin estende suas esponjas ao mercado de higiene pessoal.

Fantinelli não abre números de mercado nem a expectativa de vendas para as esponjas automotivas e de higiene pessoal. Mas confirma que, em essência, a estratégia é aproveitar a expertise acumulada em produtos disponíveis em seu mostruário de limpeza doméstica e ruminar quais outros mercados poderiam acolhê-los. Criar produtos da estaca zero para esses novos campos, inéditos na vitrine da Bettanin, por enquanto está fora de cogitação, pondera Fantinelli.

“ALÉM DO PLÁSTICO EM UDS”

“A necessidade de inovar chegou ao segmento de UDs”, constata Darlene Gomes, diretora comercial e de marketing da catarinense Plasvale, com quatro décadas de bagagem e marcando 2018 na sua linha do tempo como o primeiro ano de comercialização das linhas Attuale, de utensílios para o lar em inox, e it.dog, cujo catálogo atual alinha comedouros, bebedouros, caminhas e porta-rações. “Os produtos it.dog destinam-se a organizar a vida destes novos ‘membros peludos’ das famílias brasileiras, os animais de estimação”, explica a executiva. “Quanto a Attuale, a Plasvale pretende ser conhecida como uma empresa de amplo mix de artigos de qualidade, indo além do plástico em UDs”.



Darlene Gomes:
mercado
concorrido
puxa pela
criatividade.

empresas desse mercado se reinventando e buscando pensar fora do quadrado, não apenas pelo enfrentamento de momentos difíceis, mas por estarem em sintonia com a evolução nos hábitos de consumidores cada vez mais exigentes e ansiosos por novidades”. O braço estendido no balcão da bicharada doméstica tem precedentes em UDs injetadas no país, caso dos itens de organização, diversão, limpeza, passeio e alimentação para cães e gatos da linha PET da rival Sanremo. “Antes de lançar it.dog, o catálogo da Plasvale já apresentava comedouros e, com a tendência de inovação em alta também no segmento pet, apenas seguimos no desenvolvimento de produtos para ele”, assinala a diretora.

Como Attuale e it.dog estão desembarcando nas prateleiras, Darlene se esquivava de soltar metas de participação de mercado e de volumes de vendas. “Há muito caminho pela frente, mas garanto que as duas marcas já são um sucesso”, nota. “Para os próximos cinco anos, queremos estar na maioria dos lares dos públicos em vista com todas as nossas marcas”. •



Attuale e it.dog: a reinvenção da Plasvale.

Quanto mais competitivo for o setor de UDs de plástico, julga Darlene, mais criativo ele se torna. “A Plasvale enxerga as

PRO
COLOR

**Um novo
jeito de
ser o que
sempre
fomos.**

- Masterbatches
- Aditivos
- Compostos
- Dry-Blend
- Mono pigmentados

Cartão
BNDES

(11) 4702-9090
procolormaster.com

Entre o respiro e a decolagem

Há razões para otimismo e cautela com a retomada da economia

2018 está no papo e 2019 às urnas e a Deus pertence. Poucas vezes, na trajetória da economia brasileira, se depara com tanta certeza sobre o crescimento num ano quanto dúvidas sobre sua continuidade no próximo. Ao sabor da virada comedida no último trimestre de 2017, o clima no empresariado, setor plástico incluso, mescla júbilo com a recuperação enfim iniciada e empenho em convencer o consumidor final, ainda não refeito das escoriações financeiras dos últimos anos, de que a retomada não é um respiro, mas a decolagem rumo a um ciclo virtuoso e resiliente aos escombros das contas públicas e da política.

“As perspectivas da economia brasileira continuam positivas, embora sujeitas a incertezas”, atesta a “Carta de Conjuntura” debruçada sobre o primeiro trimestre e liberada pelo **Instituto de Pesquisa Aplicada (Ipea)**. Desde o final de 2017, assinala o comunicado à praça, a saída da UTI se destaca pelo aumento da produção industrial e do consumo, além de queda no desemprego. “A evolução benigna da inflação ratifica as expectativas de que a política monetária permaneça expansionista ao longo de todo o ano, constituindo um dos principais motores da recuperação”. Na esteira, o Ipea aponta a arrecadação acima

do previsto no primeiro bimestre e prevê avanço de 3% no PIB deste ano, bombeado pela expansão do consumo das famílias (3,4%) e do investimento (4,5%), enquanto o consumo do governo deve estagnar e as importações de bens e serviços ganharão (7,5%) das exportações (6,2%). Do lado da oferta, “o crescimento da indústria (3,6%) e dos serviços (2,9%) devem compensar



Marcela Kawauti:
adiamento das reformas não muda perspectiva de melhora.

a queda do PIB agropecuário (-2,2%)”. O consumo tende a acelerar este ano, reitera o Ipea, com base na inflação controlada, juros declinantes e em níveis inéditos de baixa, redução do endividamento das famílias e aumento da ocupação e do rendimento médio do trabalho. Quanto à economia mundial, o instituto percebe forte crescimento e inflação baixa, mas não livra a possibilidade de erosão do

quadro se Trump for à guerra comercial. A complacência do mercado financeiro com o engavetamento da reforma da Previdência, interpreta o Ipea, deve-se à fé dos investidores na execução do ajuste fiscal, seja a curto ou médio prazo, e na permanência dos sinais de liquidez internacional por aqui até a implantação das reformas estruturais.

O otimismo com cautela embebe as expectativas da população para este ano, capta pesquisa a quatro mãos do **Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) Brasil** com a **Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL)**. A maioria dos entrevistados confia em dias melhores, mas suas primordiais metas financeiras para o ano são juntar dinheiro e sair do vermelho. As principais medidas em vista para isso são evitar o uso do cartão de crédito (26%), organizar as contas de casa (25%), fazer trabalho extra (21%) e reserva financeira (21%). No âmbito dos projetos pessoais, as primeiras referências de consumo surgem apenas na 9ª, 10ª e 11ª colocações: comprar ou trocar de carro, reformar o lar e comprar uma casa. Maiores temores dos pesquisados: problemas de saúde, medo de violência ou assalto e, por fim, de não conseguir pagar dívidas. Entre as ações capazes de influenciar o aumento do

consumo este ano, eles listam os preços (47%), promoções (40,2%), melhora da economia (32,3%) e juros menores (26,8%).

“Estamos saindo de uma crise profunda e prolongada”, pondera Marcela Kawauti, economista-chefe do SPC Brasil. “Apesar de a economia ainda não rodar com força, o simples fato de reagir instaura otimismo”. O crescimento em 2018 está garantido, ela sustenta, pois o ano começou no embalo da velocidade da expansão ativada na segunda metade de 2017. “Portanto, a perspectiva de um ano melhor não muda com o arquivamento da reforma da Previdência. Não foi enterrada, mas adiada para o próximo presidente, seja quem fora, pois as contas públicas não fecham. Por isso, a preocupação é com o cenário de 2019”.

Setores ligados ao crédito, como bens duráveis, ilustra a analista, sentiram bem mais a recessão desde 2014 do que aqueles ligados à renda, caso de produtos primários. “O consumidor se atemorizava de contrair financiamento para comprar carro ou reformar a casa e adiou esses gastos para tempos melhores”. Marcela atenta, em particular, para o viés de alta reinante nas montadoras de carros. “É um comportamento em sua maior parte ditado pelas exportações, mas há fundamentos para o setor esperar aumento da deman-



Pellegrino: longo caminho da volta ao patamar pré-crise.

da interna, a partir da volta gradativa da confiança ao comprador, incentivado pela inflação e juros baixos”. Um senão nesse alto astral, ela insere, é que a crise, atestam estudos do SPC, não funcionou para melhorar a educação financeira da maioria dos consumidores. “Em regra, atuam no curto prazo; por exemplo, cortando seu orçamento ou aderindo a marcas mais baratas apenas para a conta fechar no fim do mês”, constata a economista. “Eles não adequam os hábitos de consumo aos limites dos seus recursos nem são dados a fazer reserva para momentos de dificuldades”.

O avanço de 1% no PIB de 2017 denota a retomada, mas ainda é um resultado fraco para o que o país carece, julga Anderson Pellegrino, professor de economia da **IBE (Institute Business Education)**, conve-niada da **FGV**. “Não conseguimos sentir a

reação de modo mais claro devido à queda somada de 7% no PIB entre 2015 e 2016 e recuperamos apenas 1%. O caminho de volta ao patamar pré-crise é longo, como ilustram os 12,5 milhões de desempregados e o alarmante grau aproximado de 40% de endividamento com o sistema financeiro nacional em relação à renda acumulada nos últimos 12 meses”. Ou seja, uma parcela de 40% da renda das famílias comprometida com dívidas em aberto.” Com base nesses graus de desemprego e endividamento, Pellegrino acha que os sinais de retomada só ganharão nitidez em 2019 ou 2020. Indicadores da volta por cima, o setor automotivo e o agronegócio têm sido turbinados pela demanda externa, nota o economista. “Mas não importa o destino do produto final porque o aumento da produção gera mais emprego, renda e consumo, tudo o que hoje precisamos para ativar a economia”.

A emperrada aprovação das reformas estruturais, o déficit fiscal e a limitação para ampliar gastos públicos para aquecer a economia também contribuem para a lentidão de uma retomada dependente também do aumento da demanda internacional e do retardo de decisões de investimento causado por incertezas políticas. “Embora a sensação de melhora não seja contagiante, o Brasil voltou a operar dentro dos trilhos”, conclui Pellegrino.

P7 ADDITIVES

Pack7 Additives: Av. Roque Petroni Jr. 1.089 – Conj. 608 São Paulo – SP / CEP: 04707-900 (Morumbi Shopping) – Tel: 11 3061-3705 – E-mail: info@p7additives.com

Devagar se vai (espera-se) ao longe

O consumo aparente pairou 1% acima do PIB de 2017 e tende a progredir com moderação, vaticina a MaxiQuim

A julgar pelas projeções iniciais da **MaxiQuim**, a consultoria referencial do setor plástico brasileiro, não só o consumo aparente de resinas commodities refletiu em 2017 uma reação de leve, +2%, sobre uma base de crescimento precária, como indicou a singular gravidade da situação ao destoar de um histórico preceito petroquímico: a taxa de elasticidade dos plásticos sempre corresponde de duas a três vezes o saldo do PIB de 1% em 2017. No balaiço dos números da MaxiQuim, chamam a atenção dados como o consumo aparente de PET, com salto de 6% sobre 2016 e o maior percentual entre os termoplásticos. No entanto, a tonelagem de produção demonstra que a capacidade nacional do poliéster rodou perto de 50% ociosa no ano passado. A construção civil há anos na UTI racionaliza a sangria do consumo aparente de PVC e a estagnação (0%) escancarada no compartimento de poliestireno (PS) diz muito a respeito da decorrente relevância dada pelos dois produtores locais do polímero, Unigel e Innova, ao negócio do monômero. Nesta entrevista, Marta Loss Drummond, especialista de



Marta Loss Drummond: descartáveis sentem o corte das refeições fora de casa.

inteligência de mercado para termoplásticos commodities da MaxiQuim, dá uma panorâmica do comportamento do setor.

PR – Qual o balanço do consumo aparente de resinas em 2017?

Marta Loss Drummond – O final do ano de 2017 caracterizou-se por uma retomada na maioria dos setores demandantes de resinas plásticas. Na comparação com o período anterior, houve crescimento em quase todas as resinas, principalmente por estarmos falando de uma base fraca de comparação, o ano de 2016. O consumo aparente de PP aumentou em 2017, pois vimos forte recuperação do setor automobilístico. O mercado de PET melhorou, mas ainda está em níveis abaixo do que foi observado em 2015. Os setores demandantes de PVC foram os mais afetados no período da crise e a retomada nessa resina ainda deve demorar. Em 2017, verificamos uma queda em torno de 3% no consumo aparente de PVC em comparação com 2016.

PR – Pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) Brasil sobre o comporta-

mento do consumo relata drásticos cortes no orçamento doméstico em refeições fora do lar e compras de artigos categorizados como supérfluos. Como esses fatores se refletem nas estimativas da MaxiQuim sobre o consumo doméstico de resinas em 2017?

Marta Loss Drummond – Com a crise, o aumento dos índices de desemprego (ou redução da qualidade dos empregos), observa-se uma reorganização do orçamento familiar. Itens da cesta básica como arroz, feijão, macarrão, geralmente apresentam bom desempenho mesmo em tempos de crise. Porém, o consumidor final opta por marcas mais baratas. Gastos menores em refeições fora de casa resultam em menor consumo de embalagens como garrafas de água e refrigerante de menores tamanhos, em regra consumidas em restaurantes. Descartáveis seguem linha semelhante, atingindo por tabela resinas como polietilenos, polipropileno, PS e PET.

PR – Quais os possíveis efeitos sobre as exportações brasileiras de PE devido à entrada no mercado internacional da maior parte do excedente de PE dos EUA, em razão do acréscimo na capacidade norte-americana da ordem de 5,8 milhões de toneladas entre 2017 e 2019?

ESTIMATIVAS DO MERCADO BRASILEIRO DE RESINAS TERMOPLÁSTICAS - 2017 (em mil toneladas)

Mil toneladas	PEBD	PEBDL	PEAD	PE's	PS	PP	PVC	PET garrafa	Poliolefinas	Total
PRODUÇÃO	726	845	1159	2730	371	1640	696	594	4370	6031
EXPORTAÇÃO	258	309	378	945	61	549	137	181	1494	1873
IMPORTAÇÃO	140	337	242	720	27	310	321	54	1029	1432
CONSUMO APARENTE (CA)	608	873	1023	2504	337	1401	880	467	3905	5590
CA (Δ % (17/16))	2%	2%	4%	3%	0%	4%	-3%	6%	3%	2%
PRODUÇÃO (Δ % (17/16))	-3%	-1%	5%	1%	-2%	3%	-6%	3%	2%	1%
EXPORTAÇÃO (Δ % (17/16))	2%	-20%	-1%	-8%	-7%	2%	-6%	0%	-4%	-4%
IMPORTAÇÃO (Δ % (17/16))	36%	-14%	-8%	-5%	10%	8%	3%	18%	-1%	0%

Fonte: MaxiQuim

ESTIRENO				
	*Capac. Inst. (t/ano) ¹	*Produção (t) ²	Importação (t) ³	Exportação (t) ⁴
2016	540.000	485.217	133.541,4	44,0
2017	540.000	478.786	147.327,7	4.313,8

(*) Dados Preliminares. | 1. Fonte: Anuário da Indústria Química Brasileira | 2. Fonte: RAC
3. Fonte: Importações do RAC | 4. Fonte: Sistema AliceWeb, consulta em 05/03/18

VOLUMES IMPORTADOS DA ARGENTINA PELO BRASIL				
	PVC (t)	PEBD (t)	PEAD (t)	PEBDL (t)
2016	84.673,3	16.272,5	95.564,6	125.771,3
2017	64.812,8	36.147,3	88.410,5	113.822,6

Fonte: Sistema AliceWeb, consulta em 05/03/18

CAPACIDADES INSTALADAS NO BRASIL	
Produto	Capacidade Instalada 2017 (mil ton/ano)
PP	1.850
PS	605
PVC	1.010
PET	1.000
Poliétilenos (+ EVA)	3.055

Fonte: Coplast/RAC

as exportações brasileira de PE já foram 1% menores que o mesmo período de 2017.

PR – Com a retração em vigor há quatro anos em lançamentos prediais e nas reformas residenciais, qual alternativa economicamente tem sido mais sedutora para a cadeia do cloro: enfatizar a produção de soda ou de PVC?

Marta Loss Drummond – Mesmo com a demanda retraída, o balanço de PVC no Brasil ainda é negativo, ou seja, falta produção para atender a demanda local. Assim que os setores de construção civil e infraestrutura retomarem o crescimento, a demanda de PVC volta a crescer, o que já é esperado para o período atual. Por sua vez, a soda cáustica está atrelada a mercado mais maduros, caso de papel/celulose, e dependentes do desempenho das exportações.

PR – Além do impacto da crise, PS no Brasil arca com capacidade excessiva e perde mercados para outras resinas (PP e PET, em especial). Com base no quadro dos últimos anos, qual alternativa tem sido economicamente mais sedutora para a cadeia estirênica: vender estireno ou PS?

