

REVISTA DA LATA

CADA LATA CONTA

Abralatas traz para o Brasil experiência europeia para estimular a educação ambiental entre consumidores. 16

COP26

Conferência Mundial do Clima traz para a pauta a necessidade de mudanças urgentes para a preservação do planeta. 36

LATA MAIS BONITA

Concurso focado no design das latas elege rótulo mais bonito do Brasil. Inscrições para a edição deste ano estão abertas. 44

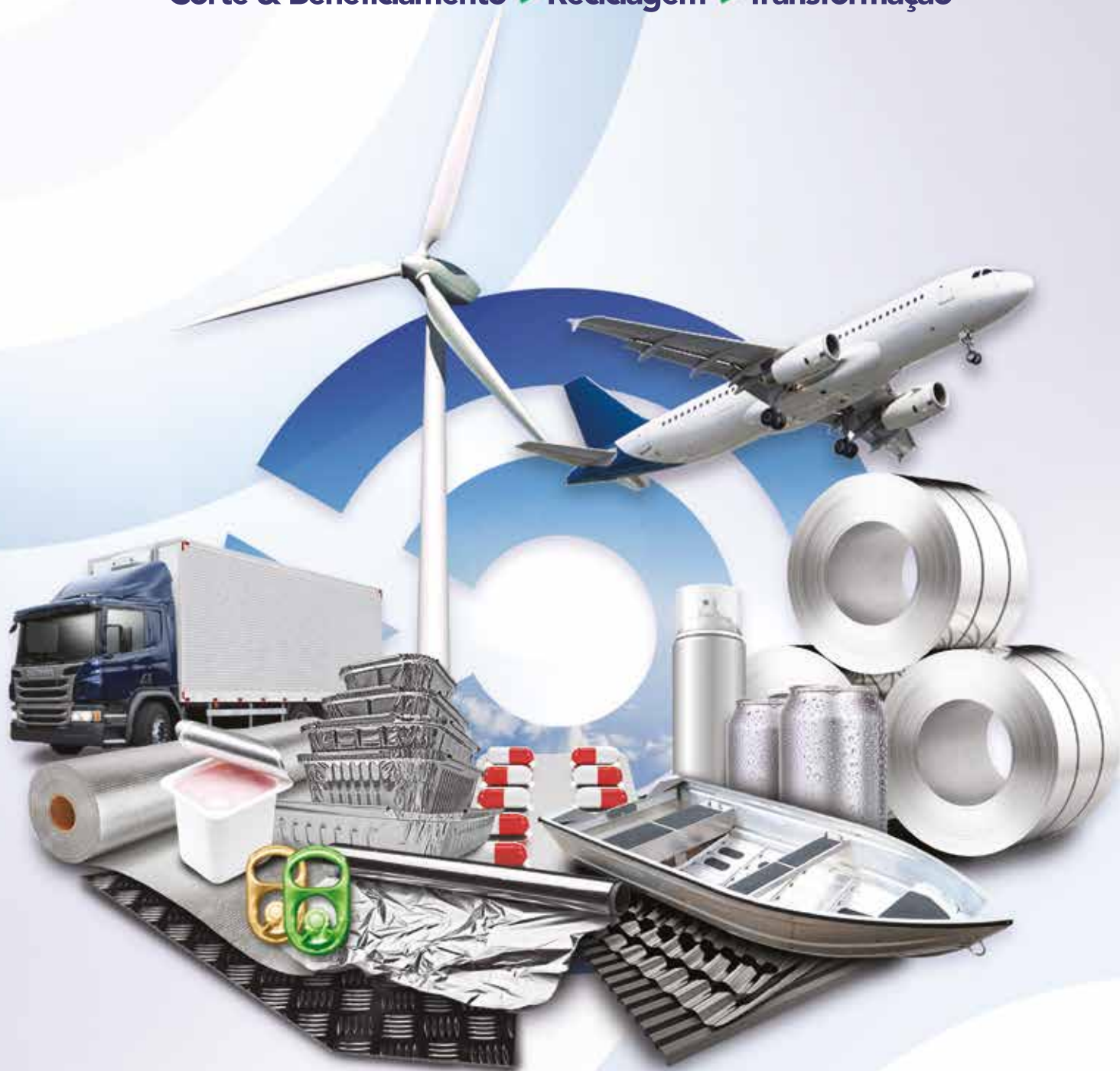


SUSTENTABILIDADE

Fabricantes de latinhas aceleram suas práticas de ESG.

Bobinas lisas e Pintadas ▶ Chapas ▶ Folhas ▶ Piso Xadrez ▶ Telha em Alumínio

Corte & Beneficiamento ▶ Reciclagem ▶ Transformação



brasilalumínio

A revolução do alumínio.

Sumário

04 EDITORIAL • Nosso esforço conta

INOVAÇÃO

05 Drones são o próximo passo para o mercado de entregas de bebidas

06 The Canmaker: novidades pelo mundo

08 Explosão de sabores, variação de estilos e diversidade

10 Menos formalidade, mas com qualidade que a bebida merece

12 ARTIGO • Repensando embalagens: use menos, por mais tempo, reuse e recicle

TENDÊNCIAS

38 ARTIGO • Cada um é responsável pelos próprios resíduos sólidos

40 ARTIGO • Gestão de resíduos recebe apoio internacional

41 Do campo ao gole: setor cervejeiro quer aumentar produção com bases sustentáveis

44 Design, sabor e sustentabilidade: tudo isso em uma lata de cerveja

56 Aconteceu na **Abralatas**

SUSTENTABILIDADE

16 Seja na Europa ou no Brasil, cada lata conta

19 Economia que circula

20 Fabricantes e recicladores de latas de alumínio para bebidas criam Entidade Gestora

22 PERFIL • Deputado Carlos Gomes “Ainda há muito o que fazer pela reciclagem no Brasil”

24 Reforma Tributária é oportunidade para o desenvolvimento sustentável

26 ENTREVISTA • Deputado Arnaldo Jardim • “É hora de reconhecer o diferencial ambiental”

27 ESG: mais que uma sigla, um conjunto de valores

31 ESG no DNA da indústria da latinha

36 COP26: Cooperação global durante a pandemia reforça urgência do trabalho conjunto pelo clima

Nosso esforço conta

Cátilo Cândido

Presidente Executivo da **Abralatas**



O gigante acordou, ou melhor, nós acordamos para o gigante: o meio ambiente. A exploração predatória, o lucro agressivo a despeito de tudo e de todos não tem mais lugar nos tempos em que vivemos. A proximidade com 2030 - tempo limite para mudanças efetivas para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU - e com a Conferência do Clima, colocam na mesa a urgência de mudanças de comportamento para a preservação do planeta e da vida. Empresas, mercado financeiro, governos e sociedade civil têm colocado o tema da sustentabilidade em pauta e em prática. E nós também o colocamos nesta edição da **Revista da Lata 2021**.

