

COM TUDO NO LUGAR

**POR QUE AS INDÚSTRIAS DE
LIMPEZA & BELEZA
SÃO SÓ ALEGRIA PARA
OS PLÁSTICOS**

DISTRIBUIÇÃO

Na torcida por
uma virada para
salvar o ano

BOPP

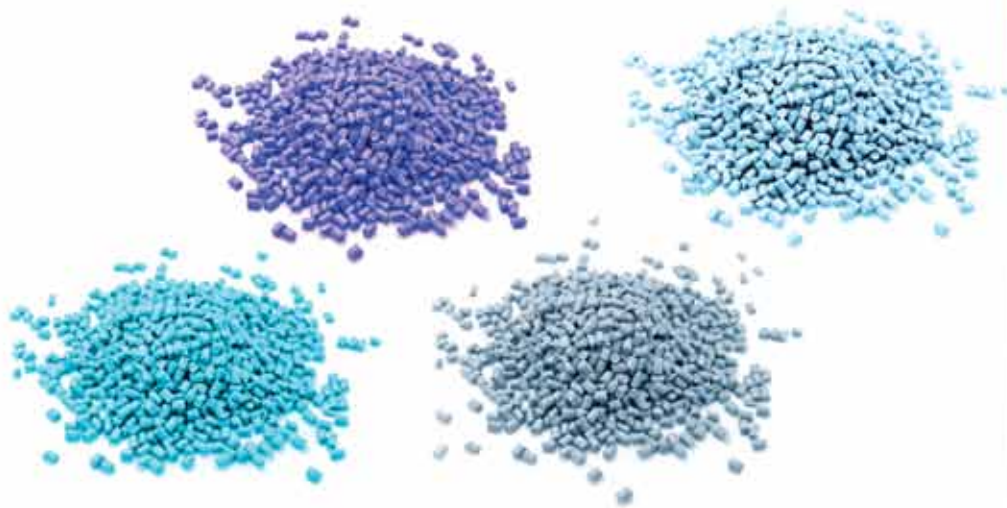
Um intrigante hábito
do consumidor de
biscoito de polvilho



Masterbatches e Compostos Engeflex. Sinônimo de Clientes Satisfeitos.



Experiência, inovação, pesquisa e tecnologia, que se traduzem em produtos de alta qualidade que atendem a todas as expectativas do cliente.



ENGeflex 30 ANOS

- Concentrados Brancos
- Concentrados Pretos
- Concentrados Coloridos
- Concentrados de Aditivos
- Compostos

A Engeflex oferece uma escala completa de cores com efeitos metalizados, policromáticos, fluorescentes, fosforescentes, translúcidos, entre outros.

ISO 9001


15 3388-3444
www.engeflexdobrasil.com.br

Unidade São Paulo
Sorocaba | SP

Unidade Bahia
Vitória da Conquista | BA

Unidade Rio de Janeiro
Valença | RJ

Óleos na pista



O governo tenta acordar a indústria pela via direta dos investimentos públicos. É aqui que mora o perigo.

“O futuro é mais difícil de prever do que as pessoas em Wall Street gostariam que você acreditasse”, conclui o jornalista Michael Lewis em seu livro “Bumerangue-uma viagem pela economia do novo Terceiro Mundo”. Essa supremacia da incerteza também grassa no Brasil. Em raros momentos as projeções para o PIB foram tantas vezes revisadas para baixo — e já a partir do primeiro trimestre- como este ano. Puxada pela queda apontada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) nos setores automotivo e de alimentos, a indústria amargou redução de 3,4% na produção acumulada de janeiro a maio último frente ao mesmo período no sofrível 2011. Foi o maior recuo desde setembro de 2009.

Aferrado à terapia dos estímulos setoriais, a exemplo da temporária redução do IPI para linha branca, móveis e veículos, o governo reduziu mais as taxas de financiamento do BNDES e lançou ao final de junho o PAC Equipamentos. Em essência, uma bolada de R\$ 8,4 bilhões será destinada para aquisição, pelos órgãos públicos, de caminhões, veículos militares e máquinas para a construção civil, este aliás um setor já bafejado, para júbilo de PVC, pelo crédito facilitado para habitação e isenções fiscais na compra de materiais para obras.

Dessa vez, porém, o governo tenta acordar a indústria pela via direta dos investimentos públicos. Começam aqui as pedras no caminho, pois todo ano crescem os recursos do governo para investimentos que, ao final das contas, não conseguem deixar os cofres. Os suspeitos de sempre envolvem causas a exemplo de projetos malfeitos ou desentendimento de parceiros, sejam privados ou não. Ou seja, não falta dinheiro, mas gestão. Entre as referências que falam por si, reluzem a demora na liberação de licenças por órgãos ambientais, ou então, a refinaria da Petrobras em Abreu e Lima, em Pernambuco. Deverá ser inaugurada ao final de 2014, com quatro anos de atraso e custo orçado agora em R\$ 42 bilhões, muito acima da estimativa original de R\$ 4,75 bilhões.

E não dá para tapar o sol com peneira: outro óleo no meio da pista das intenções do governo é a corrupção, em elo indissolúvel com a má gestão do poder público. Não é à toa que uma corrente — cética ou realista? — vaticina que cada veículo do PAC Equipamentos sairá pelo preço de uma frota. “Saber onde termina o desperdício e começa o furto quase não importa: um mascara e permite o outro. Simplesmente se pressupõe, por exemplo, que quem trabalha para o governo está ali para ser subornado”, escreve em seu livro Michael Lewis a respeito da ...Grécia.

SUMÁRIO

VISOR

6 DISTRIBUIÇÃO

Rede Braskem e importadores de PP e PE avaliam com cautela as chances de retomada do consumo

OPORTUNIDADES

17 MEXICHEM

Como a tecnologia Wavin vai fazer a diferença em tubos

18 PLASTILT

Nova fábrica e estreia em portas sanfonadas

CONJUNTURA

20 ARGENTINA

O consumo de plástico aumenta mas a instabilidade atormenta

SENSOR

26 CORR PLASTIK

Sérgio Monteiro reclama da falta de continuidade em investimentos de infraestrutura

RASANTE

28 PLANO GERAL

Curtas, quentes e cáusticas

3 QUESTÕES

58 POLYMER CONSULTING

Robert Bauman expõe as fragilidades da rota nafta perante a do gás natural turbinada pela via do xisto

SUSTENTABILIDADE

60 PIRAMIDAL

Distribuidora aposta em bioaditivo australiano

LUNETA

61 BANDEIRANTE

Ascensão dos potes de PET no exterior

MARKETING

63 Lançamentos de produtos e serviços

TENDÊNCIAS

66 CASSINI

A luta para melhorar a embalagem de biscoitos de polvilho

32 ESPECIAL

LIMPEZA & BELEZA

O plástico faz a festa nesses dois mercados imunes a crises



Junho 2012
Nº 582 - Ano 50

Diretores

Beatriz de Mello Helman
Hélio Helman

REDAÇÃO

Diretor

Hélio Helman
editor@plasticosemrevista.com.br

Fernanda de Biagio

reporter@plasticosemrevista.com.br

Direção de Arte

Flávio Toshiaki Horita
producao@plasticosemrevista.com.br

ADMINISTRAÇÃO

Diretora

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

Publicidade

Jalil Issa Gerjís Jr.
Sergio Antonio da Silva
comercial@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\$ 90,00

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 Itambé, 341 - casa 15

São Paulo-SP - CEP 01239-001

Telefax: 3666-8301

e-mail: definicao@definicao.com.br

www.plasticosemrevista.com.br

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

CTP e impressão

Ipsis Gráfica e Editora S.A.

Capa

Flávio Toshiaki Horita

Foto da Capa

Shutterstock



Dispensada da emissão de documentação fiscal, conforme Regime Especial -

Processo DRT/1, número 11554/90, de 10/09/90

Circulação: Julho/2012

MEMBRO DA ANATEC

Associação das Editoras de Publicações Técnicas Dirigidas e Especializadas

VENHA SOMAR COM A MAIS POLÍMEROS.

Visite a Mais
Polímeros
na Interplast 2012
20 a 24 de agosto
Joinville - SC



A MAIS POLÍMEROS DISTRIBUI MUITO MAIS DO QUE RESINAS TERMOPLÁSTICAS. ENTREGAMOS QUALIDADE PORQUE COLOCAMOS NOSSOS CLIENTES EM PRIMEIRO LUGAR, OFERECENDO DIFERENTES SOLUÇÕES PARA CADA NECESSIDADE. ESSE É O NOSSO COMPROMISSO E O NOSSO DIFERENCIAL!

EQUIPE TREINADA | PRONTO ESTOQUE | PONTUALIDADE | ASSISTÊNCIA TÉCNICA

mais
POLÍMEROS

ENTREGAMOS SEMPRE MAIS.

DISTRIBUIDOR: **Braskem** **UNIGEL**

PP | PEAD | PEBD | PELBD | EVA | PS

PARCEIRO: **adirplast**

PARQUE EMPRESARIAL ANHANGUERA - ROD. ANHANGUERA, KM 33 - RUA SERRA NEGRA, S/N - LOTE 12 - CAJAMAR - SP - CEP 07750-000
SÃO PAULO (11) 4446 4444 - PARANÁ (41) 3557 2302 - MATO GROSSO DO SUL (67) 3522 2800 - WWW.MAISPOLIMEROS.COM.BR

Da UTI para a semi

Após semestre ruim, distribuição oficial de PE e PP aguarda melhora acanhada no resto do ano.



Por falhar tanto nas previsões econômicas, Guido Mantega inspira reações como recente comentário de um leitor sobre como tem sido bem sucedido por agir na contramão do ministro da Fazenda. Em defesa de Mantega, é preciso considerar, mais que a sinceridade, o peso do cargo por trás das suas róseas expectativas. Pela sua penetração no cotidiano, o plástico é aceito como um sensor informal da economia. Nesse caso, a julgar pela percepção dos varejistas de resinas – distribuidores e importadores – sobre o humor dos transformadores na virada do semestre, é preciso o otimismo do ministro para segurar a previsão de salto ao redor de 5% em volume e 14,5% no faturamento de 2012, ventilada em março pelo megafone do ramo, a **Associação Brasileira dos Distribuidores de Resinas e Bobinas Plásticas de BOPP e BOPET (Adirplast)**.

Na rede de distribuição de polietileno (PE) e polipropileno (PP) da **Braskem**, paira a desconfiança após um primeiro semestre frustrante, sob o intrigante contraste da demanda em baixa e nível de emprego recorde. Com medidas do governo, a segunda metade no ano desponta com condições melhores para os negócios, embora ainda longe de oferecer uma boa janela de oportunidades, pondera Wilson Cataldi, sócio executivo da **Piramidal** e vice-presidente da **Adirplast**. Enquanto nos primeiros meses de 2012 a demanda fraca e entrada de importados acabados colocaram em xeque o setor de transformação, com o anúncio do fim da guerra dos portos estaduais em 2013 (já em vigor em Santa Catarina), o fluxo de artefatos estrangeiros já diminuiu, constata o distribuidor. Além do mais, a baixa de juros, desoneração tributária para alguns segmentos e a va-

lorização do dólar ante a moeda brasileira, acaloram as perspectivas, ele avalia.

É possível também que a inadimplência, que alcançou no semestre inicial níveis nunca vistos na transformação, segundo o diretor, volte a patamares mais aceitáveis. “Ela aumentou significativamente e se estabilizou no alto”, situa. Há vários fatores que contribuíram para essa situação cavernosa, analisa Cataldi. Em 2010, aponta, os transformadores em geral investiram em máquinas esperando alta na demanda. Como isso não aconteceu, hoje as empresas estão endividadas e com equipamentos ociosos. Por tabela, fecha Cataldi, esse contingente de transformadores não consegue renovar linhas de crédito ou, se bem sucedidos, estas não fazem jus às necessidades das operações. A concorrência com transformados importados e a implementação da nota fiscal eletrônica, que combateu a

É sempre importante lembrar algumas características que fazem uma empresa se tornar reconhecida em um mercado tão competitivo.

Expertise Comprovada

Qualidade em Atendimento

Compromisso com o Cliente



Quando você estiver procurando por soluções eficientes em resinas termoplásticas ou filmes de BOPP, **conte com a gente!**



30 Anos ao seu lado!

Distribuidor Autorizado de Resinas:



VIDEOLAR



Distribuidor Autorizado de Filmes de BOPP:

VIDEOLAR



Matriz: São Paulo:(11) 2067-2222
Escritórios: Bauru/SP:(14) 3284-6565 / Paraná:(41) 3324-5674
Santa Catarina:(47) 3241-4848 / Rio Grande do Sul:(54) 3223-1319

www.replas.com.br





Cataldi: medidas do governo surtirão efeito na distribuição.

sonegação, pretejeram o enrosco.

Cataldi faz coro com varejistas do setor e não acredita em escalada

de importações até dezembro, visando aproveitar até a última gota o incentivo fiscal portuário com dias contados. “Além de não ser simples a tarefa de transferir desembarques de um porto a outro, o dólar oscilando acima dos R\$ 2 deixa a cadeia mais apreensiva”, considera o calejado distribuidor. No arremate, insere, a demanda anda por ora um tanto incerta para voos mais altos na composição de estoques. Com isso, a Piramidal sentiu uma guinada a seu favor. “Consumidores antes abastecidos exclusivamente por resina importada começaram a procurar a distribuição oficial. Inclusive, sentimos a retomada de participação em clientes an-

tigos”, comemora o agente da **Braskem**.

Cataldi aposta na permanência da configuração atual da rede Braskem – por sinal, **Sasil** e **Activas**, tal como a revenda **Dax**, não deram entrevista. A pergunta bala de prata é se, mantido o presente cenário, o grupo petroquímico pretende tomar a iniciativa de descartar seus agentes menos capitalizados para suportar a magreza da demanda ou se prefere esperar na praia para vê-los, anêmicos, atirar a toalha e pedir baixa da rede distribuidora.

A Piramidal, sustenta Cataldi, fez a lição de casa para se manter competitiva em meio à zona de turbulência na qual se debate o varejo do plástico, caso do

BRASKEM

FALSO BRILHANTE



Dumont: fraudes no varejo de poliolefinas.

Sem enxergar enfraquecimento na capitalização da sua rede, a **Braskem** alerta para casos isolados de falsificação de seus produtos e certificados. Trata-se de resinas vendidas por canais fora do circuito oficial e a prática, alerta Cesar Dumont Rodrigues, diretor comercial de polietileno (PE) para flexíveis, representa prejuízos e problemas de qualidade para a cadeia de transformação. Dumont não esclarece se a pirataria foi comprovada nas resinas ou na sacaria, não especifica os grades e a documentação fraudada nem os locais, denunciadores e infratores.

Retomando o fio da distribuição, o diretor assinala que sua rede responde pelo atendimento nacional a cerca de 5.000 clientes de PE e polipropileno (PP). No time atual jogam sem limitação geográfica **Piramidal**, **Activas**, **Mais Polímeros**, **Sasil**, **Fortymil** e **Eteno**. “Não temos planos de mudanças na rede”, avisa Dumont. Em paralelo, ele não descarta a hipótese de a empresa estudar a abertura da rede a empresas que distribuem as resinas da Braskem nos Estados Unidos e Europa. “Oportunidades assim serão conduzidas e construídas pela Braskem em parceria com algum ou alguns dos agentes que compõem a rede oficial”.

Dumont se esquia de precisar o giro esperado de cada agente, informando apenas que os volumes diferem. “Cada distribuidor tem metas e regras a atender”, comenta. A distinção é lógica pois, por exemplo, não há como equiparar operações suprarregionais, como as da Piramidal e Activas, com a comercialização da Eteno, mais focada no Nordeste. Conforme reitera o diretor, a equipe da Braskem se reúne periodicamente com a distribuição para definir ações e metas e, na pauta atual, consta o combate à falsificação de produtos.

Para complicar o enrosco, esse problema eclode num cenário de nervosismo instaurado pela apontada perspectiva de recuo nos preços internacionais de PE, o termoplástico mais consumido, efeito da recessão global e do viés declinante das cotações da rota do gás natural, bem mais barata que a da nafta, dominante nas plantas da Braskem. Por sinal, os analistas confiam que a queda nas cotações internacionais de PE tende a piorar à medida em que tomarem corpo os volumes de um novo parâmetro global dos custos da resina: o eteno extraído do gás de reservas norte-americanas de xisto. Dumont deixa claro que oscilações nos preços são inerentes ao negócio petroquímico. “A Braskem define sua política de preços para cada momento, considerando os movimentos internacionais e taxas de câmbio, buscando diminuir a volatilidade no mercado brasileiro”. Segundo divulgaram fontes como Abiplast e a consultoria MaxiQuim, desde 2010 os preços das resinas da Braskem subiram em média 18% contra 10% na Europa, 2% nos EUA e -4% na Ásia.

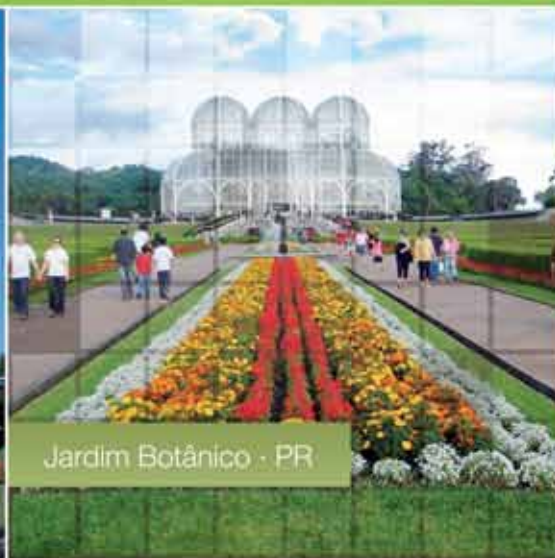
Venha com a Piramidal pelo Brasil afora



Praia do Mariscal - SC

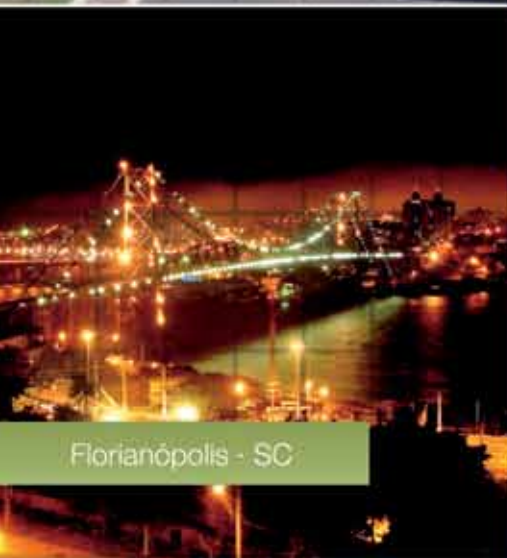


Gramado - RS



Jardim Botânico - PR

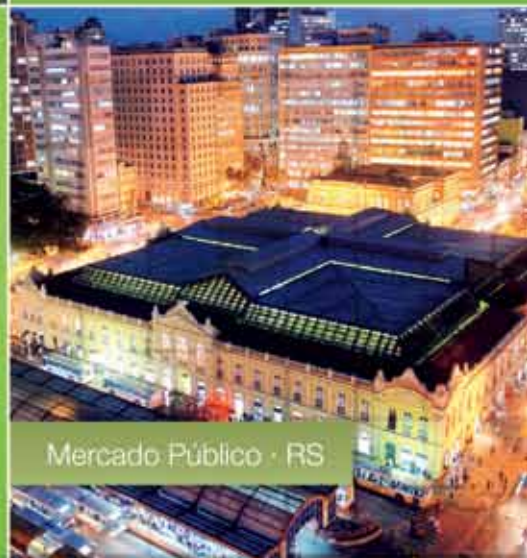
A Piramidal está saindo para mais uma entrega. Agora, nosso destino é a Região Sul, e essas são algumas das coisas que veremos por lá.



Florianópolis - SC

Oferecendo a melhor distribuição de resinas, a Piramidal passa por inúmeros estados e encontra clientes e amigos pelos quatro cantos do Brasil. Até a próxima parada!

Piramidal
Sempre ao seu lado,
em algum lugar do Brasil.



Mercado Público - RS

RESINAS COMMODITIES

PEBD • PEBDL • PEAD • EVA • PP HOMOPOLÍMERO • PP COPOLÍMERO • PP RANDOM • UTEC-FLEXUS • POLIESTIRENO CRISTAL E ALTO IMPACTO • MASTERBATCHES E ADITIVOS

RESINAS DE ENGENHARIA

COMPOSTOS DE POLIPROPILENO • ABS • SAN • POLICARBONATO • BLENDA DE POLICARBONATO + ABS
ACRÍLICO • NYLON 6 E 66 • POLIACETAL • BORRACHAS NATURAIS E NITRÍLICAS • TPV • TPE • PBT • NORYL E ASA



Braskem

SBC Plastik
سبايك
Distribuidor Autorizado



KEPITAL



STYROLUTION

Honeywell



UNIGEL



CONTACT CENTER 4003.6777 (ligação direta, dispensa o uso do DDD)

www.piramidal.com.br

rearranjo de suas instalações e cortes de pessoal e frota. Pioneira nacional num punhado de ações para profissionalizar a gestão do negócio de comercializar resinas, a Piramidal, Cataldi avisa, lapidou recentemente vários controles e processos, a exemplo da racionalização de espaço nos centros de distribuição, diversificou o portfólio pelo flanco das especialidades (veja em Sustentabilidade), para crescer e atenuar o inverno sobre o varejo nacional de PP e PE. Ainda em junho, por sinal, o sócio minoritário Roberto Cuschnir deixou a Piramidal, controlada agora apenas por Cataldi e Amauri dos Santos.

Daniela Guerini, presidente da distribuidora **Mais Polímeros** e diretora da **Adirplast**, também pressente clima de melhora no segundo semestre e antevê crescimento total de 2-3% no desempenho do setor de distribuição em 2012 sobre as 505.000 toneladas de

resinas comercializadas no ano passado. PE e PP, emenda a agente da Braskem, correspondem a 80% deste volume total dimensionado pela Adirplast. Mas será uma parada federal, ela aquilata, buscar compensar a queda de 6% vista no primeiro quadrimestre versus o mesmo período do exercício anterior. Com seus olhos verdes presos ao banco de dados da Adirplast, Daniela reconhece que a distribuição oficial perdeu espaço significativo para importados em 2011 e, ao longo deste ano, deve vingar um ajuste e retomada da fatia da resina nacional no mercado doméstico. Apesar do fim dos portos incentivados, a queda na demanda nos Estados Unidos e Europa, combinada com a desaceleração do consumo chinês, geram preocupantes excedentes no mercado global. “Assim, o Brasil se torna alvo interessante dessa oferta de resinas no exterior”, ela adverte.

Desde o início do ano, a Mais Polímeros sente a escalada da inadimplência e aumento de pedidos de prorrogação e renegociações. Para lidar com esse fio desencapado e de alta tensão, Daniela explica que sua empresa focou em maior rigidez na concessão de crédito e cobrança de juros. “Foram medidas necessárias para evitar desequilíbrios e manter a saúde financeira do negócio”. Algumas ações, inclusive, resultaram na perda de relacionamento com importantes clientes, ela abre.