Marta Loss Drummond – PS tem mais valor agregado que estireno, apesar de sua margem baixa devido ao mercado maduro e às fortes flutuações de preços do monômero no mercado internacional. Já

Marta Loss Drummond – Elas diminuíram a longo prazo, inevitavelmente. Alguns dos países importadores de PE do Brasil ficam na América Latina e constam entre alguns mercados que, em parte, passarão a ser abastecidos pelos EUA. Por sua vez,

as importações brasileiras da resina oriunda dos EUA devem aumentar. Mesmo que alguns projetos de acréscimo de capacidade erguidos no Golfo do Texas atrasem, sentiremos seu efeito no Brasil quando eles estiverem operando. Em janeiro deste ano

COPLAST: CONSUMO APARENTE CRESCER 5%

Pela calculadora da **Comissão Setorial de Resinas Termoplásticas (Coplast)** da **Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim)**, o consumo aparente do total desses materiais (desempenho por resina não divulgado) desencabulou em 2017. Fechou com salto de 5,2% versus 2016, totalizando 6.058.976 toneladas e vendas internas (consumo cativo+ VIPE) de 4.510.080 toneladas ou 2,3% acima do exercício antecedente, aliás o mesmo percentual de avanço flagrado no volume de produção de termoplásticos: 6.378.073 toneladas em 2017. No comércio exterior, o ano passado foi deficitário, com importação de 1.517.283 toneladas de resinas ou 5% acima do período anterior e exportação inferior em -4,5%, fechando em 1.836.380 toneladas no radar da Coplast.

BRASKEM CRAVA COLUNA 1



Terra: até a construção civil crescerá em 2018.

Os prognósticos sobre a conjuntura e o consumo de plásticos este ano serpenteiam entre um cabo de guerra. De um lado, a Selic está no seu menor valor nominal, o PIB saltitou 1% em 2017 e a empregabilidade e o poder aquisitivo têm reagido. Do outro, a crise fiscal piorou com o enterro da reforma da Previdência e o setor público continua a gastar – e mal – muito mais do que arrecada, na garupa da carga tributária em obesidade mórbida que mina a produtividade da economia – a única forma de o Brasil elevar o pique do crescimento sem aumento da inflação. Diante desse jogo de forças, a **Braskem**, maior petroquímica nacional, crava coluna 1. “Trabalhamos com um cenário de recuperação

econômica”, expõe Edison Terra, vice-presidente da unidade de negócio de poliolefinas, renováveis e Europa. “Há sinais nesse sentido, como o aumento do consumo das famílias e do nível de investimento, beneficiados pela inflação e taxa de juros reduzidas”.

Na esfera dos plásticos, ele apoia seu otimismo constatando melhora na demanda de resinas e químicos por um caldeirão de segmentos de bens duráveis e não duráveis. “Preveremos crescimento de 2,8% na economia este ano e esperamos resultados marginalmente superiores para nossos produtos”, confia Terra. “Por exemplo, após três anos a fio de queda, a produção de veículos leves, reduto consumidor de polipropileno (PP), cresceu no ano passado e antevemos reprise no período atual com aumento de dois dígitos. Por sua vez, o agronegócio, mercado de nossas poliolefinas, é o destaque da economia brasileira e assim deve seguir em 2018, quando a construção civil, balizadora da demanda de PVC, deve sair da retração”.

Ao longo de 2017 e com sequência prevista para este ano, sobressaíram na indústria de transformação de plástico, em especial no reduto de embalagens, as aquisições de empresas nacionais por múltis, estes atraídos pelo mercado avantajado e pelos preços atraentes dos ativos locais em moeda forte. “A consolidação de players do segmento de embalagens com a participação de empresas estrangeiras pode ser uma ótima oportunidade de trazer tecnologias e acesso ao desenvolvimento de aplicações consagradas no exterior e capazes de serem replicadas com mais rapidez por aqui”, interpreta o executivo. “O ponto de atenção nesse cenário, ele distingue, é a busca da competitividade dos transformadores. “É grande o espaço para atuarmos em projetos de melhorias de processos, produtividade e ações sustentáveis, focos dos investidores múltis no Brasil”, avalia Terra. “Outro ponto relevante trazido por essa abertura da indústria é o acesso à inovação, que transcorre em velocidade crescente pelas mãos de tecnologias disruptivas”.

brasileiras, em especial de embalagens?

Marta Loss Drummond – Trata-se de uma tendência mundial no âmbito de concentração, aumento de escala e, por extensão, de competitividade e internacionalização do setor transformador. O Brasil, apesar de todas as incertezas, é país de grande potencial de consumo, principalmente em setores de bens não duráveis, usuários de embalagens plásticas. Aliado a isso tudo, os ativos brasileiros estão baratos, devido ao impacto da recessão na saúde financeira das empresas, o que os torna interessantes ao investidor de fora e, assim, o momento para comprá-los não poderia ser melhor.

PR – 2018 é ano eleitoral e a praxe política brasileira é injetar ânimo pontual na economia com crédito facilitado e verbas oficiais. Acontece que o governo está quebrado e a classe de baixa renda não sente o vigor da retomada iniciada. Qual deverá ser o impacto disso sobre o consumo aparente e o mercado interno de resinas commodities este ano?

Marta Loss Drummond – Há algum tempo presenciamos certo descolamento da política e economia no Brasil. Acredito que a economia deverá seguir o seu lento caminho de retomada, independentemente do processo eleitoral e do resultado das eleições de outubro. Nesse cenário as indústrias ficam, sim, mais receosas em realizar grandes investimentos, como aquisição de maquinário e conseqüente contração de dívidas. Mas estamos constatando que o consumo de resinas vem crescendo mesmo com a sequência de reviravoltas na política. No longo prazo, o efeito é danoso, pois a indústria brasileira perde cada vez mais espaço para o produto importado, e a reversão fica mais difícil, pois depende de investimentos em capital, tecnologia, inovação e capacitação de pessoas, o que não se faz de um dia para o outro.

estireno permanece com grande potencial no Brasil, atrelado a mercados a exemplo de tintas, construção civil e automotivo. A opção por um ou por outro material é quase sempre conjuntural; depende de fatores como demanda, preço e logística.

PR – Por que entraves como a insegurança jurídica, custos industriais e o rebaixamento da nota do Brasil por agências de classificação de risco de crédito aparentam não esfriar o interesse de múltis pela compra de indústrias transformadoras

pz



Injetora série HXF.

Vários modelos e capacidade
de 58 a 2.100 toneladas de
força de fechamento.

**AS SOLUÇÕES PARA O TRANSFORMADOR
AUMENTAR A PRODUTIVIDADE E DRIBLAR O
ENCARECIMENTO DA CONTA DE ENERGIA.**

Injetora automática para termoplásticos Série HXF, para alto desempenho e economia de energia. Ideais para brinquedos, pré forma de PET, utilidades domésticas, produtos com parede fina, produtos em PP/PL, além de PS, PC, conexões em PVC, materiais de engenharia, entre outros. Diversos tamanhos e capacidades com modelos opcionais equipados com bombas fixas e hidráulica proporcional, bomba variável e com servo motor.

**p pavan
z zanetti**

O domínio da transformação do plástico.

19 3475 8510
vendasinjetoras@pavanzanetti.com.br
pavanzanetti.com.br

FEIRA DE
MÁQUINAS E DE
CONHECIMENTO
DO PLÁSTICO

3
DIAS

APRENDA
A FATURAR
MAIS NO
MERCADO DE
PLÁSTICOS

DE 11 A 13
DE ABRIL '18
INSCREVA-SE
EM NOSSO
SITE



De volta às compras

O orçamento doméstico começa a sair do freezer

Point do plástico em bens primários, o varejo supermercadista entrou no ano com o pé direito. Varredura do **Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE)** registrou reação de 2,3% nas vendas de janeiro, dando o troco na queda de 1,7% em dezembro passado e embasando as expectativas de analistas do ramo cravando crescimento aproximado de 5% para 2018. O combustível da reação é aditivado por fatores como inflação e juros baixos, redução do endividamento das famílias, melhora de leve nos índices de emprego e na massa salarial, ensejando inclusive o retorno ao carrinho de compras de determinados supérfluos, a exemplo de manteiga, requeijão e azeite de oliva, decepados do orçamento doméstico nos últimos quatro anos de pindaíba no consumo. O jogo ainda não está ganho, pois, no plano geral, projeções insinuam que, mantido o andar atual da carruagem, apenas em 2021 o consumo no Brasil recobrará os níveis de 2013. O astral de virada de página, emanando bons fluidos para o setor plástico, transparece nesta entrevista exclusiva de Pedro Celso Gonçalves, presidente da **Associação Paulista de Supermercados (Apas)**.



Gonçalves: preferência dominante pela promoção "leve mais pague menos".

PR – Entrevistados pelo SPC Brasil acham que seu poder aquisitivo e a economia pioraram em 2017, inclusive porque os preços dos produtos em geral encareceram muito. Esse fator e o temor do futuro levaram os respondentes à intenção de restringir este ano os gastos domésticos, evitar refeições fora de casa e o uso do cartão de crédito. Como esse comportamento tem afetado as compras de alimentos em supermercados?

Gonçalves – No ano passado, a inflação referente à alimentação fora de casa, segundo o Índice de Preços ao Consumidor (IPCA), foi de 3,83%. Já o Índice de Preços dos Supermercados (IPS), calculado pela Apas/ Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

(FIPE), foi de -2,30%. São números que impulsionam o gasto no lar, pois o consumidor passa a fazer a socialização dentro de casa e, para isto, se volta ao supermercado para realizar as compras da cesta de confraternização. Produtos como cerveja e petiscos (lácteos e derivados de carne) tomam impulso neste momento e os supermercados preparam o sortimento para aproveitar este comportamento do consumidor. No mais, vale lembrar que a retomada da economia começou no segundo semestre de 2017 e resultou no aumento do PIB na ordem de 1%.

PR – Pela pesquisa do SPC Brasil, o consumidor também tem evitado levar produtos supérfluos nas idas ao supermercado. Quais seriam os principais exemplos desses artigos afetados em suas vendas pelo retraimento do público?

Gonçalves – De forma geral, os supérfluos sofrem em todas as categorias de produtos. Nos alimentos e bebidas, por exemplo, temos sucos, sobremesas, comidas prontas ou congeladas e energéticos. Na limpeza, os purificadores de ar e produtos premium específicos. Em higiene e beleza, nota-se a procura por produtos mais básicos em detrimento

das opções premium, principalmente para cuidados dos dentes, cabelo e pele.

Em períodos de crise, o consumidor utiliza diversas estratégias para manter o nível de qualidade de vida, não deixando de comprar os produtos favoritos. Dessa forma, 42% das pessoas recorrem à troca de marcas como tática para manter o consumo. Além disso, a indústria comercializa, em parceria com o setor supermercadista, as embalagens econômicas. Elas aumentam a percepção de valor, tais como promopacks, embalagens pequenas para manter o supérfluo (como chocolates) e embalagens grandes, para sensibilizar o consumidor a comprar mais do básico e por menos de dinheiro, como ocorre com papel higiênico.

PR – Os principais fatores capazes de influir na melhora do consumo em

geral, de acordo com o levantamento do SPC, são preços e promoções. Mas, em paralelo, os entrevistados continuam relutantes a usar cartão de crédito. Essa postura colide ou não com o clima atual de retomada do consumo?

Gonçalves – O dinheiro ainda é o principal meio de pagamento no setor, da ordem de 32,7%, e voltou a subir, levemente, desde 2015. A utilização de cartão de crédito em supermercados caiu de 30% para 28%. Porém, se olharmos para 2010, quando esta modalidade detinha apenas 20%, percebemos que, mesmo em período de crise, a tendência é de que os cartões de débito e crédito sejam o principal meio de compra.

Quanto ao uso de promoções, os supermercados estão atentos à preferência do brasileiro. Descobrimos que 68% das pessoas preferem a promoção “leve mais

pague menos”, 64% optam pelo desconto em preço e apenas 25% preferem a oferta de brindes e produtos grátis. E é nisso que focamos. Ainda sim, a promoção deve ser bem feita, pois no Brasil, o nível de aumento de volume de promoções é de 11% contra 20% no mundo, o que demonstra a importância da comunicação de valor para a efetividade da ação.

Portanto, nossa expectativa é de um crescimento no conceito de todas as lojas de 6 a 6,5%. O consumo das famílias vem sendo importante fator de retomada cíclica em 2018 e, por estarmos na ponta da cadeia, se a tendência do desemprego se mantiver em queda, poderemos recuperar os 6% que caímos em 2015 e 2016.

Neste contexto, é fundamental uma política econômica responsável e austera, que propicie bons ambientes de negócios a todos os agentes econômicos.

Líder em Master de Aditivos para Termoplásticos



Aditive, uma empresa compromissada com o resultado de seus clientes, desenvolvendo master de aditivos especiais para atender suas necessidades

Anti UV Agro, Antichama, Auxiliar de Fluxo, Antiestático, Condutivo e outros

www.aditive.com.br



Ainda longe de faturar os tubos

O despertar das vendas de materiais de construção depende do consumidor formiga

A maior sequela do efeito dominó causado pela construção civil em crise sobre o setor plástico aflora de uma mudança no comércio exterior: antes importador de volumes complementares, devido à produção local insuficiente, o Brasil passou, nos últimos quatro anos, a exportador regular de PVC, polímero casado no civil e religioso com lançamentos imobiliários e reformas residenciais. Em 2017, o PIB da construção civil enrubesceu pela quarta vez, com saldo de -6% e, intensivo em mão de obra, o setor sofreu perda aproximada de 1,2 milhão de postos de trabalho com carteira assinada. De 2014 a 2017, os preços e estoques dos imóveis cresceram acima do aumento da renda das famílias, alvejadas pela recessão, insegurança no emprego e crédito restrito, enquanto as obras de infraestrutura estagnaram sob o déficit nas contas públicas e o rolo compressor da Operação Lava Jato nas maiores empreiteiras. Por sua vez, a indústria de materiais de construção divulgou ter fechado 2017 com queda de faturamento real (descontada a inflação) de -5%, saldo que, acrescido ao do biênio precedente, fez a produção e vendas retroceder ao patamar de 2007. Esse balanço só não



Conz: Anamaco empenhada em facilitar o acesso ao crédito.

fechou pior devido à reação após anos de baixa manifestada pelo consumidor 'formiga', o comprador de lotes picados de materiais de construção. Seu desempenho animador é apontado nesta entrevista de Cláudio Elias Conz, presidente da **Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção (Anamaco)**. Pelo consenso no setor da construção civil, a perspectiva de alguma melhora lenta e linear depende, em essência, do despertar das obras de infraestrutura, melhora no ambiente dos negócios e de-

sentra da concessão de crédito – neste último quesito, preocupa em particular a situação fiscal da Caixa Econômica Federal, responsável por estimados 70% dos financiamentos imobiliários. No balcão do varejo, que atende construtoras e pessoas físicas, pesquisa mensal da Anamaco aferiu recuo de -9% no movimento de fevereiro versus janeiro último, também negativo perante dezembro de 2017. Como o histórico do primeiro bimestre é de movimento acanhado, a Anamaco não perde o prumo e informa na mídia manter de pé a crença em crescimento da ordem de 8,5% em 2018, otimismo irradiado nas ponderações a seguir de Conz.

PR – Qual a base lógica das otimistas previsões de vendas em 2018 vindas de setores ultra dependentes de vendas a crédito, a exemplo de lançamentos imobiliários e do comércio de materiais de construção?

Conz – De acordo com as estatísticas sobre o Varejo Ampliado divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a categoria de comércio de materiais de construção apresentou um crescimento de 9% no ano passado perante 2016.

PR – Pesquisas de mercado sustentam que os principais fatores capazes de influenciar o consumo geral este ano são preços e promoções. No âmbito dos materiais de construção, essas condições, também visíveis em 2017, têm ou não levado as marcas premium a perder mercado para as marcas intermediárias e as movidas apenas a preço baixo?