O setor de latas de alumínio para bebidas estimulou o debate

sobre a circularidade ao implementar um sistema que hoje devolve para cadeia produtiva mais de 97% das latinhas comercializadas no Brasil. Mesmo sendo um dos líderes mundiais de reciclagem, entendemos que é preciso aprimorar os processos.

Por isso, em uma parceria inédita, estamos trazendo para o Brasil o programa europeu *Every Can Counts*. Por aqui, o Cada Lata Conta irá promover ações de conscientização de consumidores sobre a possibilidade infinita de reciclagem da latinha e a importância da sustentabilidade nas escolhas de compra. Além disso, reforçamos nossas relações com o meio ambiente, com governos e catadores por meio da assinatura do Termo de Compromisso da Lata.

Globalmente, a indústria da lata cresce de 3 a 5% por ano. Aqui no Brasil, no ano passado, expandimos mais de 7%. O espaço para crescimento ainda é amplo, não apenas pela diversificação do cardápio de bebidas envasadas em latinhas, mas por entender que o novo consumidor quer mais do que simplesmente comprar, quer preservar. Mais do que outras gerações, os *millennials* trouxeram a urgência dos R's da sustentabilidade: repensam o consumo, destinam corretamente os resíduos,

reusam o que é possível e reciclam. Respeitam a natureza.

Esse consumidor tem pressionado empresas, governos e sociedade civil. O mercado financeiro percebeu isso e, em 2020, viu o número de ações e empresas com ativos ambientais crescer de forma exponencial. O volume de negociações envolvendo títulos verdes ultrapassou a casa dos trilhões de dólares. Cadeias como a da cerveja também estão atentas às tendências e buscam unir crescimento com conscientização socioambiental e boas práticas de governança.

Fazemos parte da Frente Parlamentar da Economia Verde que tem trabalhado fortemente por um modelo econômico de baixo carbono. Seja do ponto de vista tributário, com a proposição de estímulos para quem preserva o meio ambiente e neutraliza o impacto gerado por sua atuação, seja do ponto de vista de políticas públicas que possam melhorar o ambiente regulatório para as melhores práticas de ESG e das chamadas Moedas Verdes.

Como se percebe, o caminho para avançar rumo à uma nova consciência mais sustentável e avançar para a efetivação de uma economia verde no Brasil tem muito espaço. Esperamos contribuir para isso com esta edição da **Revista da Lata**. ◻

O caminho para avançar rumo à uma nova consciência mais sustentável e para a efetivação de uma economia verde no Brasil tem muito espaço.

Drones são o próximo passo para entregas de bebidas



Foto: Divulgação / Ambev

Ambev estuda formas de levar produtos pelo ar até a casa dos consumidores.

Um passo futurista que vai além do *delivery* por aplicativos e entregas pelos *motoboys*, essa é a cerveja entregue via drone. Parece coisa de filmes, mas já está em fase de testes. A Ambev fez, em abril de 2021, uma experiência usando a tecnologia para esse fim. Em parceria com a *startup* Speedbird Aero, promoveu o voo experimental entre uma das fábricas da empresa em Jaguariúna, no interior de São Paulo, até um condomínio de casas dois quilômetros distante.

A companhia avalia agora os próximos passos das entregas via drones. O equipamento usado no primeiro teste tinha a capacidade de transportar até dois quilos e desenvolveu o trajeto em um tempo inferior a três minutos. A iniciativa seguiu as normas do Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DCEA), que

hoje ainda restringe o sobrevoo de drones em grandes partes das cidades. “Estamos na fase de desenvolvimento do modal e de aprendizagem da tecnologia. Avaliamos constantemente os processos para entregar soluções que estejam alinhadas com as necessidades e realidades de clientes e consumidores”, afirma o diretor de Inovação da Ambev, Felipe Cerchiari.

Além das questões de segurança amenizadas pela ausência de contato físico, a modalidade de entregas também tem um apelo ambiental: contribui com a mobilidade urbana e o meio ambiente, pois ajudará a diminuir o número de veículos nas ruas e a emissão de poluentes. “Vamos continuar propondo soluções para os nossos consumidores que sejam compatíveis com todo o ecossistema”, completa Cerchiari.

Abrindo caminho

Ainda é cedo para prever a distribuição em massa para o cliente final, pois a fase de testagem está no início, mas a companhia segue no desenvolvimento dessa tecnologia para o mercado de bebidas. As próximas fases, ainda sem calendário definido, devem usar equipamentos com uma capacidade de até oito quilos. ◯

Queremos incrementar a pesquisa desse atendimento no Brasil, junto com o ecossistema de startups e, por isso, seguimos os estudos e testes em ambientes controlados.

Felipe Cerchiari

The Canmaker: novidades pelo mundo



Fotos: Divulgação / Canmaker

Foco em jovens talentos

O projeto da **Ardagh**, Jovens Criativos, reuniu artistas e um grupo de 10 jovens londrinos com idades entre 14 e 16 anos. Os adolescentes tiveram a oportunidade de aprender com os artistas que fazem parte do coletivo interdisciplinar de *design* chamado Resolve em mentorias individuais. Na foto acima, a artista Fandangoe Kid, integrante do coletivo.

As áreas exploradas pelos jovens vão desde a arquitetura ao design, passando por engenharia e tecnologia. A iniciativa da **Ardagh** vai ao encontro das metas de desenvolvimento sustentável em reduzir a desigualdade e dar suporte à educação. O projeto terminou em agosto com uma exposição no Museu de Design em Kensington. ◊

Cervejaria espanhola recebe certificação ASI

Usando latinhas fabricadas pela **Ball Corporation**, a cervejaria espanhola Estrella Damm é a primeira no mundo a receber certificação dupla da Aluminium Stewardship Initiative (ASI). O marco assegura altos níveis de responsabilidade com meio ambiente, compromissos éticos e sociais em toda a cadeia do alumínio - desde a produção, ao envase e reciclagem.