Diante das margens comprimidas na comercialização de PE e PP, a empresa está atenta a oportunidades de redução de custos e ganho de



Daniela: inadimplência custou perda de clientes.

escala. Assim, Daniela enxugou a estrutura, investiu em filial no Mato Grosso do Sul, aprimorou operações na unidade do Paraná e apostou na penetração em mercados fora do Estado de São Paulo, onde está sediada. Daniela também negocia há bom tempo a entrada em especialidades e polímeros de engenharia. “Estamos em fase final de estruturação”, ela solta lacônica. Já a distribuição de artefatos acabados ou a imersão em atividades de industrialização de matérias-primas estão fora a curto prazo do escopo da Mais Polímeros.

Embora ponha fé na competitividade da Braskem, sua bandeira em poliolefinas, Daniela acredita que o polietileno norte-americano, obtido do segundo eteno mais barato do mundo, originário do gás natural extraído de reservas de xisto, vai ameaçar a rentabilidade e mercado do termoplástico brasileiro, predominantemente procedente de eteno da rota nafta.

Ricardo Mason, sócio e diretor da distribuidora **Fortymil**, culpa exclusivamente o baixo consumo pela retração da indústria transformadora na primeira metade do ano. “A melhora virá no segundo semestre”, prevê. Para ele, com a diminuição no fluxo de importações, impulsionada pelo fim da guerra dos portos – principalmente em Santa Catarina – junto à elevação do dólar, a



Braskem: pressões internas e externas sobre preços de PP e PE.

TAMBÉM SOMOS
VERDES!



**I'm
green**

TM

Contribuindo com a sociedade, com o meio ambiente e buscando sempre o diferencial, a ACTIVAS agora é distribuidora oficial do Plástico Verde, um produto mundialmente reconhecido e premiado por trazer uma proposta sustentável e ainda preservar as características de um Polietileno tradicional. O PE verde é obtido através do etanol da cana-de-açúcar que contribui para a redução dos gases de efeito estufa.

Procure nosso departamento técnico e esclareça suas dúvidas. Oferecer atendimento técnico personalizado e produtos cada vez mais sustentáveis é um compromisso que assumimos com você.

Nossa química é a distribuição verde.



activasbrasil



@activasbrasil



activasbrasil



Braskem

► Distribuidor Autorizado

ACTIVAS®
Distribuição de Resinas Termoplásticas

Activas Nordeste (81) 3476-5050 • Activas Rio de Janeiro (21) 2240-5200 • Activas São Paulo (11) 3525-5000
Activas Paraná (43) 4001-5255 • Activas Santa Catarina (47) 3437-5001 • Activas Rio Grande do Sul (54) 3028-9400



Mason: estrutura da rede Braskem vai permanecer.

participação da distribuição oficial na demanda tende a crescer. Preços internacionais, ele julga, ditarão o ritmo de desembarques a partir de agora sem o ônus dos incentivos fiscais portuários. “Não acredito em superestocagem pelos transformadores no segundo semestre”, aponta Mason, por sinal, confia em queda ainda maior do material importado no ano que vem. Quanto à inadimplência, o executivo sentiu uma piora no início do ano, “mas os níveis já voltaram ao habitual”.

Segundo ele, a rede Braskem está enxuta e o desenho atual deve permanecer. Enquanto isso, a Fortymil diversifica

a atuação com a produção de resina reciclada, compostos, micronizados e prestação de serviços a terceiros. Para Mason, os grades de PE via shale gas dos Estados Unidos também não traduzem paralisia futura para a resina nacional. “Os mercados sempre terão volatilidade e oportunidades, mas acreditamos em nosso modelo de negócios”.

Em linha algo mais otimista, Odair Fernandes Ruiz, dirigente da pernambucana **Eteno**, agente da Braskem no varejo nordestino, projeta crescimento da demanda doméstica por PE e PP entre 3% e 5% sobre 2011, resultado do estímulo do governo à economia e consumo. Historicamente, ele compara, o comportamento é de vendas mais fortes no segundo semestre. A distribuição oficial também ganha com a valorização do dólar, que inibe um pouco o fluxo de importações. A fatia da rede nacional, Ruiz estima, deve avançar pelo menos 5% com relação a patamares anteriores.

Para Ruiz, a rota norte-americana do shale gas já inquieta a cadeia brasileira, mesmo antes da estreia, estimada para depois de 2014, dos grandes crackers de eteno/PE prometidos por grupos como



Ruiz: crescimento na demanda doméstica por PE e PP entre 3% e 5% este ano.

Shell, Dow e Chevron. “Haverá espaço para a resina nacional e a importada, mas não podemos esperar que o produtor nacional permaneça inerte diante de ameaça dessa magnitude”, pondera o distribuidor. Quanto ao número de distribuidores oficiais, Ruiz crê em mais consolidação pela frente na rede. “Irão permanecer aqueles com melhor desempenho”.

A Eteno, admite Ruiz, também sentiu um aumento na inadimplência em sua clientela, levando a empresa a precauções lógicas, como endurecer o crivo na concessão de créditos a novos nomes na carteira. Aliás, para compensar a pressão nas margens na comercialização de poliolefinas, o distribuidor confirma volta e meia avaliar a possibilidade de incorporar serviços e atividades industriais ao perfil da Eteno. De qualquer forma, considera o agente, “o negócio de distribuição deve se sustentar sem precisar ser subsidiado por outras atividades”, ele vaticina. Sobram adeptos dessa tese no ramo, bem acolhida em particular em tempos de bonança. Mas quando o balanço encolhe e a batalha aumenta a vocação empresarial é, como a verdade, a primeira vítima nas guerras, como demonstram diversos distribuidores de resinas hoje às voltas com a produção de compostos e masterbatches e com a revenda de aditivos e até filmes biorientados. •



Masterbatches: alternativa para resguardar as margens na atividade de distribuição de resinas.

Sasil, Variant e Triflex: juntos, transformamos o mercado distribuidor de termoplásticos.



Há mais de 30 anos fazemos parte da sua vida. Nós distribuímos os produtos que tornam possível o desenvolvimento e o avanço da nossa sociedade. Aqui você tem sempre a certeza de receber o melhor apoio técnico e as melhores condições de pagamento, fazendo sempre um bom negócio. Tudo isso, porque nós sabemos que sua vida depende muito do nosso trabalho.



DISTRIBUIÇÃO DE QUÍMICOS E TERMOPLÁSTICOS

SASIL - PE (81) 3476.7550 SASIL - RS (51) 3375.1800 SASIL - SP (11) 5049.7900
VARIANT - SP - RJ - ES 0800 771 7377 TRIFLEX - BA (71) 3215.8305

EASTMAN **Braskem** **innova**

PRODUTOS: PE, PP, PS, PVC, EVA, ABS, Copoliésteres, Tritan e SAN

A coisa aqui tá preta

Enfraquecidos, importadores de poliolefinas encaram uma via crucis



four de ases na mão. “Trata-se da maior oferta de resinas em bases competitivas, inclusive porque os principais centros produtores do mundo apresentam excedentes resultantes do esfriamento da demanda internacional”. Ferraz alinha-se entre quem conta com o histórico aquecimento do consumo de julho a dezembro, bombeado por redução da inadimplência e pelo capital injetado pelo governo em infraestrutura para as próximas Copa do Mundo e Olimpíadas.

Osvaldo Cruz, gerente geral da **Ravago do Brasil**, agente de PE da Dow e importador autônomo de PP, não é chegado a lentes de contato cor de rosa. A seco e a frio, ele acha que o declínio das importações e os níveis de inadimplência presenciados no primeiro semestre prosseguirão nos seis meses finais. Mas o enxame de variáveis e incertezas em campo, a exemplo do comportamento do dólar frente ao Real, impede previsões com grau maior de nitidez, alega Cruz. “Vivemos tempos de intervenção governamental com peso muito grande, capaz de mudar a lógica econômica e, no mercado externo, o negócio de importar depende do quanto recuarão os preços internacionais das resinas e até quando as petroquímicas suportarão operar com margens estreitas”. Também para aliviar algo dessa cinzenta perspectiva de crescimento bem moderado para a demanda brasileira de PP e PE, a Ravago, informa Cruz,

A reboque da demanda em queda e dólar em alta, manda a lógica que as importações de polietilenos (PE) e polipropileno (PP), os termoplásticos mais consumidos, façam meia volta este ano. “Vários outros fatores contribuem para esse balanço negativo, como a entrada de manufaturados importados, o aumento da inadimplência e a perda de competitividade da indústria geral”, pondera Antonio Celso Ferraz, diretor comercial da **Resinet**, agente em PE da **Dow** e importadora independente de PP.

Embora a resolução de alcance nacional entre em vigor em 2013, o

fim dos incentivos fiscais estaduais às importações, norma já adotada em Santa Catarina, já influi no arrefecimento das importações de PP e PE este ano. “Assim, importadores não comprometidos com o mercado interno tendem a perder o interesse em manter o negócio, pois as margens baixaram bastante”, enxerga Ferraz. No arremate, ele conclui, essa retração bafejou a resina nacional com uma recuperação da sua fatia de mercado na primeira metade do ano. Jogando o jogo dos confiantes no aumento do consumo no segundo semestre, Ferraz considera que, apesar do câmbio, as matérias-primas do exterior têm um



Ferraz: queda abrupta das margens nas importações.

está se adequando ao trabalho com resinas de engenharia e especialidades. “A vida do importador será muito mais difícil e seus riscos ficam maiores”, ele nota. “O céu não será o de brigadeiro vivido nos últimos tempos no Brasil”.

Cinturão de ouro nas importações de PE e PP, a **Replas** forma na ala dos que projetam declínio no consumo interno das resinas no exercício atual, mesmo considerando o histórico de reaquecimento da economia na meta de final do ano. “Tomara que isso ocorra, mas o tempo ficou tão nublado no primeiro semestre que, aliado ao dólar valorizado, tende a esfriar o ânimo dos importadores”, julgam

os irmãos Marcos e Marcelo Prando, sócios e diretores da Replas. Essa retração nas compras externas, eles ponderam, zera a hipótese de importadores adquirirem matérias-primas para aproveitar, até dezembro, a fase final de vigência dos incentivos fiscais portuários. Inclusive, com os preços da Braskem mais em linha

com os do exterior, encaixam os dois dirigentes, a tendência é de que traders de PP e PE, voltados ao atacado, acabem batendo em retirada do mercado, por rentabilidade insatisfatória. Agente em PE da saudita **Sabic** e de PP da argentina **Petroken**, a Replas presenciou aumento de leve nos níveis de inadimplência na primeira metade do ano. “Em relação ao mesmo período em 2011, o índice subiu apenas 1,5% devido ao exame com lupa de cerca de 1.200 empresas integrantes da nossa carteira de clientes ativos”, atestam Marcos e Marcelo Prando.

O baixo astral e os volumes menores desembarcados são transitórios para o importador, confia Marcelo Forsini



Marcos e Marcelo Prando: importações em recesso até dezembro.

Martins, diretor comercial da **Polydist**, agente de PP e PE da sul-africana **Sa-sol**. “Em algum momento chegará à acomodação e o mercado se adequará à nova realidade”. O primeiro semestre foi catastrófico, ele concorda, mas o segundo promete desafogo mediante incentivos do governo à indústria e ao consumo, convergindo para a estabilidade ou crescimento inexpressivo este ano versus 2011. “Mais importante é mudar agora a curva da tendência de encolhimento para a de crescimento do mercado”, ele diz. Diante da demanda interna em água morna e, efeito da inadimplência, concessão mais criteriosa de crédito no país, Martins fecha com o time que não

www.polyfast.com.br
polyfast@polyfast.com.br
twitter: @polyfast



É para você que dedicamos mais esta conquista, obrigado pela parceria!
10 anos vendendo qualidade, eficiência e sustentabilidade.

Produtos

ABS PA 4.6 PA 4/T PA 6 PA66 Blenda PA6/ 66 PBT PBTE PET/PBT POM PPA TPC

Consulte-nos

Telefones: (11) 3022.7874, 3023.3529, 2892.3529, 2893.3529
Endereço: Rua Conselheiro Olegário, 221 - Vila Anastácio - SP
Empresa Certificada Norma Iso 9001:2008 pela SGS

Distribuidor Oficial



DuPont
Performance
Polymers

VAREJO RESINAS/IMPORTADORES DE PP E PE



Cruz: incertezas dissipam o céu de brigadeiro.

põe fé em incremento das importações para tirar proveito dos incentivos fiscais vigentes em determinados portos (exceto Santa Catarina, que aboliu o estímulo em

abril) até o final do ano. “A vantagem na aquisição de produtos internacionais ‘baratos’ foi consumida pela alta do dólar e a atual instabilidade desencoraja os importadores”.

Em algum momento, suspira Martins, o mercado das importações “chegará à acomodação e se adequará à nova realidade”. A pergunta de U\$ 1 milhão é se a nova realidade implica um patamar mais baixo de consumo ou a volta a uma demanda feérica. Na foto do momento, em regra os importadores (tal como os distribuidores locais) estão menos capitalizados e o câmbio corrói sua rentabilidade. Em decorrência, sentem o peso da



Martins: câmbio dilui ganhos com resinas internacionais em baixa.

anemia, seja para resistir à travessia de um período de vacas magras de término incerto ou para responder a um reaquecimento da economia, de praxe fugaz feito voo de galinha. •

PLÁSTICOS DE ENGENHARIA

PLÁSTICOS DE ENGENHARIA MENOS EXPOSTOS À FRENTE FRIA

Importadora de acrilonitrila butadieno estireno (ABS) da taiwanesa **Formosa Plastics**, a petroquímica **Innova** estuda a possibilidade de aditivar o copolímero de engenharia em um componedor no país. “Ainda estamos na fase dos cálculos”, esquivam-se de pormenores Fábio Meireles, gerente comercial para poliestireno (PS) e ABS, e Vanessa Strano, da equipe comercial para a resina asiática. Embora boa parte das vendas sejam de ABS natural, beneficiado depois pelos clientes, o fato é que indústrias ligadas a autopeças e linha branca preferem comprar a resina na cor. “Conseguem assim melhores custos, resultado de acordos globais com grandes fornecedores de ABS e copolímero de estireno acrilonitrila (SAN)”, explicam os dois executivos. Em resposta, acentua Meireles, a Innova já acerta com a Formosa o desembarque do polímero na cor especificada pelo cliente e, em paralelo, debruça-se sobre a opção de aditivá-lo aqui.



Meireles: Innova flerta com aditivção de ABS



Coentro: investimentos confiantes no reaquecimento

Escorada na infra de apoio e serviços disponível para seu complexo de estireno e PS em Triunfo (RS), a Innova incrementa o trabalho de homologação de ABS da Formosa no mercado interno. Meireles e Vanessa Strano exemplificam com a homologação em curso em clientes do grade para injeção NX 3400, cujo ponto alto é a excelência no balanço de resistência química, térmica e mecânica, e a resina transparente e de baixo custo AT 5500, proposta para deslocar acrílico em usos como chapas de comunicação visual.

Com estacas fincadas em materiais nobres, nas vestes de agente local da **DuPont** e poliamidas 6 da **DSM** e 6.6 da **Invista**, a **Polyfast Polímeros** prefere em regra importar compostos e blends já formulados. “Tratam-se materiais aprovados por empresas no exterior e no Brasil”, justifica o diretor Wagner Coentro. Para o cliente, pondera, encomendar aqui a aditivção do polímero importado é uma atividade complexa “em função da estrutura fabril”. Embora acene com vantagens como a rapidez na entrega, a hipótese de importar o polímero, aditivá-lo aqui e vender o composto ou blends é descartada por Coentro “por causa da

dificuldade em aprovar o material nas indústrias automotiva e de eletroeletrônicos”. Quanto aos humores da demanda até dezembro, o diretor conta ter ampliado a frota e o quadro de pessoal por confiar nos efeitos de dois aumentos: o do crédito a juros menores e o da demanda interna, plugado em medidas governamentais pontuais e seletivas, caso da redução de impostos na venda de carros.

Tube não é tudo igual

Com a compra da Wavin, Mexichem oferta soluções e sistemas prediais e de infraestrutura sob medida

Tubos e conexões abocanham 43% da demanda global de PVC, na faixa de 36.2 milhões de toneladas em 2011, situa a consultoria IHS. Obcecada por passar de player regional a mundial, a mexicana **Mexichem** formalizou em maio a compra da holandesa **Wavin**, nº1 europeia em tubos plásticos, em transação orçada em US\$ 704 milhões e após três propostas de aquisição recusadas. Embora a Wavin não tenha ativos na América Latina, sua incorporação pela Mexichem sacode os alicerces do principal mercado do vinil na região e o Brasil deve reverberar esses abalos com intensidade.

No tabuleiro latino-americano de PVC, a Wavin age como um energético sobre a Mexichem. Na foto de 2011, tirada pela IHS, a capacidade regional do vinil, da ordem de 1.7 milhão de toneladas em 2011 (1.9 milhão este ano), concentrou-se nas mãos da **Solvay Indupa**, com participação de 33%; **Braskem**, com 31%; Mexichem, com 25% e a venezuelana **Pequiven**, com 11%. Na América Latina, onde a demanda da resina foi orçada pela IHS em 2.1 milhão de toneladas em 2011, a Mexichem, com produção do polímero no México e Colômbia, sobressai como a única petroquímica verticalizada na transformação de tubos e conexões, alheia à corrente de analistas que desaconselham essa postura do grupo por competir com seus próprios clientes. No compartimento



Harger: soluções sem depender de complementos de concorrentes.

de tubos e conexões, aliás, a empresa é líder na região e só perde para a **Tigre** no Brasil, detentor de 51% do consumo latino-americano de PVC. A unidade colombiana da Mexichem, por sinal, é fornecedora-chave de PVC para suas oito unidades brasileiras de tubos sob as marcas **Amanco** e **Plastubos**.

A Mexichem Brasil não abre por ora os produtos e tecnologias Wavin passíveis de nacionalização nem os investimentos necessários para tanto. “Ainda está em definição se a marca Wavin será comercializada no país”, deixa em suspenso Mauricio Harger, vice-presidente executivo da Mexichem Brasil. “Iremos decerto importar produtos, tecnologias e equipamentos, mas as prioridades ainda não foram determinadas”, ele reitera. Nos últimos anos, a marca Wavin ganhou o

noticiário do vinil como uma das alternativas em tecnologia para a produção de tubos de PVC biorientado, destinados à infraestrutura. Na Colômbia, por sinal, a Mexichem produz esses dutos com coextrusoras espanholas **Molecor**.

“A ideia é maximizar a produção no Brasil para otimizar custos logísticos e o nível de serviço aos clientes”, considera Harger, enaltecendo o entrosamento dos portfólios, plantas, P&D, linhas de negócios e o desdobramento da cobertura geográfica proporcionados à Mexichem pelo controle da companhia holandesa. “No primeiro momento, porém, poderemos trazer itens importados para agilizar a entrada das soluções Wavin nos mercados predial e de infraestrutura do Brasil”.

O dirigente frisa, a propósito, a concepção de sistemas completos como um diferencial da Wavin. “Qualquer sistema que trouxermos terá a melhor solução ao cliente sem a necessidade de complementá-la com produtos de concorrentes”, distingue Harger. Como referência, ele recorre a um tubo de pressão para água potável. “Parece algo simples e único, mas basta o cliente definir sua necessidade para Wavin oferecer o melhor produto para cada terreno, qualificação de mão de obra ou tempo de instalação”, ele pontifica, inserindo que o conhecimento da grife holandesa estende-se ao trabalho com polipropileno, polietileno e polietileno crosslink. •

Movida a nichos

Como a Plastilit cresce e abre o leque enquanto a construção civil desacelera



Conexões prediais: Plastilit é o quarto produtor no país.

De janeiro a maio último, a **Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (Abramat)**

captou uma piora no balanço suficiente para a entidade alterar de 5% para 3,4% a projeção de crescimento do seu setor este ano. Na contramão da sinistrose, a paranaense **Plastilit** não só singrou no mesmo período em vendas ascendentes de tubos prediais como aumenta seu biceps com nova fábrica, na ativa a partir de agosto, e ainda estreia em portas sanfonadas de PVC através da controlada **Polifort**.

Não passam em branco para a empresa os relatos sobre construtoras endividadadas até o talo e, apesar do baixo nível de desemprego, índices recordes de inadimplência. Luis Felipe Morgado, diretor comercial da Plastilit, admite a virada do clima, “mas a construção civil deve manter bons níveis de crescimento, ajudando a elevar o PIB como tem feito nos últimos tempos, seja pelos incentivos governamentais – que surtem,

sim, resultados significativos, seja pela necessidade de gerar unidades de moradias para o país reagir a um déficit habitacional na casa de 5,5 milhões de domicílios, conforme as pesquisas”. No caso específico dos tubos e conexões prediais da Plastilit, Morgado pondera haver uma gama de compradores suficiente para manter as expectativas positivas, “sem falar nas porções geográficas de bom potencial nas quais ainda não atuamos de forma plena”, completa. Conforme reitera, mesmo que a construção civil desacelere este ano, “manteremos as metas pois cresceremos de forma independente das tendências”. Como prova, Morgado abre sua análise em curso para comprar máquinas e ferramental este ano para conexões, tubos e forros de PVC.

Com sede administrativa em Curitiba e fábrica em Palmeira, a Plastilit é o quarto maior produtor de conexões para tubos prediais no país, sustenta Morgado. No seu iPad, sua capacidade em conexões ronda hoje 4.000 t/a e deve pular 50% quando transposta de todo para a futura fábrica. “No balanço de 2011, a atividade de conexões cresceu 25% e deve expandir 30% este ano, impulsionada inclusive por cerca de 35 lançamentos, enquanto o negócio de acessórios aumentou 70% no último período e promete fechar dezembro com 50% acima do saldo de 2011”. Retomando o fio da empresa, Morgado projeta em 3.000 toneladas sua produção de conexões no

ano passado a cargo de 39 injetoras. “Para este ano, a previsão é de 3.900 toneladas servidas por 42 máquinas”, amarra o diretor, situando o mercado brasileiro de conexões plásticas na órbita de 50.000 t/a e o quinhão aproximado de 70% desse volume é provido por **Tigre e Mexichem**.

Em Palmeira, oito extrusoras somam potencial para fornecer 1.200 t/mês de tubos soldáveis, de 20 a 60 mm de diâmetro, e de esgoto, com diâmetros entre 40 e 300 mm, especifica Morgado. Devido à informalidade e carência de dados no setor, ele se esquivava de precisar a fatia do mercado de dutos prediais detida pela Plastilit, mas a equipara às posições ocupadas pelas rivais **Krona e BR Plásticos**. “Em 2011, nossa menor venda mensal de tubos foi de 900 toneladas e a maior, de 1.100”, ele expõe. “Ao longo deste ano, vendemos 900 toneladas em janeiro, tal como em fevereiro, e 1.000 respectivamente em março e abril, volume que passou a 1.050 toneladas em maio último”.

A trinca de ases da Plastilit fecha com a divisão de acessórios. Tratam-se de assentos sanitários, registro de esfera e uniões de PVC, adaptadores flange para caixa d'água, conexões com reforço metálico, ralos e caixas sifonadas, válvulas para lavatórios e pias e torneiras injetadas com copolímero de acrilonitrila butadieno estireno (ABS). “Teremos novidades como assentos almofadados e sifões sanfonados”, emenda Morgado, revelando dispor ainda



Morgado: aumento da capacidade e estreia em portas sanfonadas.

de uma sopradora de assentos sanitários e uma injetora dedicada às tampas deles. “Na planta nova, a capacidade atual de 600 t/a de acessórios deve ampliar 100% enquanto o potencial de 18.000 t/a para tubos prediais e itens de infraestrutura como coletores e tubos PBA vai subir 50%”, ele estabelece.