Conz – Como entidade representante do setor de varejo de material de construção, não somos afetados pelos números negativos das construtoras e indústria. Nosso objetivo é estarmos sempre desenvolvendo ações em diversas esferas buscando facilitar o acesso ao crédito, pois as obras precisam ser planejadas e,

mesmo que adiadas, elas serão realizadas mais cedo ou mais tarde, uma realidade presente nas 64 milhões de moradias brasileiras.

Em época de crise, é natural uma maior procura por ofertas. Porém, o que temos notado é que o que mais prevalece não é isso, e sim, a experiência de compra do consumidor na loja. Por exemplo, um bom atendimento que gere confiança no cliente e faz com que ele compre o produto correto e retorne mais tarde ao estabelecimento para nova aquisição. Pois materiais de construção são produtos que exigem cautela e planejamento na hora da compra, já que o cliente terá que conviver com o produto instalado por muito tempo.

PR – Pelo monitoramento da Anamaco, qual o reajuste notado no preço médio de venda dos tubos de PVC para esgoto e água fria no exercício de 2017 versus 2016?

Conz – Os dados retirados da Pesquisa Anamaco são diferentes desse tipo de indicador mencionado na pergunta. Entretanto, tivemos uma variação de preços abaixo da inflação e, em especial a categoria de tubos, obteve deflação de 4% no exercício de 2017.

PR – A Anamaco prevê salto de 8,5% nas vendas este ano, com base na queda da Selic, inflação baixa e aumento do emprego. No entanto, os juros do cartão de crédito continuam altíssimos, falta trabalho para 26,4 milhões de pessoas (IBGE), falta verba para o programa Minha Casa, Minha Vida, e, dessa vez, o rombo nas contas públicas impede gastos oficiais capazes de animar pontualmente o consumo em ano eleitoral. Por que a Anamaco dá como garantido o crescimento do seu mercado em 2018?

Conz – Segundo o Ministério do Trabalho, o Brasil abriu cerca de 77.800 vagas formais em janeiro, mostrando que as contratações superaram as demissões no início de 2018, após três anos de resultados negativos no mesmo período. Portanto, somando a este dado a perspectiva de melhora gradativa dos fatores e de início de resultados expressivos vindos de linhas de financiamento de materiais de construção, como Cartão Reforma, crescem então a expectativa e a confiança dos consumidores, impactando positivamente todo o varejo brasileiro. Servem de exemplo o fato de reformas residenciais estarem sendo realizadas à medida em que tenhamos uma retomada da economia como um todo.

O ARRASO NA EXTRUSÃO DA BATTENFELD-CINCINNATI



Extrusora twinEX: produção de até 2.500 kg/h de tubos de PVC.

Três linhas dividem as honras das extrusoras de rígidos da **battenfeld-cincinnati** mais procuradas no Brasil por transformadores de materiais de construção: as máquinas da série twinEX, para tubos de PVC; solEX NG, para tubos de polietileno de alta densidade (PEAD) e, para perfis de vinílicos

de janelas, as extrusoras conEX NG, específica Judith Lebic, chefe de marketing da fabricante austríaca. “Os modelos de dupla rosca twinEX adequam-se à produção de tubos de maior diâmetro para água e esgoto e rodam na faixa até 2.500 kg/H”, situa a executiva. Este mesmo limite máximo, encaixa Judith, é oferecido pela série mono-rosca solEX NG na produção de tubos de PEAD para gás, água e esgoto, com diferenciais como a unidade de processamento que possibilita o trabalho com temperaturas de fusão do polímero até 10°C inferiores às aferidas em máquinas concorrentes, um trunfo para a economia energética. Por fim, completa a executiva, as extrusoras de dupla rosca cônica conEX NG acenam com produção de até 250 kg/h para perfis e 450 kg/h para tubos de PVC. “O modelo de rosca dispõe de novo conceito de geometria que minimiza o desgaste” salienta Judith Lebic.



A música do ronco do turbo

O setor automotivo começa a sair do acostamento

Plásticos de engenharia e compostos de polipropileno já podem soltar os rojões. O volume de vendas da indústria automobilística saltou 19,5% no primeiro bimestre para 338.000 unidades, fortalecendo a crença no setor de aumento de 13,2% na produção total de veículos leves e pesados este ano, culminando em 3.055 milhões de unidades contra 2.700 milhões em 2017. O viés de alta é espelhado nas projeções da **Associação Brasileira da Indústria de Autopeças (Abipeças)** e do **Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças)**. As duas representações prevêem fechar 2018 com faturamento anual de R\$ 82,6 bilhões contra R\$ 77 bilhões anteriores, virando a página de quedas seguidas nos resultados de 2014 a 2016. A receita antevista para o exercício atual é repartida entre montadoras, com 63,9%; peças de reposição, com 20,2%; exportação, com 10,1% e mercado intrassetorial, com 5,8%. Um estímulo agriadoce – avinagrado para peças destinadas às montadoras e benfezejo para as de reposição – provém da projeção oficial de envelhecimento da frota automotiva brasileira. No momento, roda com idade média de nove anos e

dois meses, um ano a mais que a faixa etária de 2013. Nesta entrevista, Dan Loschpe, presidente da Abipeças e Sindipeças, justifica o anil das expectativas, após a reação em 2017, quando enfim as vendas de peças às montadoras subiram 25,2% e compuseram mais de 60% do faturamento auferido então pelo setor.

PR – Sobram analistas assegurando que, apesar do adiamento das vitais reformas estruturais, o crescimento da ordem de 3% em 2018 está garantido, à sombra da inflação e juros básicos baixos. Estudo do SPC Brasil sobre as expectativas do consumidor revela que a maioria dos entrevistados entrou no ano constatando piora nas finanças e disposta a cortar compras a prazo, inclusive

porque os juros bancários permanecem altíssimos. Diante desse cenário, como o Sindipeças digere as otimistas previsões de vendas em 2018 trombeteadas pelas montadoras, ultra dependentes de vendas a crédito?

Loschpe – Após ter enfrentado sua pior crise, o setor de autopeças iniciou a retomada. Projetamos faturamento nominal de mais de R\$ 82,6 bilhões este ano, além do que prevíamos meses atrás. Os investimentos também devem crescer e chegar a R\$ 2,19 bilhões ou 23,7% mais que em 2017. O principal impulsionador da recuperação têm sido as exportações, tanto de veículos quanto de autopeças diretamente. Mas o mercado doméstico também tem registrado indicadores de crescimento.

GOL DE PLACA

Após festejar alta acumulada de 1,3% no total de emplacamentos em 2017, a **Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve)** não faz por menos. Estribada nas quedas de juros e inadimplência, acesso melhor ao crédito e aumento da empregabilidade, a entidade prevê um salto de 10,3% este ano perante as 3.216.761 unidades emplacadas em 2017 de veículos de todos os segmentos: automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, motos e implementos rodoviários. Os destaques são os dois segmentos iniciais, com projeção de aumento de 11,9% sobre os indicadores de 2017.

PR – Segundo o Instituto Nacional de Recuperação Empresarial, 340 fabricantes de autopeças pediram recuperação judicial e extrajudicial entre 2012 e 2016 e 373 faliram nesse mesmo período. Exceto as grandes empresas, o setor de autopeças hoje tem problemas financeiros e carece de capital para investir de acordo com as exigências das montadoras. Como o Sindipeças avalia o risco de a indústria automobilística ter de operar com menos fornecedores de autopeças devidamente qualificados para atendê-la?

Ioschpe – Não fazemos levantamento sobre empresas em recuperação judicial e não conhecemos os critérios usados pelo Instituto Nacional de Recuperação Empresarial. Mas podemos afirmar que, no universo das empresas associadas ao Sindipeças, que respondem por mais de 90% da produção brasileira de autopeças, esse cenário não existe. Temos cerca de 500 associados, quantidade que tem se mantido nos últimos anos. Além disso, todos os nossos números (ver quadros) demonstram a resiliência do setor. Mesmo nos piores momentos da crise que enfrentou, nunca houve gargalo para a produção de veículos nem para o mercado de reposição. Os problemas que atingem os fabricantes de autopeças são horizontais e afetam igualmente outros setores industriais brasileiros.

PR – Por que, segundo a pesquisa conjuntural do Sindipeças, o mercado de reposição tenderá a perder participação para as montadoras no decorrer deste ano, mas continuará se expandindo, embora a taxas decrescentes?

Ioschpe – O setor de reposição perde participação percentual na distribuição do faturamento por segmento

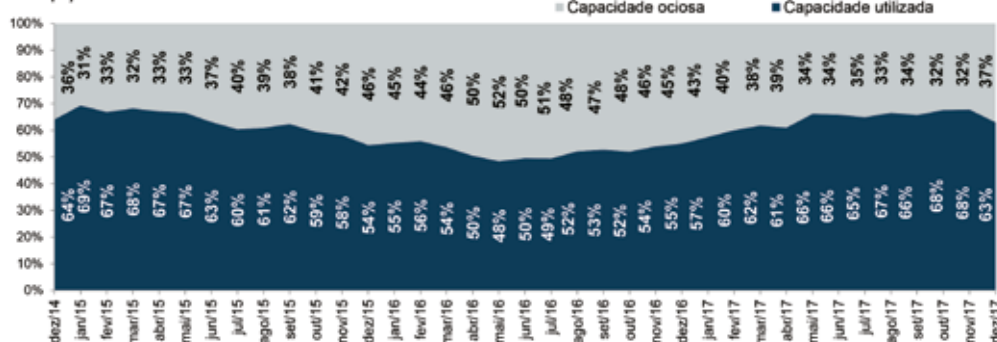
PERSPECTIVAS PARA O SETOR DE AUTOPEÇAS

Indicadores	2015	Var.%	2016	Var.%	2017	Var.%	2018p	Var.%
Faturamento Em R\$ bilhões	66,6	-16,9%	63,1	-5,3%	77,0	22,0%	82,6	7,3%
Faturamento (em US\$ bilhões)	20,0	-41,3%	18,1	-9,7%	24,1	33,1%	25,2	4,6%
Investimento Em R\$ bilhões	1,90	-20,8%	1,57	-17,4%	1,77	12,7%	2,19	23,7%
Investimento (em US\$ bilhões)	0,57	-44,2%	0,45	-21,1%	0,55	22,2%	0,67	21,8%
Nº postos de trabalho Em milhares	172,4	-18,8%	162,2	-5,9%	164,6	1,5%	172,8	5,0%
Balança Comercial (em US\$ bilhões FOB)								
Exportação	7,56	-9,4%	6,56	-13,2%	7,41	12,9%	8,08	9,0%
Importação	13,15	-24,1%	11,82	-10,1%	12,75	7,8%	14,28	12,0%
Resultado (-) déficit (+) superávit	-5,60	-37,8%	-5,26	-5,9%	-5,34	1,5%	-6,20	14,1%

Fonte: Sindipeças

UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

Utilização da capacidade instalada
Participação mensal em %



Fonte: Sindipeças

de mercado à medida em que crescem as vendas para montadoras. Mas segue crescendo em valores absolutos.

PR – Pesquisa Conjuntural do Sindipeças prevê para 2018 investimentos totais do setor 34,8% maiores que em 2017 e faturamento nominal 7,4% superior a 2017. Como concilia essas projeções com os índices de ociosidade no setor de autopeças e o gap entre a produção de 2,7 milhões de veículos em 2017 versus uma capacidade anual da ordem de 5 milhões de veículos no país?

Ioschpe – Pelos nossos dados, recentemente atualizados, a capacidade ociosa média da indústria de autopeças passou de 50% em 2016 e agora está em cerca de 32% (foi de 37% em dezembro passado, por conta da sazonalidade típica do mês). Como resultado direto da significativa capacidade de recuperação de nosso setor, estamos preparados para acompanhar o crescimento de produção das montadoras, o que demanda mais investimentos. Já havíamos nos preparado, antes da crise, para a produção de cinco milhões de veículos por ano. •



Esse brilho não sai

Super Globo não sabe o que é crise há 8 anos

Por trás do brasão de quarto mercado mundial de produtos de limpeza, esquentou no Brasil dos últimos anos a briga de foice entre marcas premium e de combate e a rixa de ambas contra o constatado aumento do comércio informal de saneantes domissanitários fora das normas da saúde pública, Nada disso, no entanto, tem esfriado o pique de expansão da mineira **Super Globo**. Na última metade dos seus 16 anos de prateleira, o faturamento quadruplicou, saltou 30% em 2017 e reina a confiança em reprise do percentual no período atual. No ano de fundo, a produção ronda a faixa de 4.500 t/mês e, em seu complexo em Contagem, na Grande Belo Horizonte, a Super Globo surfa na verticalização em embalagens de polietileno de alta densidade (PEAD) e PET. Nesta entrevista, o diretor comercial Bernardo Guimarães avalia o mercado e as linhas de ações para a Super Globo continuar a polir o balanço sem olhar pelo retrovisor.

PR – Como a Super Globo, campeã nacional em água sanitária, vem sentindo a demanda por produtos de limpeza nos últimos anos?

Guimarães – Estamos em ritmo crescente há pelo menos oito anos e não percebemos redução na demanda dos produtos de limpeza. Neste período, ampliamos nosso terreno, investimos em laboratórios

de pesquisa e desenvolvimento, criamos nossa fábrica de embalagens com máquinas de última geração e expandimos o mix em 2017 com desinfetantes e limpadores dos tipo multiuso e perfumados. Ainda neste semestre, vamos disponibilizar lava roupas líquido, amaciante, alvejante sem cloro e sabão de coco líquido.

PR – Quais as categorias de produtos de limpeza mais e menos penalizadas pela troca da marca favorita pela conveniência do preço menor nos últimos anos?

Guimarães – Em cenário econômico desfavorável, o consumidor tende a trocar marcas ditas consagradas por opções mais baratas, comportamento notado em todas as categorias de limpeza e até mesmo no âmbito dos alimentos. Acreditamos que as categorias mais prejudicadas são as de produtos que apresentam maior valor agregado, entre eles sabão em pó, tira manchas, amaciantes e multiusos. Isso fica claro em nossos PDV's. Quando há crise, há redução no poder de compra das famílias, aliada à falta de confiança na recuperação da economia. Os artigos de limpeza continuam muito necessários, porém as famílias preferem optar por utilizar produtos similares mais acessíveis, para baixar o gasto com supermercado.

PR – Como interpreta as participações crescentes das embalagens econô-



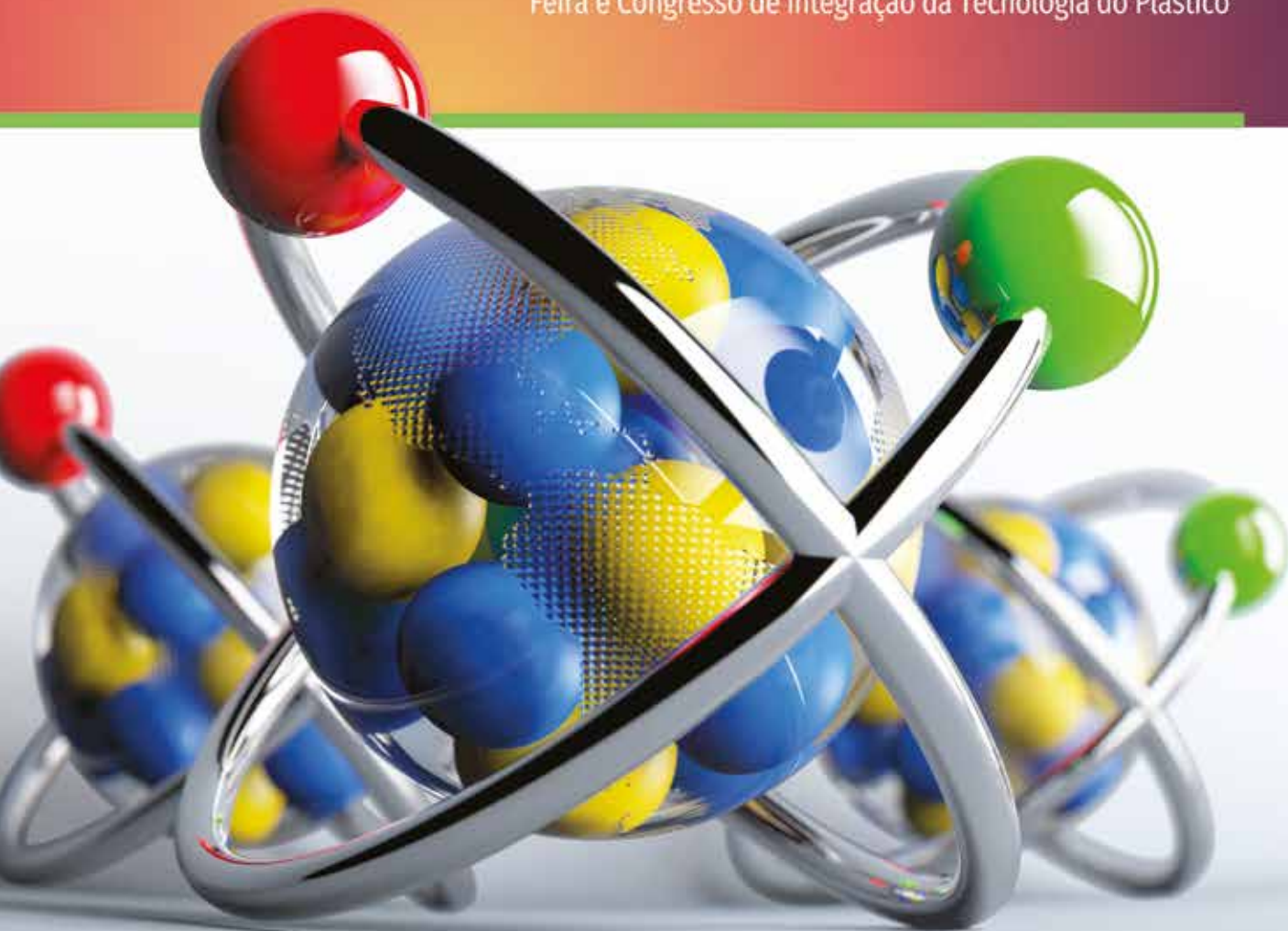
Super Globo: produtos de uso específico avançam no mix.

micas e do canal atacarejo nas vendas de seus produtos de limpeza?