Para certificação, foi auditado todo o ciclo da produção: desde o *design* do produto, às reduções de emissão de carbono nas plantas, desperdícios, gestão de recursos naturais e, até mesmo, a gestão dos resíduos do consumidor. Desde dezembro de 2020, toda a produção da Estrella Damm vem sendo empacotada com suporte biodegradável. A empresa interrompeu a impressão em plástico nas latas. Essas iniciativas eliminaram o uso de 99 toneladas desse material por ano. ◊



Sem ressaca

A **CanPack** está por trás da bebida funcional Regenera, produzida pelo empresa húngara SSSHS Grup. O Regenera é uma bebida gaseificada com sabor de fruta e adoçada com mel. Enriquecida com vitaminas, a bebida promete ser um revigorante contra a ressaca. O *design* da latinha da **CanPack** também foi por uma linha simples: trabalhou as cores pretas e laranja, formas geométricas e letras. A bebida funcional objetiva atingir um público preocupado com a saúde e a sustentabilidade.

Pesquisa do Grupo Nielsen estima que o setor de bebidas funcionais vai crescer, apenas no Reino Unido, cerca de 240 milhões de Libras em um ano. ◊



Parceria entre a **Crown** Bevcan Europe & Middle East e a vinícola italiana Zai Urban lança no mercado uma linha de vinhos orgânicos, cinco deles veganos. As latas, impressas em alta definição, destacam

Latinhas de vinho ajudam a contar uma história de sustentabilidade

seis personagens que contam histórias sobre sustentabilidade e economia circular. A parceria espera atrair jovens consumidores.

“Estamos desenvolvendo uma nova forma de consumo de vinhos focado na eficiência, manejo de recursos e inovação”, pondera Gabriele Stringa, um dos investidores do lançamento. “O metal não altera o sabor do vinho e a capacidade de a lata oferecer

porções individuais traz a percepção de consumo consciente”, defende Veronique Curulla, diretora de marketing da **Crown**. Os vinhos estão disponíveis na Itália, Irlanda, Alemanha, Bulgária, Dinamarca, Reino Unido e Israel. Também é possível adquirir o produto por mercados *online*. ◊

Fonte: The Canmaker Magazine

Sustentável.

É assim que a Novelis quer ver o ano de

2050 

Somos a empresa líder mundial em laminados e reciclagem de alumínio e, recentemente, **reforçamos nosso compromisso rumo à economia circular**, impulsionando o nosso negócio, a indústria e a sociedade em direção aos benefícios da sustentabilidade.

Nossa meta de redução da emissão de carbono:

-30% até 2026
Zero emissão até 2050

Até 2026, vamos reduzir em:

10% a intensidade do uso de água
20% os resíduos em aterros
10% a intensidade do uso de energia

Até 2024, vamos assegurar, no mínimo:

30% de mulheres em posições de liderança
15% de mulheres em posição sênior nas áreas Técnicas ou Operações

 [novelis.com](https://www.novelis.com)

 [facebook.com/NovelisBrasil](https://www.facebook.com/NovelisBrasil)

 [linkedin.com/Novelis](https://www.linkedin.com/Novelis)

Novelis

Explosão de sabores, variação de estilos e diversidade

Cervejas artesanais ampliam leque de opções a cada ano.

Escolher uma cerveja deixou de ser apenas questão de marca. Elas têm toques especiais, diferentes estilos. “A pandemia trouxe a necessidade de levar, ainda mais, novas experiências aos consumidores”, defende José Renato Romão, da Cervejaria Brewpoint, de Petrópolis/RJ. Os números, segundo informações do Anuário da Cerveja no Brasil, da Secretaria de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), também

apontam esse crescimento: em 2020, a média de registros foi de 24 produtos por cervejaria. Enquanto, em 2018, 20 produtos.

Entre as novidades, a produção artesanal é uma forte tendência. “Estilos pouco populares, a mistura deles e a liberdade de criação são os nossos diferenciais”, descreve Leandro Leal, da Cervejaria Colonus, também da cidade de Petrópolis. Cervejas mais ácidas, envelhecidas em madeira, sem glúten e sem álcool são algumas

dessas variações e novidades desse cardápio que não para de crescer.

Apesar de acumular estilos icônicos, as cervejas artesanais têm as suas “queridinhas”. Segundo a Associação Turística das Cervejarias e Cervejeiros do estado do Rio de Janeiro (ACCERJ/TUR), *Pilsen*, *Lager*, *Ipa*, *Hoppy lagers*, *New England (double/triple)*, *Apa* e *Stouts* estão no topo da lista das mais pedidas e vendidas. No mundo, atualmente existem mais de 150 tipos de cerveja.

Dando o tom

Conhecido como “temperinho da cerveja”, o lúpulo é o ingrediente que delega essa “personalização” à bebida, democratizando o sabor e atraindo até mesmo o público feminino, que passou a consumir as diferentes alternativas de cervejas oferecidas no mercado. “Inclusive, dos tipos mais fortes e amargas”, confirma Leonardo Thuler, da Cervejaria Alpendorf, de Nova Friburgo/RJ.



Foto: Wirestock / Freepik

Afinal, você sabe quais características diferem uma cerveja de outra? Listamos algumas para você experimentar e começar seu glossário:

			
<p>Pilsen, Lager</p> <p>Originária da região da Boêmia. São as mais consumidas no Brasil. Mais leves, refrescantes e menos alcoólicas.</p>	<p>IPAS</p> <p>De origem inglesa, produzida para o mercado indiano, tem carga equilibrada de malte e lúpulo. São mais amargas e aromáticas.</p>	<p>Dunkel</p> <p>De origem alemã, feita com malte torrado, água, lúpulo e levedura. O malte torrado traz características de café e chocolate.</p>	<p>New England</p> <p>Nascida nos Estados Unidos, possui carga de lúpulo significativa. Possui característica turva, aveludada e mais encorpada.</p>
			
<p>Stouts</p> <p>Típicas da Inglaterra, são mais consumidas no inverno. Feitas com malte torrado. Por isso, são mais escuras. Possuem alto teor de álcool. A torrefação do malte resulta em notas de café e chocolate.</p>	<p>Witbier</p> <p>Vem da escola belga. Tem malte de cevada e trigo, leva semente de coentro e casca de laranja na receita original. Refrescante, de cor amarelo palha, com mais carbonatação.</p>	<p>Double Hop Red Ale</p> <p>Típica de inverno, de origem irlandesa. Leva maltes caramelizados, por isso, a tonalidade avermelhada. Tem teor alcoólico alto e mais corpo.</p>	<p>Hop Lagers</p> <p>Refrescante. Mas, apesar da leveza, leva carga maior de lúpulo, resultando num teor mais amargo e aromático que a Lager comum.</p>

Queijos e Cervejas

Engana-se quem pensa que só o vinho faz uma boa harmonização com queijos. A fama de que a cerveja só combina com petiscos perde força quando o assunto é cerveja artesanal, graças a sua riqueza de sabores e variedade de estilos. Coxinhas, churrasco, hambúrguer e massas já são tradicionais na harmonização, mas, e com queijos?

