

## Inverno impulsiona venda das chamadas bebidas quentes

Tempo frio pede vinho, conhaque, vodca e cachaça. Essas bebidas, que têm aumento de consumo em mais de 30% no inverno, já estão disponíveis em lata.

Para os fabricantes de vinho, conhaque, cachaça e outras bebidas quentes e de teor alcoólico mais alto, o aquecimento nas vendas começa agora, no inverno. Com a chegada de temperaturas mais baixas, refrigerantes e cervejas – que são a grande pedida do verão – perdem espaço no gosto do consumidor que busca bebidas mais fortes. Hoje já é possível encontrar várias destas opções na versão em lata, o que aumenta a comodidade do consumidor e amplia a possibilidade de refinar festas, shows, restaurantes, praias e clubes.

O diretor-comercial da Vinícola Góes, Edson Camargo, afirma que o consumo de vinhos no inverno aumenta entre 30% a 35% se comparado com as vendas do verão. “Podemos afirmar que, em relação ao consumo de vinhos, essa época de



frio é o nosso verão”, declarou. Ele explica que mesmo o Brasil sendo um país tropical, onde o inverno não é tão rigoroso, em algumas regiões as temperaturas caem bastante, o que

favorece a pedida das chamadas bebidas quentes.

Um dos produtos em lata da Vinícola Góes que tem destaque em vendas no inverno é o Grape Cool. Trata-se de um chope de vinho que mesmo sendo servido gelado atrai os consumidores nesse período do ano. “O Grape Cool está no mercado há cinco anos e, por incrível que pareça, percebemos que no inverno tem uma saída melhor”, observa Edson Camargo.

A cachaça e o conhaque, bebidas bastante apreciadas no inverno, também podem ser encontradas nos mercados e bares na versão em lata. Entre os aguardentes que apostaram na embalagem estão a Pitú, a Cachaça 51 e a Ypióca. Um dos motivos é garantir a autenticidade do produto. Atualmente, o conhaque Domus é o único disponível em lata no país.

### *Cerveja encorpada para noites frias*

Outra boa pedida dos consumidores no inverno é a cerveja mais encorpada, como a Kaiser Bock. Segundo o gerente de marketing da cervejaria Femsa, Marcelo Liberdo, esse tipo de cerveja, disponível em lata 350 ml, tem aumento considerável de consumo em temperaturas mais frias.

“A Kaiser Bock é ideal para degustação em baixas temperaturas e foi desenvolvida para ser bebida pelos mais exigentes e experientes apreciadores”, destaca Liberdo. “A

Bock é tradicionalmente consumida no inverno. A safra 2009 é produzida com maltes especiais importados da França e com a tradicional receita do puro malte, o que faz dela uma cerveja de sabor encorpado, coloração avermelhada única, aroma marcante e teor alcoólico de 6,2%, mais elevada do que as cervejas leves e refrescantes comumente consumidas no Brasil principalmente no verão”, conclui.

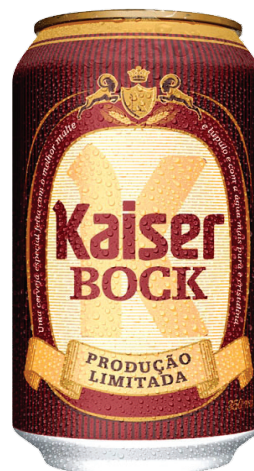


Foto: Divulgação

Outro tipo de cerveja que atrai os consumidores durante esse período do ano é cerveja escura premium, como a Xingu. Ainda segundo Liberdo, mesmo não sendo um produto sazonal, percebe-se seu aumento de consumo no inverno pelo fato dessa bebida ter mais corpo, espuma cremosa e seu sabor ser equilibrado entre o amargo e o doce. “A Xingu foi feita para ser consumida durante o ano todo, mas alguns consumidores apreciam mais degustá-la no inverno por ser uma cerveja escura”, explica Marcelo Liberdo.

