



# CENÁRIO POSITIVO

Vendas crescem em 2011 e setor prevê  
aumento do consumo para 2012

» página 3 »

---

*Moda sustentável com  
lacre de alumínio*

» página 5 »

*PNRS nas mãos  
das prefeituras*

» página 6 »

*Reciclagem: acreditar  
para viabilizar o negócio*

» página 7 »

Compreender o comportamento da demanda e satisfazê-la é uma das regras de qualquer setor industrial. No caso dos fabricantes de latas de alumínio para bebidas, essa é uma necessidade que exige velocidade de decisão capaz de acompanhar a crescente empatia da embalagem com o consumidor, seja pela comodidade, pela estética ou pelas vantagens ambientais.

Esta edição traz os resultados das vendas da lata em 2011 e as expectativas para 2012. Mostra um crescimento consistente, que foi acompanhado de fortes investimentos e descentralização da produção, suficientes para atender adequadamente a

demanda. Um cenário que começa a atrair para o Brasil novos fornecedores de insumos, inclusive de chapas de alumínio.

Ao mesmo tempo, a edição ressalta nossa preocupação com a implantação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, caso não venha acompanhada de um projeto de estímulo e capacitação de cooperativas de catadores.

A reciclagem de latas corre risco. O processo vitorioso da reciclagem, que contou com a atuação pioneira de Elder Rondelli – homenageado nesta edição –, tem no catador um personagem fundamental, que merece ser valorizado.



**Renault Castro**  
Diretor Executivo da Abralatas

## Responsabilidade ambiental

A preocupação com a questão ambiental pode estar presente nos pequenos atos de uma empresa. No caso da KMC Logística, empresa de transportes rodoviários associada da Abralatas, não seria apropriado dizer “pequenos atos”. A KMC personalizou os novos baús dos caminhões que transportam latas com as mensagens ressaltando as qualidades sustentáveis da embalagem, especialmente seu elevado índice de reciclagem. As frases de incentivo ao uso da latinha e com referência a reciclagem (“Prefira latas de alumínio. O planeta agradece” e “Latas de alumínio são recicláveis! O planeta agradece”) recebem o apoio institucional da Abralatas. Inicialmente as mensagens serão colocadas em cinco caminhões da frota e em seguida todos receberão, um a um, o novo *layout*, idealiza-

do pela empresa Cube Multi Comunicação. A KMC possui 30 carretas baús que realizam o transporte das latas vazias até as fábricas de bebidas nas rotas Rio, Itu, Extrema, Jacareí e

Pouso Alegre. A iniciativa da KMC demonstra a preocupação e o respeito da empresa com o meio ambiente, uma característica das associadas da Abralatas.



## Expediente

**Boletim da ABRALATAS** - Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade » SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower, Salas 1608 a 1610, CEP: 70.711-905, Brasília-DF » Tel/Fax (61) 3327-2142 » E-mail: abralatas@abralatas.org.br » **Presidente:** Rinaldo Lopes » **Diretor Executivo:** Renault de Freitas Castro » **Assessoria:** Guilherme Caniello » **Projeto gráfico:** Frisson Comunicação » **Jornalista responsável:** Cláudio Tourinho » **Redação:** Fabiana Sampaio e Daniel Lansky » **Tiragem:** 3.500 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados Fabricantes:



Demais Associados:



Conheça a Abralatas em: [www.abralatas.org.br](http://www.abralatas.org.br)

Blog da Lata: [www.blogdalata.com.br](http://www.blogdalata.com.br)

Twitter: [www.twitter.com/abralatas](http://www.twitter.com/abralatas)

Myspace: [www.myspace.com/557058178](http://www.myspace.com/557058178)

Orkut: Abralatas (oficial)

