

# Produção e vendas de latas batem recorde em 2006

*Real forte torna a embalagem mais atrativa*

Foram 10,7 bilhões de latas vendidas em 2006, ou cerca de 340 a cada segundo, ampliando o consumo per capita do brasileiro para 57 latas/ano. As vendas de latas de alumínio para bebidas cresceram exatos 10% em 2006 e bateram o recorde histórico do setor, registrado em 2002, quando a comercialização atingiu 10,04 bilhões de unidades.

A produção de latas de alumínio também teve seu melhor desempenho em 2006, alcançando o número recorde de 10,8 bilhões de unidades, representando 12% de crescimento em relação a 2005.

Os resultados, muito superiores aos registrados por outras embalagens, são fruto de uma série de iniciativas adotadas pela indústria nos últimos anos, que consolida a lata como opção economicamente viável e ambientalmente correta para o

setor de bebidas. “Nos últimos dez anos passamos de três fábricas concentradas no Sudeste para 14 espalhadas pelo país. Esta desconcentração da malha fabril reduziu custos e tornou a lata mais atrativa para nossos clientes”, avalia André Balbi, presidente da Abralatas e da Rexam.

Segundo ele, entretanto, o principal fator que explica o recorde de vendas em 2006 foi a valorização do real, já que 70% do preço da lata é composto pelo alumínio, uma commodity que tem seus preços determinados pelo mercado internacional. “A desvalorização do dólar neutralizou o aumento de 25% do preço do alumínio no mercado internacional, anulou o efeito negativo e ainda sobrou um efeito positivo. Ou seja, a lata se tornou, em reais, mais atrativa e mais competitiva em relação a outros materiais”.

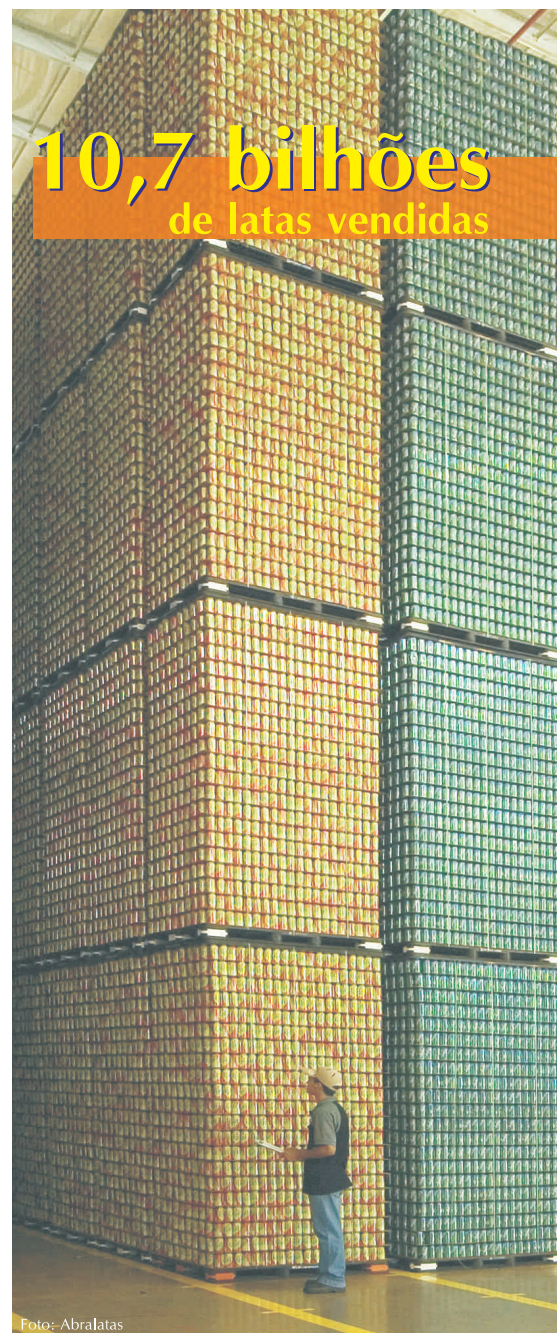


Foto: Abralatas

## Renda também influenciou consumo

O aumento da renda média do brasileiro é outro fator que ajuda a explicar o crescimento da venda de latas no país. “Quando você analisa os canais de distribuição, a lata é fortemente impulsionada no setor de supermercados. Como a venda nos supermercados aumentou com a melhor distribuição de renda da população, a venda de bebidas em lata também aumentou”, analisa Rinaldo Lopes, presidente da Crown Embalagens, uma das fabricantes de latas.