Investimento total da ordem de R\$ 20 milhões, a nova fábrica, no município de Fazenda Rio Grande, tem partida agendada para agosto. Morgado esclarece a intenção

de, numa transição lenta e estável, o parque fabril em Palmeiras passar linha a linha para a unidade maior, de modo que em novembro ela já rode completa às voltas com o portfólio da Plastilit. “A planta em Palmeira será ocupada pelo mix da Polifort, ampliando assim de 700 para 1.000 t/a a sua produção de forros de vinil e seus acabamentos e as recém-lançadas portas sanfonadas.

Sob as justificativas de complementar a linha de forros e fortalecer a marca, coloca Morgado, a Polifort aplicou cerca de R\$ 1,2 milhão em extrusora, injetora e ferramental de extrusão para debutar em portas sanfonadas em meio a cerca de 15 concorrentes. “O mercado é dimensionado em 300.000 peças mensais e esperamos absorver 10% no primeiro ano

de comercialização regular”, confia Morgado, asseverando dispor de cobertura nacional para as portas com sua rede de comercialização de conexões e acessórios. “As vendas regionais restringem-se aos tubos e forros”, arremata.

O portfólio inicial abriga portas brancas com largura de 60 e 70 cm. “A seguir, virão as coloridas e que imitam madeira”, adianta o diretor. Entre os atributos do lançamento, ele se aterra à facilidade de montagem, dobradiças resistentes a impacto, acabamento das lâminas à base de material de processo único e, “maior problema desse segmento, a queda da porta pelo uso contínuo é evitada pelo super reforçado trilho superior”, destaca Morgado. “Estamos nos especializando em nichos e canais onde possamos competir com grandes empresas com produtos da mesma qualidade técnica e um atendimento diferenciado”. •

Com o plástico
se constrói
uma vida melhor



Distribuindo Qualidade em Resinas Termoplásticas



Distribuidor Autorizada
Braskem



UNIGEL



Recife - PE (81) 3342-2323

Camaçari - BA (71) 3627-0524





Com o coração na mão

Consumo de plástico cresce na

Argentina, mas anda no fio da navalha

Com governo e economia em descrédito, censura à imprensa e reacionarismo por trás de rompanes de protecionismo e populismo, a Argentina já conhece os passos dessa estrada rumo ao colapso. Mau presságio para o Brasil, cujo setor plástico tem seu maior mercado externo no país vizinho. Pelo cruzamento dos dados da **Cámara Argentina de la Industria Plástica (CAIP)**, o Brasil liderou em 2011, com 36% do total, as importações argentinas de matérias-primas plásticas e foi o principal destino (66,1%) das exportações do país. O indício de dias piores emanou do balanço dos primeiros cinco meses de 2012, no qual constatou-se recuo de

10,3% nas exportações totais do Brasil ao restante do Mercosul, culpa atribuída à mão pesada de Cristina Kirchner, cujas intervenções afastam investidores e causam a falta até de medicamentos, alimentos e combustível na Argentina, aliás riquíssima em gás natural. “A Argentina possui tremendo potencial de gás nas reservas de xisto de Vaca Muerta, mas a nacionalização da **YPF** pelo governo encheu de dúvidas os posteriores investimentos na matéria-prima”, atesta relatório sobre petroquímica latino-americana liberado em maio pela consultoria **IHS**.

Nos últimos cinco anos, delimita a mesma consultoria norte-americana, a demanda argentina de polietilenos (PE)

evoluiu à média anual de 5%. Em seu último pente fino, a CAIP mantém a praxe de alojar as resinas de baixa densidade (PEBD) e linear (PEBDL) no mesmo compartimento. Feitas as contas, demonstra a entidade, o complexo de 620.000 t/a de PE via gás da **Dow** em Bahia Blanca produziu 348.500 toneladas de PEBD e PEBDL em 2011 contra 344.634 em 2010. No ano passado, as importações somaram 229.876 toneladas contra precedentes 189.351. Por fim, as exportações cravaram 137.684 toneladas, abaixo das anteriores 141.885. Noves-fora, fecha a CAIP, o consumo aparente de PEBD e PEBDL registrou no país 440.692 toneladas em 2011(o maior volume desde 2007)

perante 392.100 em 2010.

Na esfera da resina de alta densidade (PEAD), também provida na Argentina somente pela Dow, a produção em 2011 atingiu 233.500 toneladas, de leve acima das 229.168 de um ano antes. Na mesma trilha, as importações totalizaram 113.572 toneladas no último exercício contra 121.341 em 2010. Quanto às exportações argentinas, limitaram-se a 91.727 toneladas em 2011 versus 80.633 no período anterior. O consumo aparente aferido pela CAIP para PEAD atingiu 255.345 (o menor volume desde 2007) em 2011 diante de 269.876 em 2010.

Praxe mundial, PE concentra a maior fatia do universo de 2.780 fábricas transformadoras na Argentina. Um universo, aliás, em declínio a julgar pelas 3.500 unidades compiladas pela CAIP em 1990.



Casa Rosada: barreiras comerciais refletem economia frágil.

Ao apor a lupa sobre a região, a IHS atribuiu ao complexo argentino da **Solvay Indupa**, única fonte local do vinil, fatia de

33% na capacidade latino-americana de PVC, projetada em 1.7 milhão de toneladas em 2011. Neste mesmo período, a produção argentina do polímero foi calculada em 175.100 toneladas pela CAIP contra 171.493 um ano antes. Quanto às importações, não passaram de 72.744 toneladas no último balanço (maior volume em cinco anos) versus 67.126 anteriores. Nas exportações, a varredura constatou 99.222 toneladas embarcadas no ano passado diante de 100.997 em 2010. O saldo do consumo aparente foi fixado pela CAIP em 148.622 toneladas de PVC em 2011 (o maior volume desde 2007) frente 137.622 do balanço de 2010.

Nos últimos cinco anos, a produção argentina de polipropileno (PP) conheceu o auge em 2011, ao computar 264.900 toneladas, um pouco acima das 260.752

Agilidade na prestação de serviços

✓ **Moagem** ✓ **Granulação** ✓ **Micronização**

PE - PP - PVC - PS - PA - ABS - POM - PC - PET - PU - Noril e outros

Com serviços prestados de forma diferenciada e com transparência, possuímos um controle de qualidade totalmente integrado com a satisfação de nossos clientes e nos destacamos no mercado pela excelência e pontualidade na entrega.

União entre o melhor preço e o total dedicação, você só encontra aqui!

valente
moagem

Tel: 11-2412-9595

www.valentemoagem.com.br

Email: falecom@valentemoagem.com.br

“É INEVITÁVEL A CONTINUIDADE DO MERCOSUL”



José Ricardo Roriz Coelho,
presidente da Associação
Brasileira da Indústria do
Plástico (Abiplast)

PR - O Mercosul atravessa seu 21º ano de atuação. Ao longo desse tempo, quais os efeitos gerados pelo bloco sobre o desempenho da indústria brasileira de transformação de plástico? E como avalia a sobrevida do mercado comum?

Roriz - O fluxo de comércio geral intra-bloco aumentou 767% embora de forma não linear, em razão das medidas econômicas adotadas pelos governos dos Estados Partes em decorrência de crises, flutuações cambiais e ajustes econômicos internos. Quanto aos transformados plásticos, o Brasil sempre foi superavitário em valor no comércio com o Mercosul (apenas em 2002 houve déficit de US\$ 6 milhões) e deficitário em toneladas. Ou seja, importamos maior volume do bloco, mas nossas exportações têm valor superior. Outro destaque é a redução da participação do Mercosul no total em valor da exportação brasileira de transformados plásticos. Nos anos 90 (de 1996 a 1999) o bloco respondia em média por 47% do valor das exportações brasileiras, percentual reduzido a 32% na primeira década de 2000 e hoje está em 35%. As importações representam, em valor, cerca de 15% do total das nossas compra externas de transformados plásticos. Nas últimas décadas, o Mercosul promoveu avanços, principalmente nos campos político e social. As áreas econômicas e comerciais, no entanto, ainda apresentam problemas estruturais que complicam a consolidação de um mercado comum. Apesar das dificuldades no fluxo de comércio com a Argentina, efeito do controle na liberação das importações, a continuidade do bloco é inevitável devido à sua importância política, social e econômica e deverá gerar resultados positivos a todos os seus integrantes.



“BARREIRAS DA ARGENTINA DIFICULTAM INTEGRAÇÃO DO BLOCO”



Denise Naranjo, diretora
técnica de assuntos de
comércio exterior da
Associação Brasileira da
Indústria Química (Abiquim)

PR - O Mercosul atravessa seu 21º ano de atuação. Ao longo desse tempo, quais os efeitos gerados pelo bloco sobre o desempenho da indústria química brasileira? E como avalia a sobrevida do mercado comum?

Denise - Só vejo efeitos positivos. O Mercosul, como toda união aduaneira, tem seus altos e baixos e seu processo de formação é sempre sofrido. Hoje passamos por uma fase difícil com as barreiras impostas pela Argentina, mas isso faz parte do processo de integração. O Mercosul é o principal destino das exportações da nossa indústria química, com Argentina no topo. Como referência, as exportações do nosso setor para o Mercosul totalizavam US\$ 1 bilhão em 1995. Em 2011, esse valor passou a US\$ 3,3 bilhões. No momento, 22% de todas as exportações da indústria química vão para o Mercosul. Vejo as exportações para o bloco em uma ascensão que deve permanecer. As negociações em bloco também são benéficas, pois não criam distorções na região. Não que isso seja fácil. São quatro países com economias muito diferentes, mas esse desafio também faz parte da união aduaneira. O Mercosul vai continuar e nada compromete sua perenidade.





Portos argentinos: ociosidade no comércio exterior.

de 2010. No pente fino da IHS, a demanda argentina do polímero evoluiu à média de 4,2% ao ano desde 2007. Quanto às importações, o relatório da CAIP fixa o volume em 58.392 toneladas no último

período frente 59.594 anteriores. Por fim, as exportações argentinas de PP fecharam em 2011 no menor nível em cinco anos: apenas 36.000 toneladas perante 51.500 em 2010. Noves fora, o consumo aparente

de 2011 estampa o maior volume desde 2007: total de 287.292 toneladas, bons corpos à frente da marca anterior, de 268.846 toneladas.

Exclusive os indicadores do polímero expansível (EPS), a produção de poliestireno (PS) chegou em 2011 ao topo em cinco anos na Argentina, alcançando 66.200 toneladas, pouco acima das 65.199 precedentes. As importações de PS limitaram-se a 8.570 toneladas, bem à frente das 4.654 de 2010. Já as exportações argentinas foram definidas pela CAIP em 7.077 toneladas no último período perante 5.522 antecedentes. Desse dados emerge o consumo aparente argentino de 67.693 toneladas de PS em 2011 e de 64.331 em 2010.

Escorada na planta de 185.000 t/a em Zárate, licenciada e vendida pela **Eastman** à mexicana **DAK**, a Argentina

RISCOS PARA O CONCEITO DO BLOCO



Flávio Lucena Barbosa,
presidente do Sindicato
da Indústria de Resinas
Plásticas (Siresp)

PR - O Mercosul atravessa seu 21º ano de atuação. Ao longo desse tempo, quais os efeitos gerados pelo bloco sobre o desempenho da indústria brasileira de resinas? E como avalia a sobrevivência do mercado comum?

Lucena - O Mercosul trouxe o benefício de integrar os mercados dos países membros, facilitando o comércio. No entanto, o passado recente demonstra que alguns países têm utilizado mecanismos de proteção e prevenção ao comércio bilateral, sem tratamento preferencial aos parceiros do Mercosul. Um exemplo é a Argentina com suas ações de inibição de importações em 2012, através de medidas não tarifárias que prejudicam as empresas brasileiras.

Outro ponto de preocupação é a abertura de países do Mercosul para compras de materiais químicos e petroquímicos extra zona sem imposto de importação (dentro das listas de exceções) e que têm o foco exclusivo de venda no mercado brasileiro de itens com baixo valor agregado ao produto inicial. No caso, cria-se uma inibição ao desenvolvimento da indústria nacional e fere-se o conceito do bloco do Mercosul. Em resumo, apesar dos benefícios iniciais de integração dos mercados, as evoluções recentes trazem desafios e imperfeições que podem comprometer seu conceito no longo prazo.



exibe consumo per capita de 5,94 kg de PET grau garrafa contra 2,91 kg do Brasil, segundo dados confrontados pela **PetroquímicaSuape**. Nos sensores da CAIP, a produção argentina do poliéster atingiu 162.300 toneladas em 2011 – o melhor nível em cinco anos – perante 159.010 anteriores. Em relação às importações, totalizaram 87.400 toneladas no ano passado contra 91.215 precedentes. Por fim, as exportações argentinas de PET emplacaram 42.490 toneladas em 2011, à frente das 35.736 um ano antes. Foram os maiores embarques do quinquênio no gênero. A CAIP constatou consumo aparente de 207.210 toneladas de resina PET em 2011 perante 214.489 em 2010. Por seu turno, a **Asociación Civil Argentina Pró Reciclado del PET (Arpet)** trabalha com a projeção de consumo aparente de 240.000 toneladas



Montagem de carros na Argentina: acordo automotivo rompido com México.

de PET virgem este ano. O volume do poliéster reciclado no país deve saltar de 75.000 toneladas em 2011 para 80.000 até dezembro, situa a Arpet. No seu banco de dados, uma fatia da ordem de 33% do PET consumido na Argentina

é recuperada e o volume reaproveitado do poliéster grau garrafa corresponde a menos de 1% da quantidade de plástico reciclado no país.

No páreo dos plásticos de engenharia, poliamidas (PA) 6 e 6.6 são os únicos

UMA DISTORÇÃO CONTRA O BRASIL



Auri Marçon, presidente da Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet).

PR - O Mercosul atravessa seu 21º ano de atuação. Ao longo desse tempo, quais os efeitos gerados pelo bloco sobre o desempenho da indústria brasileira de embalagens de PET

Marçon - O Mercosul é fator de desequilíbrio para o funcionamento das empresas de embalagens de PET instaladas no Brasil, em especialmente quanto às pré-formas. Isso acontece porque a Regra de Origem do Mercosul (ROM) foi criada quando ainda não existiam plantas de PET na região. Ela permite que países do bloco importem a resina PET da Ásia em regime de drawback, fabriquem as pré-formas e as exportem a outros membros do Mercosul sem imposto de importação. Paraguai, Uruguai e, em alguns casos, até a Argentina são os países que assim exportam pré-formas para o Brasil. A proximidade logística é favorável, mas os benefícios gerados pelo atual desequilíbrio na ROM facilitam as coisas para os outros países do bloco. Como o Brasil é maior mercado consumidor, empresas do outro lado da fronteira ampliam suas capacidades muito acima da média brasileira. Por exemplo, segundo estudo recente, o Paraguai mostrou crescimento médio superior a

25% nos últimos anos. Por sinal, Paraguai e Uruguai têm capacidade instalada para produzir pré-formas 400% acima da demanda interna. Esse cenário está estimulando empresas brasileiras a mudarem para outros países do Mercosul, reduzindo portanto empregos, investimentos e arrecadação em nosso território. O governo brasileiro está tomando medidas para reequilibrar a balança comercial e a ABIPET há anos pleiteia a correção da ROM. Isso pode resgatar a competitividade para os transformadores de pré-forma brasileiros, que já não conseguem mais atuar no sul e sudeste, regiões mais próximas dos demais membros do bloco.



produzidos na Argentina. A produção em 2011 foi projetada pela CAIP em 40.550 toneladas, bem de leve adiante das 39.400 em 2010. As importações somaram 20.889 toneladas em 2011 e 17.735 em 2010. Já as vendas externas resultaram em 33.869 toneladas no último período versus 29.028 um ano antes. O saldo do consumo aparente, aponta a varredura da CAIP, indica 27.570 toneladas de PA em 2011, abaixo das 28.107 de 2010.

Computados todos os materiais plásticos, inclusive EPS, o consumo aparente argentino pairou em 1.747.970 toneladas em 2011 frente 1.628.773 em 2010. Como a metralhadora giratória de balas protecionistas cuspiu fogo na Argentina em especial este ano, será nos balanços de 2013 que aflorarão os



PET: consumo per capita argentino acima do brasileiro.

estragos no setor plástico do país e do Mercosul. “A falta de competitividade da economia argentina se traduz por pouca seriedade no cumprimento de seus compromissos comerciais e, ao mesmo tempo, por um incremento na aplicação de medidas restritivas ao comércio”, destacou em junho na mídia Bruno Ferrari, secretário mexicano da Economia, diante do rompimento do acordo automotivo com seu país decidido pelo governo de Cristina Kirchner. As barreiras comerciais colocadas pela Argentina, interpreta uma corrente de analistas, também refletem a fragilidade da integração entre os membros do Mercosul, um entrosamento para lá de complexo num bloco no qual a economia de um participante é três vezes maior que todo o grupo. •

LINHAS DE INJETORAS DE 60T À 6000T:



HAITIAN
PLASTICS MACHINERY

IAPETUS: BICOMPONENTES

JUPITER: 02 PLACAS, PRECISÃO E PRODUTIVIDADE

MARS: PRECISÃO E ECONOMIA DE ENERGIA

MARS ECONOMY: ECONOMIA DE ENERGIA COM MENOR CUSTO

PLUTO: MENOR CUSTO

PLUTO/J: ECONOMIA DE ENERGIA COM MENOR CUSTO

SATURN: ALTA PRODUTIVIDADE

VENUS: PRECISÃO, VELOCIDADE E ECONOMIA DE ENERGIA



ZAFIR
PLASTICS MACHINERY



A Machine of the Future is now here.



We Create Advantage.

Tudo a seu tempo

O imediatismo entala nos tubos de PVC,
garante Sérgio Monteiro, da Corr Plastik



Em tubos de PVC, o tempo costuma ser o senhor da razão, deixam claro indicadores como 50 anos de garantia ou lento desabrochar do mercado para quem nele investe, levado por lançamentos imobiliários e os déficits de saneamento e moradias populares. “O êxito nesse ramo é determinado por tecnologia e tempo”, considera Sérgio Monteiro, sócio e diretor da

Corr Plastik. A trajetória da empresa, aliás, é outro endosso à incompatibilidade do setor com paraquedistas afoitos e produ-

tos à margem da regulamentação. Em 20 anos, revela o transformador, o cultivo do mercado mais técnico distinguiu a Corr Plastik como a nº3 em tubos e conexões plásticas no país, a partir de sua sede em Cabreúva e da filial em Maceió. Nesta entrevista, Monteiro aborda pecados e percalços no reduto de infraestrutura e se apoia na visão de um negócio a longo prazo para seu setor não tremer com o endividamento das principais construtoras.

PR - Apesar da sobra de crédito imobiliário, as principais construtoras de capital aberto patinam em dívidas, atrasos na entrega das chaves e frustração com a rentabilidade do negócio de moradia popular. Como esse quadro ricocheteia no setor de tubos e conexões de plástico?

Monteiro - O mercado de construtoras sempre teve papel fundamental no setor de tubos e conexões de PVC. No passado, fixava-se de maneira preponderante nas obras de saneamento. Hoje, apoiado pelo Programa Minha Casa, Minha Vida, o segmento predial passou a ter maior relevo. Sua análise de crédito sempre é difícil, mas as empresas possuem instrumentos de avaliação que permitem uma tomada de decisão com minimização de riscos.

Infraestrutura: gastos do governo sem continuidade.



Monteiro: escândalos e endividamento de construtoras não assustam.

PR - Seja por escândalos de empreiteiras, gestão ineficaz do governo ou inépcia das prefeituras para definir e encaminhar seus projetos, o fato é que, no plano geral, permanece frustrante o andamento das obras oficiais de saneamento. Em sua opinião, foi a crença imediatista em verbas liberadas mais facilmente em anos eleitorais que levou indústrias a fechar os olhos para a realidade desse segmento e anunciarem nos últimos anos investimentos em tubos vinílicos de infraestrutura? Como explicar esses trombeteados aportes de recursos num campo tradicionalmente empacado?

Monteiro - Desde 1998, o mercado de infraestrutura é uma aposta no Brasil. A carência de investimentos públicos é crescente e infelizmente, o poder público ainda reluta em realizar investimentos contínuos nesta área. Como atuamos fortemente neste segmento, percebemos que há muita iniciativa em participar desse mercado originada pelo volume potencial. No entanto, verifica-se ao mesmo tempo que as necessidades técnicas e tecnológicas desse segmento fazem com que tais iniciativas ape-

nas atrapalhem o desenvolvimento da qualidade e do portfólio de produtos. É necessário que as empresas estatais façam a opção pelos fornecedores que cumpram rigorosamente as normas ABNT, para que o erário público não seja sacrificado indevidamente.

PR - Como a Corr Plastik tem conseguido crescer desde 1993 com consistência tendo pela frente dois competidores de presença nacional, detentores de 75-80% do mercado e cuja escala lhes permite praticar um preço de venda de tubos inalcançável para os demais concorrentes?

Monteiro - De saída, para avaliar corretamente uma situação mercadológica é necessário entender os dados. A maior presença dos dois principais players se dá no mercado predial e nunca atingiu os percentuais citados (N.R.-segundo a empresa **Plastilit**, a soma das fatias de **Tigre** e **Mexichem** ronda 70% do mercado). O mercado sempre pede uma alternativa viável a preço competitivo e com qualidade diferenciada. Nos mercados técnicos, a Corr Plastik tem uma posição bastante consolidada e se diferencia pela rapidez e agilidade no atendimento, superando as expectativas de qualidade. Por dois anos consecutivos, a Corr Plastik se consolida

como o terceiro maior transformador de tubos e conexões em PVC no Brasil.

PR - Qual o crescimento aferido pela Corr na receita de 2011 e quais as respectivas participações dos segmentos de manutenção predial nesse mesmo faturamento?

Monteiro - Em nossos cálculos, o mercado total de tubos e conexões no Brasil em 2011 caiu 8% em relação a 2010, afetado principalmente pela queda de 25% no mercado de infraestrutura. Na Corr Plastik, a performance foi positiva. A conquista de distribuidores importantes em várias regiões, na linha predial, mostraram o êxito do planejamento e dos investimentos realizados e nos levaram a aumentar a participação desta linha para 30% da receita. A parcela de tubos de irrigação cresceu para 30% e saneamento ficou com 40% de nosso faturamento.

PR - Quais os principais lançamentos no portfólio da empresa este ano e quais os eventuais investimentos programados para aprimoramentos e/ou expansão nas unidades de São Paulo e Alagoas? Elas somam qual capacidade instalada (t/a) de tubos e conexões plásticas no momento?

