



Notícias

ANO 1 | Nº 02 | JULHO 2004

da lata

Boletim da ABRALATAS | Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade

Um “norte” para a competitividade

Novo presidente da Abralatas, André Balbi quer dar mais visibilidade ao setor

Fortalecer ainda mais a presença da lata de alumínio no mercado de bebidas, trabalhando em conjunto com os integrantes de toda a cadeia produtiva da lata para desonerar os custos tributários, aumentar a produtividade e tornar essa embalagem ainda mais competitiva. Estas são as prioridades do novo presidente da Abralatas, André Balbi, economista com ampla experiência nas indústrias de bebidas e de embalagens, especialmente latas de alumínio. Balbi foi diretor da Latasa durante três anos e acaba de assumir a presidência da Rexam Sulamericana.

A convergência das empresas produtoras de insumos, fabricantes e recicladoras de latas de alumínio é um ponto fundamental para a promoção da lata e a defesa dos interesses comuns do setor, segundo o presidente da Abralatas. “Esta entidade funciona como uma espécie de ‘norte’ na luta pela competitividade da lata de alumínio”, diz ele. “Vamos dar mais visibilidade ao setor, divulgando as vantagens econômicas, sociais e ambientais da lata, consolidando sua imagem como embalagem segura, inviolável e prática. A lata tem conquistado, ano a ano, maior penetração no mercado. Nos últimos cinco anos, nossa participação na indústria de cervejas subiu de 27% para os atuais 32%.”

A conquista de novos nichos do mercado é uma das metas que estimulam o otimismo de André Balbi. “Nossa indústria tem condições de exportar tampas para o mundo inteiro e, no mercado interno, estamos trabalhando para ocupar o lugar das embalagens importadas em produtos de demanda crescente no Brasil, como as bebidas energéticas, que em grande parte ainda chegam em nosso país como produto acabado.” Para ocupar novos espaços, a indústria brasileira de latas de alumínio está investindo em novos segmentos como o de águas minerais e em novos formatos. Em termos de tecnologia de produção, sem dúvida alguma o Brasil tem a indústria de latas mais jovem e, por isso mesmo, a mais moderna do mundo.”

Como alcançar essas metas? “Para ganhar mais competitividade, é preciso desonerar a indústria. Vamos nos dedicar a um amplo programa de avaliação da tributação em toda a cadeia da lata.

“Temos a indústria de latas mais moderna do mundo”



É necessário rever a carga tributária que incide sobre a matéria prima, a produção e a comercialização da embalagem. Além disso estaremos empenhados em aumentar a produtividade nas linhas de produção. E o resultado disso será a maior competitividade da lata de alumínio e dos produtos que usam essa embalagem. A preferência dos consumidores pelas bebidas em lata será ainda maior, pois elas estarão no mercado a um custo menor e com a mesma qualidade de sempre”, observa André Balbi.

Projetos de marketing desenvolvidos em parceria com fornecedores da indústria de latas, fábricas de bebidas, distribuidores, redes de supermercados e demais pontos de venda estão previstos para o segundo semestre de 2004. “Pretendemos demonstrar que a lata é a melhor embalagem, tanto para os fabricantes de bebidas quanto para os comerciantes e os consumidores. As vantagens da lata são cada vez mais evidentes, por isso vamos crescer ainda mais.”

O novo presidente da Abralatas destaca também a grande importância da entidade no relacionamento com o governo. “Já desenvolvemos ações importantes na geração de trabalho e renda da população, na preservação do meio ambiente, no crescimento econômico do país e na economia de energia, mas podemos contribuir ainda mais. Nosso setor tem condições de encaminhar bons projetos para o poder público e de participar ativamente da implementação de soluções duradouras para economia e para a sociedade brasileira como um todo”, finaliza.



É praticamente impossível separar a imagem do deputado federal Fernando Gabeira das grandes causas ecológicas nacionais. Autor e relator de dezenas de Projetos de Lei – de reciclagem de pilhas e instituição do selo verde para atestar a qualidade de produtos à defesa da camada de ozônio e proibição do uso de amianto –, Gabeira é um dos políticos que mais tem acompanhado e dado apoio a programas de reciclagem, entre outros temas com foco ambiental. A seguir, numa entrevista exclusiva para o Notícias da Lata, ele revela o que pensa sobre o processo de reciclagem de latas de alumínio no Brasil, defende o uso de campanhas em escolas para conscientizar os jovens a respeito da preservação do meio ambiente e cobra do Congresso Nacional mais empenho para a aprovação de Projetos de Lei relacionados a essas questões.