Guimarães – É uma tendência global. As chamadas embalagens econômicas já são usadas há muitos anos em produtos de limpeza nos EUA, onde grande parte deles é ofertada em recipientes de um galão (3,8 L). Esse panorama se consolida agora no Brasil. A economia que se tem com embalagens maiores é real nos PDV's. Em determinados casos, a economia por litro é superior a 10%, comparado o mesmo produto em embalagem menor. Isso representa uma grande diferença para o consumidor final, principalmente numa casa onde vivem mais de três moradores ou para lugares de grande fluxo diário de pessoas, necessitados de limpeza constante. Apesar do crescimento das embalagens econômicas, ainda percebemos certa difi-

INTERPLAST

Feira e Congresso de Integração da Tecnologia do Plástico



www.interplast.com.br

das 14h00 às 21h00

Organização:



(47) 3451 3000

feiras@messebrasil.com.br
www.messebrasil.com.br

Promoção e Realização: SIMPESC
Apoio: ABIMAQ e ABIPLAST

Redes Sociais:



Visite o Site:



14-17 Agosto 2018

Pavilhões da Expoville **Joinville SC**

Eventos Paralelos:

euromold.
BRASIL

Feira Mundial de Construtores de Moldes e Ferramentas, Design e Desenvolvimento de Produtos

Congresso Técnico / Workshop Internacional / Rodada de Negócios

culdade do varejo para trabalhar com elas. Alguns canais já aderiram e outros estão estudando a implantação dessa mudança, até mesmo por requerer novo layout de loja. Nos atacarejos, o comércio de embalagens econômicas já é uma realidade.

PR – Por que as vendas de produtos de limpeza concentrados/compactados, um tendência mundial, ainda não ocorrem na intensidade esperada aqui no Brasil?

Guimarães – Acredito ser por diferenças culturais. Nos países mais desenvolvidos, praticamente não existem secretárias do lar ou faxineiras diaristas. Em geral, a rotina de lavar e limpar é encargo da família, responsável também pela compra desses produtos que ela utiliza da forma indicada na embalagem. Até mesmo em função da rotina, a doméstica brasileira está acostumada a utilizar quantidades maiores e, muitas vezes, não atenta para a indicação do fabricante no rótulo. Seja um produto concentrado ou não, ela vai utilizar a mesma quantidade, aumentando o custo da cesta de limpeza no final do mês. A Super Globo, por sinal, planeja lançar em breve produtos de lavanderia concentrados – lava roupas líquido e amaciante.

PR – Previsões setoriais asseguram que, nos próximos cinco anos, o setor de produtos de limpeza vai crescer mais em valor do que em volume, devido ao aumento nas vendas de produtos de uso específico. Concorda?

Guimarães – Sim, concordo. Antigamente era possível fazer toda a limpeza da casa com dois ou três produtos e hoje em dia existe uma infinidade de itens específicos com maior valor agregado para cada tipo de piso, superfície e aplicação. É uma solução que a indústria encontrou para dar mais opções ao consumidor e, ao mesmo

tempo, ampliar o leque de produtos no mix do PDV. Um exemplo disso são os limpadores multiusos. Se antes tínhamos três ou quatro versões do mesmo produto, nas quais apenas as fragrâncias diferiam entre si, agora existe uma infinidade de itens da mesma família com aplicações específicas, a exemplo de banheiro, cozinha, limpeza geral, com cloro, para matar insetos etc.

PR – De 2014 até o momento, como enxerga a crônica incidência da informalidade no setor de produtos de limpeza?

Guimarães – Notamos um grande aumento desse tipo de atividade. Em razão da redução de postos de trabalho e queda de renda das famílias, os consumidores acabam optando por produtos comprados a granel, sem certificação ou qualquer tipo de controle de qualidade e adquiridos em pequenos comércios locais. Não entendemos porque não são fiscalizados pelos órgãos responsáveis.

PR – Como a Super Globo se vale das embalagens para sobressair diante da concorrência?

Guimarães – Nas embalagens de alguns produtos, entre eles água sanitária e cloro, usamos PEAD reciclado e utilizamos os recipientes em ações de divulgação a exemplo da colocação nos frascos de gargaleiras no período de junho, quando é comemorado o Dia do Meio Ambiente (5 de junho), mensagem reforçada no nosso site e na publicação a respeito nos rótulos. Em razão de produzirmos as embalagens, nos é possível garantir um rígido padrão de qualidade, realizando testes, e projetando frascos exclusivos, sem similares em muitos concorrentes, que adquirem o recipiente de fabricante terceirizado. Por exemplo, a embalagem de água sanitária da marca Santa Clara 1 L, é a única com alça no Sudeste e, provavelmente, em todo o Brasil.

PR – Por que a Super Globo prefere produzir as embalagens (sopro de frascos e injeção de tampas) em lugar de adquiri-las de terceiros?

Guimarães – Os maiores ganhos estão no controle e garantia de qualidade e produtividade. Não enfrentamos escassez do produto e conseguimos ser mais competitivos nos custos. Já trabalhamos com embalagens terceirizadas e enfrentávamos adversidades como frascos abaixo do peso especificado e atraso nas entregas. Hoje em dia, todos os líderes no segmento de limpeza doméstica produzem as próprias embalagens – por vezes não todos os itens, mas os de grande escala sim.

PR – A unidade de embalagens da empresa opera com quantas sopradoras e injetoras e qual o consumo de PEAD?

Guimarães – Temos em Contagem uma moderna fábrica com sopradoras e injetoras. Ela funciona dentro da planta de produtos de limpeza, com a mesma razão social. Seu consumo médio de PEAD é de 150t/mês; também utilizamos PET em frascos para as linhas de limpadores perfumados e desinfetantes.

PR – Em setembro último, o senhor afirmou que o faturamento da Super Globo vai dobrar até 2019. Como justifica essa previsão?

Guimarães – Entre atacadistas e redes varejistas, contamos com cerca de 10.000 pontos de venda espalhados por Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro e Goiás. Como água sanitária é produto com baixo valor agregado, o alto valor do frete inviabilizava a expansão territorial. Com a ampliação do mix temos a oportunidade de buscar novos mercados. Aliás, a Super Globo Química é líder em água sanitária no mercado mineiro, respondendo por 54% de market share. •

A GRANDE VERSATILIDADE DO PVC!

AS PROPRIEDADES DA
RESINA PVC PERMITEM QUE
ELA SEJA USADA NOS MAIS
VARIADOS PROCESSOS
DE MOLDAGEM.

O PVC possui alta resistência à
abrasão, baixa densidade e boa resistência
mecânica, além de ser estável e inerte,
tornando-o eficaz na construção civil,
canalizações de água potável e também
na produção de cateteres.

É muito indicado para isolar e proteger cabos
elétricos, além de ser flexível e moldável.

Conheça mais sobre PVC suspensão e
toda a variedade de produtos da Replas!

▶ Produtos produzidos
com Resina de PVC.

Distribuidor Autorizado
de Poliestireno e BOPP:

innova

Distribuidor Autorizado
de Resinas:

بنيابك

PETROBRAS

VYNNOVA

incvyn

IOC CHEMICAL CORPORATION

ATC

CGPC

NATPET

LG Chem

WKS



Replas
BOPP POLÍMEROS RESINAS TERMOPLÁSTICAS
www.replas.com.br

Matriz: São Paulo - 11 2067 2222 / 11 3198 9230
Escritórios: Bauru/SP - 14 3243 7677
Curitiba/PR - 41 3324 5674
Porto Alegre/RS - 51 3023 6267 / 51 3264 9247
Caxias do Sul/RS - 54 3223 1319 / 54 9944 6271
Itajaí/SC - 47 3241 4848 / 47 3346-4233

VERDE ESPERANÇA É A COR DA HORA

Componedores sentem
o mercado trazendo
bons fluidos

Foto: Amy Reed, Unsplash

“Os sinais de reação crescente da economia e as previsões positivas de setores importantes da transformação contribuem para nosso otimismo em relação a este ano”, argumenta Glauco Moraes, diretor comercial da **Cromex**, nº1 nacional em masterbatches, a tiracolo da capacidade de 75.000 t/a na matriz em São Paulo e de 25.000 t/a na filial na Bahia.

Se o plástico é um sensor da economia, dada a sua presença em todos os mercados, masterbatch, pelo mesmíssimo motivo, é uma bússola do consumo de resinas. Num rasante por esse quadro, Moraes assinala que a indústria de embalagens, maior consumidora de termoplásticos, sofre menos oscilações que os demais setores aos humores

da política econômica, por atender em maior volume os redutos de bens de consumo e não duráveis. “Isso acaba gerando uma determinada estabilidade e um crescimento relevante”, defende o executivo. Seu parecer, aliás, é endossado pelo último balanço de um cliente platinum de masters sólidos: as embalagens flexíveis. Varredura recém-saída do pipeline da consultoria **MaxiQuim** confirma aumento de 4% na produção nacional, fechando 2017 na faixa de 1,9 milhão de toneladas, e com projeções no azul ultramar para todos os segmentos de flexíveis este ano, com destaque para descartáveis (varejo) e sacaria industrial. No mesmo

diapasão, Moraes comenta presenciar significativo incremento na demanda de cores e aditivos da Cromex para o agronegócio e, lógico, embalagens.

Nos bastidores da cor, uma pedra no sapato dos componedores é a fieira de aumentos nos preços de um insumo que, na calculadora do consultor Amarildo Bazan, responde por volta de 70% dos custos dos concentrados, os pigmentos, cabendo às resinas o percentual restante. “De janeiro de 2017 a março de 2018, todos os pigmentos tiveram reajustes acima de 20%”, constata

Moraes. “Para contemplar os clientes com o menor impacto possível nos repasses desses aumentos, a Cromex



Moraes: preço dos pigmentos subiu mais de 20% em 2017.

tem se valido de melhoras operacionais e do poder de negociação nas compras de pigmentos, baseado nos volumes e em parcerias com os fornecedores”.

Além da dianteira no front doméstico, a Cromex é ponto fora da curva no ramo pela atuação no exterior, pois sempre cultivou as exportações não como válvula de escape da demanda interna em baixa, mas como outra artéria femoral do negócio. “O câmbio mais favorável e o reconhecimento da marca reforçam a posição internacional da empresa”, assinala o diretor. “Usamos a planta na Bahia como base de exportação pois além dos ganhos de escala e produtividade, desfruta o acesso à matéria-



Cristina Sato: bebidas mais saudáveis demandam aditivos especiais para PET.

-prima muito próxima”. Entra aqui o polo petroquímico de Camaçari, com plantas de polietileno da **Braskem** e de dióxido de titânio, o pigmento branco, da fabricante **Cristal**, materiais que a filial da Cromex adquire à sombra de benefícios fiscais para o setor plástico local.

Na selfie atual, destaque Moraes, o portfólio da Cromex abriga mais de 13.000 cores e uma série completa desprovida de metais pesados. Em média, ele grifa, a empresa despeja perto de 200 novas cores ao mês. Entre os pontos altos recentes, Moraes brande, no cercado dos aditivos, um agente microbiano e, na ala das cores, masters termocrômicos, fotocrômicos e, acenados para frascos

de cosméticos, de efeito holográfico (metalizado). Para a cadeia agro, inclusos filmes, silo-bolsa, mangueiras e dutos de irrigação, Moraes serve à mesa concentrados brancos, pretos e de aditivos, um misto quente com pitêus como tipos anti UV de alta resistência a pesticidas, absorvedores de raios infravermelhos, concentrados difusores de luz, antigotejo e antiestáticos. No compartimento das embalagens sopradas, ele chama a atenção para o aumento em curso da paleta de cores da Cromex para PET.

NA RETAGUARDA DE PET

PET está no genoma da pioneira norte-americana PolyOne, estribada no Brasil em sua planta de masters líquidos e sólidos em Itupeva, interior paulista. “Temos observado o

AGILIDADE E ASSERTIVIDADE NO DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES PARA O SEU NEGÓCIO.

Somos líderes no mercado brasileiro de masterbatches de cores e aditivos para plásticos isentos de metais pesados.

Com mais de 40 anos de experiência, atuamos em diversos segmentos de mercado, como o de agronegócio, automotivo, construção civil, utilidades domésticas, cosméticos, embalagens, dentre outros.

Entre em contato conosco e conheça nosso portfólio! São mais de 500 soluções em masterbatches de aditivos e 10.000 cores catalogadas e disponíveis para o seu negócio.



• **Atendimento personalizado**



• **Suporte e consultoria de equipe técnica**



• **Moderno laboratório de desenvolvimento de cores**



• **Controle de qualidade das matérias-primas e masterbatches**



☎ 0800 179 400

✉ vendas.internas@cromex.com.br

🌐 www.cromex.com.br



Conheça o nosso **Simulador de Cores** e crie a cor ideal para o seu projeto.



muito mais DO QUE COR.

MASTERBATCHES

aumento de projetos de embalagens, alterando o design e/ou cor da garrafa de PET para destacar o produto final como premium”, expõe Cristina Sato, gerente geral da divisão de cores e e aditivos líquidos da empresa. “É forte a tendência em favor do consumo de bebidas naturais, dependentes de embalagens que assegurem barreira ao oxigênio, à luz e à radiação ultravioleta, condições preenchidas pelas soluções customizadas da PolyOne”.