Monteiro - O sucesso de nossas linhas de conexões injetadas, nos anima a continuar a investir e completar cada vez mais a série de produtos disponível. Assim, 30 novos itens integrarão nosso portfólio este ano e, definitivamente nos colocarão entre os três maiores e melhores produtores de tubos e conexões prediais. Em Alagoas, a construção de um moderno centro de distribuição (CD) de conexões nos dará maior agilidade e possibilitará maior crescimento no mercado nordestino. Quanto à capacidade atual da Corr Plastik, suas duas unidades somam 87.000/t/a. •

Balança mas não cai



Termômetro infalível da indústria alemã de máquinas para transformação de plásticos e borracha, a maior do mundo no gênero, a associação **VDMA** espera queda de 2% nas vendas de 2012 com reação de 7% em 2013. As justificativas para o recuo pontual abrangem o fluxo de investimentos mundiais em 2010 e 2011, o prostrado mercado europeu e a anemia dos EUA. Líder global nas exportações desses bens de capital, a indústria alemã destinou à América Latina 8,6% de suas vendas externas (receita de 373 milhões de euros) em 2011, presididas com folga pela participação de 38,3% da Ásia. Entre os principais destinos dos equipamentos alemães, apenas o México, com fatia de 3,2% do saldo das exportações, identifica a América Latina no balanço de 2011 da VDMA. No ranking da produção alemã no ano passado, rastreou a VDMA, as extrusoras detiveram fatia de 16,8%; injetoras, 13,6%; sopradoras, 7% e termoformadoras, 3,2%. Em valor, a produção de injetoras totalizou 846 milhões de euros; extrusoras, 1.043 bilhão de euros; sopradoras, 435 milhões de euros e termoformadoras/vacuum forming, 198 milhões de euros.

O roteiro do filme



Pente fino da consultoria **MaxiQuim** situa em 1.779 milhão de toneladas a produção de embalagens plásticas flexíveis em 2011 versus 1.822 milhão anteriores. O saldo do período passado indica uma evolução fixada em 3,9% anuais desde 2006. Em receita, o setor embolsou R\$ 10,8 bilhões, calcula a varredura, ou R\$ 100 milhões a mais que em 2010 e, na foto do último quinquênio, o faturamento aumentou 4,5% ao ano e bateu recorde em 2011. Neste mesmo exercício, pelo rastreamento da MaxiQuim, o Brasil produziu 431.000 toneladas de embalagens flexíveis de PEBD; 775.000 de PEBDL; 250.000 de PEAD e 324.000 de PP. Ainda no ano passado, o saldo da balança comercial dessa indústria fechou negativo em US\$ 357 milhões, efeito de um avanço das importações dimensionado em 22,8% ao ano desde 2005, demonstra essa radiografia encomendada pela **Associação Brasileira da Indústria de Embalagens Plásticas Flexíveis (Abief)**.

De mão em mão

Sem abrir fontes, a agência noticiosa **Bloomberg** trombeteou em junho que o fundo americano **Madison Capital Partners** busca compradores para o grupo alemão **KraussMaffei**, pêndulo mundial



em máquinas para transformação de plástico como injetoras e extrusoras rígidas. O fundo de Chicago embolsou a operação em 2006, então denominada **Mannesmann Plastics Machinery (MPM) GmbH** e incluindo históricas marcas platinum no ramo como **KraussMaffei**, **Netstal**, **Berstorff** e **Demag** (esta depois vendida para a japonesa **Sumitomo**). O conglomerado foi repassado para o Madison por um compatriota, o fundo investidor nova iorquino **Kohlberg Kravis Roberts & Co.** que adquirira a MPM da alemã Siemens em 2002. O grupo KraussMaffei faturou US\$ 1.5 bilhão no exercício fiscal 2010/2011 terminado em 30 de setembro último.

Veio, viu e saiu



O grupo belga **Aliaxis** decidiu reestruturar a operação de sua controlada brasileira **Nicoll** desligando desde março a produção de tubos de PVC na sua sede paraense, informa Micaela Rocha, analista

de marketing da empresa. De acordo com sua ex- concorrente **Plastilit**, a Nicoll, surgida com a compra da unidade **Provinil** pela Aliaxis, vendida em 2008 pelo brasileiro **Grupo Providência**, comparecia em tubos prediais com apenas 600 t/mês, embora dispusesse de capacidade estimada em 2.000 toneladas no mesmo período. No consenso do mercado, o potencial da unidade no Paraná era incompatível com a magnitude da corporação Aliaxis, a única a emparelhar com **Tigre** e **Mexichem** em presença em tubos vinílicos na América Latina. Desde que assumiu as rédeas da Provinil, a Aliaxis não demonstrou interesse em ampliar sua planta brasileira ou em incorporar concorrentes em tubos de PVC. Assim, nas linhas predial, de infraestrutura e industrial, o mostruário da Nicoll do Brasil cinge-se agora a tubos de PPR (random), CPVC e PE.

Com garra e fibra



Na foto de 2011, o Brasil produziu 297.905 toneladas de não tecidos, saldo no qual PP compareceu com 120.000 toneladas. Os dados do último período foram entrelaçados pela **Associação Brasileira da Indústria de Não tecidos e Tecidos Técnicos (Abint)**. Na mesma trilha, a lupa da entidade

distinguiu em 2011 importações gerais (todos os tipos de fibra e filamentos) da ordem de 31.172 toneladas e exportações de 57.557, desaguando em consumo aparente de 271.520, índice 10-12% acima de 2010 e o volume corresponde à receita de US\$916 milhões. Ainda em relação ao último exercício, a Abint calcula o consumo per capita de não tecidos em 1,18 kg. Para os próximos dois anos, a associação prevê investimentos no setor do calibre de US\$160 milhões. Uma amostra desse poderio veio à tona com a inauguração no início de junho, pela Companhia Providência, nº1 nacional em não tecidos de PP, de sua 12ª instalação alemã Reicofil, apta a gerar 20.000 t/a na segunda fábrica da empresa em Pouso Alegre (MG), orçada em US\$63 milhões.

Inclusa no cômputo sua planta nos EUA, a Companhia Providência planeja virar dezembro com capacidade total de 140.000 t/a, potencial 40% acima do aferido ao final do ano passado. Na calculadora de Hermínio de Freitas, CEO da empresa, o setor brasileiro de não tecidos cresceu 10% ao ano entre 2007 e 2011.

Dormindo com o inimigo

Monitoramento do governo repassado pela **Abiquim** indica que as importa-



ções brasileiras de ácido tereftálico purificado (PTA), matéria-prima de PET, somaram 442.457.236 kg em

Excelência de Engenharia

Por que escolher a PTi?

- A integração do sistema e a coordenação do projeto garantem um start-up tranquilo
- Engenharia e design superiores dos produtos resultam em equipamentos ultramodernos
- Serviços em campo, incluindo suporte de instalação e treinamento
- Suporte abrangente de peças de reposição

Embalagem PP

Embalagem PS

Embalagem PET

Embalagem PLA

PTi Sistemas de Extrusão de Classe Mundiais
www.ptiextruders.com/pt

2011. Desse volume, uma parcela de 274.425.000 kg foi despachada do México. Em 2013 essas compras externas serão afetadas pela produção local de PTA na unidade de 700.000 t/a da **Petrobras** em Suape. Mara Schuster, da assessoria de imprensa do **Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior** informa desconhecer (N.R.-até o fechamento desta edição) alguma solicitação da Petrobras para elevar a alíquota de importação de PTA em virtude da futura nacionalização desse intermediário. Antenado nesse esperado reajuste, Marco Ghisolfi, dirigente da **M&G**, anunciou em 12 de junho negociar a compra de parcela do PTA a ser produzido e utilizado pela Petrobras na planta de 450.000 t/a de PET a ser ativada pela estatal também em Suape no ano que vem. Se confirmado esse abastecimento, a M&G se enquadrará na mesma moldura desconfortável da **Solvay Indupa**, cuja produção de PVC depende do eteno provido pela concorrente **Braskem**.

Comperj ou Semperj?



Divulgação/Petrobras

Graça Foster

Após várias mudanças na rota e no cronograma de partida, a presidente da Petrobras, Graça Foster baixou proibição, conforme saiu na imprensa,

de anúncio de nova data para a entrada em operação da primeira das duas refinarias do protelado Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro (Comperj). Na voz corrente dos analistas, a escalada da produção norte americana do segundo eteno mais barato do mundo, derivado do gás extraído de reservas de

xisto (shale gas), tende a afetar as margens do polietileno produzido via nafta nos três polos brasileiros assim como a rentabilidade originalmente prevista para a mesma resina a ser fornecida pelo Comperj, formulada com eteno obtido de gás natural vindo das reservas do pré-sal. Só não se sabe quando.

BATE E VOLTA

PET de Petrobras



Chase Willett

Chase Willett é diretor da área de poliéster e suas matérias-primas da consultoria norte-americana **IHS**.

PR – No momento em que os grandes players e licenciadores mundiais vendem seus negócios de PET grau garrafa, a Petrobras decide entrar no ramo, com planta de 450.000 t/a em Suape (PE), sem condições de formar preços no mercado internacional. Como interpreta esse movimento da estatal?

Willett – O cenário mundial para a indústria de PET não deve mudar. A capacidade tem sido maior do que a demanda por vários anos e irá continuar assim. Na América do Sul, contudo, há um déficit da resina. A **Petroquímica Suape** será um complexo integrado e isso é uma vantagem competitiva. A própria **M&G**, que não é integrada nas matérias-primas, possui uma boa linha de suprimento de ácido tereftálico purificado (PTA) e monoetileno glicol (MEG). O Brasil, no fim, irá se beneficiar das duas plantas locais e, talvez, as exportações da resina poderão até crescer. Quanto a PTA, as taxas de importação irão voltar tão logo a unidade de 700.000 t/a da Petrobras comece a produzir esse intermediário aqui. Contudo, creio que a isenção tarifária sobre o produto vindo do México vai permanecer, pois há acordos comerciais mais amplos entre os dois países. Porém, o imposto de importação deve aumentar para o PTA vindo de outras regiões, como a Coreia do Sul. Em relação a MEG, a situação difere um pouco, pois a demanda por este insumo é maior do que a produção nacional. A falta de produto local, inclusive, será mais acentuada quando as operações da Petroquímica Suape se iniciarem. O Brasil, então, importará volumes ainda mais altos. Retomando o fio da análise da Petrobras em PET, vale lembrar que o Brasil é o país onde o consumo da resina cresce mais rápido na América do Sul. Houve uma desaceleração este ano, mas no país as taxas de crescimento são em geral mais altas que o mercado global como um todo. Há muitas oportunidades aqui em diferentes tipos de bebidas, especialmente em sucos. PET permite, por exemplo, que sucos entrem no mercado “single serve” (porção individual). No Brasil, sucos são hoje vendidos em frascos tamanho família e, então, servidos em copos. Para quem queira carregar garrafinhas de suco, PET aparece como boa opção.



Expertise em matérias-primas e inteligência estratégica de mercado.
A parceria certa para grandes negócios em escala global.

- Plásticos
- Químicos
- Outsourcing



Porto Alegre (RS)
(51) 3022.3331

Curitiba (PR)
(41) 3287.9810



Consulte nossa equipe de especialistas: www.belsul.com.br

A química da atração

Indústrias de limpeza e beleza seduzem investidores com recordes mundiais de consumo no Brasil. Pura música para as embalagens plásticas.

Não há produto essencial ou de alto giro imune à entrada, no mercado de consumo, de um turbilhão em forma de 40 milhões de pessoas das classes C, D e E. Mas poucos setores, nesse compartimento, captam a melhora do padrão de vida como as indústrias de produtos de limpeza e de higiene/beleza.

Do lado dos fabricantes, todos os números são superlativos. O setor de higiene/beleza, por exemplo, faturou US\$ 43 bilhões (preços ao consumidor) em 2011 — salto de 18,9%, segundo o **Instituto Monitor** — e caminha para investir R\$ 20 bilhões em 2015, enquanto os sensores da indústria de limpeza apontam para receita de R\$ 14,4 bilhões em 2011 versus R\$ 13,5 bilhões em 2010. Nas entrelinhas dessas cifras, lateja uma revolução em curso nos hábitos e tendências de consumo, instaurada em perto de nove anos de ingresso das classes mais pobres no compartimento dos compradores regulares e que aprenderam a cobrar qualidade do que adquirem.

Anos a fio dessa reviravolta, revelam as entrevistas a seguir, têm ricocheteado com força nos destinos dos plásticos (em particular polietilenos e PET) nesses dois campos de consumo de massa. Na indústria de limpeza, por exemplo, o universo das embalagens acusa a preferência popular por produtos líquidos em detrimento da versão em pó anterior

ou reflete a migração do uso do sabão em barra para o detergente. A indústria brasileira de higiene/beleza, por seu turno, exhibe cobiçadas joias da coroa, como a dianteira mundial em vendas de desodorantes (destaque para o avanço do tipo aerossol sobre o roll on) e produtos infantis. O país também é nº2 global em artigos de higiene oral, proteção solar, itens masculinos e para cabelo e banho.

Essas credenciais gold em higiene/beleza condizem com uma obsessão pela aparência que também explica a condição do Brasil de campeão mundial das cirurgias estéticas ou sua reputação de lançador de sensuais modismos em depilação feminina. Entre os gestos extremos por aqui, tornaram-se corriqueiros nesses nove anos relatos de mulheres que recusam ter a carteira de trabalho assinada para comprar cosméticos com dinheiro recebido do Bolsa Família.

Por essas e outras, crises econômicas, riscos de inadimplência, Custo Brasil ou variações cambiais passam longe, ensina o histórico, do mercado nacional de produtos de limpeza e

beleza. Por tabela, movidos também pela baixa barreira de entrada (em capital e tecnologia), não param de chover investimentos nessas duas hortas, tanto de fabricantes veteranos como da multidão de novatos. Um banho de espuma para transformadores de embalagens e seus fornecedores de resinas, masters e máquinas, confirma esta reportagem.



EMBALAGENS PARA ALIMENTOS PRODUZIDOS A PARTIR DE PET RECICLADO? NÃO É PROBLEMA PARA A EXTRUSORA MRS GNEUSS!

A Gneuss Kunststofftechnik oferece um sistema de reciclagem com excelente relação custo-benefício e aprovação irrestrita do FDA

A importância das embalagens plásticas vem crescendo em todo o mundo. Por um lado, a quantidade de embalagens está aumentando nos países desenvolvidos em decorrência das mudanças no estilo de vida da população, por outro lado, questões de higiene e a demanda por prazo de validade maior para produtos alimentícios estão direcionando a demanda de materiais de embalagem em contato direto com o alimento em países em desenvolvimento.

Além disso, os materiais de embalagem tradicionais, tais como alumínio, papel, chapas metálicas e latas estão sendo substituídos por plástico em função de suas excelentes propriedades. Novamente, a preocupação dos consumidores com o meio ambiente aumentou muito nos últimos tempos e a demanda por sistemas de empacotamento que preservam recursos também cresceu.

A extrusora MRS permite ambos: o crescimento de chapas de PET como material de embalagem, ao mesmo tempo em que preserva os recursos. Produtos para embalagem de alimentos de todos os tipos podem ser manufaturados a partir de materiais pós-consumo. Uma vez que o sistema Gneuss dispensa o uso de pré-secagem ou tratamentos pré- ou pós-extrusão do PET, outro recurso é usado parcimoniosamente: a energia.

A Gneuss é a primeira de sua área em todo o mundo a receber uma NOL (carta de não objeção) do FDA americano para o processamento de flakes de PET pós-consumo para embalagens com contato direto com alimentos, usando um sistema de extrusão sem tratamento do material antes ou após a extrusão. A descontaminação ocorre integralmente no processo de extrusão, independente do sistema ou qualidade da lavagem das garrafas (flakes). Chapas ou recipientes para alimentos de todos os tipos para contato direto com alimentos podem ser manufaturados usando até 100% de flakes de garrafa PET pós-consumo.

Um Sistema Patentado que Economiza Energia

Os sistemas de reciclagem de produtos PET pós-consumo para produzir produtos de alta qualidade (e valor) para a indústria de embalagens de alimentos, com aprovação sem restrições da FDA, já estão bem estabelecidos no mercado. A novidade, porém (e isso é algo do qual a Gneuss tem muito orgulho) é que, pela primeira vez, é possível alcançar estes resultados sem a necessidade de tratamento térmico dos flakes, antes ou após o processo de extrusão.



MRS: seções de plastificação, multirrotacional e descarga

O sistema de processamento da Gneuss consiste simplesmente da extrusora MRS com seu sistema de degasagem, um processo constante com Sistema Rotativo de Filtração de Polímeros, que garante eficiente purificação da massa fundida, e de um Viscosímetro On-line para regular automaticamente a viscosidade em resposta à variação no nível da viscosidade e / ou da umidade residual do material de entrada.

Comparada com os sistemas convencionais, a MRS oferece possibilidades totalmente novas em relação à flexibilidade, qualidade do produto final e consumo de energia. O consumo nominal de energia da unidade de extrusão MRS é aproximadamente 20% menor do que para um sistema de extrusão convencional com rosca simples ou rosca dupla, uma vez que não é necessária a cristalização nem a pré-secagem do material. Além disso, a manutenção é drasticamente reduzida, graças ao fato de que não são necessários equipamentos de



Linha MRS para fabricação de chapas PET para embalagens termoformadas para alimentos (Argentina)

pré-secagem nem a manutenção intensiva de sistema de alto vácuo. As etapas adicionais de tratamento do material são evitadas, graças ao design patentado da MRS.

A Gneuss comemora a chegada da 8ª extrusora MRS na América do Sul.

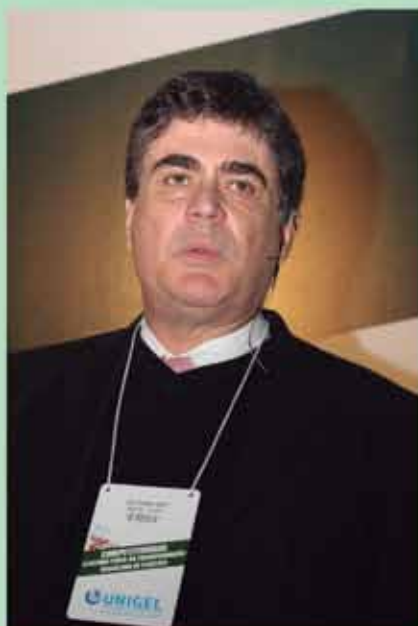
Venha ver de perto estes equipamentos na Interplast em Joinville.

Gneuss - Divisão America do Sul
Al. Rio Negro, 1084 cj. 114
06454 000 Barueri SP, Brasil
Tel: +55.11.4191.1449
E-Mail: gneuss.southamerica@gneuss.com
www.gneuss.com

VISITE-NOS:

Interplast
2012
August 20-24
20-24.08.2012, Joinville, SC – Brasil, Stand 67

COLOMBIAPLAST 2012
EXPOEMPAQUE
01-05.10.2012, Bogota - Colombia, Stand 2630



José Ricardo Roriz Coelho,
Presidente da Abiplast:

"Se há um setor industrial no Brasil que poderá ser um dos mais competitivos do mundo, não tenho dúvidas que é o de plásticos. Neste Seminário, teremos oportunidade de debater quais caminhos deverão ser percorridos e a convergência de ações necessárias para que este objetivo seja alcançado!"

COMPETITIVIDADE O FUTURO PERFIL DA TRANSFORMAÇÃO BRASILEIRA DE PLÁSTICO

**2ª edição
Novo formato**

O mais recente relatório da escola de administração suíça IMD revela que, desde 2010, o Brasil caiu oito posições no ranking global de competitividade, ficando em 46º lugar entre 59 nações.

Esse cenário de menor crescimento econômico mundial e de aumento da concorrência traz à tona uma indústria brasileira fragilizada pelas carências impostas pela carga tributária, custos, burocracia, legislação, produtividade e infraestrutura.

A a terceira geração do plástico decidiu reagir a essa situação. É esta determinação que levam a Abiplast e Plásticos em Revista a realizar o 2º seminário sobre competitividade no setor de transformação.

Apoio:



Quatro ferventes mesas redondas formadas pela elite dos transformadores e fornecedores de máquinas e materiais, além de consultorias e representantes do governo e do mercado de capitais, dissecarão facetas-chave da competitividade da cadeia do plástico do Brasil.

1 - Custo Brasil versus Competitividade

2 - Plástico e Pré-Sal

3 - Inovação

4 - O Futuro do Plástico

Marque já em sua agenda

Local: Caesar Park, Av. Paulista, 2181 - SP

Data: 16 de agosto

Maiores informações: (11) 3666-8301 (Carla)

Realização:



Faxina no passado

Audax capta novos hábitos de consumo na limpeza institucional e doméstica



Audax: melhora do poder aquisitivo destrona produtos em pó.

Na garupa de cerca de 180 produtos, a **Audax** tem cadeira cativa na dianteira do setor brasileiro de limpeza profissional, atesta o gerente de marketing Diego Viriato. “Trata-se de um segmento que faturou R\$ 1 bilhão no país em 2011, contra R\$ 25 bilhões aferidos na receita da ala de produtos de limpeza doméstica”, expõe o executivo. O contraste dos resultados explica o vigor com que a Audax tem cultivado, em paralelo, a preferência da consumidora final, a cavaleiro de um mostruário por ora de 46 itens, entre ceras, saponáceos, desinfetantes, lustra-móveis, limpa-vidros, limpadores multiuso, removedores e amaciantes. Nesta entrevista, Viriato explica como sua área, integrada à diretoria comercial presidida pelo diretor Wanderley Morelli, membro da família fundadora da empresa há 40 anos, monitora e irradia na sede em Vinhedo (SP) a evolução dos produtos e embalagens a tiracolo da subida no padrão de vida.

PR - Como avalia a sobrevida no mercado brasileiro, daqui a cinco anos, de produtos hoje em declínio como sabão em barra e cera para assoalho? Quais as justificativas para o encolhimento da demanda deles?

Viriato - Sabão em barra e em pó tendem a ficar restritos a nichos, por perder mercado para a praticidade do sabão líquido. Na contramão dessa corrente, até hoje não surgiu produto melhor que cera de carnaúba para lustrar pisos de madeira. Acontece que hoje predominam os pisos frios, alvos de outros tipos de revestimentos.

PR - Entre as diversas categorias de artigos de limpeza, quais são, a seu ver, os produtos considerados não básicos que as classes C e D/E mais têm adquirido nos últimos 5 anos no Brasil?

Viriato - Fico com limpadores perfumados. Com a melhora da renda,

a classe E substituiu pelo limpador multiuso a água sanitária, embora essa categoria ainda movimente volumes maciços. Nessa mesma trilha, o ganho no poder aquisitivo levou a classe C a uma mudança de hábitos da qual resultou a atual passagem dos lavadores multiuso para os tipos perfumados. Exceto em relação a nichos como o hospitalar, onde fragrâncias são vetadas, ninguém mais quer limpador sem cheiro. Para a consumidora, a limpeza doméstica tem associação direta com o conceito de perfume.

PR - Quais os produtos de limpeza não básicos e os produtos de limpeza mais sofisticados que, a seu ver, tendem a estreitar e deslanchar nos gastos das classes C e D/E no Brasil nos próximos 5 anos?