A *sommelier* de cervejas, Ana Pampillón, coordenadora da Rota Cervejeira RJ, explica que as combinações são muito ricas com diferentes tipos de queijo. Confira as dicas e aproveite para testar:

- **Gorgonzola ou azul de minas** combinam com as cervejas mais amargas e com as de teor alcoólico alto;
- **Queijos de cabra** harmonizam com as Witbier, uma opção mais refrescante. Esse tipo de cerveja também são uma ótima opção para acompanhar frutos do mar.
- **Queijo ementhal**, que é mais adocicado, fica um verdadeiro “café com leite” com a Dunkel, que tem notas de café;
- **Queijo brie** é uma boa escolha com para acompanhar as cervejas de trigo. ○



Foto: Aleksander Fox / Unsplash

Vinho em lata: tradição de cara nova

Bebidas tradicionais, como o vinho, passam a ser envasadas em latinha. Você já experimentou?



Diferente da cerveja, o ritual para se tomar um vinho costuma exigir uma série de utensílios adicionais: como taças e saca-rolhas, fora o cuidado no transporte. Mas a percepção de sustentabilidade e praticidade de tempos modernos levaram a indústria milenar do vinho a repensar o envase. Saber que você pode desfrutar dessa bebida com uma simples abertura de lata

é um convite para apreciar esse universo rico do vinho em qualquer lugar. Esse é um movimento do mercado brasileiro que passa a oferecer, além do vinho, uma série de outros drinques em latinhas.

A opção é recente no Brasil: chegou há cerca de três anos. Mas o envase em lata para os vinhos já existe, nos Estados Unidos, desde 2004. Cerca de 20 marcas estão

disponíveis para a venda no mercado nacional. “A proposta do vinho em lata é a de ser uma opção versátil, prática e sustentável para ocasiões descontraídas e ambientes onde as garrafas não costumam entrar (como *shows*, baladas, piscina ou praia)”, opina o enólogo Bruno Brianezi.

Uma dessas marcas é a Lovin Wine, empresa que nasceu no mundo digital. Ela oferece vinhos *premium* em lata. Segundo João Paula Sattamini, CEO da marca, essa é uma demanda que vem crescendo. “As vendas de vinhos em latas de alumínio aumentaram

79,2% em relação a 2019. Espera-se que a categoria valha R\$ 155,1 milhões até 2027, com taxa de crescimento anual de 10,4% nesse período”, informa.

A marca trabalha com dois produtos: o Premium White Wine e Rosé Wine, ambos com uma bebida de característica mais frisante, refrescante e toques de frutas cítricas e vermelhas. “A nossa proposta é oferecer o produto num formato mais prático, sustentável, democrático, mas sem perder a qualidade e com a possibilidade de ser consumido sem taça e em qualquer lugar”, detalha João Paulo.

Drink lovers

A aposta do mercado no envase em latas também é crescente entre fabricantes de bebidas alcoólicas, a exemplo das *hard seltzers*. Práticos e de fácil consumo, os drinques prontos para servir são a pedida, principalmente entre os mais jovens. “Temos várias opções disponíveis prontas para beber, como Gengibre, Easy Boose, Biarritz, Amazoni”, exemplifica Erico Angelis, cofundador da The Gin Flavors, um dos maiores *e-commerces* de destilados do Brasil.

Existem também alternativas de tônicas e *mixes* que migraram para a latinha recentemente: Riverside, Botianica e Britivic. “Para o *e-commerce*, essa tendência ajuda a diminuir valores do frete e dar mais segurança ao transporte das mercadorias”, ressalta Erico. A possibilidade da reciclagem infinita e uma boa estrutura para acomodar a logística reversa da lata também entraram na avaliação dos produtores na hora de optar pelo envase. O apelo visual é outro ponto de atenção das marcas que trabalham a identidade da lata voltada para impactar o público de interesse. ◉

Ficou com vontade de experimentar? Listamos aqui outras marcas que também possuem vinho em lata.

	Tinto	Branco	Rosé	Moscatel	Frisante	Brut
ARYA	■	■	■		■	■
Barokes	■	■		■		
Becas		■	■	■	■	
Bliss	■	■	■			
Del Sole		■	■			
Giaretta	■		■			
Gull		■	■	■	■	
Let's Wine		■	■			
Lovin'		■	■		■	
Oceà	■	■	■			
OClock	■	■	■			
OVNIH		■	■	■		
Quinta do Morgado	■					
Vibra!		■			■	
Vivant	■	■	■		■	
Santa Rita			■	■		■
Sauv	■	■	■			
Somm	■	■	■			
Spina			■	■	■	
W Wine						■
Yoo						■



Repensando embalagens: use menos, por mais tempo, reuse e recicle



Foto: Acervo pessoal

ARTIGO

Nerida Kelton

Diretora Executiva do Australian Institute of Packaging (AIP). Vice-presidente de Sustentabilidade e Economia de Alimentos - World Packaging Organization (WPO).

O tempo para conversa acabou. O mundo precisa de atitudes. Com a rápida diminuição dos recursos naturais, o agravamento da poluição e das emissões de gases do efeito estufa, a grande quantidade de resíduos de embalagens que entopem oceanos e cursos d'água, os danos aos ecossistemas integrais são quase irrecuperáveis. Por isso, chegou a hora de repensar a forma como as embalagens são projetadas. Este é um momento empolgante para tomar decisões ousadas e repensar todos os aspectos de como as embalagens são projetadas e usadas e, em última análise, quão duradouro é o seu valor ambiental.

A mudança é urgente e vem impulsionada por consumidores que querem embalagens circulares que eliminem os resíduos e o desperdício, que sejam reutilizáveis e realmente recicláveis, ou

seja, que incorporem todo conteúdo reciclado com a eliminação do que é desnecessário e de materiais considerados problemáticos.