Facebook: Abralatas

YouTube: Canal Abralatas

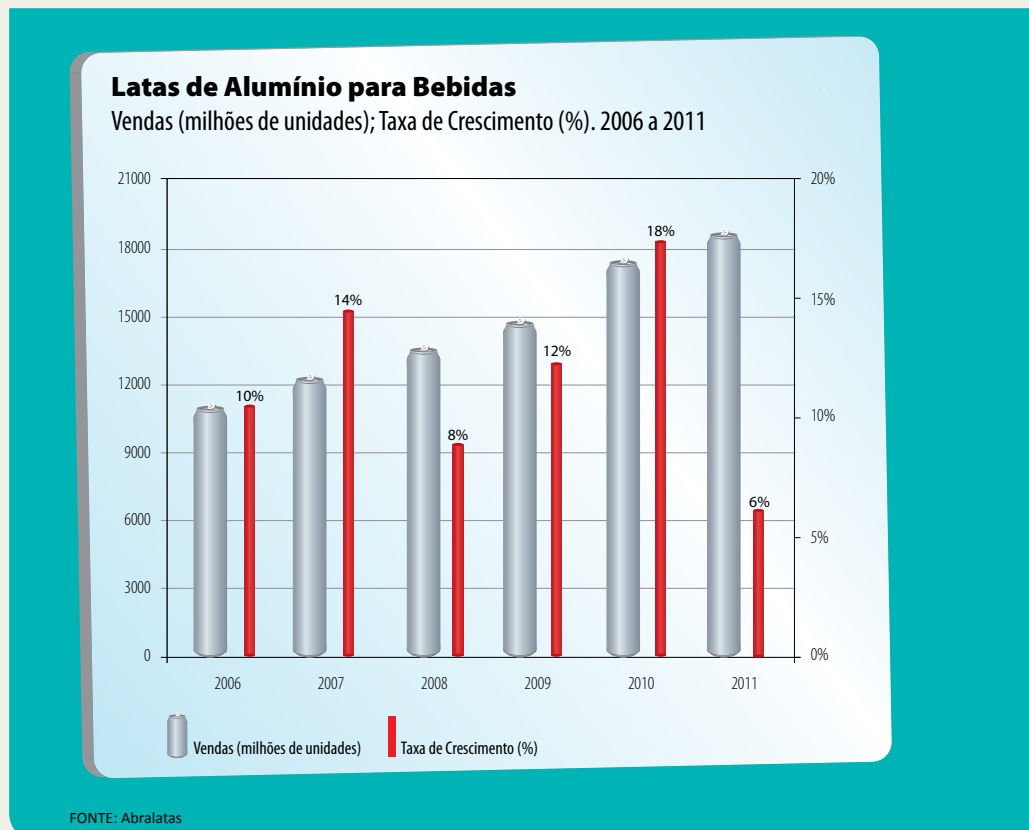
# Crescimento robusto

Vendas de latas de alumínio crescem 6% em 2011. Resultado excelente mas limitado pela redução do consumo

A produção brasileira de latas de alumínio manteve-se em alta, em 2011, apresentando mais uma vez um crescimento bem superior ao da economia. Apesar da redução do ritmo da indústria em todo o mundo, as vendas de latas de alumínio para bebidas cresceram 6% no país em relação a 2010. “Foi um excelente resultado”, comemora Rinaldo Lopes, presidente da Abralatas, que viu as vendas ultrapassarem a marca de 18,4 bilhões de unidades. “É um crescimento robusto. Confirma que os investimentos realizados para aumentar a capacidade de produção foram bem dimensionados”, reforça Renault Castro, diretor executivo da associação.

Com aumento do poder de compra do brasileiro, ampliação da participação da lata no mercado de cervejas e maior conscientização sobre sustentabilidade, o consumo da embalagem praticamente dobrou em seis anos. A resposta dos fabricantes foi o anúncio de investimentos superiores a R\$ 1,1 bilhão para o período 2010/2012, ampliando a capacidade de produção nacional para 25 bilhões de unidades.

“Temos um produto que literalmente está nas mãos do brasileiro, seja pela comodidade, pela aparência, e que agrada também aos comerciantes, pois gela mais rápido, é fácil de transportar e armazenar”, analisa Renault Castro, que não menospreza o fator ambiental. “As pessoas hoje sabem



que a lata apresenta índices de reciclagem próximos de 100% e isso de alguma forma pode estar impactando a decisão de consumo”.