“Quanto maior é o poder de consumo da população, melhor para a lata, que é uma embalagem sofisticada e extremamente agradável para o consumidor”, comenta Jorge Maurício Bannitz, diretor comercial da Latapack-Ball, outra fabricante instalada no Brasil. “É uma embalagem confortável porque tem uma dose ideal, gela mais rápido, é fácil de estocar e one way. Ou seja, tem uma série de vantagens que o consumidor já descobriu”.

# Indústria projeta crescimento de 5% em 2007

A indústria de latas de alumínio investiu cerca de US\$ 100 milhões em 2006, incluindo a construção e inauguração de duas novas unidades fabris, em Cuiabá e Manaus, além da ampliação da capacidade de produção em outras fábricas. “Hoje a indústria da latas no Brasil está apta a atender o crescimento projetado do mercado”, acredita André Balbi. A expectativa é de um aumento de 5% nas vendas em 2007, chegando a 11,2 bilhões de latas comercializadas.

Com relação ao valor da matéria prima, a expectativa da ABAL (Associação Brasileira do Alumínio)

é de que tanto o preço do alumínio no mercado internacional quanto o câmbio permaneçam estáveis em 2007, mantendo a lata como uma embalagem atrativa para a indústria de bebidas. “Os fatores que nos trouxeram até aqui são os mesmos que nos impulsionam adiante. Vai continuar tendo muito investimento, porque este crescimento de 2006, embora tenha sido muito grande, não foi extraordinário. Não foi surpresa. Um crescimento talvez um pouco menor, mas constante e ordenado, vai acontecer daqui pra frente”, aposta o presidente da Abralatas.



André Balbi (acima), presidente da Rexam e da Abralatas, Rinaldo Lopes (acima à direita), presidente da Crown Embalagens e Jorge Maurício Bannitz (ao lado), diretor comercial da Latapack-Ball.



## Cronologia da lata no Brasil

1980	A Alcan (hoje Novelis) instala um laminador a quente em Pindamonhangaba - SP, equipamento único na América Latina, destinado à produção de chapas de alumínio próprias para a fabricação de latinhas.
1982	O Brasil torna-se auto-suficiente na fabricação de alumínio primário, condição fundamental para a implantação de fábricas de latas de alumínio.
1988	As primeiras latas para bebidas são fabricadas no Brasil em folhas de flandres, a pedido da Skol International Beer.
1990	A Latasa inicia a produção de latas de alumínio em Pouso Alegre - MG e entre 1991 e 1996 constrói outras 6 fábricas. Foi lançado o novo modelo de apenas duas peças de alumínio, ou seja, corpo e tampa.
1996	A Crown Embalagens S.A., instala fábrica em Cabreúva - SP e a Rexam monta sua primeira unidade no Brasil, em Extrema - MG.
2001	A Alcan inicia a fabricação de chapas para tampas da lata de alumínio no Brasil.
2003	A Rexam, líder mundial em produção de latas de alumínio compra a Latasa e assume a liderança também no Brasil.
2005	Surge a Novelis, resultante da cisão do negócio de laminados da Alcan.
2006	Setor bate recorde de vendas de latas de alumínio no país. Já são 14 fábricas espalhadas pelo país, com capacidade de produção de 14 bilhões/ano.