Esta mudança significativa no comportamento social acende uma luz verde para a tecnologia da reciclagem. É o sinal para que *designers*, bem como toda a cadeia produtiva de embalagens, se tornem ainda mais inovadores e

criativos, por meio de novos projetos de embalagens, que as tornem circulares e não sigam o modelo linear “take-make-dispose” (“extraia-produza-descarte”). A cadeia tecnológica de *design* de embalagens deve eliminar os resíduos desde o início do processo para garantir que os materiais selecionados possam ser usados repetidamente, sejam recicláveis e regenerem os sistemas naturais.

Diretrizes

Um ótimo começo para *designers* de embalagens é pela a implementação das Diretrizes de Embalagem Sustentável (SPGs, sigla em inglês) na sua gestão de projetos. As SPG's são uma parte central da estrutura regulatória estabelecida pela Medida de Proteção Ambiental Australiana, com a regulação de materiais de

Chegou a hora de repensar a forma como as embalagens são projetadas.

embalagem usados e o Pacto de embalagem do País (normativas que tiveram sua primeira edição em 2011. A versão atual pode ser acessada pelo QR Code ao lado). Essas regulações servem para auxiliar no projeto de fabricação de embalagens que compatibilizem demandas – às vezes conflitantes - de mercado, consumidores e meio ambiente.



10 Princípios das Diretrizes de Embalagem Sustentável:

1. Projeto de recuperação;
2. Otimização eficiente do material;
3. Projeto para reduzir o desperdício do produto;
4. Eliminação de materiais perigosos;
5. Uso de materiais reciclados;
6. Uso de materiais renováveis;
7. Projeto para minimizar o lixo;
8. Projeto para eficiência de transporte;
9. Projeto para acessibilidade;
10. Fornecimento de informações ao consumidor sobre sustentabilidade.

O objetivo das SPGs é integrar os princípios citados com os setores produtivos e as áreas responsáveis pelos projetos, alcançando assim os resultados ideais para que a embalagem seja funcional. E, ainda, trabalhar coletivamente no cumprimento das Metas Nacionais Australianas para 2025 para o setor de embalagens.

As prioridades dos princípios das SPGs são contempladas nas metas listadas no quadro abaixo e incluem recuperação de materiais, reuso, reciclagem, compostagem e minimização na geração de resíduos.

Em outras áreas da cadeia de valor, fornecedores estão trabalhando em projetos com materiais inovadores e simplificando estruturas com insumos mais complexos. As marcas estão ocupadas reprojando as embalagens e

A economia circular é uma nova maneira de projetar, fazer e usar as coisas dentro dos limites planetários. Mudar o sistema envolve tudo e todos: empresas, governos e pessoas; nossas cidades, nossos produtos e nossos empregos.

Ellen Macarthur Foundation

destacando as melhorias ambientais. Os recicladores estão revisando e expandindo as capacidades, os governos estão financiando novas iniciativas e os consumidores estão adotando as mudanças.

Uma abordagem sistêmica do Projeto de Embalagem Circular pode oferecer reduções significativas de impacto ambiental, incluindo a redução da pegada de carbono, de matéria-prima derivada de combustíveis fósseis; do uso de materiais virgens; e de resíduos de embalagens para aterro.

Os consumidores já olham as embalagens de uma forma diferente. Assim deveriam fazer também os *designers* e fabricantes de embalagens. Este é um momento empolgante para projetar embalagens. Aqueles que projetam soluções circulares saberão que eles fizeram a diferença para as gerações futuras.

Divirta-se repensando seus projetos de embalagem e lembre-se de usar menos as embalagens, usá-las por mais tempo e reutilizá-las. ◦

- ✓ **100% de todas as embalagens da Austrália serão reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis;**
- ✓ **70% das embalagens de plástico da Austrália serão recicladas ou encaminhadas para compostagem;**
- ✓ **Embalagens plásticas de uso único são consideradas problemáticas e desnecessárias, portanto, serão eliminadas gradativamente. Para tanto, os projetos devem contemplar inovação ou introduzir alternativas;**
- ✓ **Todas as embalagens deverão conter, em média, 50% de conteúdo reciclado.**

SER PARCEIRO STOLLE É TER O MUNDO EM SUAS MÃOS

A Stolle é fornecedora número 1 para linha completa de soluções para a indústria de embalagens metálicas.

Há décadas a tecnologia dos equipamentos **Stolle** está presente no dia a dia dos consumidores de bebidas e alimentos em todo o mundo: estamos onde o cliente está. No Brasil, temos um centro de fabricação de equipamentos e *spare parts* provendo soluções inovadoras, seguras, eficazes e sob medida para cada necessidade. Contamos com equipamentos de última geração e uma ampla estrutura para montagem

de máquinas, como *Standun Bodymakers*, *Decoradoras Rutherford*, *Compound Liners* e *Inside Sprays*. Dispomos de uma equipe de profissionais técnicos especializados além de contarmos com um amplo estoque de componentes com o objetivo do pronto atendimento aos nossos clientes. Conte conosco para soluções rápidas, precisas e seguras, que promovam a beleza das embalagens metálicas.



Equipamentos Confiáveis



Peças de Reposição



Serviços de Manutenção

Converse com
nossa equipe



Alameda Vênus, 104 - American Park Empresarial NR - CEP: 13.347-659

Tel.: +55 19 3801 8400 | Fax: +55 19 3801 8419



 **STOLLE MACHINERY**

www.stollemachinery.com

Seja na Europa ou no Brasil,

Abralatas traz para o Brasil programa mundial de conscientização sobre a reciclagem da latinha.



cada lata conta

Já diz o ditado que, de grão em grão, a galinha enche o papo. De forma análoga, de latinha em latinha, a reciclagem do alumínio deixa a produção de embalagens ao redor do mundo mais sustentável. E para que essa reciclagem seja efetiva, é preciso o envolvimento de diversos atores: consumidores, catadores, governos e empresas. Por isso, a **Abralatas** traz para o Brasil o programa Cada Lata Conta, resultado da parceria com a organização europeia de produtores de latas de alumínio e fornecedores de insumos, *Every Can Counts*. “A proposta é conscientizar consumidores com relação às vantagens do consumo de bebidas em latinhas, uma vez que esta opção tem vantagens no que diz respeito à sustentabilidade e à logística reversa”, explica o presidente executivo da **Abralatas**, Cátulo Cândido.