# Crown inaugura nova fábrica para atender mercado de bebidas do Nordeste

Localizada no município de Estância, em Sergipe, a nova instalação conta com capacidade de produção inicial de 700 milhões de latas por ano.

Com investimento total de 80 milhões de dólares, a Crown Embalagens inaugurou nova fábrica em Estância, Sergipe. A unidade, que já começou a operar, pode suportar até duas linhas de produção de latas nos formatos tradicional (350 ml) e latão (473 ml). O lançamento da fábrica elevou a capacidade de produção da Crown no Brasil para mais de 3 bilhões de latas/ano.

O diretor comercial da empresa, Altair Frulane, diz que inicialmente a fábrica poderá produzir até 700 milhões de latas por ano e que desde fevereiro já está atendendo pedidos dos principais clientes que operam no Nordeste, como a Coca-Cola, AmBev, Kaiser

e Schincariol. Frulane explica ainda que a expectativa é de produzir 450 milhões de latas neste primeiro ano, e em 2010 aproximar-se da capacidade total inicial.



Nova unidade da Crown em Estância/SE

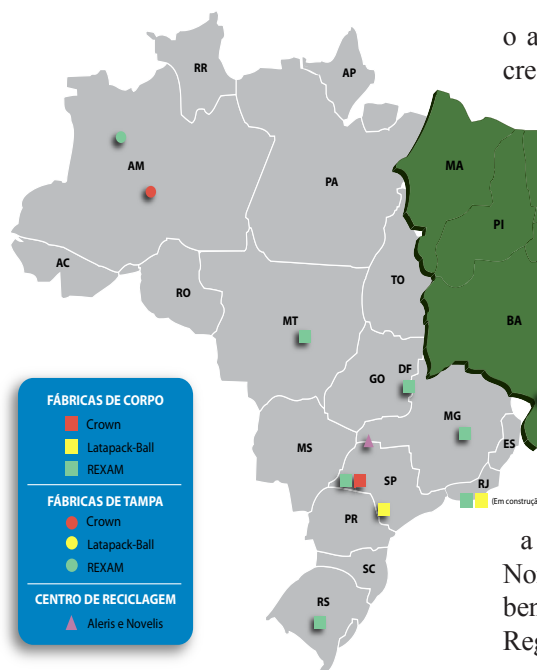
O diretor comercial afirma que o projeto de ativação da segunda linha de produção da Crown em Estância ocorrerá de acordo com o crescimento do mercado do Nordeste. “Ainda não temos previsão de instalação da segunda linha de produção da fábrica, mas acreditamos que existe um importante mercado a ser explorado nessa região, pois o Nordeste está em franca expansão, o que tem feito a Crown apostar na região” ressalta Altair.

A nova fábrica gerou aproximadamente 300 novos empregos diretos e indiretos na região. Toda a mão de obra contratada passou por um curso de capacitação durante um período de seis meses na unidade fabril da Crown em Cabreúva-SP.

## Consumo de latas aumenta no Nordeste

Na região Nordeste do país a população está consumindo mais bebidas em lata. Enquanto o crescimento nacional da venda de latas em 2008 registrou uma média de 8%, quando comparado a 2007, no Nordeste esse aumento ficou em torno de 12% a 15%. São várias as causas desse crescimento. O diretor comercial da Crown, Altair Frulane, destaca como o principal deles a melhoria da renda dos nordestinos nos últimos anos e a redução das desigualdades sociais, com a migração das classes D e E para a classe C, provocando maior movimentação nos negócios relacionados à lata. Ou seja, o aumento da capacidade de consumo leva a população do Nordeste a buscar produtos mais sofisticados.

Segundo ele, outro fator que impulsionou a venda da embalagem foi a diversificação dos formatos de latas como o Latão (473 ml e 500 ml), Slim e Squat (250 ml) e Sleek (269 ml). “Essas latas especiais tiveram boa aceitação e



contribuíram para aumentar a competitividade da lata no mercado de embalagens”, ressaltou Frulane.