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

André Balbi  
Presidente  
Renault de Freitas Castro  
Diretor Executivo

Projeto gráfico  
N3 Comunicação  
Jornalista responsável  
Cláudio Tourinho

Impressão: GH Gráfica  
Tiragem: 3.500 exemplares

SCN Qd. 01, Bloco F,  
Ed. America Office Tower,  
Salas 1608 a 1610  
CEP: 70.711-905, Brasília-DF  
Tel.: (61) 3327-2142  
Fax: (61) 3327-3165  
E-mail: abralatas@abralatas.org.br

[www.abralatas.org.br](http://www.abralatas.org.br)

Fabricantes de latas de  
alumínio para bebidas:



Apoiadores:



# Lata é a embalagem com menor impacto ambiental

*Opção do consumidor e governo influencia desenvolvimento sustentável*

Apesar de provocar menor impacto ambiental que outras embalagens de bebidas, a lata de alumínio enfrenta barreiras para ampliar sua participação no mercado nacional. Nem o consumidor nem o Estado brasileiro estão devidamente esclarecidos sobre as vantagens ambientais que a utilização da lata proporciona e nem sobre o significado



Renault Castro, diretor executivo da Abралatas

econômico dessas vantagens. Esta é a opinião do diretor executivo da Abралatas, Renault Castro, que pretende ampliar ações de sensibilização do governo e da sociedade para garantir a participação da lata como embalagem de bebidas nos mesmos níveis de países mais desenvolvidos.

“A opção do consumidor pela embalagem A ou B tem influência decisiva no tipo de desenvolvimento que se deseja para o país. E quando ele opta pela lata, está colaborando com o desenvolvimento sustentável e reduzindo o dispêndio de recursos do contribuinte, porque vai gerar menos resíduo e colaborar para a redução dos gastos com a coleta, disposição e processamento de lixo, além de movimentar uma atividade econômica, social e ambientalmente correta, que é a reciclagem. É a opção pelo menor consumo de água, de energia e de recursos naturais.”, explica Renault.

O diretor geral da Brasal Refri-

gerantes, Renato Barbosa, concorda: “É uma combinação de consciência ambiental com uma questão cultural e educacional. A partir do momento que as pessoas vão tendo um grau maior de instrução, aprimorando a cultura e tendo uma noção mais precisa destas demandas ambientais, vão despertar e valorizar as embalagens que menos possam agredir o meio ambiente e que sejam fáceis de serem recicladas”.

## Governo estuda proposta

O mesmo raciocínio é utilizado na proposta do Banco Mundial, em análise pelo Ministério do Meio Ambiente e Ministério da Fazenda, de desoneração tributária para setores ecologicamente amigáveis, que consomem pouca energia ou que produzem poucos resíduos sólidos. Um grupo de trabalho foi criado para discutir a redução do IPI para os produtos dessas atividades.

“A opção política do Estado tem de ser, logicamente, a de privilegiar o produto que implica menor custo para a sociedade. Se a política tributária refletisse isso, deveria favorecer os produtos de maior reciclabilidade e de maior reciclagem efetiva”, afirma o diretor executivo da Abралatas. “Na Alemanha, a embalagem de plástico descartável tem uma tributação brutal, diferentemente das embalagens retornáveis ou das latas”, reforça Renato Barbosa.

## Participação da lata no mercado se mantém estável

A indústria de cerveja retomou o crescimento em 2006 e produziu 5,5% a mais que em 2005, enquanto em refrigerantes o crescimento foi de 2,6%. Mesmo assim, não houve alteração na participação da lata no mercado de bebidas, que ficou próxima a 28% entre as embalagens de cerveja e 8% para refrigerantes.

Para André Balbi, a explicação é que o mercado assistiu a entrada e a recomposição de outras embalagens. “O fato de manter o market share, apesar de estar competindo com embalagens mais baratas ou embalagens que são fiscalmente mais beneficiadas, significa que a lata está crescendo na mesma velocidade que todo o mercado”.

Renault Castro defende um tratamento tributário justo para a lata de alumínio. “Um tratamento compatível com o fato de ser a lata a embalagem de bebidas de maior eco-eficiência, ou seja, a que apresenta a melhor combinação de efeitos, do ponto de vista da sociedade, reunindo altos níveis de eficiência econômica com o mínimo de impactos ambientais, graças ao elevado índice de reciclagem”.