Inclusão social através da reciclagem

Qual é a importância da reciclagem das latinhas no Brasil?

A reciclagem das latas de alumínio abriu caminho para um processo que vai crescer cada vez mais no país. Ela vai incentivar a reciclagem de outros produtos, como a das garrafas pet.

A reciclagem pode ser uma oportunidade para promover a inclusão social?

O fato de a reciclagem de alumínio ter aberto postos de trabalho para 150 mil pessoas é extremamente animador. A reciclagem abre postos de trabalho para pessoas menos qualificadas e é exatamente isso que nós estamos procurando com a inclusão social.

O hábito de catar latinhas pode estimular a população a ter uma consciência maior sobre a importância do desenvolvimento sustentável e do equilíbrio ambiental?

Creio que sim. Este é um processo extremamente importante. O primeiro aspecto é que ele vai acionar a economia através da reciclagem. O segundo, é que estamos protegendo o meio ambiente. E há um terceiro aspecto, especificamente no caso do alumínio, que é o fato de estarmos economizando energia.

Segundo o BNDES, além da preservação ambiental, os programas de reciclagem devem tornar-se auto-sustentáveis e até lucrativos. A reciclagem de latas pode ser considerada um exemplo nesse sentido?

Eu concordo com o BNDES. Para conseguirmos ver a reciclagem como algo lucrativo, temos que ter uma concepção de cobrança de impostos diferente. Nós pagamos imposto quando o produto é novo e pagamos imposto quando produzimos alguma coisa a partir do reciclado. Portanto, o produto reciclado paga impostos duas vezes.

O que poderia ser feito para que a indústria de embalagens contribuísse ainda mais para a formação de uma consciência ecológica no Brasil?

Ela deve sempre mostrar que o excesso de embalagens e o uso excessivo de material são prejudiciais ao nosso meio ambiente. Eu acho que isso pode ser feito através da divulgação das vantagens econômicas da reciclagem.

Como o Congresso pode contribuir para o equilíbrio do meio ambiente?

O Congresso Nacional precisa desenvolver, através de várias leis, o seguinte: o produtor é o responsável pelo ciclo completo da mercadoria. Se você coloca uma mercadoria no circuito, você também é responsável por recolhê-la e dar uma destinação final.

O que poderia ser feito para que a população tenha mais consciência sobre a importância da coleta seletiva e da reciclagem?

A população responde muito bem a qualquer apelo para a coleta seletiva e para a reciclagem. O mais difícil é levar essa consciência ao Governo. A população faz a coleta seletiva estimulada pelas autoridades. Porém, no momento que o caminhão chega para recolher o lixo, ele é todo misturado. É necessário recolher a coleta seletiva de uma forma adequada e destiná-la de uma forma igualmente adequada. E isso tem sido uma falha maior dos governos do que da própria população.

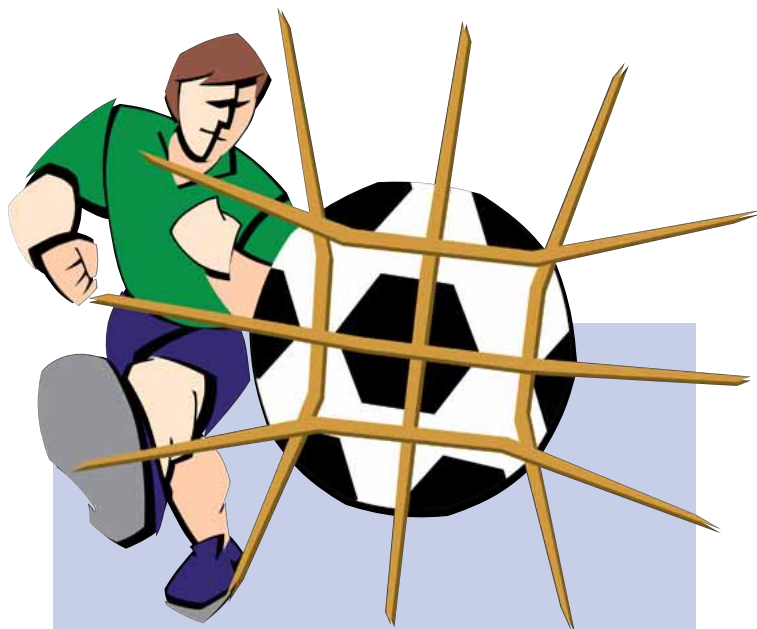
Onde deveria começar a consciência ambiental?