Atuando desde 2008, a *Every Can Counts* trabalha com a conscientização da população para a importância da reciclagem de latas de alumínio. Pela primeira vez desde sua criação, ultrapassa os limites territoriais. Em 2021, a *Every Can Counts* e a **Abralatas**

celebraram uma parceria para trazer a marca para o Brasil. “O importante de o programa ser exportado para o Brasil é que estamos promovendo os aspectos de sustentabilidade das latas para bebidas através do programa *Every Can Counts*, seja pela mudança de comportamento ou por campanhas de conscientização que demonstram que a lata é infinitamente reciclável. Portanto, trazemos informações para que os consumidores façam escolhas conscientes”, informa David Van heuverswyn, diretor da *Every Can Counts Europe*.

Contando latas

Em 2008, uma pesquisa realizada no Reino Unido revelou que 30% das latas consumidas fora de casa não eram recicladas. “Esse foi um *insight* para que pudéssemos implementar ações que ajudassem a mudar a mentalidade das pessoas, alertando-as sobre o processo infinito de reciclagem da lata”, lembra Van heuverswyn.

Naquele período, o índice de reciclagem médio na Europa era de 60%. O projeto piloto começou no Reino Unido e foi se ampliando pela Europa. Hoje a *Every Can*

Estamos promovendo os aspectos de sustentabilidade das latas para bebidas. As campanhas de conscientização de que a lata é infinitamente reciclável podem mudar comportamentos.

David Van heuverswyn, diretor da Every Can Counts Europe



Foto: Acervo pessoal

Counts está presente em 19 países. “Percebemos um potencial de crescimento enorme, especialmente em lugares onde os índices de reciclagem eram baixos”, conta.

Em 2020, esse índice alcançou 76,1%. “Mesmo que consigamos o índice de 100%, que é sempre nossa meta, continuaremos com o trabalho de conscientização sobre as vantagens da lata”, garante Van heuverswyn. A lata traz vários benefícios ambientais: desde de a otimização no transporte de bebidas à economia energética da produção da embalagem a partir da reciclagem. Essas são algumas das vantagens abordadas pela *Every Can Counts* junto aos consumidores para estimular a escolha por bebidas envasadas em latinhas.



Atuação

O *Every Can Counts* está presente em 19 países da Europa e agora no Brasil.

- Áustria
- Bélgica
- Bósnia Herzegovina
- Eslovênia
- Espanha
- França
- Grécia
- Holanda
- Hungria
- Irlanda
- Itália
- Luxemburgo
- Montenegro
- Polónia
- Portugal
- Reino Unido
- República Tcheca
- Romênia
- Sérvia

Ciclo em movimento

Na Europa, o processo de reciclagem depende em muito do consumidor final. Uma pesquisa conduzida pela *Every Can Counts* na Europa, em 2020, mostrou que 75% dos mais de 800 mil respondentes sempre destinam as latas para reciclagem quando estão em casa. No entanto, quando o consumo é na rua, o índice cai para 48%.

Ao mesmo tempo, 93% dos que participaram da pesquisa reforçaram a importância de aumentar os coletores em lugares públicos.

É nesse aspecto que a *Every Can Counts* atua. A organização investe em conscientização onde há grandes consumos de bebidas em latas de alumínio, como em festivais de música, eventos

esportivos, praias e parques. “São ocasiões em que levamos mensagens de sustentabilidade e procuramos mostrar a importância da reciclagem”, complementa o diretor. Muitas vezes essas ações resultam de parcerias com as marcas produtoras de bebidas. Conheça algumas delas:

Mochilas Coletoras

Voluntários recolhem em praias, parques e eventos as latas de alumínio consumidas, ao mesmo tempo em que conversam sobre consumo sustentável e reciclagem.





Arte com latas

Coletores interativos também são uma maneira de atrair a atenção de consumidores. Na foto, a Flor de Lótus, uma ação feita na Sérvia. À medida que os consumidores encaixavam sua lata na estrutura, uma maquininha entregava uma mensagem positiva para quem contribuía com a ação.



Votação sustentável

Em festivais, as caixas coletoras servem para medir a opinião do público sobre o sabor ou mesmo a performance de um atleta mais admirada.



Show de reciclagem

Também na Sérvia, em Belgrado, um show de reciclagem a céu aberto demonstrou ao vivo para a população o processo de derretimento e reuso do alumínio da lata. A ação foi chamada de Vulcão.

Arte com latas

A reunião de latinhas pintadas com spray e posicionadas em um painel resulta em uma obra de arte interativa no estilo de mosaico. São como os *pixels*, por isso, a ação recebe o nome de Pixelata. ☺



Economia que circula

A cadeia da latinha foi pioneira no Brasil em logística reversa. As primeiras experiências foram ainda na década de 1990, quando a indústria de latinhas se instalou no Brasil. É um processo complexo que envolve diferentes atores, desde o consumidor até as indústrias. Essa cadeia preserva o meio ambiente, uma vez que requer menos extração da bauxita da

natureza e exige menos energia para a fundição; além disso, gera renda para mais de 800 mil famílias de catadores.

O ciclo de vida da lata de alumínio para bebidas é de até 60 dias. Nesse período as embalagens são coletadas, recicladas e novas latas chegam aos pontos de venda. Confira no infográfico as 12 etapas desse processo circular:





Foto: Divulgação ABAL

Fabricantes e recicladores de latas de alumínio para bebidas criam Entidade Gestora

Resultado de um trabalho da **Abralatas** e da Associação Brasileira do Alumínio (Abal), mais uma etapa foi concluída para o cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Foi criada, em julho deste ano, a Entidade Gestora, chamada Recicla Latas, responsável por operacionalizar o Termo de Compromisso da lata de alumínio para bebidas (TC da Lata). “Vamos contribuir de forma ativa para o cumprimento de todas as metas. Afinal, compartilhamos o propósito de criarmos um futuro sustentável”, disse Eunice de Lima, presidente da Entidade Gestora.

Assinado em novembro de 2020, o TC da Lata, objetiva o aperfeiçoamento do sistema de

logística reversa da latinha, com a manutenção do elevado índice de reciclagem no Brasil no patamar de 95%, mantendo o País como um dos líderes mundiais dessa marca. Isso significa a reciclagem anual de quase 400 mil toneladas de latas ou cerca de 30 bilhões de unidades, 5.000 GWh poupados e a injeção de R\$ 5 bilhões na economia.