## A lata no mundo

Participação no Mercado Interno (%)

País	Cerveja	Refrigerante
<b>Brasil</b>	<b>28,2</b>	<b>7,8</b>
<b>EUA</b>	<b>52,8</b>	<b>56,0</b>
<b>Inglaterra</b>	<b>66,0</b>	<b>20,0</b>
<b>França</b>	<b>24,0</b>	<b>23,0</b>
<b>Espanha</b>	<b>32,0</b>	<b>28,0</b>

Fonte: Abралatas

## Indústria brasileira de latas está entre as mais modernas do mundo

Profissionais do setor asseguraram que o parque industrial brasileiro é reconhecidamente um dos melhores do planeta na fabricação de latas de alumínio. “Hoje nós dispomos da melhor tecnologia do mundo, a mais eficiente e com pessoas de altíssima qualificação”, destaca André Balbi, presidente da Abralatas. “Somos geradores de tecnologia e temos modelos de gestão que garantem certificação ISO 9000 e ISO 14000 para empresas brasileiras”.

A produção brasileira de latas de alumínio já iniciou, em 1990, com uma tecnologia inovadora para a época, com a fabricação em duas peças e sem solda. A lata, até então, era bimetálica (aço e alu-

mínio) e formada por três peças soldadas (fundo, corpo e tampa).

Cinco anos depois, a indústria brasileira passou a utilizar nova tecnologia, que dobrou a velocidade de produção (2 mil latas por minuto) e permitiu a utilização de seis cores na lata (antes eram quatro). Além disso, introduziu inspetores eletrônicos para avaliar a qualidade interna da lata, que garantem perfeito controle sanitário do produto.



Foto: Abralatas

Em 2002, a Rexam introduziu no país a linha de produção mais rápida do mundo (três mil latas por minuto) e um equipamento para verificar se o rótulo está correto, o que evita mistura de embalagens durante o envasamento.

O resultado de todo este aprimoramento tecnológico

foi a redução do consumo de energia e água. A ampliação da velocidade na produção garante uma economia de pelo menos 2 kw/hora por milheiro.

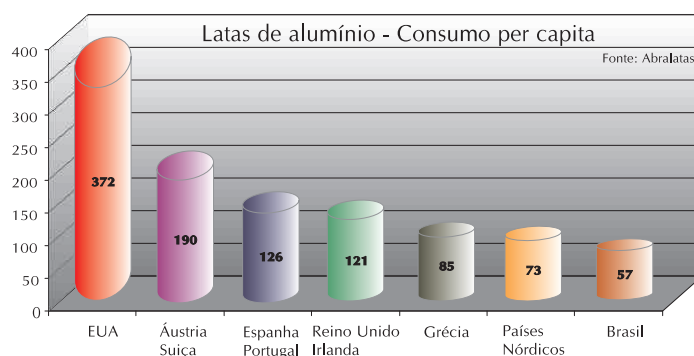
## Consumo médio do brasileiro ainda é baixo

O brasileiro consome, em média, 57 latas de bebidas por ano, ou, uma a cada semana. O consumo per capita da embalagem no país vem crescendo ano a ano, mas ainda é muito baixo em comparação com outros países. Em alguns países, o consumo responsável estimulou o governo a adotar políticas fiscais para inibir o uso de embalagens de maior impacto ambiental.

Para Rinaldo Lopes, da Crown, há uma perspectiva muito boa para a lata. “Hoje a penetração da lata no Brasil, tanto em refrigerantes quanto em cerveja, é muito baixa. Há um grande potencial para crescimento”.

Jorge Maurício Bannitz, da Latapack-Ball, concor-

da. “Se tirarmos a sobrecarga tributária, nós temos a lata mais barata do mundo. Podemos reduzir custos com uma reforma fiscal ou com a redução do preço da matéria-prima, através da redução do Imposto de Importação. Aí poderíamos ser mais competitivos”.



**Brasileiro consome 57 latas de alumínio per capita/ano**