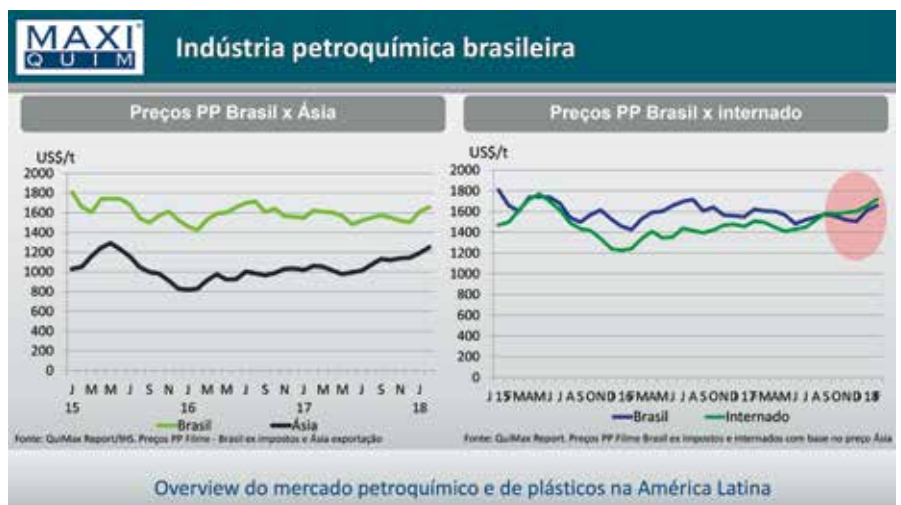
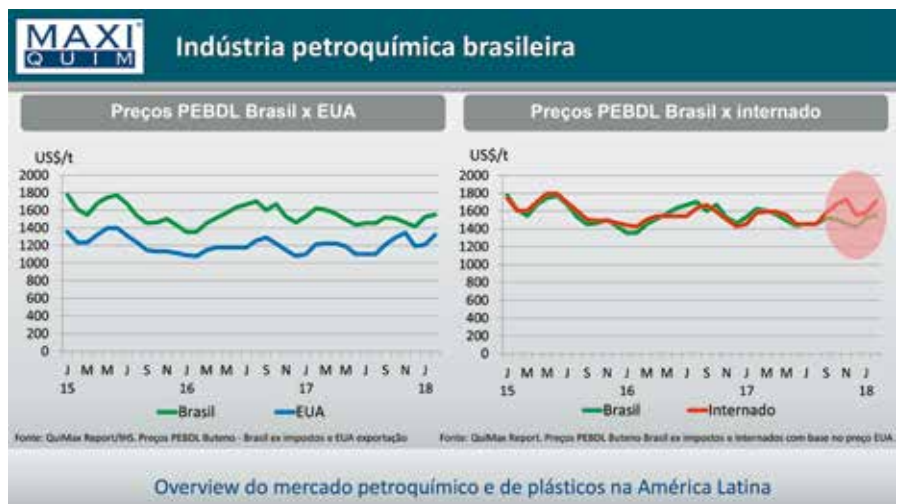


Buzzato: oportunidades no consumo de líquidos “on the go”.

Sobram provas dessa capacitação no mostruário de mais de 35.000 soluções para polímeros integrantes do mix de 71 plantas da PolyOne no planeta assinala a executiva.

Na alçada de PET, por exemplo, Cristina revela introduzir no Brasil o aditivo ColorMatrix Lactra SX, vocacionado para bloquear a luz em leves frascos de PET monocamada para laticínios. Na esteira, a executiva enaltece as credenciais de outro aditivo para PET, ColorMatrix Triple A, no controle dos níveis de acetaldéido em garrafas de água mineral, reduzindo o risco de alteração de sabor. Cristina fecha o cerco das soluções líquidas da PolyOne acentuando a vastidão de alternativas de cores e efeitos especiais imersas nas linhas OnColor, OnCap e SmartBach.

Segundo pesquisa da **Mintel**, as bebidas mais saudáveis são os algozes dos refrigerantes, cujas vendas caíram em volume 4,6% em 2017 e o repique do recuo é pedra cantada para este ano. Em efeito dominó, a situação força o



Fonte: MaxiQuim

setor de PET, já assolado por excedente global, a buscar meios de compensar o enfraquecimento de seu maior mercado, as bebidas carbonatadas. “Apoiamos com soluções líquidas e sólidas, em cores e aditivos, os desenvolvimentos de garrafas PET para mercados de bebidas mais saudáveis”, coloca Junior Buzatto, diretor da divisão de cores e aditivos sólidos da PolyOne para a América do Sul. “Outra tendência pró PET notada nas prateleiras e no carrinho do consumidor é a ascensão de produtos ‘on the go’, para ingestão em movimento com praticidade e rapidez, na forma de embalagens menores”. Fora da seara dos alimentos, Buzatto enfatiza a penetração de suas cores e aditivos desenhados



Castilho: aumento das importações de master branco do México.

para acompanhar a expansão de PET no envase de cosméticos e produtos de limpeza e destaca a acolhida dispensada por transformadores aos auxiliares de processo da PolyOne. “Contribuem para reduzir gastos energéticos e o ciclo de suas máquinas”, sintetiza o executivo.

CORPO FECHADO

A subsidiária brasileira da companhia norte-americana **A.Schulman** tem o corpo fechado contra crises. “No início de 2015, faturávamos em média 250 t/mês e hoje estamos na faixa de 800, efeito de uma atuação calcada no uso em menor quantidade de concentrados de qualidade”, considera Roberto Castilho, gerente comercial

de masterbatches para Brasil e Argentina. “No último trimestre de 2017, a receita superou em 300 toneladas o mesmo período em 2016 e foi, por sinal, quando nossa operação desfrutou maior demanda por master vermelho para não-tecido, efeito da decoração natalina, e de tipos brancos e opacos para filmes biorientados de polipropileno (BOPP).

Reflexo condicionado da fervura, a planta da Schulman em Sumaré, interior paulista, rodou no passado com ocupação média de 76,7% com pico de 93% no quarto trimestre, informa Castilho. Daí a aprovação da compra de um misturador contínuo destinado a duplicar a capacidade instalada para masters a partir de 2019.

Castilho reconhece que os reajustes nos preços de matérias-primas, caso de pigmentos, estorvaram a vida

>> more than additives



NAFTOSAFE

Estabilizantes à Base de Cálcio-Zinco e Orgânicos

NAFTOBLEND

Blendas para Poliolefinas

NAFTOVIN

Sais de Chumbo

ESTEARATOS

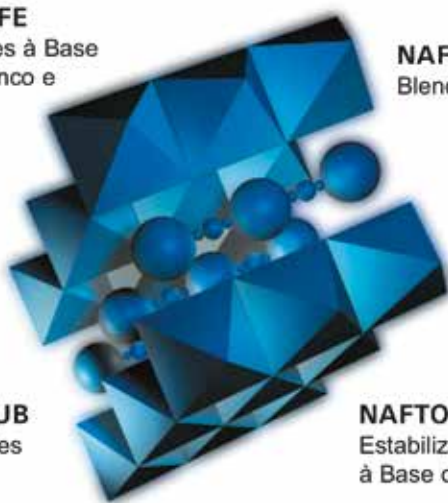
Estearato de Cálcio
Estearato de Zinco

NAFTOLUB

Lubrificantes

NAFTOMIX

Estabilizantes Coprecipitados à Base de Chumbo



Avenida Brasil, 4.633 • Distrito Industrial
13500-970 • Rio Claro • SP
Tel: (19) 3522.2222 • Fax: (19) 3522.2223
chemson@chemson.com.br • www.chemson.com

dos compondores no Brasil em 2017. “Sob recessão, o nível de competitividade cresceu muito no setor e as empresas não puderam repassar de todo os aumentos sofridos em seus custos”, ele sustenta. No âmbito de dióxido de titânio, o pigmento branco, alvo de intensos reajustes, a operação

brasileira da Schulman saltou fora do quadrado dos compondores ao iniciar em 2017 as vendas de master branco de polietileno, concentrado commodity trazido de sua filial mexicana. “São importações desafiadoras num cenário de fortes subidas nas cotações internacionais de dióxido de titânio”, pondera

o executivo. “Percebemos que nosso master PWI 8004 pode ser empregado em teores abaixo da concorrência para proporcionar o mesmo grau de opacidade”. Diante do ibope de tela quente alcançado aqui pelo produto, Castilho trombeteia agora a vinda do México de outra série de masters brancos



TROCANDO EM GRAÚDOS



Unidade em Manaus: meta é a liderança em masters.

Nº1 em embalagens plásticas no Brasil, o conglomerado nacional **Valgroup** sempre foi de evitar os holofotes, mas a envergadura de uma atuação múlti, com plantas na América e Europa, e uma capacidade total de transformação na órbita de 400.000 t/a, chegou ao ponto de exigir uma repaginada nessa postura. Um indício da mudança de atitude é o lançamento oficial da marca Valmaster B para a operação de masterbatches tocada até então sem alarde pelo grupo desde 2010 em Manaus e há dois anos enquadrada como unidade de negócios. “Pretendemos liderar em cinco anos o mercado brasileiro de masterbatches e daqui a 10 o da América Latina”, avisa Stefano Geronimi, diretor da Valmaster B. A propósito, as exportações de concentrados largaram 2017 com embarques para o Uruguai.

O flerte do grupo com concentrados não brotou da noite para o dia. Ele remonta a 1998, quando a unidade em Manaus da controlada Valfilm começou a produzir compostos de poliolefinas carregados com carbonato de cálcio para uso cativo das plantas da corporação. Ao sabor do acúmulo de conhecimentos sobre o beneficiamento de resinas, pintou o ingresso em masters brancos sete anos atrás e, em paralelo

com o surgimento da marca oficial, entra agora em campo a produção de concentrados de aditivos. “O portfólio da Valmaster B cresce para atender o Valgroup e o mercado da transformação de plásticos”, assinala Geronimi.

Valmaster B sobe no ringue do setor com um armamento de intimidar. Sua capacidade para materiais beneficiados e aditivos sobe este ano de 3.000 para 4.300 t/mês e a excelência da manufatura é ilustrada pela certificação ISO 9001:2008 e o aval da agência regulatória norte-americana **Food and Drug Administration (FDA)**. No pano de fundo, urge considerar que, a grosso modo, o custo de produção de masterbatch é decidido por pigmentos, com 70%, e resina, com 30%. Amarrando-se as pontas, a Valmaster B desfruta posição singular, pois o Valgroup adquire termoplásticos negociados a preços compatíveis com os megavolumes que consome e, para completar, a unidade no Polo Industrial de Manaus usufrui dois privilégios: pode importar com isenções tarifárias insumos como dióxido de titânio, o pigmento branco, e comercializa masters, compostos e aditivos para o restante do país na garupa de incentivos fiscais.

Fora compostos, o portfólio de brancos da Valmaster B alinha sete grades formulados com polietileno de baixa densidade linear (PEBDL) e acenados para filmes. A série envolve concentrados com teores de 30% a 75% de dióxido de titânio e de 50% a 5% de carbonato de cálcio, sendo que o tipo de maior índice de pigmento branco não contém a carga mineral. Por sua vez, o mix da estreia em aditivos alinha antiestático, deslizante, antibloqueio, auxiliar de fluxo e antioxidante.

No universo do Valgroup, a Valfilm é a maior cliente da Valmaster B, consumindo na média mensal 150 toneladas de master branco e 75 de aditivos. Por enquanto, os demais concentrados são adquiridos pelo grupo no mercado.

NÃO SOMOS SOMENTE FORNECEDORES DE MASTERBATCH

Confira no código QR o que podemos
fazer por suas embalagens.



MASTERBATCHES

Polywhite Optimum. “Além da alta capacidade de cobertura, confere maior brancura a filmes e transformados rígidos”, diferencia o gerente.

Retomando o fio da sa-raivada de reajustes nos preços de matérias-primas num mercado ainda não refeito da recessão, Castilho vislumbra uma saída para os compo-



Fernandes: reação esperada com a Copa do Mundo e consumo em ano eleitoral.

dores na prospecção de soluções para racionalizar custos dos clientes. “Nesse sentido, temos atendido o mercado de extrusão com auxiliares de fluxo com função antioxidante, como o tipo N02816, que reduz a frequência de paradas para limpeza da máquina, e com o agente Polyclean 80004, que reduz em 1/3 o

tempo de purga e em ¼ o consumo de matéria-prima no transcorrer dessa eliminação de impurezas”, ele acentua.

PRESSÃO MUNDIAL

José Fernandes, sócio diretor da brasileira **Cromaster**, enxerga os com-ponedores de mãos amarradas face aos reajustes de matérias-primas ditadas pela pressão mundial exercidas por economias do calibre dos EUA e China.”

VISTAMAXX™ TOMA ASSENTO EM MASTERBATCHES



Rendimento e qualidade no processo e excelência na performance final. A **ExxonMobil** tem instilado essa síntese do êxtase profissional em compondores brasileiros de masterbatches com os resultados proporcionados pelos polímeros de alta performance Vistamaxx™. Com foco em concentrados de poliolefinas e na garupa de avais top para aplicações em contato com alimentos, a exemplo da referencial agência regulatória norte-americana **Food and Drug Administration (FDA)**, Vistamaxx™ consta de transparentes polímeros base eteno/propeno compatíveis com polietileno (PE) e polipropileno (PP). “Seu uso como resina base em masters permite a adição de maiores teores de carga, diminuindo custos de produção e aumentando a dispersão de pigmentos”, sumariza Newton Atore, integrante do staff de desenvolvimento comercial da ExxonMobil na América Latina. “Ao longo do processamento



Atore: polímeros Vistamaxx™ protegem aditivos sensíveis ao calor na produção de masters de PP e PE.

dos concentrados, a ação de Vista-maxx™ possibilita o trabalho sob temperaturas menores (ponto a favor da economia energética), protege aditivos sensíveis ao calor empregados na fabricação e contribui para minimizar a incidência de géis de ligações cruzadas (cross-link)”.

Entre os pontos altos do mos-truário desses polímeros avançados, o executivo distingue o tipo de alta fluidez Vistamaxx™ 6502.

“Seu uso em masters, esclarece Atore, não só aumenta a fluidez, mas permite incrementar o percentual de cargas como carbonato de cálcio no concentrado”, ele assinala, acrescentando que os grades existentes de PP e PE para uso como resina base em geral primam por uma aceitação limitada de cargas. Os polímeros Vistamaxx™ também são prezados por diminuir a geração de poeira na linha de produção do concentrado e por dispensar eventuais ajustes nos equipamentos disponíveis na planta compondora. Na forma de polímeros semicristalinos, Vistamaxx™, ao ensejar o uso de mais carga em masters de poliolefinas, em geral beneficiadas com carbonato de cálcio, contempla os produtos acabados finais com aumentos na tenacidade e resistência ao rasgo e ao impacto. No arremate, insere Atore, o emprego dos polímeros Vistamaxx™ baixa a temperatura de processo e o teor de resina base destinado aos concentrados, pelo que o bolso do compondor agradece.

Do último trimestre de 2016 ao final de 2017 o preço do dióxido de titânio subiu além de 25% e, ainda no final do ano passado, vieram complicar o cenário de retomada os aumentos dos polímeros, de negro de fumo e outros pigmentos básicos”, ele descreve. “Ficou inevitável o repasse desse ônus aos clientes no começo do ano, mas não se consegue transferir nem a metade dos reajustes sofridos até o momento”.

Na carteira da Cromaster, a retomada começou dar as caras na segunda metade de 2017 no aquecimento dos pedidos de concentrados para segmentos como embalagens, brinquedos e autopeças. “A recuperação dos volumes no ano passado não correspondeu às expectativas, tanto assim que rodamos então com 60% de nossa capacidade efetiva”, avalia Fernandes. “Projetamos

reação de 10% a 15% nos volumes de vendas este ano, devido a fatores como a Copa do Mundo e o consumo tradicionalmente maior em ano eleitoral”.

BOLA NAS COSTAS

Sob o fogo cruzado da demanda ainda trôpega e da saraivada dos reajustes das matérias-primas, a **Termocolor** atravessou 2017 rodando sua capacidade com cerca de 70% de ocupação, situa Wagner Luiz Catrasta, gerente comercial para a América Latina da componedora brasileira. “A expectativa este ano é de redução da ociosidade, com base na reativação de projetos encostados pelos clientes em 2017”, ele confia. Na largada deste ano, ele distingue,



Catrasta: Termocolor projeta elevar ocupação da capacidade instalada.

chamaram a atenção a demanda de concentrados para componentes automotivos e a movimentação na ala dos aditivos e soluções de cunho especial.

Catrasta engrossa o coro dos injuriados com a bola nas costas dos componedores em forma de encarecimento dos ingredientes em 2017. “Foi um período de reajustes excessivos”, define. “No dióxido de titânio, ficou acima de 20%; demais pigmentos e aditivos seguiram em média a valorização do dólar, os preços internos de PP e PE subiram na faixa de 15% e o de poliestireno (PS), mais de 30%”. O executivo comenta não ter conseguido repassar por inteiro e numa boa esses aumentos aos clientes.

ipê s.m. Bras.