Outro fator que contribuiu para o aumento do consumo na região foi o crescimento do turismo, impulsionado pela valorização do dólar. “Uma coisa puxa a outra: o dólar sobe, as pessoas passam a fazer mais viagens internas, o que impulsiona a demanda de bebidas e, conseqüentemente, de latas”, comenta o diretor da Crown.

O diretor executivo da Abralatas, Renault de Freitas Castro, destacou que a inauguração da nova planta da Crown em Estância aumenta a presença da lata de alumínio no Nordeste, o que se traduz também em benefício social e ambiental para a Região, uma vez que esse tipo de lata gera emprego e renda para catadores e recicladores, além de significar menor impacto ambiental em relação a outras embalagens para bebidas.

# Geladas em três minutos

Pesquisador do Instituto de Física da USP apresenta método inovador, prático e rápido para gelar bebidas em lata de alumínio

O Campeonato Brasileiro está começando. Os amigos chegaram de surpresa. O dia esquentou e nada melhor do que uma bebida gelada. Abrimos a geladeira e... nada?!

Calma, ninguém irá passar vontade. Existem métodos – simples – para gelar sua lata que não dão trabalho e, melhor ainda, em pouco tempo. A dica vem de um especialista: o professor Claudio Furukawa, do Instituto de Física da USP (Universidade de São Paulo). Utilizando a Ciência, ele explica as melhores técnicas, principalmente o que podemos fazer em casa sem brincar de cientista maluco.

Nessas horas, o primeiro impulso é colocar as latas no freezer ou congelador e esperar. “Por conta da superfície de contato, esse processo leva pelo menos uma hora”, explica Furukawa. “Se esta for a opção no momento, tente ao menos cobri-las com cubos de gelo, pois o líquido mais quente tenderá a subir e com esta técnica, ele circulará dentro do recipiente, diminuindo o tempo de refrigeração”.

Mas nós temos urgência, queremos mesmo é bebida geladinha descendo pela garganta. “Como físico, posso

recomendar métodos extremos, como nitrogênio líquido ou um extintor de CO<sub>2</sub>. Ambos gelarão as latinhas em menos de um minuto!”, informa o professor. Isso nos interessa quanto à sede, pena que as dificuldades para obtenção desses subterfúgios e os custos sejam inviáveis. Um litro de nitrogênio líquido, que gelaria até três latas, sai pela bagatela de R\$ 5,00 e só é encontrado em fornecedores específicos. Já o extintor passa da casa de R\$ 200,00 e funcionaria para até 10 preciosas latas.

Certo, voltamos para os métodos tradicionais. Segundo o professor, “gelo e um pouco d’água num isopor é melhor do que o congelador ou o freezer. O contato do alumínio sólido com o gelo e a água ajuda a ampliar a base de reação. O líquido se resfriará de maneira homogênea e, em cerca de trinta minutos, a bebida estará pronta para ser consumida”.

Agora, a melhor proposta, que pode ser reproduzida em casa, consiste em juntar gelo, água, álcool e sal. A receita é bem simples: para 10 quilos de gelo, tenha em mãos dois litros de água, um litro de álcool e dois quilos de sal. Em um isopor ou caixa térmica, coloque o gelo. Adicione a água e o álcool. Mexa.

Depois adicione o sal aos poucos e misture bem. Em poucos segundos a temperatura atinge 12° Celsius negativos em média, e em 3 minutos a bebida estará no ponto para o consumo. Essa é a chamada mistura criogênica ou mistura frigorífica.

Furukawa ainda explica: “A água permite que a transferência de temperatura seja mais eficiente. O sal é um elemento higroscópico e atrai as moléculas de água, isto é, retém líquido. Adicionado à água, diminui o ponto de congelamento além do normal (zero grau) e junto com o álcool rouba calor do gelo, causando uma reação química que baixa a temperatura rapidamente”.