Os resultados de 2011 só não foram melhores, lembra Rinaldo, porque houve uma queda, também, no ritmo do consumo de bebidas. O mercado de cervejas, onde a lata tem uma participação média de 37% entre as embalagens, cresceu pouco: 3,3%. No caso dos refrigerantes, sucos e outras bebidas que utilizam a lata como embalagem, estima-se que o volume de vendas tenha subido em torno de 5%.

O consumo manteve-se alto apenas no mercado de energéticos (cerca

de 25%), o que explica em parte, o salto dado pelo formato de lata sleek (269 ml), cujas vendas cresceram mais de 80% em 2011. Os formatos alternativos continuam conquistando o consumidor, mas o campeão de vendas ainda é a lata tradicional (355 ml), utilizada tanto para cerveja quanto para refrigerantes, sucos e outras bebidas. “Quatro em cada cinco latas vendidas no país têm esse formato, cujo espaço já está consolidado. Mas os novos formatos ampliam as possibilidades de consumo e atingem determinados nichos de mercado onde a lata tem excelentes condições para competir”, destaca Renault.

## Futuro otimista

### Aumento real do salário mínimo, feriados em dias úteis e eleições municipais favorecem aumento do consumo em 2012

**S**e os resultados do ano foram considerados excelentes, a expectativa para 2012 é de que os números do setor sejam ainda melhores, retomando a curva de crescimento verificada nos últimos anos. “Nossa previsão é de um crescimento entre 7 e 8%”, avalia Rinaldo Lopes, presidente da Abralatas. Se isso ocorrer, o consumo de latas de alumínio no país pode se aproximar da casa dos 20 bilhões de unidades por ano.

Rinaldo lembra que diversos fatores limitaram o consumo em 2011, como o aumento de impostos sobre bebidas, que foi repassado para os preços, o número elevado de feriados que coincidiram com finais de semana e até mesmo o frio. Também não houve um aumento real do salário mínimo, o que afetou o consumo em geral. “Mas as perspectivas para 2012 são muito boas, o que indica uma provável elevação nas vendas”.

Os motivos para o otimismo do setor são vários, como o fato de muitos feriados caírem em dias úteis, prolongando fins-de-semana e estimulando o consumo

de bebidas. Este ano teremos quatro feriados em sextas-feiras, três em terças e dois em quintas. Além disso, o Carnaval mais cedo “prolonga” o verão e as férias.

Tem também um fator peculiar ao ano, que são as eleições municipais em todo o país. “Cada um dos 5.560 municípios terá pelo menos dois candidatos a prefeito e dezenas a vereador. Isso significa muitos eventos, o que movimenta a economia e influencia de maneira positiva o consumo”, avalia Rinaldo.

Mas o principal motivo, acredita o presidente da Abralatas, deverá ser o aumento real do salário mínimo (cerca de 9% acima da inflação de 2011), que vai injetar R\$ 47 bilhões na economia. A recomposição do mínimo impacta diretamente 48 milhões de pessoas que têm sua renda vinculada ao piso nacional. “O aumento da renda, claro, estimula a demanda de consumo e as vendas em geral crescem”, afirmou Rinaldo.

#### Quadro de otimismo para 2012

- ★ *Recomposição do salário mínimo acima da inflação*
- ★ *Eleições municipais*
- ★ *Feriados em dias úteis*



Weimer de Carvalho Franco

## Lenda urbana

Juntar anéis de latas não dá prêmio, mas artesanato começa a ganhar o mundo



**Moda sustentável** - A Associação Artesanal Moda e Tradição criou, em 1997, a Companhia do Lacre com a ideia de usar os anéis da latinha para produzir roupas, acessórios, peças decorativas, cortinas, almofadas e tapetes como projeto social para ajudar a aumentar a renda dos associados. Hoje a Cia do Lacre participa de grandes eventos do mundo da moda, é reconhecida como exemplo de moda sustentável produzida no Brasil e tem seus produtos importados para países da Europa, Estados Unidos e Ásia. “Nossa principal fonte de renda vem dos Estados Unidos, onde temos dois clientes. Eles importam muitas bolsas e roupas. O brasileiro não valoriza o trabalho feito à mão, mas o estrangeiro é fascinado pelo que fazemos”, afirma Maria de Jesus, presidente da Companhia.