Nome dado a várias árvores bignoniáceas conhecidas pela beleza de suas flores. Por se encontrar em um estado nativo por todo país, o ipê foi eleito a árvore nacional brasileira.

Onde tem vida tem Cor.
Onde tem cor, tem Cromaster.
#inspiraçãobrasileira

Cromaster
masterbatches

Vendas: +55 11 3465-4664 | www.cromaster.com.br

CONCENTRADOS DE COR: Brancos • Pretos • Coloridos • Perolados • Metalizados • Marmorizados
ADITIVOS: Protetor UV • Deslizantes • Antiestáticos • Antioxidantes • Antibloqueio • Auxiliares de Processo • Antifog
WETCOLOR®: Concentrados líquidos coloridos • Concentrados líquidos de aditivos
CROMALEM®: Concentrados super dispersos para multifilamentos

MASTERBATCHES

Para apertar a marcação sobre o mercado, conta o gerente, a Termocolor lança na praça um catálogo com as tendências em cores para a temporada 2018/2019 e novas opções de aditivos (antiUV, antiestáticos, bactericidas e absorvedores de luz) para agrofilmes e embalagens.

MISTO QUENTE DE ADITIVOS

Voltada para a cobertura de nichos dependentes de qualidade e atendimento personalizado, portanto fora do octógono dos concentrados commodities, a Pro-Color irrompe em 2018 com munição pesada em lançamentos. Em coloridos, a gerente comercial Elisangela Melo, promove a chegada ao mix de masters de alta transparência para PP e novas tonalidades para substituir junco em móveis. No âmbito dos aditivos, ela acena para recicladores com a introdução do supressor de odor Pro-Tech CPD 0134. Para PET, a novidade é o supressor de oxigênio de longa duração Pro-Tech CPD 1000. “Além de ampliar a vida útil da pré-forma, possui baixo índice de embaçamento e é de fácil manuseio”, ela coloca. Por seu turno, poliolefinas e resinas de engenharia compõem o foco do aditivo antirrisco Pro-Tech CPD 2000. “Melhora o acabamento superficial e contribui para reduzir o ciclo de produção, o desgaste das máquinas e sua limpeza”, apregoa Elisangela. O jorro de novos auxiliares se completa, por ora, com Pro-Tech CPD 4000, aditivo antifog esculpido para agrofilmes e embalagens de alimentos, e pelo agente combo Pro-Tech CPD 5000, que con-



Garnica: lançamento de aditivos anti UV para agrofilmes e rafia.

grega deslizante e supressor de odor.

A marcação de redutos mais exclusivos e de maior valor agregado premiou a Pro-Color com a ocupação de 90% de seu potencial produtivo em 2017, afiança a gerente comercial. Com a largada da retomada este ano e novos projetos em carteira, ela assinala, a empresa precisou ampliar a capacidade ativando nova extrusora. “Já sentimos melhora, por exemplo, na demanda de materiais para produtos de limpeza, móveis de jardim e nos pedidos de coloridos e brancos azulados para uso em brinquedos”, aponta Elisangela. “Também tem aumentado a procura dos supressores de umidade CPD 0200 e CPD 0080 A, por parte de recicladores e transformadores de sacolas e sacos de lixo”.

A Pro-Color também não digeriu bem a carga pesada de re-marcações nos preços de ingredientes em 2017. Pelos cálculos da gerente, a cotação de dióxido de titânio inflou na média de 23%; negro de fumo, 11%; demais pigmentos, 35%; PP, 12% e PE, 10%. “Os impactos nos custos dos concentrados são consideráveis e difíceis de repassar, obrigando-nos a buscar reduções de gastos em outras frentes num cenário tumultuado por perdas de margens e concorrentes apelando para materiais de baixa qualidade”, ela lamenta. “Não contamos com estabilidade este ano nos preços dos pigmentos, mundialmente afetados por produção insuficiente, questões

ambientais e rearranjo das empresas do setor”, vaticina Elisangela.

INVESTIMENTOS REANIMADOS

Com pé no estribo de escritórios em Miami e São Paulo, a **FG Resinas** distribui no Brasil duas marcas norte-americanas. “Comercializamos U-Carb e A-Color, respectivamente responsáveis pela fabricação de compostos com cargas minerais e de masters pretos, brancos, de cores especiais e aditivos”, esclarece o diretor comercial Paulo Garnica.

Desde o último trimestre de 2017, ele nota uma volta dos investimentos em indústrias componedoras. “No geral, sentimos melhora nas vendas de segmentos como sopro, injeção e extrusão, com destaque para a linha de aditivos anti UV em fase introdutória em agrofilmes e rafia”, observa o agente autorizado, brandindo uma gama de auxiliares que vão de dessecantes, deslizantes e tipos anti-bloqueio até antioxidantes e branqueadores ópticos “Ao optarmos por trabalhar com produtos importados, priorizamos o acesso a tecnologias e matérias-primas superiores às disponíveis no país, além da garantia de assistência técnica, pronta entrega e, quanto à logística do atendimento, dispo-



Elisangela Melo: Pro-Color colhe os frutos do foco em nichos.

mos de estoques armazenados em São Paulo, Santa Catarina e Pernambuco”.

Controlada do grupo japonês **Dainichiseika** e com planta na Grande São Paulo desde 1975, a componedora de masters **Daicolor** não respondeu ao pedido de entrevista sobre a decisão, comentada por fontes do mercado, de colocar sua operação à venda.

A Cor Exata

*Mais de 30 anos
de comprometimento
com a qualidade de seus
produtos e processos,
atuando nos mais
diversos mercados.*

**Conte com nossa
equipe técnica
altamente qualificada
para transformar
o seu desafio em
um caso de sucesso.**

–
Masterbatches

Compostos

Resinas Tingidas

Aditivos

Beneficiamentos

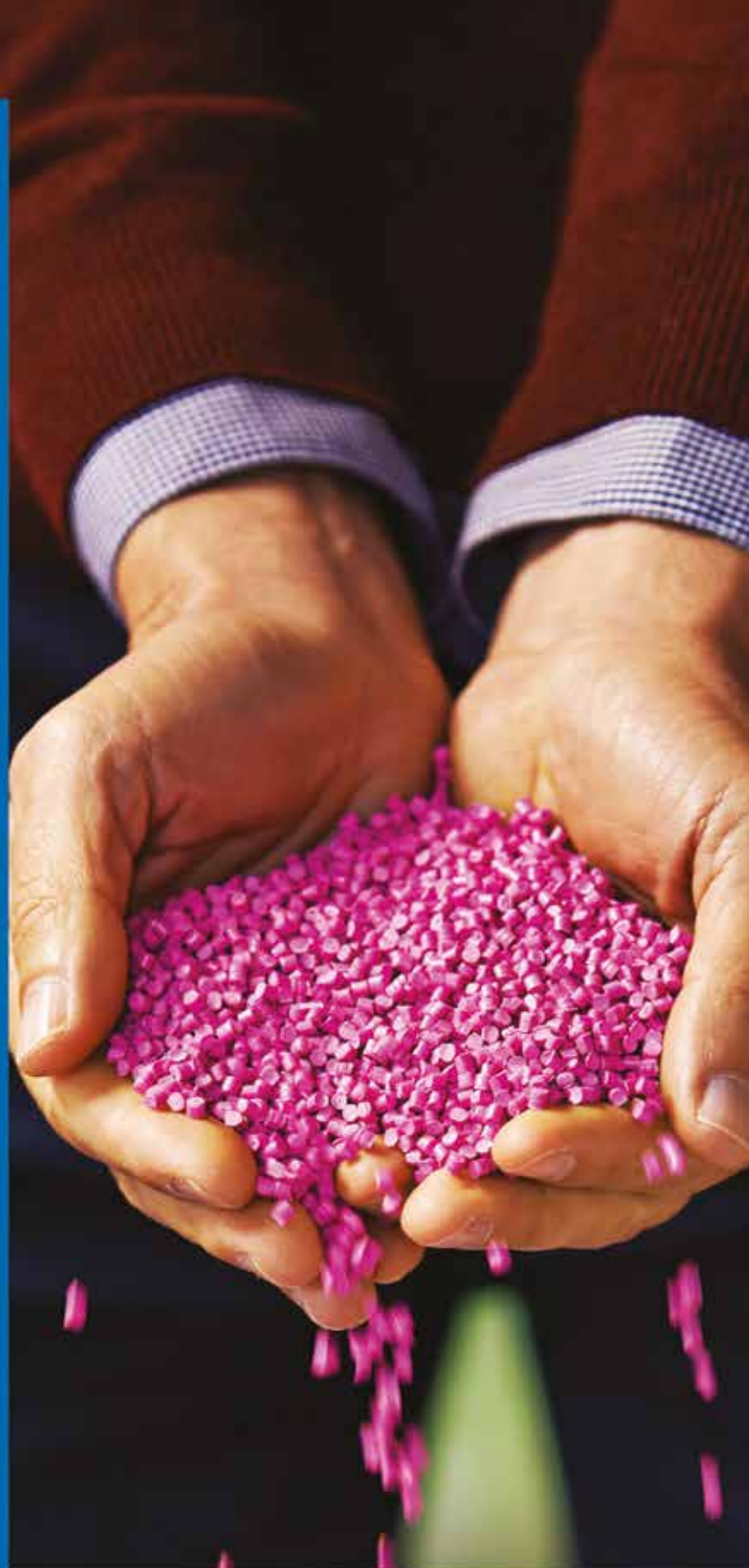
Colormatches

–
+55 11 4053 4053

Visite nosso novo website

termocolor.com.br

Sistema de Gestão Certificado



TERMOCOLOR
A COR EXATA

No camarim da cor

As novas tonalidades e efeitos para dar um tapa no visual do plástico

O consenso entre os componentes de masters é de pasmo e inconformismo com os reajustes de dois dígitos em 2017 nos preços do seu principal insumo em custos, os pigmentos. Um viés de alta, aliás, sem previsão de arrefecer este ano. Entre os aumentos mais enervantes, destacam-se os do dióxido de titânio, o pigmento branco.

“No plano geral, a indústria de pigmentos consome bastante água e energia e o refugo gerado tem forte impacto ambiental”, pondera o consultor Amarildo Bazan, ex diretor da operação no Brasil da norte-americana **PolyOne**, brasão global em masters sólidos e líquidos. “Devido à conjugação desses fatores, ocorre um fechamento constante de plantas menos eficientes e, causa da diminuição da oferta, um movimento concentrador da produção de pigmentos em grandes competidores, como se observa na China e Europa. O desfecho desse quadro é o reajuste nos preços até nova rodada de expansões de capacidades. Dióxido de titânio é um caso à parte, distingue Bazan, por seu custo depender de dois minerais, rutilo e ilmenita, cujos preços inflaram muito nos últimos anos. “Além disso, são baixos os novos investimentos na produção global desse pigmento e há o peso de fatores sazonais no comportamento de seus preços, a exemplo da paint season, designação da melhor

temporada para a pintura externa de casas no hemisfério norte”.

Única produtora do colorante no país, a **Cristal Pigmentos** negou entrevista. “Para se entender os movimentos do mercado de dióxido de titânio, é preciso analisar a influência de exercícios anteriores nos preços praticados no ano passado”, argumenta Fernando Andrukiu, gerente de marketing e inteligência de mercado da catarinense **Interbrasil**, distribuidora do pigmento tipos rutilo e anatase da chinesa **Fangyuan** e cujo movimento para plásticos



Andrukiu: oligopólio mundial controla preços do dióxido de titânio.

deteve cerca de 16% de suas vendas do produto em 2017. “Em dólar, os preços do dióxido de titânio caíram mais de 50% entre 2013 e o início de 2016, quando chegaram ao nível mais baixo”. O declínio convergiu para fusões e aquisições de produtores de cacife global do pigmento. “O objetivo era aumentar a eficiência operacional, mas resultou num mercado muito mais oligopolizado, com poucos fabricantes exercendo alto controle dos preços”, descreve o especialista. “Dessa forma, um movimento para recuperar margens de lucro aconteceu em meados de 2016, elevando então os preços internacionais do dióxido de titânio”. O ano passado, segue Andrukiu, também marcou por fortes

reajustes, nas pegadas do aquecimento da economia global. “Em contrapartida, registraram-se cortes na produção do pigmento, em especial na China, onde plantas foram fechadas por infringir a legislação ambiental sob fiscalização mais rígida. Para agravar o quadro, uma das maiores fábricas europeias de dióxido de titânio (planta finlandesa de 130.000 t/a da **Huntsman**) teve parada por acidente (incêndio sem vítimas) no início de 2017, pressionando as cotações do pigmento”. Noves-fora, amarra as pontas o porta-voz da Interbrasil, o desequilíbrio entre oferta e demanda atinou sucessivos aumentos a ponto de o dióxido de titânio alcançar no passado seu maior valor de mercado desde 2013, compensando seus fabricantes das quedas nos preços amargadas até 2016.



Bordonco: Vulcan XC MAX 22 proporciona maior condutividade.

Apesar da valorização, nota Andrukiu, o Brasil consumiu mais dióxido de titânio em 2017, à sombra da modesta retomada iniciada na construção civil e seu reflexo em segmentos do pigmento como tintas e cerâmica. Para este ano, “pelo menos até a metade do segundo semestre”, o executivo acredita na reprise do último período, com aumento da demanda e dos preços, com o movimento puxado pelos materiais de construção. Na esfera do setor plástico, ele põe fé em aumento ao redor de 10% no consumo do pigmento branco para masterbatches e PVC.

Antípoda de dióxido de titânio, negro de fumo, o pigmento preto, penou nos últimos quatro anos com a escuridão em seu principal mercado, os pneus, a reboque da concorrência importada e das vendas para as montadoras instaladas no país, sob ociosidade alarmante desde 2015. Na cola do setor automotivo, o cenário para os pneus começou a desanuviar desde a segunda metade de 2017 e, entre as boas novas, desponta o aumento da venda de pneus de agroveículos. O agronegócio, por sinal, é laje sólida para negro de fumo no cultivo protegido de legumes, frutas, verduras e flores. “O pigmento tem contribuído para aprimorar os agrofílmicos”, confirma Wagner Paulo Bordonco, gerente de marketing e serviços técnicos para o mercado sul americano de plásticos da **Cabot**, sumidade global em negro de fumo. Dos pontos altos de seu portfólio para o campo, o executivo acena para mulching com grade desenhado para prover a adequada blindagem anti UV ao tempo de vida útil necessário a cada alimento cultivado. “Também assegura ao filme a opacidade para barrar a passagem da luz solar, de modo a evitar o crescimento de ervas daninhas por ausência do efeito de fotossíntese”, ele assinala, acrescentando que mulching preto também contribui para a retenção de umidade no solo. No embalo, Bordonco distingue os predicados de sua linha de negro de fumo de excelente dispersão para silo-bolsa, estocagem já entranhada no Brasil em culturas como milho, soja e arroz. “As propriedades de proteção UV do pigmento são decisivas para evitar a degradação do polímero”, reitera Bordonco.

Agrofílmicos à parte, a Cabot trabalha na lavra de redutos como compostos condutivos para negros de fumo especiais. Bordonco exemplica com o grade Vulcan XC MAX 22. “Proporciona menor absorção de umidade e maior condutividade em reduzidas concentrações, aprimorando assim



Eckart: novos pigmentos de efeito perolado e metálico.



Basf: pigmento Lumina Royal Magenta enfatiza brilho.

as propriedades mecânicas do produto acabado”. Concorrente da Cabot, a **Aditya Birla** negou entrevista.

Fora brancos e pretos, cresce a busca por pigmentos de efeito para masterbatches, constata Cristine Lopes Camargo, gerente comercial para a América Latina da **Eckart**, usina alemã de colorantes fora do quadrado. “O consumidor está mais atento às embalagens e à aparência de bens de consumo como eletrônicos, abrindo caminho para cores fora do convencional agregarem valor aos produtos finais”.