Em casa e na escola. A escola tem um papel fundamental. Conhecemos inúmeros casos de crianças que educam os pais a não jogar nada pela janela do carro, a não fumar quando há outras pessoas presentes. É um processo muito mais promissor quando ele passa por esse caminho da infância e da juventude.

Latapack-Ball estimula trabalho social

Desde 1996, quando instalou sua fábrica de latas de alumínio em Jacareí, a Latapack-Ball desenvolve programas sociais naquela comunidade. Os projetos começaram tímidos e, ano a ano, ganharam mais força, inclusive com adesão da fábrica de Simões Filho, a 30 minutos de Salvador. No início, eram apenas visitas às escolas com o intuito de passar aos jovens informações sobre a importância da reciclagem das latinhas. Hoje, além dessas visitas, os funcionários recebem a população daquelas comunidades na fábrica, fazem campanhas para arrecadação e doação de alimentos e agasalhos. A empresa ainda oferece aos jovens da região a oportunidade de aprenderem uma profissão dentro da fábrica, através do Programa 1º Emprego.

Latapack-Ball



Projeto campeão

Grande parte dos projetos sociais desenvolvidos pela Latapack-Ball surgiu de idéias dos próprios funcionários. Com o incentivo para a prática de atividades esportivas não foi diferente. Após solicitação, a empresa resolveu alugar quadras poliesportivas uma vez por semana para seus colaboradores. Para o gerente Administrativo Corporativo da fábrica de Jacareí, Adenilson Carvalho, “o esporte agrega e ajuda no desenvolvimento do trabalho em equipe, além de estimular a competição saudável”.

Como foi uma demanda dos funcionários, o programa encontra bastante adesão, principalmente do pessoal operacional e administrativo. A Latapack-Ball ainda ajuda financeiramente o time de futebol da empresa: é ela quem compra o uniforme, paga as taxas de inscrição dos campeonatos entre empresas, além de ajudar na compra das medalhas e troféus, que são entregues aos vencedores das competições.

Nas escolas, trabalha-se o lúdico com jogos de perguntas e respostas, além de brindes para incentivar a participação dos alunos. Enquanto as crianças se divertem, aprendem sobre preservação do meio ambiente e a importância da reciclagem. Já as visitas à fábrica fazem parte de um programa coordenado pela prefeitura, que, através do Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Ciesp), promove esse tipo de atividade com as empresas locais.

Mas talvez a campanha que tem obtido resultados mais palpáveis ao longo desses oito anos é a de doação de alimentos para entidades carentes, que acontece durante a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat), entre agosto e outubro. “A gente sempre busca superar a quantidade arrecadada no ano anterior”, diz Adenilson Carvalho. E eles vêm conseguindo. Em 2002, os cerca de 250 funcionários da Latapack-Ball distribuíram cinco toneladas de alimentos. No ano seguinte, foram 7,4 toneladas – um aumento de quase 50%. Doações de uniformes e agasalhos acontecem periodicamente ao longo do ano.

Não é só com palestras e doações que a Latapack-Ball atua junto à comunidade que a cerca. Com o Programa 1º Emprego, que acontece desde 1996, a empresa ensina atividades administrativas e dá cursos de informática a jovens carentes, a partir dos 16 anos de idade, que tenham um bom aproveitamento escolar. Eles ficam na empresa até um mês antes do aniversário de 18 anos e, caso haja oportunidade, são aproveitados. Dos dez que já participaram do programa, cinco continuaram na empresa.