Assim a mistura está pronta para receber as latas. Só não se esqueça de retirar as latas da mistura logo após os 3 minutos de resfriamento. Portanto, atenção! Não há necessidade de mergulhar todas as latas de uma vez só. A mistura frigorífica é muito forte e, depois de cinco minutos, o líquido pode congelar.

Agora é só convidar os amigos e apresentar a novidade! E atenção: não permita que crianças participem da preparação da mistura.

## PASSO A PASSO



1. Utilize proporcionalmente os ingredientes (Para 10 quilos de gelo, dois litros de água, um litro de álcool e dois quilos de sal)

2. Coloque o gelo em uma caixa térmica ou isopor



3. Adicione a água e o álcool e misture

4. Adicione o sal aos poucos, misturando sempre



5. Coloque as latas (na medida do consumo), retirando-as após três minutos

Assista ao vídeo no site:  
[www.abralatas.org.br](http://www.abralatas.org.br)

# NA LATA

## Reciclação



**Feira Brasileira de Reciclagem Preservação & Tecnologia Ambiental**

Acontecerá em julho, com o apoio da Abralatas, a VI edição da Feira Reciclação - Feira e Jornada Brasileira de Reciclagem, Preservação e Tecnologia Ambiental. O evento será realizado no Centro de Exposições Expo Unimed de Curitiba. Desde a primeira edição, a feira contribui para o desenvolvimento sustentável e estimula a consciência ambiental de seus parceiros e freqüentadores.

## Praticidade

As vantagens proporcionadas pela lata de alumínio, como a sua praticidade, fizeram a Cerpa optar por retornar a envasar sua tradicional cerveja nesta embalagem.

As novas latas da cerveja Cerpa, fornecidas pela unidade de Cuiabá da Rexam, contam com dois rótulos, o da Cerpa Pilsen e o da Cerpa Gold. Ambos estarão disponíveis inicialmente no mercado da região Norte, principalmente no Pará, sua terra natal.



Fotos: Divulgação

## Maravilhosa

A Coca Cola lançou uma série limitada em latas sleek (270 ml), com design inspirado no Sol, em homenagem ao Rio de Janeiro. A lata exclusiva foi comercializada em março.



## Renovado



O Guaraná Jesus, que faz parte do portfólio de bebidas da Coca-Cola no Maranhão, ganhou nova

embalagem. A escolha do novo layout das embalagens foi feita com a ajuda do consumidor, que pode participar de votação pela Internet. O autor do

novo design e da campanha promocional da bebida é o publicitário Fábio Gomes, de 45 anos, neto do criador do Guaraná Jesus, o farmacêutico Jesus Norberto Gomes.

## Rodeio

A cerveja Crystal, produzida pela Cervejaria Petrópolis e patrocinadora oficial do Jaguariúna Rodeo Festival 2009, em Jaguariúna (SP), lançou uma embalagem comemorativa para o evento. Foram produzidas 12 milhões de latas com a logomarca do JRF 2009 impressa em um de seus lados.

## Reconhecimento

A Rexam foi vencedora do Latincan Awards 2009 na categoria "Duas peças cerveja", com a lata "Skol Redondinha", produzida para a AmBev. A embalagem é a lata sleek de 270 mililitros, lançada em outubro de 2008. Além do formato diferenciado, a lata utiliza tinta termocrômica, que muda de cor quando a bebida atinge a temperatura ideal para consumo. O Latincan Awards é o único reconhecimento dedicado exclusivamente a fabricantes de embalagens metálicas na América Latina. A premiação foi entregue no último dia 26 de Março, em Cancun, no México.

Fabricantes de latas de alumínio para bebidas:



**REXAM**



Associadas:



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

Projeto gráfico  
N3 Comunicação  
Jornalista responsável  
Cláudio Tourinho  
Redação  
Flávia Corrêa

Impressão:  
Supernova Gráfica  
Tiragem:  
2.500 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

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

André Balbi  
Presidente  
Renault de Freitas Castro  
Diretor Executivo