A sustentabilidade e a inclusão social são os principais objetivos da Cia do Lacre, que atualmente tem 31 artesãs. “Elas recebem o pagamento de acordo com o que produzem. A que produz menos pode conseguir uma renda mensal de R\$ 400 e a que

com certeza você já recebeu e-mail, ouviu falar ou leu em redes sociais apenas para juntar lacres (anel) de latas de alumínio e trocá-los por cadeiras de rodas para deficientes, computadores ou uma quantia em dinheiro. Essas histórias não passam de lenda. O anel, sozinho, tem valor apenas para o mundo da moda, que usou da criatividade para realizar projetos sociais e exportar produtos brasileiros para os quatro cantos do mundo. Se você acreditou no conto e está cheio de lacres em casa, o melhor a fazer é negociar com alguma cooperativa para que o material possa ser reaproveitado

trabalha mais chega a ganhar R\$ 2 mil”, afirma Maria de Jesus. Ela também explica que muitas pessoas participam não apenas pelo retorno financeiro, mas para ocupar o tempo e curar-se de doenças como a depressão.

A Cia do Lacre compra os anéis das empresas de reciclagem ou de pessoas voluntárias que levam o material até as artesãs. Quem quiser comprar os produtos da Cia do Lacre ou vender os lacres que tiver em casa – lembrando que o quilo vale apenas R\$6,00 – pode entrar em contato pelo telefone (61)3399-6805. A Associação também possui uma banca na Feira da Torre de TV, em Brasília, onde os produtos podem ser comprados. Outras informações pelo site [www.cia-dolacre.com.br](http://www.cia-dolacre.com.br).

Outra instituição que faz moda e renda com o anel é a Da Lata, da empresária brasileira Astrid Barney. Em 2008, Astrid montou o projeto empresarial Da Lata ‘Upcycled Ring Pulls’, aliando o lado empreendedora a um projeto social. Ela reuniu um grupo de crocheteiras carentes do Distrito Federal, somou sua experiência no campo

como artesanato e decoração.

As recicladoras, em geral, não compram o lacre separadamente. Isso porque o anel da lata é muito pequeno e pode se perder durante o processo de transporte e peneiragem do material a ser reciclado, ou mesmo durante o processo de fundição. Daí ser importante manter o anel preso à tampa, razão pela qual foi adotado o sistema atual de abertura para as latas de alumínio, conhecido como ‘tampa ecológica’. O lacre também é feito de alumínio, mas contém uma liga com alto teor de magnésio. Ao contrário do que sugerem os boatos, sua composição não possui ouro, prata e nem platina.

de design e desenvolvimento de produtos e criou uma linha de acessórios de moda. Três anos depois as coleções são vendidas em lojas localizadas no Reino Unido, Paris, França, Bélgica, Amsterdam, Holanda, Noruega, Suíça, Austrália e brevemente em Nova York e Los Angeles. No Brasil já é possível encontrar produtos Da Lata em Brasília. E a rede está em expansão para Rio de Janeiro e São Paulo.

Em junho do ano passado o projeto foi introduzido no Presídio Feminino do Distrito Federal. “Quase 95% das mulheres estão lá por terem reincidido em crimes como mulas de tráfico de drogas e roubo. Muitas nunca ganharam a vida de outra forma. O projeto traz, além de uma remuneração pela produção das peças, um recomeço quando saírem da prisão, uma ocupação para suas mentes e uma qualificação para que possam ter perspectiva, e uma melhora de vida ao saírem da cadeia”, conclui Astrid. Mais informações no site [www.da-lata.com](http://www.da-lata.com).

# Apoio essencial

Política Nacional de Resíduos Sólidos depende das prefeituras para dar certo



A ausência de estímulo para a formação e capacitação de cooperativas de catadores de materiais recicláveis pode se tornar um gargalo na implantação da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). A análise é do diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, que pretende levar o alerta ao Ministério do Meio Ambiente.

O assunto, que foi discutido em 2011 no Ciclo de Debates Abralatas, e a escassez de mão de obra devido à expansão da economia e ao aquecimento do mercado de trabalho formal preocupa as empresas envolvidas no setor. “Há registros de recicladoras que não estão dando conta de processar o material recebido por causa da falta de mão de obra disponível nas cooperativas”, afirma Renault.