Viriato - Aposto no lava roupas líquido, hoje consolidado nas classes A e B e em migração iniciada para a classe C. No passado, era um mercado do sabão

em pó Omo, da **Unilever**. Mas o trabalho feito pela **Procter & Gamble** para Ariel abriu esse campo para o sabão líquido. Outras marcas foram atraídas para o novo espaço e hoje temos cerca de 20 concorrentes em lava roupas líquidos, entre eles o sabão líquido Facilita, aqui da Audax. A Unilever teve reações como o lançamento do amaciante Comfort em versão concentrada. Ou seja, com determinada dosagem realizada pela dona de casa o produto sobressai pela economia proporcionada. É o atrativo de amaciar e perfumar maior volume de roupa com doses menores e, por extensão, com ganhos econômicos para a consumidora. Acontece que, hoje em dia, a dona de casa tem menos tempo e paciência para afazeres domésticos e não está predisposta a submeter-se, mesmo com o charme da economia, ao trabalho de dosar com cuidado o concentrado e depois aplicá-lo. Ela quer praticidade: jogar o líquido direto e sem maior controle no lote de roupa, fechar a tampa da lavadora e deixar o pau quebrar lá dentro.

PR - Apesar da alta transparência proporcionada, PET continua com presença tímida em recipientes de produtos de limpeza, cons-

tituindo nas pesquisas um reduto menor que sucos ou energizantes. Por quais motivos essa penetração não aumenta?

Viriato - Mas PET tem crescido bem em categorias como amaciantes e me surpreende que o setor de limpeza seja considerado secundário, pois veja só a imensidão do consumo. O problema é que PET, ao que eu saiba, não permite a produção de frascos com alça e a dona de casa preza a praticidade desse recurso no manuseio da embalagem. Pelas nossas contas, o frasco de PET sai até mais barato que o de polietileno (PE) e ganha na estética. Mas a consumidora quer a alça para lidar com um recipiente algo pesado quando cheio. Por isso, acho que PET tem potencial em embalagens menores, mas PE manda nas de dois litros em diante. Voltando ao visual, não se discute o poder de sedução da transparência de PET e não vejo, a propósito, vantagem alguma em aplicar cor opaca num frasco do poliéster, como já se tentou com água sanitária — consegue-se a barreira à luz, mas PET perde a vantagem estética, fica parecido com PE. Claro que a beleza da embalagem influi para o consumidor



Limpadores: PET sobressai em frascos menores.



Viriato: verticalização na embalagem é tendência a estudar.

pegar o produto de limpeza na prateleira para sentir o aroma. Ali no ponto de venda, a decisão de compra nasce de um conjunto de fatores: o visual da embalagem, a apreciação da fragrância e a constatação de viscosidade do líquido.

PR - Boa parte dos principais fabricantes de produtos de limpeza opera verticalizados na produção de suas embalagens. Hoje em dia, é mais rentável para uma indústria média ou grande de artigos de limpeza produzir suas embalagens ou encomendá-las a transformadores?

Viriato - A Audax definiu os produtos químicos como seu foco, sua vocação. A produção das embalagens é terceirizada e a parceira **Greco & Guerreiro** (ver à pág. 42) responde por cerca de 80% dessas entregas e o percentual restante cabe a transformadores como o **Grupo Engra**. Mas, se mantido o atual nível de expansão, acho que, devido a ganhos de custos e cobertura logística, a Audax terá de estudar, daqui a dois anos, a hipótese de ingressar em embalagens, de preferência pela alternativa do sopro in house (anexo à linha de envase) por transformador contratado. É uma tendência no ramo e o sopro in house convém por não desviar a Audax de sua vocação.

PR - Por que o sopro in house até hoje não decolou entre fabri-

cantes de produtos de limpeza no país, restringindo-se a poucas indústrias ?

Viriato - Posso responder com base na trajetória da Audax, cujos investimentos focalizam a expansão operacional. Mas reitero que a produção de embalagens poderá integrar o perfil de indústrias médias e grandes pela sua conveniência econômica. O sopro in house entra aqui como parte de uma transição, uma forma de a indústria embarcar nessa corrente sem abrir mão de sua especialização.



Ponto de venda: fragrância impulsiona compra.

PR - Pesquisas de campo demonstram que o consumidor raramente lê rótulo ou entende o significado de termos impressos nos frascos como reciclável, biodegradável, sustentável etc. Quais medidas sugere às indústrias de limpeza para transmitirem melhor seu compromisso ambiental através da embalagem?

Viriato - Para começo de conversa, reconheço a existência de poluição nos



Top Tampa: diluição mais prática de concentrados.

rótulos e atribuo o texto excessivo à publicação de informações determinada pela **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)**. Concordo que o público ignora, em geral, o sentido de termos como reciclável ou biodegradável. A saída para a comunicação está fora dos rótulos; a distribuição de material esclarecedor à consumidora nos pontos de venda é uma solução eficaz, pela experiência da Audax.

PR - A Audax também adota plástico reciclado para embalar artigos de limpeza?

Viriato - Não utilizamos por causa dos volumes e qualidade oscilantes do reciclado fornecido.

PR - Qual produto de limpeza melhor reflete o incremento de renda das classes mais pobres nos últimos cinco anos?

Viriato - Limpador multiuso perfumado e amaciante líquido. O primeiro toma espaço do limpador sem fragrância e, quanto ao amaciante de tecido, a quantidade de fabricantes e a economia de escala puseram ao alcance da classe C essa categoria que proporciona conforto ao consumidor na atividade de lavar roupa.

PR - Com qual frequência os fabricantes de produtos trocam em média de modelo de embalagem?

Viriato - No mercado de limpeza profissional, isso ocorre de cinco em cinco anos. Mas no de limpeza doméstica, há quem mude a embalagem de seis em seis meses e, sob a pressão da disputa, esse prazo tende a baixar.

PR - Quais os lançamentos mais relevantes da Audax?

Viriato - Ao final de 2011, lançamos o patenteado sistema dosador Top Tampa, desenvolvido internamente. Dispõe de um escalonamento que permite a diluição dos produtos em três níveis (100, 300 ou 500 partes de água por uma parte do produto). Mediante essa diluição mais prática, um recipiente de cinco litros gera até 2.500 litros de produto aplicado. Já empregamos o sistema Top Tampa em recipientes de hipoclorito de sódio (desinfetante) e de concentrados de detergente e limpador perfumado. Nesse caso, a Audax foi a primeira a vislumbrar essa tendência no mercado de limpeza profissional. Já no mercado de limpeza doméstica, introduzimos em 2011 um sabão líquido formulado para roupas finas e de cunho especial, como aquelas para festas.

Todos os dias a FCC participa de sua vida
agregando segurança, conforto e valor a seus produtos.

Fortiprene® TPE

100% atóxico e hipoalergênico, o Fortiprene TPE é o elastômero ideal para produtos que tenham contato direto com pessoas ou alimentos. Seja para um grip de escova de dentes, um bico de mamadeira, ou um êmbolo de seringa: conforto, segurança e desempenho são fundamentais e o Fortiprene TPE é a escolha certa.



www.fcc.com.br (51) 2129-2200

Grupo **FCC**

Tempo é dinheiro

Aumento da renda familiar e busca de praticidade inspiram a Archote



Archote: participação de reciclado nos frascos.

Tendências antes previstas para médio prazo hoje varam de bate pronto a superfície do setor de produtos de limpeza. Esse encurtamento das projeções é apenas um dos efeitos no ramo causados pela promoção, há cerca de nove anos a fio, de um contingente de milhões de pessoas das classes pobres à condição de consumidores influentes. Com base nesse pano de fundo, Alexandre Pisani, sócio e diretor técnico/comercial da **Archote**, grife atuante desde 1967, sediada em Cotia (SP) e às em limpeza profissional e doméstica, descortina os produtos de cunho requintado capazes de decolar na cesta de compras do público C, D e E ao longo dos próximos cinco anos. “Acreditado muito nos produtos concentrados,

pois a filosofia do mercado profissional será introduzida no varejo. Ou seja, as pessoas procuram performance, rendimento e produtos de múltiplas funções e de menor espaço de armazenagem”.

Pisani estende esta previsão de altos voos ao sabão líquido para roupas, limpadores perfumados e aromatizantes. A propósito, os aromatizantes são, para ele, o artigo de limpeza que traduz em cheio o atual vigor do poder de compra de baixa renda. “São encontrados até em boutiques”. Cinco anos atrás, ele compara, os amaciantes eram o produto do setor que indicava status nas classes mais humildes.

Amaciantes, tal como limpadores perfumados e itens multiuso, deixa claro Pisani, têm puxado o rol dos artigos

de limpeza não básicos mais adquiridos pelo consumidor popular nos últimos cinco anos. “As pessoas consideram uma conquista conseguir utilizar um amaciante, postura aliás fortalecida pelo aumento da renda e daí também a procura de produtos cada vez mais sofisticados por essa classe”. Na mão oposta, Pisani recorre à procura por praticidade e performance, requisitos cada vez mais cobrados, em especial nos principais centros, para justificar o encolhimento nas vendas de sabão em barra, limpadores com brilho e cera para assoalho, este aliás um produto marcante do início da Archote. “A demanda por esses artigos ainda é grande no interior do país”, assinala o dirigente. Retomando o fio, ele enxerga por trás

dessa migração para outros produtos o empurrão dado pela ampliada renda familiar e menos tempo disponível para afazeres domésticos. “No caso da redução do uso da cera, contribui a substituição dos assoalhos por laminados ou pisos frios”, ele completa.

Entre as sacadas da Archote este ano, Pisani distingue o lançamento de sabão líquido, limpadores perfumados e aromatizantes. Ao final do período atual, ele adianta, a meta é introduzir um alvejante sem cloro e um removedor em versões com e sem cheiro. Para essas novidades corresponderem às



Pisani: concentrados serão a bola da vez nos próximos cinco anos.

expectativas, a Archote depende em boa parte do comportamento de seu fornecedor de recipientes. “Muitas vezes ele pulveriza a mesma embalagem para indústrias que tratam o produto de limpeza de forma diferente, nivelando com frequência sua qualidade por baixo”, esclarece Pisani. “Os transformadores dão preferência à produção de embalagens genéricas, capazes de atender a várias empresas, deixando assim muito parecida a aparência de diversos produtos”. A alternativa de investir na construção de um molde exclusivo, ele nota, esbarra no custo da hora/máquina, fator muitas vezes encarecedor da embalagem. “É muito carente a oferta

de embalagens revolucionárias para o nosso setor; nem mesmo as grandes empresas trazem novidades relevantes”.

PET, julga o porta voz da Archote, não sai tão cedo da cauda de polietileno de alta densidade (PEAD) no setor de limpeza. “Cresce muito o uso do material para realçar a aparência dos fracos de até um litro, mas acima desse volume as embalagens ficam pesadas e pouco funcionais, devido à falta de alça, complicando seu manuseio em ambientes úmidos na maior parte dos casos”, comenta Pisani, inserindo estar voltando a envasar em PEAD desinfetantes antes acondicionados em PET. “Não se trata de economia, pois na maioria das vezes o custo de PET é inferior ao de PEAD”, ele atesta. Em vão, o reduto de PET tentou abrir caminho em água sanitária no Brasil. Pisani atribui o fiasco a lacunas como a insuficiente barreira ao cloro do poliéster pigmentado e à impossibilidade de se obter frascos de PET com alça para versões de dois litros de água sanitária.

Pisani prefere manter a vocação da Archote em produtos de limpeza, sem estendê-la ao sopro dos frascos. “Já tivemos o sopro dentro da empresa e os problemas gerados foram muito sérios”, avalia. “Temos que tratar as duas operações como duas indústrias, cada uma com sua lucratividade, sem pensar que o produto de limpeza subsidia o sopro”. Para esfarelar de vez a ideia da produção interna de recipientes, Pisani argumenta que, com o passar do tempo, “as máquinas ficam obsoletas e precisam de constante investimento, pois os transformadores especialistas na embalagem vão inovando e assim proporcionam melhores condições aos nossos concorrentes”. O dirigente também mantém pé atrás



Água sanitária: PET não desloca PEAD.

em relação à modalidade do sopro in house – transformador contratado para suprir frascos em instalação perto da linha de envase do fabricante de artigos de limpeza. “O grande problema dessa operação é a garantia de qualidade, pois depende da montagem de uma grande estrutura para assegurar que os frascos saiam com padrão mínimo para não comprometer o envase ou a eficiência de todo o sistema industrial”.

Pelo flanco da sustentabilidade, Pisani fecha com a corrente que enxerxa o plástico reciclado tímido no setor em virtude do seu padrão variável de qualidade e da incerta disponibilidade dos volumes necessários. Mesmo assim, reitera, a Archote baixou a diretriz de trabalhar com embalagens possuidoras de um teor mínimo de 30% de resina reciclada. “Um grande problema enfrentado, em especial com PEAD, é a frequente alteração da essência do produto de limpeza quando contaminada pelo cheiro do material recuperado”, assinala Pisani. “Nesses casos, procuramos reduzir esse entrave optando por PET”.

Cada um na sua

Verticalização na embalagem é tiro no pé para indústrias de limpeza e beleza, adverte a Greco & Guerreiro



Lava roupas líquido: adesão crescente das classes mais pobres.

Com um pé em embalagens de cosméticos e outro, majoritário, na canoa dos produtos de limpeza, a transformadora, a paulista **Greco & Guerreiro (G&G)**, dedicada ao sopro de polietileno de alta densidade (PEAD) e PET, reflete em sua carteira de pedidos as alterações nos padrões de consumo que a nova classe média vem impondo. Hoje em dia, a G&G transforma 1.500 t/mês em trabalho com PEAD, usando 38 máquinas, e sopra 25 milhões de frascos/mês de PET em 14 equipamentos. Em 2012, a empresa adicionou quatro sopradoras de PET e três de PEAD, compondo outros 10 milhões de frascos mensais de poliéster e quatro milhões à base de polietileno – versões de 1l, 2l e 5l. Nesta entrevista, o gerente

comercial Alexandre Gusson desponta, como era de se esperar, um defensor ferrenho da produção terceirizada de embalagens e pincela tendências em processos e no portfólio da G&G.

PR – Como avalia a sobrevida no mercado brasileiro, daqui a cinco anos, de produtos hoje em declínio como sabão em barra, cera para assoalho e limpadores com brilho?

Gusson – Ainda temos boa demanda de frascos para esses produtos, com exceção do sabão em barra. Porém, vejo constantemente produtos de melhor desempenho e praticidade sendo lançados, substituindo aos poucos parte dessa linha tradicional. Outro fator é a crescente massa de novos consumidores com melhor poder aquisitivo,

exigente e disposta a gastar um pouco mais para experimentar produtos. Isso intimida, mas ainda não compromete os itens básicos.

PR – Entre as diversas categorias de artigos de limpeza, quais são, a seu ver, os produtos considerados não básicos que as classes C e D/E mais têm adquirido nos últimos cinco anos no Brasil?

Gusson – Considerando os últimos cinco anos, podemos citar, na ordem, limpador multiuso, alvejante sem cloro, limpador perfumado e lava roupas líquido. São produtos não básicos de limpeza que ganharam e estão gradativamente conquistando o consumidor moderno por sua praticidade e desempenho. Porém, acredito que itens básicos como sabão em pedra, álcool, água sanitária e sabão em pó nunca sairão de cena.

PR – Quais os produtos de limpeza não básicos e os produtos de limpeza mais sofisticados que, a seu ver, tendem a estreitar e deslanchar nos gastos das classes C e D/E no Brasil nos próximos cinco anos?

Gusson – Vejo uma tendência no lava roupas líquido ganhando boa parte do mercado do sabão em pó, assim como os limpadores perfumados dos desinfetantes comuns. Já alvejante sem cloro, sabão de coco líquido, lava-louças premium tipo gel e líquidos concentrados crescerão mais em longo prazo.

PR – Apesar da alta transparência proporcionada, PET continua

A Innova possui a solução
que sua empresa procura.

Acreditamos em relacionamento sustentável,
construído com segurança, confiança e
compromisso.

Escutamos atentamente as demandas do
mercado e, com o apoio do nosso Centro de
Tecnologia em Estirênicos, atendemos suas
expectativas desenvolvendo novos produtos e
aplicações, garantindo maior competitividade
para nossos clientes.

Além disso, a Innova completa cinco anos de
comercialização da resina ABS, se consolidando
como um fornecedor seguro e ampliando o
portfólio na cadeia de Estirênicos.

Estamos preparados para crescer juntos com você!

Estireno - Poliestireno - ABS

www.innova.ind.br



innova
Nós escutamos você e juntos
construímos a solução.



LIMPEZA & BELEZA/TRANSFORMAÇÃO



Gusson: verticalização na embalagem dispersa o foco nos setores de limpeza e beleza.

com presença tímida em recipientes de produtos de limpeza. Por quais motivos essa penetração não aumenta? É uma questão de custos de produção e/ou de cultura do consumidor brasileiro?

Gusson – A principal conquista do PET está na aparência. Fabricantes podem expor seus produtos, além de trabalhar com corantes atrativos em harmonia com toda a embalagem, rótulo e tampa. Em relação ao custo, quase sempre é mais viável devido à possibilidade de se utilizar gramaturas menores graças a maior resistência do material. Para frascos com volumes até 1000 ml, PET

é opção quase unânime entre fabricantes. Contudo, para volumes maiores a funcionalidade do frasco fica comprometida pela falta de possibilidade de colocar alça. A questão fica mais complicada porque, na maioria das vezes, as mãos ou a própria embalagem estão molhadas durante o manuseio.

PR – Boa parte dos principais fabricantes de produtos de limpeza operam verticalizados na produção de embalagens. Hoje em dia é mais rentável para uma indústria média ou grande de artigos de limpeza produzir suas embalagens ou encomendá-las a transformadores?

Gusson – Quando as empresas hoje verticalizadas investiram na produção de suas embalagens, o custo não foi fator determinante. Na verdade, pesou a falta de oferta no mercado: ou sopravam seus frascos, ou deixavam de vender. Hoje em dia, é possível que empresas se preocupem mais com o core business e não queiram montar uma fábrica dentro de outra, vide a complexidade de uma operação de sopro. Várias empresas per-



Sabão líquido: crescimento sobre os tipos em barra e pó.

dem o foco investindo grandes quantias em máquinas e equipamentos para este fim, para depois depararem com falta de expertise e acabarem deixando em pouco tempo a planta obsoleta e produtos fora de mercado. Ao mesmo tempo, empresas especializadas no ramo estarão anos-luz à frente com novidades, a custos menores, sendo oferecidas aos concorrentes. Fazer boas parcerias com empresas idôneas e competentes e se especializar no core da empresa, sem dúvida, é o melhor caminho.

PE RIMA LEVEZA COM BELEZA E LIMPEZA



PEAD: menos peso e mais rigidez.

A **Braskem** assedia os redutos de produtos de limpeza e beleza com novidades do seu arsenal de polietilenos (PE). Desde o ano passado a petroquímica abre caminho para o grade BS002W, brandindo o chamariz da redução de peso das embalagens e preservação da excelência no empilhamento, cortesia de sua elevada rigidez, explicam Augusto Cesar Esteves, engenheiro de aplicação, e Leandro Fiorin, engenheiro de produto, ambos focados em PE. A aditivação especial desta resina, avisam, proporciona aos frascos soprados bom padrão de cor e acabamento. Na trincheira específica da limpeza doméstica, os dois especialistas distinguem o acesso de sua empresa a tecnologias para polietileno de alta densidade (PEAD) destinado ao sopro, repassadas por licenciadores do naipe da **LyondellBasell, Unipol, Chevron Phillips e Mitsubishi**. Além do

grade BS002W, a Braskem destaca o PE HS5403, também dotado de resistência a stress cracking e elevada rigidez.

Para o setor de produtos de beleza, Esteves e Fiorin recomendam o grade HS5502, que atribui ao frasco excelente acabamento, com boa relação entre brilho e transparência. O material sobressai pela processabilidade e permite máxima produtividade das linhas de sopro de PE por extrusão contínua. A aditivação da resina também melhora a tolerância ao processo de esterilização dos recipientes, ambos os técnicos asseveram. Ainda para este setor, as tecnologias para sopro detidas pela Braskem permitem o desenho de tipos de PEAD bimodais e monomodais. Uma conquista-chave da empresa em PEAD para a indústria de beleza, frisam os executivos, foi o aprimoramento e equalização do padrão de cor dos grades de sopro. Produtora de PE na Argentina, a **Dow** não deu entrevista.

PR – Por que a operação de sopro in house até hoje não decolou entre fabricantes de produtos de limpeza, restringindo-se a um pequeno número de empresas?

Gusson – Primeiramente, falta mão de obra especializada e comprometida. Outro fator que impacta o processo é pular importantes filtros e etapas de inspeção da qualidade. Ou seja, muitas falhas passam batido desde o sopro até o envase e problemas fatalmente chegam aos olhos do cliente.

PR – Com base na bagagem da empresa e no seu portfólio de frascos e clientes do setor, o crescimento do consumo de qual produto de limpeza hoje é o que melhor reflete o incremento de renda das classes mais pobres? E qual produto de limpeza melhor refletia esse

incremento de renda das classes mais pobres cinco anos atrás?

Gusson – Vemos alvejantes sem cloro e sabões líquidos ganhando cada vez mais espaço do tradicional sabão em pó. Cinco anos atrás, percebíamos o crescimento dos multiusos e limpadores perfumados tomando lugar dos alcoóis e dos desinfetantes comuns.

PR – A sua empresa também sopra plástico reciclado para artigos de limpeza. Convém adquirir o reciclado de terceiros ou vale a pena investir numa recicladora própria?

Gusson – Somos grandes consumidores de resina reciclada e temos fortes parcerias com empresas homologadas. Também fazemos questão de pagar preço justo de mercado para exigir quantidade e qualidade. Devido à grande demanda da G&G

por reciclados e para assegurar a qualidade da resina, temos uma unidade chamada **Po-lisopro**, em Itatiba (SP). Ela efetua a extrusão e granulação de PE reciclado para a G&G.

PR – Um conhecido entrave à arrancada de plástico reciclado em produtos de limpeza, em especial entre as grandes marcas de alcance nacional, é a oscilante qualidade do material recuperado disponível para vendas na praça. Concorda? Como contornar esse obstáculo?

Gusson – Sim. Contornamos a situação selecionando e homologando fornecedores.

PR – Quantas toneladas de PEAD recuperado sua empresa soprou em 2010 e 2011? E quais foram os volumes em PET?

Gusson – Mais de 12.000 tonela-



VERDES...

Verde limão, verde oliva, verde maçã, verde exército, verde mato...

Temos o verde que você precisa, para você não ficar verde como o Hulk, de tanto procurar.

Você tem a inspiração.

Nós temos a cor que você precisa.

No DNA da sua cor, tem Cromaster.

Cromaster
masterbatches
10 ANOS
Central de Vendas: 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



PET: lacuna da alça restringe avanço do poliéster.

das de PEAD e 5.000 toneladas de PET. No sopro de artigos de limpeza, o volume gira em torno de 70% de reciclados e 30% de resina virgem.

PR – Quais as inovações introduzidas este ano em seu mostruário de frascos para produtos de limpeza?

Gusson – Para quase todas as linhas de frascos oferecemos rotulagem em BOPP rollabel. Este ano vamos oferecer também o serviço para frasco cilíndrico de cinco litros. Estamos hoje com seis modelos diferentes para amaciante de roupas, sendo o mais atual lançado em julho e rotulado com adesivo em linha, contando ainda com

design moderno e materiais mistos – entre virgens e reciclados –, com pigmentos perolados e cores intensas. Além do mais, lançamos este ano o lava roupas líquido em PET de 1l e implementamos novos moldes para água sanitária de 1l e 2l altamente produtivos com até 16 cavidades.