Entre as novidades ofertadas pela Eckart, com apoio da distribuidora **Color-mix**, Cristine abre a vitrine com pigmentos de alumínio Stapa e em pó Standardt e os tipos concentrados inodoros Mastersafe, contendo

teores aproximados de 80% e 90% para alumínio e bronze, respectivamente, em agentes de dispersão e cera de poliolefinas. “Facilitam a medição, dispersam-se com facilidade e são isentos de poeira e solvente, o

DACARTO 50 ANOS

A **DACARTO** tradicional fabricante de compostos de PVC e masterbatches completa meio século de história. Com duas unidades fabris, uma localizada em São Paulo e outra estrategicamente alocada no estado da Bahia, a empresa vêm, ao longo destes anos, investindo na ampliação da capacidade instalada e diversificando a sua linha de compostos, proporcionando uma variedade de soluções para os nossos clientes com o objetivo de agregar valor aos seus produtos finais.

55 (11) 3658-9490 comercial@dacarto.com.br

IMERYS: RENDIMENTO MACRO COM A MICRON-ITA



Belomi: poderio ampliado em carbonatos finos e ultra finos.

Carbonato de cálcio não cabe mais na definição simplória de carga mineral. A evolução a passos largos das tecnologias de controle e distribuição de partículas consolidou o status do produto como aditivo de primeira linha para reduzir custos e afiar o desempenho de compostos e masterbatches. Além da participação detida no mercado de plásticos com seus carbonatos de cálcio (calcíticos, magnesianos e cretáceos), a capixaba **Micron-Ita** firmou em 26 anos de ativa a reputação de sensor nacional no emprego do mineral como ferramenta para ampliar o rendimento nos processos de transformação de plástico. Foram essas credenciais e a capacidade instalada de 250.000 t/a do produto que levaram a francesa **Imerys Carbonates** adquirir ao final de 2017, por montante não revelado, o controle da Micron-Ita, sua rival no Brasil em carbonatos de mínima granulometria e com receita divulgada na faixa de R\$18,9 milhões. Nesta entrevista, Elton Belomi, gerente de vendas e marketing da Imerys para a América do Sul, explica a relevância dessa incorporação.

PR – Antes desse investimento, a Imerys detinha participação discreta no segmento de carbonato de cálcio para plásticos. Por quais razões?

Belomi – O objetivo da incorporação da Micron-Ita é fortalecer a Imerys como líder do mercado de carbonato de cálcio micronizado fino e ultrafino para plásticos – não só em volume, mas em

serviço e tecnologia. Com a aquisição, expandiremos as vendas em novos mercados, aproveitando os recursos globais da Imerys para alavancar as oportunidades de exportação e entregar as sinergias identificadas no plano de negócios.

PR – Quais os ganhos trazidos pela Micron-Ita ao mix da Imerys Carbonates para plásticos?

Belomi – Os clientes no Brasil se beneficiarão de um conjunto de novas soluções dinâmicas. Por exemplo, a Imerys pode adicionar material cretáceo e produtos finos e ultrafinos revestidos ao seu portfólio.

PR – Qual a sua estimativa do consumo total de carbonato de cálcio micronizado em plásticos no Brasil em 2017 versus 2016 e perspectivas para 2018?

Belomi – Devido à dificuldade de definirmos com clareza os segmentos de utilização do carbonato, o número absoluto tem pouca relevância. Baseado nos mercados em que estamos inseridos, nossa perspectiva de crescimento é da ordem de 3% em 2018, em linha com o crescimento econômico do país.

PR – Quais as novidades da Imerys em produtos e serviços para o mercado brasileiro de plásticos, em especial masterbatches?

Belomi – Por meio da aquisição do líder em carbonato de cálcio natural micronizado no Brasil, nosso mostruário passa a contar com carbonatos finos e ultrafinos revestidos, características de produto essenciais para componedores de masterbatch. Além disso, estamos complementando a integração do negócio das Micron-Ita com o desenvolvimento de soluções e tecnologias a serem lançadas em breve.

que simplifica sua integração à formulação do master”, explica a executiva. O pipeline de avanços da Eckart, segue Cristine, também aloja os pigmentos de pérolas de vidro Luxan, magnetizantes pelo brilho e transparência, e o tipo Edelstein Ruby Red, cujos charmes são a durabilidade, saturação e intensidade de cor. A gerente insere ainda os pigmentos perolados e micas sintéticas da série Symbic, também disponíveis em pellets. “Diferenciam-se pelo brilho de pureza inatingível pelos pigmentos tradicionais baseados em mica natural”, ela

compara. No arremate, Cristine acena para poliolefinas e plásticos de engenharia com Lasersafe 040. “Trata-se de nova geração de aditivos de marcação a laser com base em pigmento sem metais pesados”, ela explica. “Permitem a criação de marcas e logotipos duradouros e ultra legíveis”.

De prontidão na raia vizinha, a **IMCD** distribui no país os pigmentos de cores e efeitos especiais da **Basf**. Os ímãs do mostruário incluem o lilás eleito pela Pantone como a cor fashion global, com ibope em redutos de plásticos como as embalagens

de cosméticos. “Temos essa cor em dois pigmentos da série Cromophtal Violet: K 5700 e K 5800”, especifica Agnes Muciacito, executiva de suporte técnico para pigmentos da IMCD. Quanto aos lançamentos para o mercado de plásticos, Agnes destaca seis colorantes da série Lumina Royal: Blue 9680H, Aqua 9780H, Indigo 9580H, Copper 9390H, Magenta 9480H e, sacada mais recente, o tipo de alto brilho Dragon 9S282D. “A otimização do tamanho da partícula proporciona maior cromaticidade às suas aplicações”, completa a técnica. •

IMERYS E MICRON-ITA: O MAIOR DO BRASIL EM GCC À SUA DISPOSIÇÃO

Imerys consolida sua presença em GCC (Carbonato de Cálcio Natural) no Brasil com a incorporação da Micron-Ita.



Micron-Ita

- Fábrica
- Mina

Imerys

- Fábrica
- Mina

TECNOLOGIA INOVAÇÃO
TRADIÇÃO QUALIDADE
SEGURANÇA

SUA CONFIANÇA É O
NOSSO MAIOR ATIVO.



SAC +55 (11) 2133-3991 | +55 (11) 2133-3992 ☎
carbonatescs.sa@imerys.com 📧
www.imerys-carbonates.com 🌐

 **IMERYS**
Carbonates

Siga-nos nas redes sociais e fique por dentro das novidades do Grupo Imerys.



A volta por cima

Novo estudo da agência FDA inocenta bisfenol A de danos à saúde

Por mais estrambótica que seja, denúncia sai na capa e seu desmentido na página 33. Esta lei não escrita do jornalismo remonta à era pré-internet e, na alçada da informação de cunho científico, já enla-meou reputações que vão dos adoçantes artificiais a PVC e a carne vermelha, no afã de noticiar suspeitas de danos à saúde não fundamentadas e cuja revogação posterior ou não é publicada ou não merece registro além de uma nota ao pé de uma página interna. Mas mentira tem perna curta e tem sempre o dia em que casa cai, demonstra estudo saído, após anos de maturação em silêncio, do forno da referencial agência regulatória norte-americana **Food and Drugs Administration (FDA)**. A pesquisa isenta bisfenol A (BPA), integrante da composição de policarbonato (PC), de prejuízos causados à saúde humana, sem contraindicações, portanto, para o uso do polímero em embalagens de alimentos.

O relatório da FDA terá versão final em 2019, mas o conteúdo já liberado pela agência formadora de opinião mundial no seu ramo apanha no contrapé arautos da saúde pública brasileira. Em 2012, levada por análises agora demolidas pela FDA



Noronha: parecer da FDA tende a catequisar agências regulatórias internacionais.

e sem notícia de uma vítima sequer por ingestão de BPA, a **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)** baixou em 2012 resolução vetando PC em mamadeiras. A imprensa não perdeu a deixa. Em outubro de 2011, por exemplo, a revista *Veja* já trombeteava: "Como manter o BPA longe do seu filho". Facções da classe médica também não deixaram barato. A filial paulista da **Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia (SBEM-SP)** clamava em seu site "diga não ao BPA, a vida não tem plano B" e exibia símbolo de advertência com o slogan "Bisfenol - você come sem saber e adocece sem querer".

No embalado, polímeros concorrentes de PC em embalagens de alimentos, caso de copoliésteres, buzinzavam em sua publicidade, como máxima das máximas qualidades, que BPA não figurava em seu DNA.

Em comunicado, a FDA frisa que o relatório preliminar endossa sua firmada posição de que os usos autorizados de BPA continuam seguros para os consumidores. "Os resultados indicam que BPA tem muito pouco potencial para causar efeitos na saúde, mesmo quando as pessoas estão expostas a ele ao longo de suas vidas", assevera Steven Hentges, diretor sênior do **Polycarbonate/BPA Global Group**. Denominado Clarity-BPA ou Clarity Core, o estudo consumiu verba milionária e é considerado o mais profundo no gênero já realizado por avalistas como a entidade **American Chemistry Council**. Stephen Ostroff, vice-comissário da FDA para alimentos e medicina veterinária, declarou que a pesquisa focalizou roedores submetidos a baixas dosagens de BPA, simulando a típica exposição humana. "No geral, o estudo encontrou efeitos mínimos para os grupos de roedores inoculados", acentuou o porta-voz.

A conclusão da FDA é música aos ouvidos dos produtores de PC, açoitados desde a primeira década do milênio por precipitadas proibições de agências regulatórias à presença do termoplástico em contato com alimentos, em particular na produção de mamadeiras, um veto que aboletou essa embalagem no colo de materiais como polipropileno random. O júbilo com a redenção de BPA e PC pela nata da comunidade científica emana da entrevista a seguir de Roberto Noronha Santos, presidente da operação sul-americana da **Sabic Innovative Plastics**, bússola global nesse termoplástico com sua marca Lexan. A alemã **Covestro**, outro vip em PC, não deu entrevista.

PR – Como a Sabic recebe as conclusões do novo estudo da FDA isentando BPA de danos à saúde humana e como explica a afobada adesão de diversos países a pesquisas contra o material sem a necessária fundamentação científica?

Noronha – A Sabic sempre acreditou na segurança de BPA. Os resultados preliminares do estudo da agência FDA chamado Clarity Core, o mais amplo já realizado sobre o monômero, corroboraram nossa crença. Ao longo dos anos, estudos científicos exploratórios apareceram no domínio público causando muitas incertezas sobre a segurança de BPA. Por este motivo é muito importante que agências governamentais como a FDA conduzam pesquisas independentes para esclarecer as incertezas sobre o material valendo-se de protocolos científicos válidos e robustos. Com a FDA declarando publicamente que BPA é seguro, conforme a contínua avaliação das evidências científicas pela agência norte-americana e com base nos resultados iniciais do estudo Clarity Core, a Sabic exorta os muitos reguladores

globais a reavaliarem e revisarem suas determinações prévias sobre a segurança do BPA.

PR – Acha que este novo estudo da FDA poderá levar agências de outros países a reverem suas pesquisas e suspenderem suas decisões de proibir BPA/PC em embalagens de alimentos como mamadeiras?

Noronha – As autoridades regulatórias de diversos governos indicaram que aguardavam esta pesquisa proveniente da agência FDAs para rever e atualizar suas conclusões sobre a segurança de BPA para uso em embalagens alimentícias. A Sabic apoia as conclusões da FDA e encoraja as agências regulatórias ao redor do mundo a reconsiderar suas determinações prévias relativas a BPA.

PR – Quais as principais ações que a Sabic vai empreender para, a partir desse novo estudo da FDA, revigorar a imagem de PC em embalagens de alimentos das quais o polímero foi banido em vários países, por conter BPA?

Noronha – A Sabic planeja realçar as conclusões do estudo Clarity nas discussões com reguladores internacionais para assegurar que os resultados do mais amplo estudo já conduzido sobre BPA sejam incluídos nas avaliações e reavaliações sobre a segurança do material. Adicionalmente, compartilhamos informações sobre BPA com clientes através de cartas e briefings e planejamos discutir as conclusões do estudo Clarity com eles. Nós também continuaremos a reiterar a informação de que BPA e PC são pesquisados extensivamente, são seguros para os usos indicados, e que o polímero produzido a partir de BPA tem desempenho melhor e a custo menor que qualquer outro substituto disponível. •



DRAPEX®

•Plastificante a base de Óleo de Soja Epoxidado

INBRAFLEX®

•Plastificante a base de Éster Epoxidado de Óleos Vegetais

PLASTABIL® MARKSTAB®

•Estabilizantes térmicos para PVC (Rígido e Plastificado), Kickers e Fosfitos Orgânicos

PLANAGEN®

•Agentes Esponjantes/Expansores

ESTEARATOS

•Magnésio •Cálcio •Zinco •Sódio
•Monoestearato de Glicerila

INBRAGEN®

•Branqueador Óptico

INBRAPON®

•Estearatos metálicos em suspensão



ABNT NBR ISO 9001:2008

**Vendas e assistência técnica:
Tels.: (11) 4061-9001/9002**

**vendas@inbra.com.br
www.inbra.com.br**

À espera de um milagre dos peixes



Falta PET Bottle to Bottle para acompanhar as promessas de voo alto da demanda

O mercado brasileiro de refrigerantes anda pelo fio da navalha. Na lupa da empresa de pesquisas **Mintel**, o volume de vendas caiu 4,6% no ano passado, para a marca de 11,5 bilhões de litros, e deve retroceder de 5% a 6% no exercício atual. De 2011 a 2016, o único balanço a salvo do vermelho foi o de 2014 (+1,6%), atesta o acompanhamento da **Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (Abir)**. A descida da ladeira tem a ver, em particular, com a procura por bebidas mais saudáveis, percebe a Mintel. Além desse solavanco nos hábitos de consumo, a indústria de refrigerantes está entre as mais pressionadas pela bancada da economia circular, obcecada em combater as embalagens descartáveis e em priorizar as retornáveis e reutilizáveis. Sinônimo de refrigerantes e nº 1 absoluto no setor, com participação de mercado fixada em 57,8% em 2017 pela Mintel, a **Coca-Cola Brasil**, impactada por noticiada queda de 6% no volume de vendas no último período, engrossa esse clima de ode à sustentabilidade prenunciando dias melhores para PET reciclado bottle to bottle (BTB). “Estamos focados em viabilizar o aumento do uso do plástico reciclado em maiores quantidades



Thais Vojvodic: Coca-Cola Brasil vai ampliar consumo de PET BTB em refrigerantes.

de garrafas de refrigerantes”, atesta Thais Vojvodic, gerente de sustentabilidade da empresa.

Em submissão a seu anunciado plano intitulado “Mundo sem Resíduos”, a corporação **The Coca Cola Company** alardeia a meta de coletar o equivalente a 100% das embalagens que coloca no mercado global até 2030. Conforme foi divulgado, prevalecerão no recolhimento as latas, tampas e garrafas de vidro e PET, um conjunto equiparado a 85% dos recipientes utilizados pela empresa. Em paralelo, reiterou na mídia o CEO James Quincey, a companhia prossegue no desenvolvimento de embalagens 100% recicláveis e empenhada em reduzir a quantidade de PET em suas garrafas. As versões atuais,

por sinal, são perto de 20% mais leves que as garrafas similares produzidas para a Coca-Cola há 10 anos.

No Brasil, a empresa calcula aplicar ao redor de R\$ 1,6 bilhão no período 2016-2020 para cumprir os objetivos do programa “Mundo sem Resíduos”, mediante atuação nas áreas de design de embalagens, coleta do refugo descartado e parcerias. Em dois anos, por sinal, a Coca-Cola Brasil espera dobrar para 30%, sobre os indicadores de 2016, a participação das garrafas retornáveis de vidro e PET em seu portfólio. “Ambas têm a mesma logística reversa, a cargo da frota própria do Sistema Coca-Cola, e a mesma reciclabilidade”, considera Thais Vojvodic. “A embalagem de vidro é de um litro, enquanto a de plástico tem versões de dois litros ou mais. Suas ocasiões de consumo e canais de vendas são diferentes, de modo que elas continuarão a coexistir em nosso portfólio”.

O ecletismo dá as cartas no portfólio de embalagens da Coca-Cola Brasil. Além de vidro e PET, dele constam a lata, caixa cartonada, caixa de papel (para mate a granel, por exemplo) envoltórios flexíveis (para refrescos em pó, por exemplo). As reciclagem dos materiais envolvidos varia em custos e complexidade tecnológica e de

coleta, fatores que deverão pesar na passagem das embalagens pela peneira do plano "Mundo sem Resíduos". Em relação à caixa cartonada, uma estrutura multimaterial de reciclagem é tão singular que apenas um fabricante dessa embalagem, a **Tetra Pak**, a empreende no país, Thais vê um ponto positivo. "O índice atual de reciclagem da caixa cartonada é muito maior do que no início de sua operação, mérito do desenvolvimento de tecnologias pelo próprio fornecedor do recipiente, destoando de outras embalagens multimaterial presentes no mercado e não utilizadas pela Coca-Cola", ela pontua.