Para o Movimento Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis, a escassez de mão de obra pode acabar caso a Política Nacional de Resíduos

Sólidos seja implementada com o apoio das prefeituras. As lideranças do setor também acreditam que se não houver o apoio das prefeituras, as cooperativas não conseguem se manter. A solução para o problema estaria no reconhecimento da profissão do catador e da importância do relacionamento interdependente entre cooperativas e prefeituras pois, como se sabe, o Plano Nacional de Resíduos Sólidos não obriga a contratação de cooperativas, mas apenas orienta para que a coleta seletiva seja feita por cooperativas de catadores.

Em algumas cidades do país, como Londrina (PR), Diadema (SP), Guarulhos (SP) e Natal (RN), a coleta seletiva por cooperativas foi implementada e está servindo de referência no país, demonstrando que essas organizações podem ser consideradas como empresas. Os contratos são feitos por períodos longos, o que dá uma garantia de renda às cooperativas, e o

pagamento é realizado por tonelada.

Segundo o Movimento Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis, com o apoio das prefeituras, as cooperativas conseguiriam investir em equipamentos, qualificação, capacitação e fiscalização do serviço o que se reverteria em maiores vantagens sociais e ambientais para os municípios.

Renault teme que, diante de incertezas sobre a eficiência das cooperativas, as prefeituras acabem dando preferência às tradicionais empresas de limpeza pública, deixando de estimular a formação e capacitação das cooperativas e dos catadores. “Se isso acontecer, o impacto socioeconômico da Política Nacional de Resíduos Sólidos sobre os catadores pode ser nulo ou insignificante, desperdiçando uma preciosa oportunidade de realizar a inclusão social e melhorar a vida de milhares de trabalhadores”.

## PERFIL » ELDER RONDELLI

## Catequese sustentável

O gerente de Reciclagem do Grupo Inbra Metais, Elder Rondelli, um dos precursores na difusão da logística reversa de latas de alumínio no Brasil fala sobre o trabalho de convencimento realizado no início do processo de reciclagem de latas em grande escala no país. “Uma verdadeira catequese”, relata. Rondelli acompanhou a trajetória de valorização da lata aos olhos dos catadores e sucateiros, que passaram a acreditar, com o tempo, na possibilidade de negócio, sustentabilidade e rentabilidade da latinha.



**E**lder Rondelli foi um dos primeiros a iniciar, expandir e desenvolver a ideia da reciclagem de latas no Brasil. Trabalha com alumínio desde 1974, quando possuía uma empresa de embalagens descartáveis para alimentação pronta. Em 1998 ele foi convidado pela Alcan Alumínio do Brasil para implementar o projeto nacional de reciclagem na empresa. “Começamos com ações institucionais em escolas e com o público em geral. Depois estendemos as ações para os sucateiros de todas as regiões do Brasil”, afirma.

Rondelli conta que foi nessa época que a Alcan começou a comprar grandes volumes de latas de alumínio e, em dois anos (2001), o Brasil passou a ser campeão de reciclagem em latinhas – conquista que permanece até hoje. “Escolhemos os principais sucateiros do país e iniciamos um trabalho de conscientização. Mostramos a eles a oportunidade comercial das latas. Esse envolvimento abarcou a apresentação de maquinário, o aprimoramento da qualidade da sucata e a educação financeira para as oportunidades de negócios”, relata. Se hoje a logística

reversa é realizada no país, foi graças ao processo iniciado por pessoas como Elder Rondelli, que apostaram no valor da lata e incentivaram a reciclagem.

Não foi um trabalho fácil. “Não se acreditava no potencial da latinha. Havia uma dificuldade em acreditar no sucesso da lata. Foi preciso um trabalho de catequese do mercado. A Alcan investiu pesado e levou os catadores e sucateiros até a fábrica para que eles vissem e apostassem na ideia”, declara.