PR – Como reparte entre os segmentos de produtos de limpeza e cosméticos o faturamento projetado este ano para sua empresa?

Gusson – Perto de 90% para indústria de domissanearias. Os outros 10% se dividem entre cosméticos, laboratórios e setor alimentício.

PR – Com qual frequência seus clientes do setor de limpeza doméstica hoje trocam de modelo de embalagem? E qual era essa frequência há cinco anos?

Gusson – Há cinco ou dez anos, a troca era mais morosa. Hoje nos antecipamos e oferecemos esta troca ao cliente uma vez que percebemos que seu produto está obsoleto. Lançamos constantemente opções para renovar e modernizar as linhas mais vendidas de nossos clientes. Além do design, consideramos a evolução da engenharia da embalagem, onde conseguimos reduções

de peso mantendo a resistência do frasco.

PR – Por quais motivos as tentativas de adotar PET opaco para o envase de água sanitária não vingaram?

Gusson – Já estudamos usar PET em frascos de água sanitária. Aplicamos a resina comum com barreira de luz (pigmento) e, 30 dias após o envase, apareceram rachaduras no ponto de injeção. Seria necessário incluir na composição da pré-forma outros materiais, como barreira ao hipoclorito. Porém, o custo ainda é inviável se comparado a PEAD, principalmente o reciclado. Outro ponto negativo é o teste de extravazamento, pois o produto não pode vazar na mão do consumidor enquanto segura a embalagem firmemente e sem tampa. Se utilizarmos pré-forma de peso inferior a 33 g para 1l, dificilmente atenderíamos ao critério de aprovação da norma que regulariza o uso de frascos para água sanitária, tornando seu custo mais inviável.

PR – Quais os investimentos de sua empresa para o setor de limpeza doméstica este ano?

Gusson – Implantamos serviços como serigrafia UV três cores, rotulagem tipo manga e BOPP rollabel. Estamos automatizando a rotulagem em linha para autoadesivos.

PP: O NEGÓCIO É ENCHER OS OLHOS.



PP: assédio a xampus com novos grades.

A **Braskem** também espreita produtos de limpeza doméstica e beleza com seu arsenal de polipropileno (PP). Para esses tipos de embalagens, o grupo sugere o Prisma 6410, copolímero randômico talhado para frascos e garrafas, aponta Alessandro Cauduro Lima, gerente de desenvolvimento de produto. A resina, ele insere, se destaca pelo brilho, processabilidade, balanço de propriedades mecânicas e transparência para espessuras de até 2mm. As embalagens na mira de Prisma 6410 são as obtidas por injeção-sopro, para frascos menores ou recipientes de sopro por extrusão contínua de até 2l. Em relação a outros tipos de PP para sopro de frascos, tanto para cosméticos quanto para itens de limpeza, Lima antecipa, a Braskem busca a evolução de propriedades ópticas, bem como melhora na estabilidade dimensional (contração) e resistência ao impacto. “As novidades estarão disponíveis ao longo deste ano”, ele adianta conciso.

Por sinal, frascos de desodorantes roll on e recipientes de xampu e condicionador para cabelos são adeptos de PP devido à evolução em propriedades ópticas, resalta Lima. Essas características tornaram Prisma 6410 uma alternativa adequada a todos os usos nos quais transparência pinta como diferencial-chave. Na mesma trilha Braskem estuda lapidar seu portfólio local de PP com a transposição de determinados grades do mix de suas plantas de PP nos Estados Unidos e Alemanha. “Visamos, em especial, resinas que ofereçam melhores propriedades mecânicas, mantendo o desempenho em atributos visuais”, conclui o gerente.

Sopros de vida

Amcor acena com inovações para PET avançar



PET: ascensão em cosméticos calibrada pela exposição do conteúdo.

A pesar do predomínio de embalagens opacas e translúcidas em produtos de limpeza e beleza, PET não está de braços cruzados. “Segundo a consultoria **Euromonitor**, a resina é a que mais cresce e a de melhor projeção de expansão, na média de 6%, no mercado brasileiro de limpeza doméstica”, coloca Rodolfo Salles, gerente de pesquisa e desenvolvimento da subsidiária brasileira da australiana **Amcor**, trem bala global na transformação do poliéster. “Já no mercado de higiene e beleza, PET evoluiu à média anual de 15% entre 2004 e 2008 sem alterações previstas para essa tendência nos próximos anos”.

Salles pondera que eventuais entraves à migração de outros materiais para

PET não podem ser justificados apenas com planilhas de custos ou a cultura da consumidora de produtos de limpeza e beleza. “Também contam pontos elementos a exemplo da capacitação técnica do transformador, vida útil e obsolescência dos parques/plataformas industriais de embalagens, já montados para trabalho com resinas como poliolefinas”, argumenta o executivo. Em contrapartida, ele deixa claro, sobram os estímulos para a referida migração. “PET ganha a preferência sobre poliolefinas quando são procurados pontos como transparência, brilho e facilidade de conformação plástica, além da possibilidade de aplicação de rótulo sleeve que distingue os produtos na prateleira”.

A Amcor é reverenciada como usina de avanços tecnológicos em PET. Numa visão por alto, Salles acena com pré-formas de maior precisão dimensional, o link em desenvolvimentos com centro tecnológico em Manchester (EUA), diver-

sidade de formas, texturas e cores, além de sistemas de gargalos com dosagens precisas, vedações, barreiras à luz, UV e gases. O gerente admite a possibilidade de transpor ao setor de limpeza doméstica desenvolvimentos da empresa ligados a tecnologias de envase a quente (hot fill). “Por exemplo, pegas ergométricas (grips), colunas estruturais mecânicas e texturizações que, através de análise de elementos finitos (FEA), podem contribuir para a leveza e resistência dos recipientes”, ilustra Salles. Uma das tecnologias hot fill de maior evidência, referente a patenteados insertos de moldes, teria vez, analisa o especialista, em embalagens de limpeza e beleza. “Poderia ser aplicada na configuração de garrafas do mesmo volume que possam ser trocadas, ou então, nas áreas do ombro ou base dos frascos, mantendo os volumes úteis e diferenciando tópicos como design, textura, imagem ou logotipo em relevo”, ele sugere.



Salles: recursos da tecnologia hot fill viáveis em frascos de limpeza e beleza.

Desenvolvimentos com PET reciclado estão bem cimentados no portfólio de projetos e produtos da empresa. Salles comenta, a propósito, que o setor de limpeza recorre a teores crescentes de PET reciclado “por não necessitar de frascos 100% transparentes”. Já a indústria de beleza valoriza esse trunfo óptico do poliéster virgem, ele deixa claro. De volta ao reduto de limpeza, Salles enxerga a força da cultura de mercado e percepção do consumidor por trás do reinado de PEAD em frascos opacos de água sanitária. “Mas nota-se a tendência de migração para PET de produtos de cores fortes e atraentes, como amaciantes e concentrados”, ele aponta. A



Limpeza doméstica: maior receptividade a reciclado nos frascos.

propósito, arremata Salles, a depender de variáveis como o mercado e posicionamento do produto ou o perfil de inovação do consumidor final, os setores de limpeza e beleza costumam renovar as embalagens no período médio de três a cinco anos.

M&G: RESINAS MULTIUSO

No compartimento de PET grau garrafa, o único fabricante da resina no Brasil, o grupo **M&G**, aposta nos grades regulares para atender aos mercados de limpeza doméstica e higiene e beleza. Para o nicho de limpeza, Theresa Moraes, gerente comercial, recomenda a resina standard. Para recipientes de artigos de higiene pessoal e cosméticos, o atendimento fica a cargo da resina Turbo. A principal chave da diferenciação entre frascos de beleza, avalia a executiva, provém do design.

MASTERS: ÍMÃS VISUAIS

Características visuais das embalagens de produtos para limpeza doméstica e higiene e beleza pesam na escolha entre uma marca ou outra. Por isso, fabricantes de masterbatches não dão bobeira diante das exigências do consumidor. A **Cromex**, por exemplo, investiu para atender esses segmentos em extrusoras dupla rosca, destaca Anderson Maia, gerente de produtos e projetos. Além disso, ele insere, a empresa recentemente homologou uma série de pigmentos que conferem mais transparência a resinas poliolefinicas e tem avançado em tecnologia sustentável focada em cores e efeitos para termoplásticos de fontes renováveis, diz, escorado inclusive na sua oferta de masterbatches para o polietileno (PE) com base em etanol de cana-de-açúcar da **Braskem**, e para ácido polilático (PLA). Larissa Vecchi, gerente de marketing da fabricante, emenda que para o mercado de higiene pessoal e beleza a tendência aponta para cores com efeitos perolizado e metalizado, além de pigmentos termossensíveis. No reduto de limpeza doméstica, despontam as cores fluorescentes e intensas. “No geral, para 2012, a paleta é bem sortida, indo dos tons esmaecidos às tonalidades marcantes”, ela ressalta.

A **Termocolor**, por seu turno, percebe um aumento da procura por cores fortes, como azul, verde e vermelho, e por efeitos perolizados, prata e dourado, em tampas e embalagens de limpeza e beleza, expõe Roberta Fantinati Gnola, especialista de economia e marketing. Para tampas, especificamente, a clientela do ramo busca matérias-primas que proporcionem melhor resultado final na peça para evitar quebras e rachaduras durante o uso. Vermelhos e perolizados dão o tom nos frascos de itens de limpeza, enquanto em higiene pessoal cores fortes, pigmentos diversificados e perolizados sobressaem, ela aponta. Atenta ao apelo sustentável, Roberta já acena para o lançamento de masters biodegradáveis este ano, ela deixa no ar. Além do mais, a Termocolor investiu em uma máquina dupla rosca co-rotante para pequenas quantidades, no momento destinada aos segmentos de higiene e limpeza.

Sergio Bianchini, gerente de desenvolvimento de negócios e marketing da **Ampacet** na América do Sul, explica que o mercado de limpeza segue orientado a linhas de produtos mais genéricas, focadas em manter controlados os custos da embalagem. De outro ângulo, o reduto de beleza requer efeitos de melhor performance e mais atraentes ao consumidor final. Para este setor, Bianchini aposta nos perolados especiais, metálicos, bem como produtos de alta transparência.

Amarildo Bazan, diretor de vendas de cores e aditivos da operação brasileira da **PolyOne**, enfatiza que as cores e efeitos são os grandes responsáveis pela diferenciação das marcas de limpeza e beleza. “Notamos forte tendência em prol de cores vibrantes, cítricas e com efeito perolado”, esclarece. Este ano, a PolyOne introduz, para o compartimento de limpeza doméstica, linhas com melhores funcionalidades de barreira e cores sob medida. Já para o setor de higiene, cosméticos e beleza, o destaque fica com cores de efeitos especiais, cargas de alta densidade para tampas que aumentam o peso e percepção de valor, além de corantes de alta clareza. “Enquanto nos produtos de limpeza o foco é na funcionalidade e diferenciação de marca, nos cosméticos o alvo é a melhora da estética”, constata Bazan.

Banho de cheiro

Ducha Cosméticos arrasa com foco em fragrâncias brasileiras. Mas esbarra em poucas opções na oferta de embalagens menos convencionais.



Giffoni e Reys: indústria brasileira de embalagens precisa ser mais ousada.

A Ducha Cosméticos nasceu em 2003 com uma pequena loja no bairro de Higienópolis, na capital paulista. À época, trabalhava apenas com três linhas de produtos. A ideia, segundo os sócios José Roberto Giffoni e Elson Reys, era unir itens diferenciados e de qualidade, algo então só visto em importados, a bom preço. Hoje, a empresa possui 15 unidades, das quais três

lojas próprias e 12 franquias, além de ter o portfólio exibido em balcões de diversas redes multimarca. Um intrigante perrengue do negócio, abrem os sócios da grife, é encontrar diversidade e criatividade entre os fornecedores de embalagens. A Ducha terceiriza toda fabricação de seu mostruário, do produto à embalagem, restringindo-se aos desenvolvimentos, marketing e co-

mercialização, explicam Giffoni e Reys na entrevista a seguir.

PR – Quais produtos vistos como mais sofisticados e que, a seu ver, tendem a estreitar e deslanchar nos gastos das classes C e D/E nos próximos anos?

Giffoni – Hoje em dia, mesmo o consumidor das classes C e D/E se

permite comprar cosméticos. Às vezes, mesmo não tendo dinheiro para comprar uma roupa mais cara, ele vai adquirir um produto relacionado à beleza e higiene. Do cuidado pessoal, ele não abre mão. Com a ascensão das camadas mais baixas à classe média, empresas estão fazendo produtos focados e usando uma linguagem mais voltada a esse público.

Reys – A linha de ambientes, por exemplo, é algo que cresce muito entre esses consumidores. São itens para perfumar os ambientes, como velas, águas perfumadas, sprays para casa e para roupas. Há cinco anos, essa linha era muito mais tímida.

PR – Apesar da alta transparência, PET continua com presença fraca em recipientes de produtos de higiene pessoal e cosméticos. Qual critério utilizado pela Ducha para aplicar a resina em suas embalagens?

Reys – Um dos critérios para o uso de PET é mostrar a cor do produto. O conceito da nossa marca é ser bem brasileira. As cores são normalmente muito fortes,



Linha Figo: campeã de vendas da Ducha.

nunca tímidas, para que reflitam as flores e frutos do país. No uso de PET conseguimos a transparência necessária. Em linhas nas quais não é tão importante mostrar a cor, usamos embalagens mais opacas, de polietileno (PE). Nosso mostruário também apresentava óleos, inicialmente vendidos em vidro. Mas a clientela não aceitava e reclamava que os frascos quebravam. Quando mudamos a embalagem para PET, as vendas aumentaram bastante.

PR – Em quais produtos de beleza PET ainda poderia estrear?

Giffoni – Um caso interessante é o de água de banho envasada em PET.

Tem sido sucesso aqui porque o brasileiro gosta muito de cheiros. Não é uma concentração tão forte como o perfume e é feita para ser usada mais vezes ao dia.

PR – Já pensaram em mudar o material e/ou design dos frascos em virtude do apelo ambiental?

Reys – No Brasil, há carência de design criativo e diferenciado entre os fornecedores de embalagens. No exterior, há opções de desenhos muito distintas. Aqui, não. Somos forçados a trabalhar com as opções que o fornecedor tem em linha.

Giffoni – Há muitas empresas pequenas e médias de nosso setor que têm de trabalhar com as mesmas embalagens disponíveis entre os mesmos fornecedores. Não estamos falando das grandes do setor. Para nós, uma empresa menor, há opções muito limitadas. A indústria brasileira precisa ser mais ousada, mais criativa nesse sentido.

PR – Como é o sistema de produção terceirizada da Ducha?

Giffoni – Primeiramente, buscamos fornecedores adequados ao tamanho de nosso negócio. Terceirizamos a produção e focamos em nossas lojas, distribuição das franquias e vendas dos produtos. Temos quatro parceiros para a fabricação dos produtos. Escolhemos da fragrância às matérias-primas. Como já disse que brasileiro é muito ligado ao cheiro, então



Ponto de venda: produtos cada vez mais específicos.



PET: substituto do vidro para distinguir as cores fortes dos líquidos.

normalmente escolhemos primeiro a fragrância. A Ducha é muito conhecida por isso, por esses cheiros diferenciados e identidade própria.

Reys – Para os fornecedores de embalagens, dependemos muito do que está disponível no mercado. Chegamos a ter seis diferentes fornecedores para um mesmo produto. Por exemplo, temos em linha um sabonete com uma válvula especial que faz espuma. Ficamos com esse fornecedor da válvula por ser o único. Para o Dia dos Namorados, lançamos um gel esfoliante que imita geleia. Então tivemos de ir a um fornecedor da indústria alimentícia.

PR – Por que prefere designar as operações fabris a terceiros em lugar de assumi-las?

Giffoni – Sinceramente, ainda que fôssemos muito grandes, continuaríamos a conduzir os negócios dessa forma. Claro que poderia até baratear os custos, só que junto às atividades industriais aparecem muitos outros problemas. Perderíamos o nosso foco também. Somos muito melhores criando produto do que tocando uma fábrica. Vejo isso como tendência e mesmo as maiores empresas fazem isso.



Um de nossos fornecedores de produto, inclusive, atende O Boticário.

PR – Quais atividades, então, ficam exclusivamente a cargo da Ducha? Quais são os canais de distribuição dos produtos?

Giffoni – Primeiramente, desenvolvemos da fórmula do produto ao design da embalagem. A partir daí, administramos os canais de venda. Hoje temos 15 lojas Ducha espalhadas pelo país, sendo três próprias e 12 franquias. Das próprias, duas estão em São Paulo e uma em Ipanema, no Rio de Janeiro. Também vendemos em lojas multimarca, desde lojas de cosméticos, redes de decoração e até de lingerie.

PR – Qual é o perfil do consumidor dos produtos Ducha?

Reys – 80% são mulheres, de 18 a 55 anos, aproximadamente. Atingimos da classe C até a A. O produto Ducha tem por objetivo ser diferenciado. O que mais vende em nossas lojas são os kits montados pelas próprias consumidoras.

PR – Quais produtos, a seu ver, tendem a deslanchar no gosto das classes mais baixas daqui para frente?

Reys – Há espaço ainda para

inserção de muitos novos produtos. Antes, as classes pobres nem sabiam que existia um gel esfoliante. Hoje já procuram por isso.

Giffoni – Muitas consumidoras compravam os cosméticos no supermercado, onde eram mais baratos. Agora, ao passo que o poder aquisitivo aumenta, a mulher se permite ir a uma loja mais sofisticada para comprar um produto de melhor qualidade.

PR – Quais recursos visuais estão em alta nos frascos de cosméticos e produtos de higiene no país? E quais as novidades da empresa nesse sentido?

Reys – Os metalizados estão fortes, incluindo efeitos dourados e prateados. Holografia é outro aspecto em alta. Estamos fazendo isso aqui também.

PR – Com qual frequência, em média, troca as embalagens de produtos da Ducha?

Giffoni – Levamos muito em consideração a opinião dos clientes. Mas, normalmente, entre quatro e cinco anos é o tempo ideal. Isso é histórico. Além do mais, em cosméticos, você não pode parar de lançar. A linha cresce a cada dia. Hoje temos 270 itens no portfólio.

PR – Deste mostruário, qual foi o best-seller em 2011?

Giffoni – A linha de figo sempre vende muito, com o hidratante no topo e o sabonete líquido em segundo.

PR – Como avalia o futuro do sabonete em barra diante da alternativa do sabonete líquido?

Giffoni – Aqui no Brasil, o consumidor usa muito sabonete em barra, é cultural. Mas o sabonete líquido vem ganhando espaço. O sabonete líquido no Brasil com certeza tira participação do tipo em barra, mas isso não significa que vá acabar.

Frascos de fino trato

As sopradoras que formam opinião em PEAD e PET



BMT 10.0D/H: aprimoramentos nos cabeçotes e roscas.

Somados, os transformadores de frascos de limpeza e beleza abocanham quase a metade do faturamento da **Pavan Zanetti**, nº1 nacional em sopradoras por extrusão contínua e bôlido no sopro de PET em tiragens menores. “No ano passado, a demanda por linhas para embalagens de cosméticos andou em baixa e representou perto de 15% da nossa receita, participação que deve subir a cerca de 20% este ano”, projeta Newton Zanetti, sócio e diretor dessa indústria de Americana (SP). Por seu turno, o setor de limpeza doméstica rondou 30% do faturamento em 2011, percentual a ser mantido no período atual, confia o dirigente.

“Dois modelos da série Bimatic – BMT 5.6D/H e BMT 10.0D/H –, ambos aptos a atender a volumes de até cinco litros, são os mais procurados por esses dois setores”, seleciona Zanetti. No caso do primeiro, ele expõe, os chamarizes são a facilidade de troca de moldes e alta capacidade produtiva, a

exemplo do fornecimento da ordem de 3.000 frascos/h de 1.000 ml e peso de 33 g. O mesmo tipo de frasco é servido na faixa de 4.000 unidades/h pela sopradora BMT 10.0DH, destinada a corridas longas, sem troca de molde. Entre as melhorias recentes agregadas à série BMT, Zanetti cita o desenvolvimento

de cabeçotes e roscas plastificadoras, além do aumento da velocidade dos carros porta-moldes. Ainda no âmbito das poliolefinas, ele acena aos setores de limpeza e beleza com a economia proporcionada por suas sopradoras coex de duas camadas, a exemplo da interna de reciclado e a externa, de resina virgem pigmentada. “Também aprimoramos nossa sopradora de PET para embalagens de até dois litros com acionamento por servomotor do acionamento do estiramento e sopro das pré-formas”, insere o dirigente. “Além do aumento da produção em torno de 30%, esse recurso baixou o consumo de energia e ar comprimido”.

Para o envase de produtos de limpeza de até seis litros, a **Romi** oferece quatro modelos de sopradoras de pré-formas (linhas PET 130, 160, 230 e 425) e linhas convencionais, das séries Premium e Compacta, para sopro por extrusão contínua de polietileno de alta densidade



BM 704 D: sucesso no sopro in house.



Romi Premium: melhorias na hidráulica.

(PEAD). No campo da higiene pessoal, o staff da indústria de Santa Bárbara D'Oeste (SP) enxerga a tendência mais favorá-

vel ao desenvolvimento de frascos de PET. Em relação à produção, a máquina PET 425, por exemplo, pode gerar 5.000 frascos de 500 ml/h, enquanto na esfera de PEAD uma sopradora de mesa simples como a Compacta 5 TS tem potencial para fornecer 480 frascos de 5 l/h. Quanto aos avanços introduzidos este ano em suas linhas, a Romi destaca o emprego de servomotores nos acionamentos elétricos da sopradora PET 425 e, na linha Premium, pintam

como elementos inovadores o programador de 512 pontos e a hidráulica com movimentação do pino de sopro contro-

lada por potenciômetro linear e válvula proporcional, esta utilizada também no fechamento e transferência da mesa.

Em média, os fronts de frascos de limpeza e beleza compõem 20-25% da receita anual no Brasil da berlinense **Bekum**, colosso global em sopradoras por extrusão contínua. São mercados afins com a produtividade, economia de energia e repetibilidade proporcionadas pelas sopradoras da empresa, interpreta Uwe Margraf, diretor da operação no país da Bekum. Para transformadores de ambos os setores, ele indica, para baixas tiragens, a máquina BM 304 em estação simples ou dupla. Para altas tiragens, recomenda, a pedida é a linha BM704D, montada no Brasil, Alemanha e EUA. "É muito utilizada no sopro in house (perto da linha de envase da indústria final", assinala Margraf.

Dosagem
e Mistura

Secagem

Anticondensação
de moldes

Refrigeração

Granulação

Software
de Supervisão

A experiência que inova



- Equipamentos para até 8 componentes e 3.000 kg/h,
- Alta precisão e repetibilidade de processo,
- Interfaces amigáveis,
- Conexão para Software de Supervisão.



Soluções em Dosagem e Mistura

Maior precisão, aumento na produtividade e redução de descartes

PIOVAN do BRASIL Ind. e Com. Ltda.