Em termos de mudança de estratégia de embalagem na Coca-Cola Brasil, elege Tais, "a movimentação mais relevante será o foco no crescimento das garrafas retornáveis, de vidro e PET". A nova aspiração da empresa, martela a tecla a executiva, é



Sucata PET da Coca-Cola: ápice da coleta previsto para 2030.

ajudar a destinar corretamente o equivalente a 100% das suas embalagens primárias daqui a 12 anos. "No Brasil, estamos falando de 99% do portfólio em PET, alumínio,

vidro e caixas cartonadas. "Todas essas embalagens primam pela reciclabilidade e serão mantidas, mas as demais terão de ser repensadas", ela assinala.



DRY COLOR
PIGMENTOS E ADITIVOS PARA PLÁSTICOS

www.drycolor.com

Natureza, infinidade de cores.
Dry Color, a maneira de reproduzi-las!

PIGMENTOS

- COLORMATCH - Alta concentração
- NO DUST - Inovação limpa
- LIQUID COLOR - Ganho e otimização
- DRYMASTER - Alta performance
- PASTECOLOR - Grande força e dispersão

ADITIVOS

QUÍMICA INDUSTRIAL

- DIÓXIDO DE TITÂNIO
- PIGMENTOS ORGÂNICOS
- PIGMENTOS INORGÂNICOS
- CORANTES



Mercados de Atuação

DRY COLOR USA
+1 (407) 856-7788
+1 (813) 321-5115

DRY COLOR BRASIL
+55 19 3872-4000
0800 55 11 51



AUTOMOTIVO



CONSTRUÇÃO CIVIL



EMBALAGEM



CALÇADISTA



TINTAS



ESPUMA



SINTÉTICOS



TÊXTIL



ADESIVOS

TEMPESTADE DE INTERESSADOS

Na raia do poliéster redivivo pela tecnologia bottle to bottle, único plástico reciclado permitido desde 2008 para uso no país em embalagens de alimentos, as indústrias usuárias do material têm pela frente a parada de materializar um milagre dos peixes: conciliar oferta e demanda do material recuperado. “A aceleração da tendência mundial em prol de PET BTB como substituto seguro, sustentável e economicamente adequado do poliéster base petróleo vai ajudar o Brasil a acelerar planos de uso do reciclado até então travado por fatores de cunho comercial”, acredita Irineu Bueno, sócio executivo da **Global PET**, indústria referencial na reciclagem bottle to bottle. “Acabamos de sair de um cenário onde o preço da resina virgem se igualava ao de PET BTB para clientes de grande volume de compra, o que retardou muito a demanda por este reciclado. Como PET BTB anda agora de 10% a 15% mais barato, enfrentamos uma tempestade de empresas interessadas em adotar a alternativa sustentável”.

No pano de fundo, porém, esta cadeia de reciclagem perdeu massa muscular, constata Bueno. “Atores importantes fecharam as portas nos últimos anos e a capacidade produtiva de PET BTB encolheu 39.000 t/a no último quinquênio”, ele dimensiona. “Qualquer grande player que opte por usar PET BTB sem fornecedor já estabelecido terá dificuldades em encontrar a matéria-prima este ano”.

O ponto de vista de Bueno merece endosso de Luca Geronimi, diretor da **CPR**, recicladora há 18 anos formadora de opinião na tecnologia bottle to bottle e que, além de injetar pré-formas, é controlada do conglomerado **Valgroup**, por muitos listado como o maior transformador de embalagens plásticas do Brasil. “O preço

de PET BTB sempre foi inferior ao da resina virgem, mas, nos últimos dois anos e meio, a cotação dela ficou em patamares muito baixos. Em movimento a reboque, o preço de PET BTB veio então abaixo, fazendo o setor operar no vermelho, a ponto de algumas recicladoras fecharem as portas”, descreve o especialista.



Bueno: preços desnivelados encolheram oferta de PET BTB.

Um complicador desse enrosco é o renitente excedente mundial e doméstico de PET virgem, alimentado inclusive pela penetração do reciclado convencional e pela busca incessante de gramaturas e paredes menores, por economia e ambientalismo, em garrafas como as de água mineral. “O setor nacional de PET BTB ainda opera com dificuldade”, lamenta Geronimi, “pois o preço da resina virgem ainda não se recuperou e os índices de coleta de sucata de PET não têm crescido enquanto sobe a demanda de outras indústrias clientes do refugo, como as de têxteis e resinas insaturadas/alquídicas”.

Por essas e outras, amarra o diretor da CPR, o cenário em PET BTB anda pouco atraente para novos investimentos. Para reforçar a oferta do reciclado, ele sugere o cumprimento na vida real de uma determinação da lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS): a responsabilização de

todos os elos da cadeia e sociedade, com penalização dos infratores, pela destinação correta de PET pós-consumo. “Com isso acredito que a coleta, investimentos e metas de incremento do uso de PET BTB aumentarão”, julga Geronimi.

BOA VONTADE FRUSTRANTE

Para Irineu Bueno, de nada adianta apoiar iniciativas de coleta e logística reversa de garrafas de PET se não houver mercado para o reciclado oriundo da sucata recolhida. “Por anos a fio, presenciei o apoio irrestrito de grandes empresas, levadas principalmente por marketing, a cooperativas de catadores e sistemas de entrega voluntária de descarte de PET, iniciativas que nunca decolaram porque a maior oferta de garrafas no passado recente só fazia seu valor cair em virtude do maior interesse pela resina virgem ter baixado a procura pelo reciclado”. O reciclador elogia a nova posição da Coca-Cola e seu poder de sensibilização da sociedade. “Se esse plano sair do discurso, haverá aumento na demanda de reciclado BTB e no preço pago por garrafas descartadas, impulsionando um ciclo virtuoso e sustentável para as embalagens de PET e essa valorização do produto estimulará investimentos na eficiência da coleta do decarte e na oferta do reciclado BTB”, vislumbra Bueno. “No entanto, sendo realista e lembrando outros momentos, reconheço que fatores externos como o preço do barril e de PET virgem podem influenciar negativamente e nos fazer recuar alguns passos no caminho da sustentabilidade”.

Geronimi acha alvissareira a intenção de empresas como a Coca-Cola de aumentar o uso de PET BTB. “Mas, na prática, o melhor que podem fazer é não limitar seu preço do reciclado ao da resina virgem”, pondera. “Haverá

momentos em que o preço de PET BTB não será competitivo e é nessas circunstâncias que, para manter o setor vivo, ele deve flutuar ao sabor da lei da oferta e da procura, o que depende do cumprimento da mencionada regulamentação da PNRS”. Outro estímulo de peso à cadeia BTB, ele emenda, viria do lançamento de embalagens de concepção norteadas pelo seu ciclo de vida e reciclabilidade.

CADEIA DESARTICULADA

Um nervo exposto na reciclagem brasileira de plásticos é a falta de isonomia tributária com o polímero virgem. A carga tributária do material recuperado é maior e explica a incidência de informalidade entre recicladores. Do mirante da Coca-Cola Brasil, Thais Vojvodic contesta este descompasso fiscal. “Trata-se de uma frente que a indústria em conjunto tem a oportunidade de se aprofundar para mitigar esse cenário, o que tornaria a logística reversa muito mais viável no país”, ela julga. Mas, além da bitributação (resina tributada na condição virgem e na reciclagem), Thaís enxerga, no âmbito de PET BTB, “uma série de barreiras da cadeia desarticulada e perda de material ao longo dos processos”, afirma.

Em tese, Geronimi concorda com o repúdio à bitributação colocado pela porta-voz da Coca-Cola Brasil. “Mas não vejo a cadeia de reciclagem desarticulada, pois, se assim fosse, inexistiriam os altos índices de reaproveitamento registrados em PET e alumínio”, contrapõe o diretor da CPR. “Ocorre que a coleta e prensagem do descarte de PET é realizada com frequência na informalidade por agentes muito frágeis, os catadores e sucateiros, dificultando assim a operação dos recicladores e inibindo novos investimentos no segmento. A implantação de fato da PNRS contribuiria para a expansão da

coleta seletiva e incremento das centrais de triagem, gerando mais refugo reciclável de fontes formais”.

Irineu Bueno tem outra opinião. Ele concorda com Thais que a cadeia nacional de reciclagem de PET está desarticulada. “O desarranjo provém da localização dos grandes transformadores e de incentivos a produtos importados”. O maior potencial de reciclagem, argumenta o dirigente da

Vista com reservas pela executiva da Coca-Cola Brasil, a falta de isonomia tributária entre resina virgem e reciclada faz parte, associa Bueno, da barafunda fiscal nacional. “Não resultou vantajosa a ida de transformadores de PET para Pernambuco e Amazonas, pois os custos logísticos, a concorrência com empresas incentivadas do Mercosul, a dificuldade local de recrutar mão de obra qualificada,



CPR: esperanças de dias melhores com o cumprimento de fato da lei da PNRS.

Global PET, fica onde há maior consumo de produtos, no Sul e Sudeste, enquanto políticas carentes de nexos aboletaram a cadeia das pré-formas em Pernambuco e em outros países do Mercosul. “Decerto não se pensou em custos logísticos na localização dos dois produtores de PET no país, a 3.000 km do Sudeste, nem nos prejuízos causados pela importação de pré-formas com isenções tarifárias”, ele ironiza”. Para a Global PET sempre foi muito frustrante ofertar a grandes transformadores PET BTB a preços competitivos, mas que não comportavam o valor estipulado por tonelada, de US\$600 a 800, para levar o reciclado da nossa sede, em São Carlos, interior paulista, para Pernambuco ou Manaus”.

infraestrutura a desejar e a queda na demanda acabaram consumindo todo o lucro acalentado com essa estratégia”, avalia o reciclador. “Desde 2017, boa parte da capacidade instalada no país para transformar PET vem sendo desmontada, enquanto a do Paraguai cresce a passos largos”.

Para acertar os ponteiros, Bueno é pelo fim de todos os incentivos fiscais e redução da carga tributária para todas as empresas. “Se isso acontecesse, seriam muito beneficiadas empresas como a Global PET, de estruturas enxutas, focadas na qualidade e custo e que nunca tentaram sobreviver repousando sobre imposto declarado e não pago”. •



TENDÊNCIAS

FIDELIZAÇÃO/POUCHES

A venda começa na entrega

O chamariz da conveniência e soluções de abertura e fechamento explicam o afã de um enxame de indústrias de alimentos em substituir embalagens rígidas por stand up pouches (SUP). Do outro lado do balcão, a consequente multiplicação de fabricantes desse flexível laminado inspira fornecedores capitalizados a investirem em atividades pós-venda para saltar da vala comum da concorrência. Entre elas, são perscrutadas as possibilidades de participar do processo no interior (in house) da fábrica do cliente aliado.

Entra aqui a formatação de SUP in house, disponível numa bifurcação, deixa claro Alan Baumgarten, CEO da **Gualapack Brasil**, formadora de opinião no segmento. Uma das trilhas, distingue o dirigente, é aplainada por equipamentos form-fill-seal (FFS), congregando a formatação, enchimento e envase do SUP. “Nesse caso, a formatação in house acha-se bem disseminada em categorias como atomatados e produtos de limpeza”, pondera Baumgarten. “A transformação da embalagem é inerente ao conceito da instalação FFS, ou seja, o equipamento de envase vinculado ao recebimento do filme. É um método justificável quando se trabalha com versões simples de pouches, e com um único tamanho e volumetria, evitando assim intervenções complexas de set ups e ajustes”.

A outra linha de ação, prossegue Baumgarten, é a formatação do SUP na planta usuária da embalagem. “As máquinas de formatação de pouches pré-formados são

muito mais velozes que as linhas FFS e, portanto demandariam volumes muito maiores para justificar o capital imobilizado num equipamento completo e em recursos operacionais dedicados a um único produto”. O sistema de formatação in house

pode funcionar, considera o CEO da Gualapack, se a empresa cliente se sentir tecnicamente apta a dispor de uma operação industrial fora do seu negócio por vocação. “Isso só faz sentido se a formatação couber a um fornecedor especializado da embalagem”.

Nº1 do Brasil em goiabadas, e vice em atomatados ofertados em pouches, a paulista

Predilecta Alimentos topou a parada. Abriu a filial em Patos de Minas, adquirida há cinco anos da **Unilever**, para debutar recentemente na formatação in house de SUP destinados a vegetais em conserva, tipo ervilha e milho, de braços com sua fornecedora de pouches, a subsidiária local da transformadora norte-americana **Bemis**. Sem abrir o montante aplicado, Manoel Padula, diretor de operações da Bemis para a América Latina, resume a parte de cada parceiro. “A Predilecta disponibilizou o galpão e nós adquirimos o equipamento formador de pouches”. Por atributos como estanqueidade, facilidade de manuseio e flexibilidade de formatos, a escolha recaiu sobre a tecnologia japonesa **Totani**, máquina ativada em novembro último e que deve



Padula: Bemis banca soluções customizadas de embalagens.



Vegetais da Predilecta: pouches formatados in house pelo equipamento Totani.

quintuplicar a produtividade da Predilecta nessa atividade, atingindo a marca de seis milhões de pouches mensais de vegetais. “A formatação in house vale pelo ganho logístico em frete, proximidade do cliente da embalagem e redução do lead time”, sumariza Padula. “Seu sucesso depende da garantia de um volume mínimo de produção capaz de viabilizar a absorção dos custos fixos”.

Padula não desce aos pormenores do pouch remetido da planta da Bemis em Londrina, norte paranaense, até Passos de

Minas. “Em linhas gerais, esse laminado possui três tipos de substratos plásticos, além de tintas e adesivos passíveis de suportar a autoclavagem”. Fora o caixa para comprar equipamentos de soluções customizadas, o pulo do gato da Bemis, é a expertise acumulada em Londrina na produção de filmes de até nove camadas, formulação de tintas e adesivos, impressão flexo e roto e no trabalho com

laminadoras duplex. Para implantar a formatação na Predilecta, a Bemis recrutou 14 contratados. Perguntado se o cliente poderia transpor essa parceria a outras fábricas e produtos, Padula passou a bola para a Predilecta. Mas aí ela silenciou. •



Baumgarten: operação viável para pouches de um único tamanho e volumetria.



Some Valor a seu Master

Nossos **Carbonatos de Calcio**, enriquecem seus **Masterbatches**.

Com nossos produtos terá as **seguintes vantagens**:

- **Máxima produtividade**
- **Diminuição do consumo de aditivos**
- **Redução do consumo de TiO_2 em Master puro**
- **Consistência no desenvolvimento de cores**
- **Redução da espessura** (filme e lamina)
- **Excelente dispersão de aditivos e pigmentos**
- **Melhor resistência ao rasgo, furo e impacto** (filme)
- **Anti fibrilante** (rafia)
- **Resistencia a fusão** (nao tecido)
- **Melhor resistência a fogo** (compostos HF – FR)

Adicione **Valor** a seus **Masters** com nossas soluções.



Ventas: Barcelona • España

Tel.: +34 934 545 388 • www.reverteminerals.com • info@reverteminerals.com

Polímeros de alta performance Vistamaxx™

Conduzindo o avanço de seu negócio

Adicione os polímeros de performance Vistamaxx™ aos seus compostos masterbatch para:

- ↻ Melhor dispersão
- ⚙ Processamento mais fácil
- 💰 Economia com os custos de pigmento

Use Vistamaxx em aplicações com alto teor de carga, como revestimento de carpete, ímãs flexíveis ou para-lamas de caminhão, mantendo a flexibilidade mesmo com teor de carga superior a 75%.

Para saber mais, entre em contato conosco:

contactus-am@exxonmobil.com

Descubra como Vistamaxx pode inspirar suas próximas inovações em:

exxonmobilchemical.com

Energy lives here™

ExxonMobil