O setor ainda assume o compromisso de comprar todo o volume de sucata de lata disponível no mercado doméstico e aproximar os detentores dessa sucata dos recicladores, em especial as cooperativas de catadores de materiais recicláveis, por meio de centros de coleta e rede organizada de parceiros com atuação em todo o território nacional.

Além disso, também irá capacitar gestores públicos municipais e catadores e realizar campanha nacional pela conscientização do impacto ambiental nas escolhas dos consumidores.

“O Termo de Compromisso da Lata e a criação da Entidade Gestora são mais uma prova do quanto o setor leva a sério a responsabilidade socioambiental. Mesmo gerando renda relevante para milhares de famílias de catadores e com índices médios de reciclagem acima de 90% há mais de 20 anos, não nos acomodamos. Procuramos sempre melhorar ainda mais a nossa reciclagem”, afirmou Guilherme Caniello, Relações Institucionais da **Abralatas** e conselheiro da nova Entidade. ◊

Conheça a composição da Entidade Gestora:



Associadas Fabricantes de Latas



Associadas Recicladoras

Novelis



Conselheiros:



Cátilo Cândido (Titular)

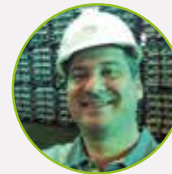


Guilherme Caniello (Suplente)

Conselheiros:



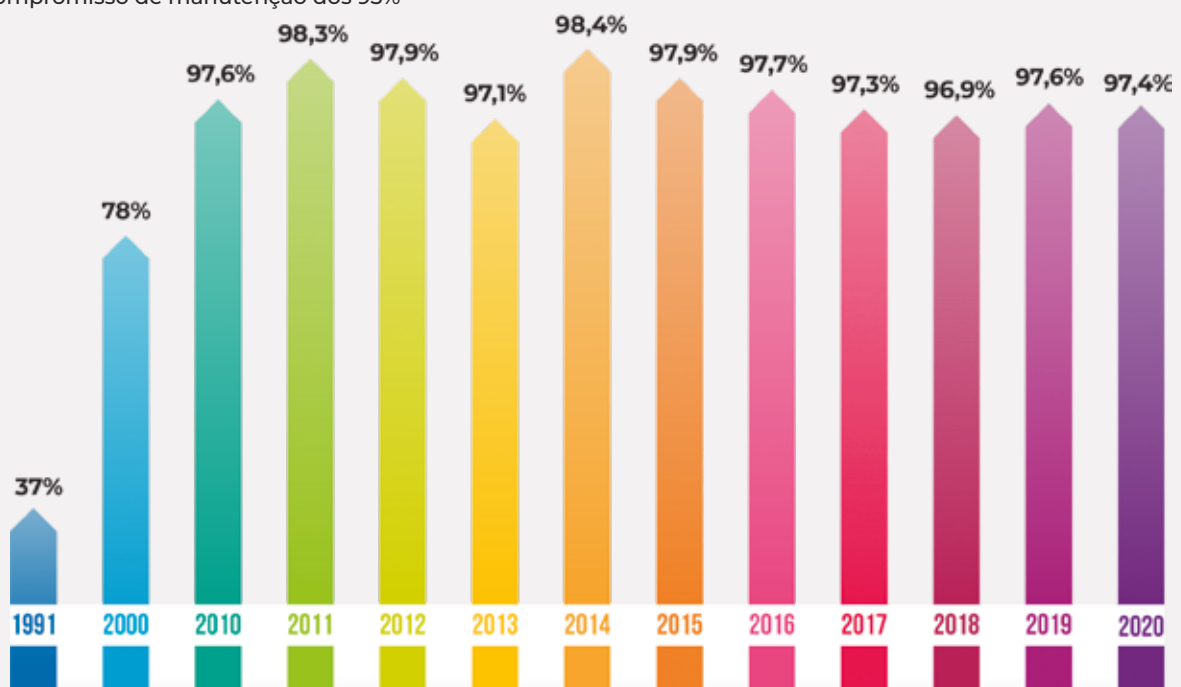
Eunice Tomaidis de Lima (Titular)



Mário Fernandez (Suplente)

Índices de reciclagem do setor

Há mais de 10 anos, o setor mantém os índices de reciclagem de latinhas acima dos 97%, ultrapassando o compromisso de manutenção dos 95%



Fonte: Abralatas/ABAL.

Ainda há muito o que se fazer pela reciclagem no Brasil

PERFIL

De catador a deputado federal, Carlos Gomes começou como muitos brasileiros e, por conhecer de perto a realidade desses trabalhadores, hoje atua pelo fortalecimento da reciclagem.

Foto: Cleia Viana / Câmara dos Deputados



Foi com uma tábua, restos de borracha e uma caixa de maçã que Carlos Gomes tirou do lixo o material que o marceneiro Milton transformaria em seu carrinho de mão. “O lixo me ensinou que devemos criar soluções e não comprá-las”, lembra Carlos Gomes, que hoje está em seu segundo mandato como deputado federal na Câmara dos Deputados.

Nasceu em Saúde, interior da Bahia. É o quinto filho de Antônio Gomes Silva e Deira Maria Silva. Juntos, o casal teve outros 10 filhos. A história de Carlos se mistura com a de muitos brasileiros que fazem de tudo um pouco para garantir o sustento e melhorar de

vida. “Meu primeiro contato com dinheiro veio das latinhas. Mas fiz muita coisa até chegar aonde estou hoje”, conta. Ele começou ajudando o pai como operador de máquina de sisal, catou latinha, foi carregador de feira, vendeu cocada e acarajé na rua. Como padeiro, ofício que aprendeu ainda jovem, amassou muito pão na mão e os assava no forno à lenha. Tempos depois, foi visitar a irmã no Rio de Janeiro. Ficou e teve a carteira assinada pela primeira vez, como *motoboy*. Ainda no Rio, vendeu roupa na rua até se tornar pastor da Igreja Universal.

Casou-se com Sandra Dlaqua e iniciaram uma vida missionária. Passaram por quatro

estados. No Rio Grande do Sul, começou um trabalho voluntário com pessoas em situação de vulnerabilidade. Essa foi a ponte que o levou para a vida política. Em 2006, exerceu seu primeiro mandato como deputado estadual do Rio Grande do Sul e hoje, aos 48 anos, está em seu segundo mandato como deputado federal pelo Republicanos/RS.