Tel. + 55 11 3693 9500 • piovan@piovan.com.br • www.piovan.com.br

PIOVAN

Customers. The core of our innovation



Escultoras de tampas

As máquinas que elevam a produção à condição de arte

No balanço de 2011, transformadores ligados à indústria de produtos de limpeza representaram por volta de 5% das vendas brasileiras de injetoras **Arburg**, enquanto aqueles voltados para o setor de higiene e beleza participaram com cerca de 10%. “Os percentuais devem aumentar por tratarem de mercados de crescimento superior à média total do setor nacional de injeção e devido aos ganhos de produtividade e redução de custos proporcionados aos transformadores desses mercados muito disputados”, sustenta Kai Wender, diretor geral da base comercial no país da grife alemã de injetoras de ponta.

Debruçado sobre o portfólio da Arburg, Wender solta duas indicações. “As linhas hidráulicas preenchem os requisitos para tampas comuns e moldes de menor número de cavidades”, delimita.

“Por sua vez, as velozes injetoras híbridas Hydrive, com fechamento de dosagem servoeletrônico e baixo consumo energético, são talhadas para a produção de tampas mais complexas ou com moldes de muitas cavidades, nos quais se combina com frequência pequenas unidades de fechamento com uma grande unidade de plastificação visando a obtenção de alto volume de material plastificado”. Entre os aprimoramentos recentes da Arburg para tampas de artigos de limpeza e beleza, Wender acena, em relação a áreas de paredes finas com novo desenho capaz de evitar a flexão da placa móvel. “Evita o surgimento de peças com rebarba na área central da placa”, ele esclarece. Outros avanços introduzidos no âmbito da ferramenta, ele completa, incluem moldes rotativos; de gavetas para liberar uma segunda cavidade para a coinjeção ou moldes com placas giratórias ou cubos.

“Promovem a integração de processos de montagem no próprio molde”, completa Wender.

Juntos, transformadores ligados a produtos de lim-

peza e beleza mobilizaram, no ano passado, mais de 25% da receita aferida no Brasil pelas injetoras **Sumitomo Demag**, calcula Luis Eduardo Guerra, gerente de vendas da filial comercial desse totem nipo-alemão da injeção mundial. Para tampas dos dois setores, Guerra se apegua aos préstimos de linhas híbridas. “Para tampas obtidas em ciclos algo mais longos, na faixa de seis a 15 segundos, oferecemos as injetoras Systec com opcionais de dosagem elétrica e, por vezes, acumulador hidráulico”, especifica. Fora desses limites, a indicação de Guerra recai sobre as injetoras El Exis, cuja rapidez é respaldada pela simultaneidade de movimentos. No passado, repassa o gerente, máquinas de até 300 toneladas dominavam no reduto de tampas, enquanto hoje, com moldes de quantidades crescentes de cavidades, avançam na preferência os modelos híbridos de 650 ou 700 toneladas, ambos presentes nas séries Systec e El Exis. Ainda quanto a esta última, Guerra salienta a excelência de seus servomotores para a dosagem e o acionamento do sistema hidrostático do fechamento. “Respondem por cerca de 70% do reduzido consumo energético



Hydrive: injeção híbrida de tampas complexas.



COMPETITIVIDADE ASSEGURADA em Sopro e Injeção

Completa
linha de
máquinas para
termoplásticos



Extrusão contínua

Série Bimatic



Acumulação

Série HDL
Série HPZ



Injeção

Série HXF



Sopro

Sopro de PET

Série Petmatic

Soluções completas (máquinas e acessórios) para a
sua necessidade.

Garantia do melhor pós-venda e assistência técnica.



O domínio da transformação do plástico.



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

Acesse
www.pavanzanetti.com.br





El Exis: adequação ao trabalho com número crescente de cavidades nos moldes.

em um ciclo”, assinala. “Desse modo, podemos colocar uma bomba hidráulica de vazão variável com um motor elétrico bem menor, pois a máquina depende menos de fluxo de óleo hidráulico”.

O encurtamento dos ciclos e a evolução na precisão e economia de energia

também transparecem das injetoras **Battenfeld** recomendadas para tampas de artigos de limpeza e beleza, assim como para potes e estojos de cosméticos. “Pela velocidade e robustez, são indicadas as máquinas TM Xpress, mas também têm boa procura as injetoras HM, em virtude do fechamento

hidráulico mais preciso, e os modelos de acionamento elétrico e alta precisão EcoPower”, expõe Ironi Fernandes, diretor da operação comercial da alemã Battenfeld no país. Os novos chamarizes desses equipamentos, ele distingue, são concepções de design para rosca de barreiras, resultando em mais plastificação e melhor homogeneização. Na calculadora do diretor, os setores de limpeza e beleza assinaram perto de 30% do faturamento da Battenfeld no país no último período. “A participação deve subir este ano, não só pela expansão dessas duas indústrias, mas pela queda na demanda atual de injetoras para autopeças”, prevê Fernandes.

Tampas para artigos de beleza e limpeza mobilizaram de 25% a 35% das vendas brasileiras em 2001 das injetoras da norte americana **Milacron**. “A partici-

pação não deve mudar este ano”, acredita Hercules Piazza, gerente comercial do escritório de vendas da empresa no país. A produção das tampas em questão,

inclusas as de duas cores, analisa o executivo, depende de máquinas multicomponente, de 275 a 400 toneladas e munidas de sistemas de fechamento cuja precisão assegure o recebimento da mesma tonalidade por todas as cavidades na fase de injeção. “Para esses



Vitesse: desempenho respaldado pela precisão do sistema de fechamento.

casos, as expectativas são preenchidas pelas injetoras K-Tec, seguida pelos modelos Vitesse”, coloca Piazza. “Constam de linhas possuidoras de sistema de fechamento hidráulico com travamento central. Ele dispõe de um cilindro central, para travar a máquina, e dois laterais, de pequeno diâmetro e exigindo pouco deslocamento de óleo, para a execução em altas velocidades, a exemplo de 1.400 mm/s, dos movimentos de abertura e fechamento do molde”, descreve o executivo. O sistema de injeção tem um cilindro hidráulico, assistido por acumuladores de pressão e acoplado

à rosca de plastificação. “Garante a perfeita transmissão de força e aceleração à rosca, possibilitando o preenchimento de peças de parede fina”, explica Piazza, acrescentando que a rosca de plastificação pode ser acionada por servomotor. Entre as melhorias recém-chegadas à série K-Tec, Piazza alinha o comando Mosaic e opcionais a exemplo de válvulas inteligentes, passíveis de ampliar a velocidade de resposta, e placas capazes de suportar moldes cujo peso os indicaria para injetoras concorrentes de maior força de fechamento que os modelos K-Tec.

Suprassumo global na injeção de tampas, a canadense **Husky** assedia os redutos de limpeza doméstica e beleza com a série HyCap 3.0, integrada por injetoras de 225, 300, 400 e 500 toneladas, especifica Paulo Carmo, gerente da área de embalagens da base da empresa no Brasil. “Outras

alternativas são as linhas da série híbrida Hylectric, de 90 a 600 toneladas e, num plano mais eventual, as injetoras HMED, de até 350 toneladas”. Pontos em comum entre as três séries, ele abre, são a alta robustez da unidade de fechamento, velocidade e plena integração com moldes, sistemas de câmara quente e periféricos da própria Husky. Para potes de parede fina, caso de diversos tipos



TM Xpress: chamarizes da velocidade e design da rosca.

para cosméticos, Carmo ressalta que as mesmas vantagens são encontradas nas injetoras HyPac.

Nº1 nacional em injetoras, a **Romi** acena com suas linhas P, Em, EL e Primax para tampas de produtos de limpeza e beleza. Conforme avaliação da empresa, tratam-se de tampas de paredes não tão finas e, portanto, não exigem injetoras com acumulador. Dão conta do recado as injetoras precisas, velozes, de baixo nível de ruído e gasto de energia. De acordo com a empresa, nos redutos de tampas para os dois setores em foco, “há uma tendência de aumento do conjunto máquina-molde em função do aumento do número de cavidades para maior produtividade”.

Rival mor da Romi, entre as marcas nacionais, a **Sandretto do Brasil** credita aos setores de limpeza e beleza 20-25% do movimento de suas injetoras hidráulicas. “O índice deve aumentar 5-7% este ano”, estima Gilberto Baksa Junior, gerente de marketing e tecnologia da empresa.

Na lupa do executivo, os modelos mais procurados para injeção de tampas em geral, são os de 220, 300 e 380 toneladas. “Em tampas de cosméticos, dominam as linhas de 130, 170 e 220 toneladas”, ele distingue. A produção de tampas, ele julga, marca por ciclos

baixos, movimentos rápidos e precisos e qualidade da massa fundida a ser misturada com aditivos e pigmentos. Dentre as características das injetoras necessárias, Baksa cita parafusos injetores especiais e de menores diâmetros; perfis com ponta homogeneizadora ou duplo filete (parafuso de barreira) e movimentos simultâneos de abertura e extração.



Primax: produtividade e economia de energia.

“Esse perfil é suprido por uma injetora de dupla bomba e grande número de auxiliares pneumáticos ou hidráulicos para montar dispositivos das tampas (no caso, flip top) ou extração pneumática e extração de roscas (desrosqueamento elétrico/hidráulico). No âmbito das tampas para produtos de limpeza, assegura Baksa, as injetoras da série Nove HP enquadram-se à perfeição, enquanto as injetoras Logica casam com as exigências relativas a tampas e demais itens para cosméticos. “São peças obtidas em ciclos mais longos e não dependem tanto da velocidade de tra-



Logica: afinidade com tampas de cosméticos.

balho”, ele nota.

Entre os trunfos tecnológicos recentes, Baksa destaca, na série NoveHP, a atuação de mais uma válvula proporcional dedicada ao bloco de injeção, além de outra destinada ao controle de vazão do bloco principal próximo da bomba de vazão variável, esta dotada de sistema de controle de carga (load sense). “Essas duas válvulas trabalham conjunto

e garantem estabilidade e o menor peso de injeção possível ao processo”, frisa. Na versão com acumuladores na injeção, em trabalho com peças de parede fina, a Sandretto do Brasil substituiu, em suas injetoras Nove HP Fast, a válvula proporcional do bloco de injeção por outra, servo-proporcional, para afiar o controle do movimento. “Também garante assim a precisão de parada para movimentos realizados em velocidades de até 1.000 mm/s”, complementa o gerente. Na linha Logica, ele emenda, o emprego de válvulas servo-proporcionais também concretizou-se graças a uma alteração no projeto dos blocos hidráulicos da máquinas. “Esse recurso aumentou a exatidão dos movimentos de injeção e, por extensão, favoreceu a precisão dimensional das peças produzidas”. •



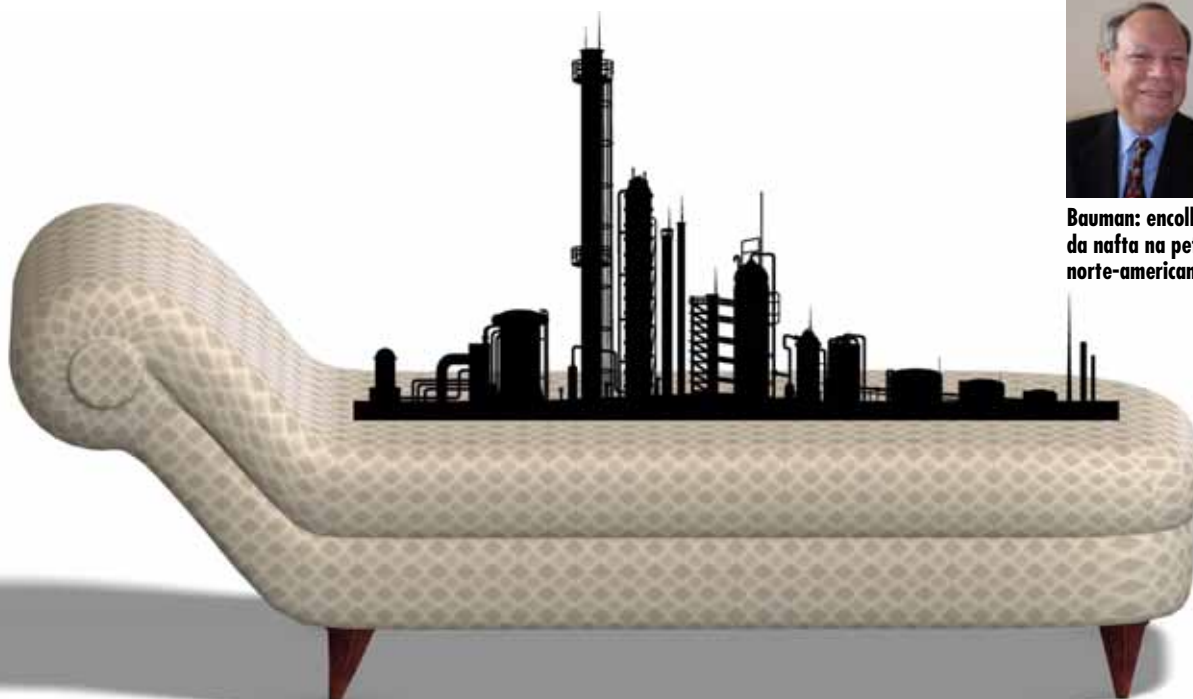
HyCap: integração plena com moldes, câmara quente e periféricos.

A nafta no divã

Barateamento do gás natural traumatiza como nunca a rota tradicional na petroquímica, constata um dos maiores consultores mundiais



Bauman: encolhe fatia da nafta na petroquímica norte-americana.



A petroquímica norte-americana traça um caminho sem volta pela rota do gás natural, ferindo na jugular a alternativa da via mais cara da nafta (rota dominante no Brasil). O gás natural obtido das reservas de xisto nos EUA é a faísca que acendeu os investimentos que fluem para crackers destinados a repor os EUA no pódio dos exportadores regulares de polietileno (PE). Essa conjuntura já apertou o fornecimento de propeno (pouco disponível pela rota gás) e, por tabela, elevou os preços internos

de polipropileno (PP), levando transformadores locais a buscar opções à resina, explica a seguir Robert Bauman, presidente da consultoria **Polymer Consulting International**, sediada em Houston (EUA). A mesma entrevista foi solicitada a **Dow**, mas a empresa preferiu não participar.

PR – Devido à escassez e encarecimento do propeno na petroquímica dos EUA, polipropileno (PP) tem perdido participações de mercado em injeção para polietileno de alta densidade (PEAD) na Améri-

ca do Norte. Pode estimar qual fatia que o PEAD deve tirar do consumo norte-americano de PP este ano e quais as principais aplicações, fora tampas, em que isso acontece?

Bauman – Acredito que aproximadamente 12% do mercado norte-americano de PP estão vulneráveis à substituição. Enquanto esta será mais forte em PEAD para injeção, haverá também um deslocamento em prol do poliestireno (PS) em termoformagem e de papel em pequenos copos descartáveis. Grande parte desse movimento já ocorreu, mas há mais por

vir. No processo de injeção, o comportamento difere entre polímeros, por isso dois moldes separados são necessários para fazer o mesmo produto com diferentes resinas. Em regra, transformadores que trabalham com injetoras com dois conjuntos de moldes já fizeram a troca de PP por PEAD. Aqueles que não possuem essas máquinas, terão de decidir se o custo dos novos moldes é justificável – o que provavelmente será. Contudo, há diversas aplicações nas quais PP é necessário e onde seu preço não será fator determinante – embora haja resistência por parte dos consumidores. Essas aplicações incluem BOPP para maços de cigarro, copolímero em bloco para baterias de carros e agitadores de máquinas de lavar, e filme para embalagem individual de queijo em fatias. Para estas não há alternativa. O custo do produto final (carro, lavadora de roupa e maço de cigarros) supera em muito o custo de PP para produzir a peça.

PR – A voz corrente entre consultores é de que o eteno obtido das reservas norte-americanas de shale gas já é visto como o segundo mais barato do

mundo. Pelos seus cálculos, qual a diferença entre o preço do eteno de shale gas e eteno de gás natural do Oriente Médio, o mais acessível do planeta?

Bauman – No Oriente Médio, preços de gás natural e etano são estabelecidos pelo governo. O preço do gás varia de US\$ 0,75/Mbtu na Arábia Saudita (o que pode mudar em breve de modo a ficar em linha com outros países) a aproximadamente US\$ 1,10 a US\$ 1,25 em outros países da região. Preços de gás natural na América do Norte atualmente estão perto de US\$ 2,00/Mbtu, mas a previsão é que cheguem a US\$ 3,00 ou US\$ 4,00/Mbtu. Por isso, o preço do gás será duas ou três vezes mais caro na América do Norte versus Oriente Médio. Há ainda outro fator. A demanda por etano é maior do que a demanda por gás natural, o que levou a um aumento de spread entre os preços do gás e do etano. Assim, a diferença entre o eteno produzido no Oriente Médio e o produzido na América do Norte pode ser maior. Independentemente de o custo ser duas ou três vezes mais alto, o eteno da América do Norte

ainda contará com vantagem substancial comparado ao eteno produzido a partir da nafta. A América do Norte, assim, segue como segundo produtor mais competitivo do mundo.

PR – Com a futura entrada em cena dos crackers de eteno derivado do shale gas anuncia-dos nos EUA por grupos como Dow e Shell e os planos divulga-dos por empresas como Chevron e Formosa Plastics de expandi-rem sua produção de polietilenos aproveitando o eteno do shale gas, como ficará a competitivi-dade econômica de PE produzido pela rota nafta?

Bauman – A mudança da nafta para o etano tem sido dramática devido ao gás de xisto. Historicamente, cerca de 70% do eteno eram baseados no etano, e os outros 30% em nafta. Isso já mudou para 88% base etano e 12% base nafta, com outras conversões ainda por vir. Dow, **Nova** e **Westlake** anunciaram que irão converter crackers líquidos para etano. O volume de PE produzido via nafta será muito pequeno. •

Você pode confiar em quem distribui plástico de engenharia há mais de 25 anos.



Plásticos de engenharia com qualidade mundial.

Ligue: (11) 4152.5300

www.thathipolimeros.com.br



Canguru verde

Piramidal introduz composto sustentável da Austrália

Com a parceria firmada com a **Piramidal** em março, a australiana **Cardia Bioplastics**, produtora de um composto de fonte renovável, busca ampliar suas vendas no Brasil e chegar a pequenos e médios transformadores. A fabricante fincou os pés no país há dois anos e, globalmente, tem uma coleção de gigantes como **Procter & Gamble**, **Kimberly-Clark**, **Nestlé** e **Danone** na carteira. Por aqui, até agora o grande consumidor do produto é o setor de sacolas de boca de caixa. Mas os planos, estabelece João Paulo Mignot, diretor da Cardia na América Latina, é chegar ao mercado de embalagens de forma mais ampla. “Estes sacos plásticos correspondem a apenas 3% do total do segmento”, estima. Trata-se de uma estratégia essencial, vide o imbróglia da sacolinha em diversas cidades brasileiras. Frascos rígidos também estão na mira.

Sem abrir detalhes técnicos, Mignot explica que o produto — que ele não chama de aditivo — é feito com base em amido de milho. Dependendo da necessidade do cliente, ao ser misturado à resina, o composto torna o artefato compostável ou

degradável, ou ainda insere conteúdo de fonte renovável. O primeiro tipo desaparece em 180 dias em condições de compostagem, algo que não se aplica à realidade do Brasil, pois o país não conta com usinas para este fim. Já a mistura de composto e resina, batizada de biohybrid, combina um terço de termoplástico de origem fóssil e dois terços de concentrado de amido, resultando em um produto não degradável, porém com menor pegada de carbono. Quanto ao tipo biodegradável, esclarece o diretor, é uma combinação dos outros dois e pode sumir em até 24 meses no ambiente. Segundo ele, o produto Cardia só não é adequado para uso em PET e PVC.

O projeto do momento é a aplicação do tipo híbrido em filmes utilizados nas fraldas da Kimberly-Clark no Brasil, Argentina, Colômbia e Estados Unidos. Por aqui, um dos próximos passos é adicionar o produto ao BOPP e, se isso vingar, a oportunidade na indústria de alimentos ampliará significativamente a presença da Cardia no país. “Já estamos em contato com **Polo** e **Vitopel** para realização de testes”, antecipa. Além disso, assinala, o composto é extremamente adaptável e tem desempenho superior também em injeção e sopro.

Por ora, as importações para o Brasil são feitas a partir da unidade fabril chinesa, cuja capacidade ronda 3.000 t/mês. Mas a situação deve mudar em até dois anos, projeta o diretor, pois a empresa estuda erguer uma planta local. “É um investimento relativamente simples, em extrusoras dupla rosca”, encaixa.



Santos: produto para pronta entrega.

Para justificar o aporte, a capacidade de produção deve se assemelhar à existente no dragão asiático. Mas este é só o começo. Para suprir a América do Sul, cerca de quatro fábricas do mesmo porte seriam necessárias na região. “Nem todas no mesmo país, claro, principalmente por questões logísticas”.

Além do mais, a Cardia parte no momento com uma planta na Malásia, enquanto México figura como outro ilustre candidato a ganhar produção própria. Por sinal, a companhia desenvolve um projeto grande com a unidade mexicana da **Coca-Cola**, visando adicionar o concentrado às tampas de polipropileno, rótulos de BOPP e nos filmes shrink que envolvem os fardos das garrafas.

Amauri dos Santos, diretor da Piramidal, comenta que já comercializa o produto para cerca de 20 clientes. “Temos os três tipos de compostos para pronta entrega”, garante. A distribuidora paulistana faz todos os trâmites da importação e tanto vende a resina pronta ou fornece o pellet para o cliente fazer a mistura. “Um processo simples, feito em misturador comum ou em dosador”, completa. ●



BOPP: porta para biocomposto em embalagens de alimentos.

Ninguém é insubstituível

Bandeirante alavanca exportações e tira Argentina do radar

A Argentina sempre foi parceiro natural da transformação brasileira e continua, apesar das barreiras protecionistas, o destino número um das vendas internacionais do setor. Mas essa condição já era, a depender da produtora de potes e embalagens **Bandeirante**, sediada no bairro paulistano do Pari. “Há muito tempo desistimos de exportar para lá”, assevera Heraldo Montagner, diretor comercial da empresa. A primeira razão, ele explica, foi a burocracia kafkiana mesmo antes de Cristina Kirchner erguer sua muralha alfandegária. Em segundo, um concorrente argentino forte dificultava a penetração do produto brasileiro.

Na ativa desde 1945, a Bandeirante surgiu como fabricante de artigos escolares e sempre procurou manter um viés exportador. Porém, ao longo do tempo, perdeu o fôlego nos embarques devido à concorrência com os chineses. Mas a força para vender lá fora retornou a partir de 2000, indica Montagner. Hoje em dia, potes de PET, passíveis de servir como UD's ou embalagens para a indústria de alimentos, aparecem no topo das exportações da transformadora. No início da década, repassa o diretor, a empresa levou o mostruário a uma feira em Miami (EUA) e, com apoio do **Export Plastic**, saiu de lá com US\$ 150 mil em pedidos colocados. “A partir daí não paramos mais”, completa Montagner.