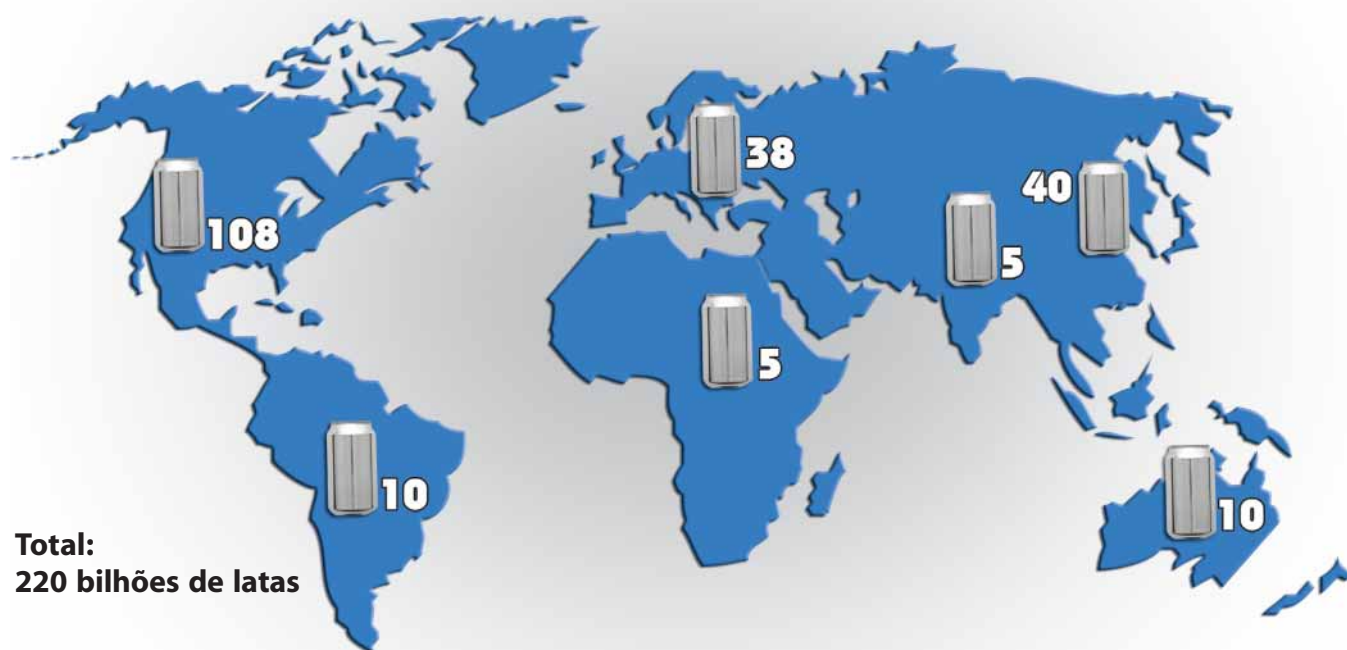
Mercado de latas em expansão no mundo

O mercado mundial de latas de bebidas em 2003 totalizou aproximadamente 220 bilhões de latas, segundo o site da Beverage Can Makers Europe (www.bcme.org). O maior mercado é o norte-americano, com 108 bilhões de latas, seguido da Ásia (40 bilhões) e da Europa (38 bilhões). A América Latina

produziu 17 bilhões de latas no ano passado.

Segundo a BCME Association, que reúne os três maiores produtores de latas da Europa, o mercado continua em expansão, particularmente no Leste Europeu, na América Latina e em alguns países asiáticos.

2003 World Beverage can Market



Total:
220 bilhões de latas

Fonte: BCME



Notícias da Lata é um boletim noticioso da ABRALATAS
Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade

Presidente: Andre Balbi
Diretor-executivo: Paulo Camillo Vargas Penna
Jornalista Responsável: Ricardo Largman (Reg. Prof. MTb 18.288)
Coord. editorial: Newsday Consultoria de Comunicação e Marketing
Produção gráfica: Conceito Comunicação Integrada
Tiragem: 3 mil exemplares

Endereço: SCN Qd. 1 Bl. F, nº 79, Ed. América Office Tower
Salas 1608, 1609 e 1610 - CEP 70711-905 - Brasília - DF
Telefone: (61) 327-2142
Fax: (61) 327-3165
Correio eletrônico: abralatas@abralatas.org.br
Endereço na internet: www.abralatas.org.br