Atualmente, Elder Rondelli é gerente de Reciclagem do Grupo Inbra Metais, associada da Abralatas, e faz parte da Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da Abal (Associação Brasileira do Alumínio) desde que ela foi criada. Também participa de palestras e eventos. “Considero-me um *latólogo* formado pela própria indústria. Sou um sucateiro profissional com pós-graduação”, afirma com orgulho o administrador de empresas que possui uma extensa lista de cursos realizados no Brasil e no exterior.

Em relação ao que precisa ser melhorado no setor, Rondelli faz pequenos alertas sobre a necessidade

de aprimorar a qualidade do material processado e a importância de reduzir a tributação para as latas. “A tecnologia do maquinário é cada vez mais avançada, o que torna o equipamento cada vez mais sensível. É preciso conscientizar os fornecedores de sucata de latas sobre a necessidade da qualidade do material. Também precisamos contar com tributações menores para as embalagens de alumínio, isso é essencial para que o setor deslanche ainda mais.”

Apesar das dificuldades, o gerente de reciclagem vê excelentes oportunidades em curto prazo. “Hoje o mercado é muito promissor, está em expansão. Acreditamos no aumento da produção da lata e da reciclagem devido a ampliação do segmento. Ainda não temos, por exemplo, água mineral em lata, outros formatos de latas que ainda não chegaram ao Brasil, o uso em refrigerantes e outras bebidas é reduzido com tendência a aumentar. Isso, sem contar os grandes eventos que virão, como a Copa do Mundo”, descreve otimista o cenário próspero do setor no Brasil.

## CURTA NA LATA

### Sucos em lata

A Globalbev lançou a linha de sucos Fast Fruit na versão lata com 355 ml nos sabores pêssego, manga, goiaba e uva nas redes de restaurantes, lanchonetes e lojas de conveniência. O objetivo é atender a demanda da categoria *food service*. Por meio das embalagens na cor preta, a empresa pretende se diferenciar dos outros produtos existentes no mercado, além de transmitir qualidade e inovação ao consumidor.



### Luz própria

A novidade que promete ser a sensação do verão foi idealizada pela cerveja Nova Schin e é produzida pela Rexam. As latas são produzidas com o uso da tinta "Glow", que possui tecnologia similar à utilizada nos interruptores fluorescentes. Com isso, elas absorvem a luminosidade a que são



expostas, armazenam a luz e depois brilham mesmo em um ambiente totalmente escuro. As embalagens também brilham quando exposta à luz negra. A Schin lançou essa edição especial

da sua lata de 350 ml para celebrar a longa parceria com o Planeta Atlântida, festival de música realizado há 15 anos no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina.



### Ano do Dragão

A cerveja Budweiser, da AB-Inbev, homenageia o Ano do Dragão e lança embalagens especiais na China. As embalagens de alumínio – garrafa e latas – ganharam o desenho de um dragão. Na astrologia chinesa, o Dragão é um signo poderoso que representa a vitalidade, o entusiasmo, o orgulho, a extravagância e os ideais elevados.



### Torcida carioca

A Brahma decidiu homenagear o futebol carioca com embalagens especiais para os times do Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco da Gama. Os rótulos foram inspirados nas arquibancadas e estão impressos com frases e gritos de guerra das torcidas como "Ninguém cala esse nosso amor"; "Acima de tudo Rubro Negro"; "Time de guerreiros"; e "O Vasco é o time da virada". O lançamento faz parte de uma série de ações que a Brahma vem criando para torcedores e clubes cariocas e é uma homenagem da marca ao futebol do Rio de Janeiro.



### 5 minutos

LG lança geladeira com função *Blast Chiller*, que resfria latas rapidamente. O resfriamento é realizado por meio de um sistema de isolamento por *thinner* e uma máquina de gelo localizada na porta do aparelho. O recipiente possui espaço de armazenamento para gelar duas latas ou uma garrafa de vinho. Segundo os projetistas, o modelo tem ainda sensores que regulam constantemente a temperatura, umidade e circulação



do ar, mantendo os alimentos frescos por mais tempo. A novidade que promete aguçar o desejo dos consumidores foi apresentada durante a Consumer Electronics Show 2012 (CES), a maior feira de eletrônica do mundo, realizada anualmente em janeiro em Las Vegas.