Aliás, é grande desafio exportar esse tipo de pote oco, pondera o diretor, porque, no fim das contas, implica o oneroso trans-



Montagner: incremento de 10% na produção a partir de novembro.

porte de muito ar. De qualquer forma, para assegurar o sucesso, afirma, a empresa precisou se adaptar às necessidades cobradas pela clientela. Por exemplo, ele abre, algumas das tampas fornecidas à indústria de alimentos já são enviadas com lacre de segurança. “Assim, entregamos um artefato pronto e facilitamos os processos de pequenos e médios produtores”.

No campo das UD's, o visual é responsável por conferir magnetismo ao portfólio. Por isso, a Bandeirante teve de aprender que consumidores norte-americanos optam por desenhos mais sóbrios. Já na Espanha os potes precisam ser totalmente clean e, na Colômbia, a preferência é por estampas supercoloridas, ilustra o executivo. Ao lado desses países, outros importantes compradores são Porto Rico, Trinidad e Tobago e Canadá. “Possuímos cerca de 30 clientes internacionais”, situa.

A Bandeirante já chegou a exportar 10% de seu faturamento. No entanto, com o dólar em patamar desfavorável até maio de 2012, aliado à crise in-

ternacional que derrubou a demanda internacional desde 2008, a fatia caiu para 3%. Com a recente reviravolta cambial, as exportações da Bandeirante devem chegar este ano a US\$ 750 mil, ou 5% da receita anual, projeta o diretor. A meta para 2014 é retornar à fatia de 10%, independentemente da taxa de câmbio.

Na planta do Pari, a Bandeirante concentra seu parque fabril e em uma segunda unidade, em Guarulhos (SP), ficam as linhas para decoração dos frascos. Na capital paulista, a empresa opera sete máquinas integradas de injeção e sopro de PET. No total, detém 35 equipamentos, entre sopradoras, injetoras de pré-formas e injetoras de tampas de polipropileno (PP). O consumo total de resinas, calcula Montagner, fica perto de 2.400 t/a, mas o volume vai aumentar. A oitava máquina integrada começa a operar em novembro deste ano, expandindo a capacidade em aproximadamente 10%, ele prevê.

Em paralelo, a empresa ainda aplica madeira — de reflorestamento — em detalhes dos produtos da linha escolar e por ora não há projetos para substituir o material por plástico. O mercado de lousas, o diretor diz, se arrasta para sobreviver. “Ainda vendemos algumas unidades para crianças menores, mas elas também estão superinteressadas nos tablets”, encaixa. A Bandeirante também negocia a inclusão de bioplásticos no mostruário, entretanto Montagner prefere não dar detalhes sobre o projeto. “Está bem adiantado”, ele deixa no ar. •

TOP DO MÊS

Moinhos Rone, a união da eficiência com praticidade em máquinas para moagem

Atendemos o tamanho da sua necessidade

- Modelos de alta produção e com baixo nível de ruído
- Moinhos de baixa e alta rotação
- Cabines antirruído
- Aglutinadores



MOINHOS
RONE

moinhos@rone.com.br • ☎ +55 11 4186-3777 • www.rone.com.br

PLASTOMETRO DE EXTRUSAO

Medição do índice de fluidez disponível em 4 modelos para atender às várias demandas de teste das normas ASTM D1238, DIN ISO 1133, D3384, B52782 e JISK7210. Métodos A, B (volumétrico) e A/B (volumétrico com cálculo de densidade do fundido), correlação da fluidez com a viscosidade intrínseca do PET. Possui saída serial para comunicação serial com PC e impressora.

Preços Reduzidos



Telefone: (11) 3511-2697
www.digitrol.com.br
dynisco@digitrol.com.br

Representante

Dynisco

People behind business

Pack7 Additives

Rua Francisco Leão, 469 - cj. 1308 São Paulo/ SP
Brasil - 05414-025
Fone: 5511 3061-3705
FAX 11 2366 - 8094
www.pack7.com.br

Para pequenos volumes e pequenos pesos Empilhadeiras Manuais **TRANSLIFT**

A maior linha de empilhadeiras com elevação manual e motorizada do mercado.

- Para
- Bobinas
 - Moldes
 - Caixas
 - Ferramentas
 - Tambores
 - Usos Especiais

Em até 36 vezes no cartão BNDES

Trans Erg
Mecânica Industrial
VENDAS
(19) 3535.4414

www.transerg.com.br
e-mail: empilhadeiras@transerg.com.br

PLASTÔMETROS



Facilitamos o pagamento

Normas
ASTM D 1238
DIN 53735
e equivalentes

Aparelhos, Ponto de Fusão, Flamabilidade, etc.

ELECTRA. J.J.H. (011) 2601-5952
juanhidalgo@uol.com.br
www.electra-jjh.com.br

Geiser
resistências industriais

A QUALIDADE E TRADIÇÃO DA
GEISER, FAZEM DE SUA LINHA DE
PRODUTOS A MAIS CONFIÁVEL
E DURÁVEL DO
MERCADO.



- Resistências
- Capas Térmicas
- MicroTubulares

Entre em nosso site e conheça mais sobre esta empresa que é referência há mais de 25 anos

www.geiser.ind.br

Rua Rio Tamanduaté, 93 - Itaquaquecetuba - São Paulo
Tel:11.4646.7400 / 3487.4673 geiser@geiser.ind.br

NZ PHILPOLYMER
DIVISÃO MÁQUINAS E EMBALAGENS

Controle de Qualidade?
Laudo Técnico?
Temos a solução para isso!!!

Plastômetro



Acompanha ferramentas e dispositivos

Cabine de Colorimetria

Impacto Izod & Charpy



CAB 9000

Entalhador Elétrico



Empresa do

GRUPO NZ

(11) 4716-2131 | www.nzphil.com.br

Distribuição

MM

Uma foice afiada entra na briga

Únicos distribuidores de resinas no país a constituírem um serviço de ouvidoria, hoje um dos pontos altos do atendimento da **Replas**, os irmãos Marcos e Marcelo Prando preparam em alto estilo a sua estreia na comercialização de artefatos plásticos. No caso, tratam-se de bobinas de polipropileno biorientado (BOPP) a serem remetidas de Manaus pela **Videolar**, bandeira da Re-



plas em poliestireno (PS) e, estreante na produção do filme a partir deste semestre. Para comercializar BOPP, os irmãos Prando decidiram oficializar uma empresa à parte, a **MM Indústria e Comércio de Plásticos** e investem na construção de um prédio, perto da sede da Replas, na zona leste paulistana, em terreno de 5.000 m² e com entrada em funcionamento efetivo agendada para novem-

bro próximo. "Terá espaço para cinco linhas de corte e estocagem de 1.500 a 2.000 toneladas", delimitam os irmãos. Fora essa instalação, os preparativos estendem-se pelo investimento em frota específica e montagem de equipe de vendas interna e externa, para atuar em separado do staff da Replas, mesmo para o fornecimento de clientes em comum, a exemplo de convertedores usuários de BOPP e verticalizados na produção de filmes de polietileno, reduto no qual a Replas atua como agente da saudita **Sabic**.

Transformação

Plásticos Novel/Myers

Caixa alta

Por montante não revelado, a norte-americana **Myers Industries** assumiu sem estardalhaço o controle da transformadora brasileira **Plásticos Novel**, atuante desde 1975 em artefatos como caixas injetadas, forros, equipamentos de segurança e sacolas retornáveis. Com fábricas no Paraná e Bahia, a Novel não respondeu ao pedido de entrevista de **Plásticos em Revista**. Ela passa

COMPOSTOS TERMOPLÁSTICOS DE ENGENHARIA

Produtos

- PA 6.0
- PA 6.6
- PA 11
- PA 12
- POM
- ABS
- PP
- PE
- PC
- PBT
- ASA

Estoque

Produção

Laboratório

Consulte-nos sobre o gerenciamento de resíduos industriais e sustentabilidade na utilização de seus resíduos industriais em vossos produtos ou na utilização em novos projetos.

Uma empresa do

[11] 4716-3141 - www.nzcooper.com.br - nzcooper@uol.com.br

Visite nosso site www.heatcon.com.br

Capas de proteção térmicas para extrusoras, injetoras e sopradoras

Aproveitamento total do aquecimento, evitando-se os desperdícios e possibilitando uma redução acentuada no consumo de energia elétrica.

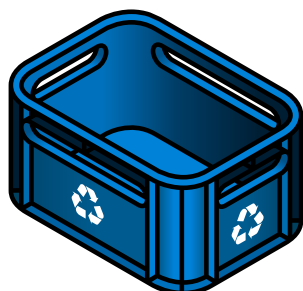
Uniformidade no aquecimento, resultando em uma melhoria do processo e no controle da temperatura.

Temperatura máxima de 80° C, na face externa da capa, assegurando proteção ao operador e ao meio ambiente.

"Estamos recrutando representantes comerciais para todos os Estados do Brasil"

heatcon Rua Abaetetuba, 326 - Cep. 06409-100
Jd. Califórnia - Barueri - SP

Fone/Fax: (11) 3685-3099
e-mail: heatcon@heatcon.com.br



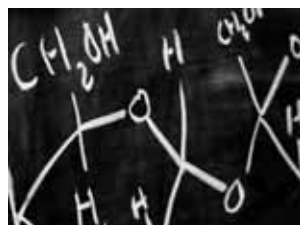
a integrar o rol de ativos no Brasil da Myers, até então preenchido apenas pela Myers do Brasil, subsidiária dedicada a produção em São Paulo de artefatos como containers bulk soprados com polietileno de alta densidade. Em comunicado, a Myers listou entre os ímãs da transação a liderança brasileira detida pela Plásticos Novel em caixaria injetada, inclusive com reciclado, a exemplo das garrafeiras, embalagem que teve seu auge nos mercados de bebidas antes da arrancada dos filmes stretch e shrink. Em declaração exclusiva a **Plásticos em Revista**, Max Barton II, diretor de comunicações corporativas da Myers Industries, reiterou que a "Novel se encaixa em nossa estratégia de crescimento para recipientes de manuseio voltados para alimentos, bebidas e o setor agrícola". Além do mais, ele acentua, a compra da indústria paranaense casa com o plano de expansão geográfica da Myers num mercado em rápida ampliação e com oportunidades para deslocar containers de madeira pela alternativa mais eficaz e sustentável dos recipientes plásticos retornáveis.

Serviços

Cenne

PHD em plástico

Escorado numa equipe de calejados professores e pesquisadores universitários, o **Centro de Estudos e Inovação (Cenne - www.cenne.com.br)** volta-se para educação corporativa e difusão de informações para os setores de plástico e borracha e construção de moldes. Esse núcleo de know how anuncia cursos de extensão ministrados pela **Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)**. São realizados no campus aos sábados e, em regra, duas vezes ao ano, em cargas de 16 ou 24 horas. Os cursos divulgados pelo Cenne cobrem da injeção, extrusão e reciclagem até tópicos como reologia dos polímeros, gestão comercial e de custos industriais, projetos de moldes e marketing organizacional. As inscrições são efetuadas na **Escola de Extensão da Unicamp (www.extecamp.unicamp.br/plasticos)**. O Cenne conta com uma equipe de profissionais associados, com experiência prática e vivência acadêmica como professores e pesquisadores em diversas instituições brasileiras.



Periféricos

Piovan

Excelência na retaguarda

Blue chip global em periféricos, a italiana **Piovan** traz ao país sistemas de dosagem e transporte de pós e grãos/pós com tecnologia **FDM**, controlada alemã do grupo. No alvo desses auxiliares importações, delimita Ricardo Prado Santos, vice presidente para a América Latina da Piovan, está a transformação de PVC em pó e na versão de compostos. Contudo, insere, a produção de chapas e filmes a partir de pellets de PVC também pode entrar na mira desses sistemas, pois seus dosadores gravimétricos por perda de peso correspondem à alta precisão exigida para essas



Piovan FDM: dosagem e transporte apuram transformação de PVC.

aplicações.

A Piovan oferece controle de processo e toda engenharia

necessária para o projeto de instalação, garante Prado. Enquanto os sistemas de dosagem por perda de peso são extremamente precisos, os sistemas de alimentação contam com filtros especiais para prevenir e barrar a passagem de contaminantes ao ambiente de trabalho, ele sublinha. O prazo de garantia dos equipamentos é de dois anos e, por ora, não serão montados na planta da Piovan em Osasco (SP), estabelece o dirigente. "Temos outras prioridades de desenvolvimento local no pipeline de nossa engenharia e toda a concorrência desses sistemas de alta tecnologia embarcada provém do exterior", argumenta o vice-presidente, esquivando-se de precisar o preço do lançamento com base na dependência do grau de customização dos projetos.

Materiais

Chem-Trend

O segurança de PC

Controlada do grupo alemão **Freudenberg**, a **Chem-Trend** aumenta seu cerco sobre materiais auxiliares com a introdução de Lusin® Clean 1500, agente de purga para limpeza de roscas e cilindros de injetoras que operam com policarbonato (PC) até 250°C. Marcelo Donegá, especialista em termoplásticos da Chem-Trend do Brasil distingue atributos do lançamento como o fato de não ser abrasivo e efetuar uma

limpeza química da injetora, não apenas mecânica. “Essa atuação gera grande ganho em produtividade aos transformadores, pois as máquinas ficam menos tempo paradas”.

Na limpeza das roscas e cilindros das injetoras, Lusin® Clean 1500, apresentado em sacos de 25 kg, remove resíduos e incrustações – os chamados pontos pretos. Além disso, segundo Donegá, o agente sibressai por ser inodoro durante a aplicação e não contaminar o equipamento. A Chem-Trend é uma organização global que, no Brasil, está instalada em Valinhos (SP). Especializada no desenvolvimento, produção e comercialização de agentes desmoldantes e especialidades químicas para diversas indústrias, a empresa atua no setor nacional de termoplásticos desde 2005, com fornecimento de soluções que contribuem para a melhoria dos processos industriais. Além dos agentes de purga, a linha Lusin®, abrange soluções como desmoldantes, protetores de molde, limpadores e lubrificantes. “Tratam-se de auxiliares que contribuem para o funcionamento das máquinas e permitem o trabalho com rápida mudança de cor das resinas sem provocar abrasão nos componentes do sistema. Por seu turno, os lubrificantes dessa linha da Chem-Trend mantêm as peças em perfeito movimento, evitando quebras e engripamentos”, completa Donegá.

TRANSFORMAÇÃO

Amazonas Sandals

Solada nos ecochatos



Sandália Bio Rubber: biodegradação em cinco anos.

A **Amazonas Sandals**, integrante do grupo calçadista **Amazonas**, lança sua coleção **Bio Rubber**, com solado apregoadado como biodegradável. A novidade foi desenvolvida no centro de pesquisas da empresa, “com tecnologia genuinamente nacional”, explica Ariano Novaes, diretor de marketing. Quando descartado em condições como as de um aterro, o modelo decompõe em cinco anos, ele estima.

As sandálias Bio Rubber são feitas de borracha vulcanizada, obtida do látex natural formulada com material não especificado se consta de polímero ou aditivo, responsável pela degradação. O preço da linha, o diretor situa, é 15% a 20% mais caro versus o de modelos convencionais dessas sandálias. “Quanto ao peso, as sandálias Bio Rubber são um pouco mais leves”, esclarece. Segundo Novaes, além de sustentável, a coleção é fashion. “Atende ao gosto de vários públicos e praticamente a todas as classes sociais, fugindo do ecobrega e dos ecochatos”, arremata Novaes.

MATERIAIS

Braskem/Tecnaro

Jogando verde



A **Braskem** amplia presença no continente europeu por meio do recente acordo firmado com a **Tecnaro**, especialista alemã em biocompostos, que desenvolverá uma linha de produtos de polietileno (PE) derivado de etanol de cana-de-açúcar. A petroquímica possui, desde fins de 2011, outra parceria de DNA germânico, com a **FKuR**, incumbida de distribuir a resina verde na Europa e de desenvolver compostos de PE renovável. “A Braskem sempre foi aberta a atender a demanda do merca-

do. A Tecnaro é uma companhia que apresenta alternativas às aplicações do portfólio de PE verde”, justifica Claudia Cappra, gerente comercial do grupo brasileiro. A nova associação, Claudia acrescenta, proporciona sinergia para um mostruário complementar ao da FKUR.

Apesar de contar agora com duas componedoras de PE verde alemãs, a gerente da Braskem reitera que não existe restrições com relação a características e aplicações dos desenvolvimentos. “A própria vocação das soluções não estimula a sobreposição,” garante. A série especial de compostos da Tecnaro, chamada Arboblend, poderá ser processada por injeção, extrusão de filmes ou termoformagem. Além do mais, a atuação das duas empresas não tem geografia estabelecida. No Brasil, a Braskem não designou por ora qualquer componedor para fornecer esses biocompostos, abrindo uma brecha para que esse portfólio chegue aqui via importação.

EXTRUSORAS PARA FILMES PLÁSTICOS
PEAD - PEBD - PEBDL

- Tipos de Filmes: Stretch (esticável), Shrink (termo-contrátil), Plástico Bolha e outros tipos de embalagens, em material reciclado e novo;
- Extrusoras recuperadoras até 200mm;
- Cabeçote Giratório 360°;
- Anel de Resfriamento para filmes tubulares;

Minematsu

Indústria e Comércio de Máquinas e Equipamentos LTDA

Tel/Fax: (11) 3687.0947 / 3687.0954 - www.minematsu.com.br

É para confiar numa boa

“**D**eve ser o primeiro caso de consumidor que recusa uma embalagem melhor sem ter de pagar a mais por ela”, suspira inconformado João Leite Praça, presidente da campineira **Cassini**, nº1 nacional em biscoitos de polvilho, com faturamento anual de R\$ 50 milhões e cuja excelência na produção automatizada a tornou também fornecedora do produto para marcas próprias de supermercados. O sonho de Leite é germinar uma tendência em seu ramo: mudar o saco de duas camadas transparentes de polipropileno biorientado (BOPP) por outro metalizado, do mesmo filme. “É algo mais caro, mas a Cassini arcaria com a diferença, reduzindo sua margem para não onerar o consumidor”, pondera. “À medida que a produção aumentasse, cairia a

participação da embalagem no custo final do biscoito e ela já é pouco relevante”.

BOPP metalizado, alega Leite, teria o condão de aprimorar as barreiras (à luz, vapor d’água, gordura, umidade, oxigênio etc.) da embalagem, elevando assim o prazo de shelf life e o frescor do biscoito de polvilho. Apesar dessas vantagens, o consumidor preza mais o saco transparente, no qual o recurso da impressão também serve de barreira à luz, por visualizar assim o conteúdo, costume que remonta a meio século atrás, quando esse biscoito higroscópico ainda era produzido de forma artesanal e o público buscava certificar-se vendo o que estava comprando. “Após tantos anos de industrialização, os fabricantes merecem do mercado o mesmo voto de confiança dado à quali-

dade da batata frita, hoje acondicionada sem reclamações em saco opaco de BOPP”, insiste o presidente da Cassini, propondo até uma força-tarefa do seu setor, do reduto de BOPP e

canais de venda para mudar a cabeça do consumidor. No iPad de Leite, o mercado de biscoito de polvilho empata com o do tipo recheado e bate o de biscoito maria. Não é pouca coisa: o Brasil é nº2 na produção mundial de biscoitos e os recheados são o maior segmento (29%), atestam os sensores dessa indústria.

Com o manuseio do pacote, o frágil biscoito de polvilho se esfarela, quebra e compromete seu aspecto, tal e qual ocorre com a batata frita, expõe Leite. Ao final da década de 1970, deixa claro, essa batata era ensacada em filme blown monocamada de PP e sua gordura sujava internamente a embalagem e encurtava sua validade. “Nos anos 80, chegou BOPP enchendo os olhos do consumidor com a impressão interna, brilho e belos layouts”, rememora Leite. “Mais adiante surgiu a metalização enobrecendo o visual e barreiras do saco,



Leite: biscoito de polvilho merece BOPP metalizado.

mas vetando o uso de janelas para mostrar o snack”. Doses cavalares de marketing, cacifadas por múltiplos e vips nacionais em batata frita, converteram o público, há mais de 20 anos, ao pacote metalizado, fonte de shelf life que até hoje justifica a produção, estoque, comercialização e tempo na gôndola para o snack ser consumido, completa Leite.

Não é de hoje que ele martela a tecla. Aliada aos convertedores **Camargo** e **Mazda**, a Cassini quebrou a cara em duas tentativas de ofertar biscoito de polvilho em BOPP metalizado. “O **Wal Mart** sentiu a mesma recusa a essa embalagem no biscoito de polvilho com a marca da rede”. Mas João Leite não dá o braço a torcer e já arma outra tentativa. “Em princípio, a idéia é lançar em BOPP metalizado uma versão do biscoito diferenciada por um apelo de marketing mantido por enquanto em segredo”, fecha-se o dirigente. •



Cassini: embalagens recusadas pelo consumidor.



Interplast

2012

A principal feira do
setor plástico em 2012
e a feira mundial de
construtores de
moldes e ferramentas,
juntas para trazer o
mercado até você.

Feira e Congresso de Integração
da Tecnologia do Plástico

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

Evento Simultâneo:

**EUROMOLD
BRASIL**



20-24 Agosto

Joinville SC | Pavilhões da Expoville

www.interplast.com.br



(47) 3451 3000

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



O caminho para o sucesso da Manjushree

- 1 2008 — Início no mercado de preformas ✓
- 2 2008 — Trabalho em conjunto com multinacionais líderes ✓
- 3 2009 — Instalações em operação 365 dias ao ano ✓
- 4 2010 — Atinge o patamar de maior produtor de preformas da Índia ✓
- 5 2011 — Fabricação de 10% do consumo indiano de preformas ✓
- 6 2012 — Inaugura uma nova instalação de fabricação de classe mundial
- 7 2015 — Expande os negócios internacionalmente



© The Coca-Cola Company.
Kinley, a marca Kinley e o design da garrafa Kinley são marcas registradas da The Coca-Cola Company.

Apoiando os nossos clientes de embalagens para bebidas em cada etapa do processo

"A Husky é nossa parceira, e esperamos poder crescer juntos no futuro. Ninguém é capaz de superar as inovações da Husky. Eles nos ajudam a ficar à frente da concorrência, oferecendo as mais novas tecnologias, os melhores tempos de ciclo, reduções de custos e os mais eficazes serviços de suporte. Estamos muito empolgados com a inauguração da nova unidade da Husky em Chennai, Índia."

Sr. Vimal Kedia
Diretor Executivo da Manjushree



Quando a Manjushree iniciou no mercado de preformas em 2007, já sabiam que a Husky era o fornecedor que deveriam buscar parceria. Inexperiente na fabricação de preformas, a Manjushree reconheceu as vantagens das células de moldagem por injeção HyPET, a disponibilidade de treinamento e o compromisso em oferecer suporte local garantidos pela Husky. A Manjushree cresceu rapidamente e se tornou o maior produtor de preformas da Índia, e não mostra sinais de diminuição dos planos de expansão de seus negócios a nível global.

Com mais de 30 anos de experiência em embalagens para bebidas, a Husky tem soluções completas de moldagem por injeção que ajudam os clientes a levar seus produtos de maneira mais rápida para o mercado, e a custos mais baixos. Seja por nossa tecnologia líder na fabricação de preformas, por nosso apoio à sustentabilidade via redução de peso das embalagens, ou pela nossa variedade de serviços pós-venda — nós possuímos o conhecimento, a dedicação e a experiência para ajudar nossos clientes a obter sucesso em cada etapa de sua trajetória.

Visite www.husky.ca/HyPET-manjushree