Seu principal trabalho no Legislativo é pela reciclagem, com destaque para a criação, em 2015, da Frente Parlamentar em Defesa da Cadeia Produtiva da Reciclagem. “Não conheço ninguém que teve contato com a reciclagem em algum momento e que isso não tenha marcado a

vida. É pedagógico. Quando eu cheguei na Câmara, um lugar que pouquíssimos brasileiros conseguem chegar, eu me lembrei das milhares de pessoas que estão em situações pelas quais eu já passei e conheço as dificuldades, bem como os potenciais.”

Para o deputado, o Brasil precisa olhar para o potencial da reciclagem e elevá-la a outro patamar. “Temos de melhorar a vida dos catadores: investir e qualificar para que possam trabalhar no beneficiamento da reciclagem”. Algumas cadeias, por exemplo, chegam a pagar até cinco vezes mais pelo material processado do que apenas prensado. Na opinião de Carlos Gomes, o alumínio é um exemplo bem-sucedido de logística reversa e reciclagem que deve ser ampliado para outros tipos de resíduos.

Gomes acredita que a reciclagem pode ocupar patamares econômicos importantes no Brasil. Fazendo o manejo adequado de apenas 3% dos resíduos, o País já movimentaria cerca de R\$ 12 bilhões anuais. Contudo, as

pesquisas sobre reciclagem no Brasil estão desatualizadas. “É importante investir em pesquisas, descentralizar fábricas para fazer com que a logística reversa se viabilize. Se o Brasil olhar para a reciclagem como faz com o agronegócio, o País teria

condições de liderar esse mercado no mundo e gerar muita riqueza”, defende o deputado.

Renovada em 2019, a Frente liderada pelo deputado conta com representantes de todas as regiões do Brasil. O PL 6545/2019, que objetiva incentivar a indústria da reciclagem no País, é resultado desse trabalho. Aprovado na Câmara, o projeto aguarda apreciação do Senado. ◻

A reciclagem pode ocupar patamares econômicos importantes no Brasil, comparados aos do agronegócio.



Foto: Acervo pessoal

Foto mais antiga que Carlos Gomes na companhia dos irmãos, ainda no interior da Bahia.



Reforma Tributária

é oportunidade para desenvolvimento sustentável

Tão esperada por diversos setores, a Reforma Tributária pode abrir espaço para lançar bases e princípios para acelerar o desenvolvimento econômico de baixo carbono do Brasil.

A possibilidade de revisão da legislação tributária renova a perspectiva de crescimento do Brasil e abre espaço para a inclusão de princípios verdes no arcabouço tributário. É para avançar nesses aspectos que a Frente Parlamentar da Economia Verde vem atuando. Criada em 2018, conta com o apoio de mais de 20 entidades representativas do setor produtivo, entre elas a **Abrelatas**, além de deputados e senadores.

Para o presidente da Frente, deputado Arnaldo Jardim (Cidadania/SP), a migração para uma economia de bases mais sustentáveis é urgente e demanda mudanças profundas na sociedade. “Tornou-se um objetivo a ser perseguido por todos, caso contrário, a escassez de água, a extinção das espécies, a poluição atmosférica e o consequente aquecimento global colocarão em risco a nossa sobrevivência”, pondera Jardim.

Para o advogado tributarista, Iuri Nascimento, as discussões do grupo trouxeram a noção de propósito para os legisladores. Nesse sentido, o advogado ressalta que é importante que a Reforma Tributária considere princípios para novos marcos verdes, chamados *Green Assets*. “O setor de isenções fiscais foi sendo construído de acordo com quem era mais poderoso. Agora, não é beneficiar setores, mas valorizar atividades que tragam retorno de proteção ambiental para a toda a sociedade”, defende.

Na opinião do tributarista Yuri Rugai, sócio diretor da Econ Soluções Ambientais, o legislador, ao contemplar a perspectiva verde, pode induzir comportamentos que caminhem rumo à preservação ambiental e a ações que valorizem práticas de ESG. Ele afirma que “É necessário uma norma que autorize o legislador

ordinário a trazer tratamentos diferenciados de tributação àqueles contribuintes que cumprem e auxiliam nessa questão da preservação ambiental, social e transparência”, defende. Ele compara o reconhecimento à necessidade de se valorizar questões ligadas ao ESG aos incentivos que o Brasil oferece a setores como o agronegócio e o imobiliário.

O deputado Arnaldo Jardim comemorou a inclusão de princípios da economia verde no relatório da Comissão Mista da Reforma Tributária, apresentado em maio de 2021, que reuniu as PEC's 45 e 110, ambas de 2019. Entre as propostas do relatório está a concessão de incentivos regionais a critérios de preservação ambiental; bem como a criação de um imposto seletivo que onera produtos prejudiciais ao meio ambiente.

“A agenda do clima e da sustentabilidade deve ser cuidadosamente

considerada na elaboração de políticas públicas, inclusive a tributária. A biodiversidade brasileira é um grande ativo do País que precisa ser usufruído com grande senso de responsabilidade”, considerou o relator da proposta, deputado Aguinaldo Ribeiro (PP/PB).

Ambiente favorável

Uma pesquisa realizada pela consultoria Arko Advice a pedido da **Abrelatas**, divulgada em maio de 2021, perguntou a parlamentares se eles acreditavam que a Reforma Tributária deveria considerar algum aspecto ligado ao meio ambiente, 81% deles disseram que sim (veja mais dados no infográfico abaixo). Em 2019, a Arko realizou pesquisa semelhante e apenas 58% concordaram que políticas sustentáveis deveriam ter tributação diferenciada.

“Há uma mudança no perfil dos

parlamentares e não tem como ser diferente. O Congresso Nacional naturalmente reage a assuntos que são fortes na opinião pública e não tem como fugir do tema de desenvolvimento sustentável. Acaba sendo um assunto muito explorado pela imprensa e, conseqüentemente, os parlamentares acabam se sensibilizando e se posicionando. Portanto, há uma forte tendência ligada à ESG”, opina o cientista político Lucas Aragão, um dos responsáveis pela pesquisa.

“O nosso grande desafio ainda está no campo da informação, pois, apesar de 85% conhecerem o Mercado de Carbono e a sua importância para a migração da nossa economia para um modelo mais sustentável, apenas 36% conhecem os princípios ESG – diretrizes que incorporarão definitivamente a sustentabilidade na forma de produzir.”, comenta o deputado Arnaldo Jardim. ◻



“É hora de reconhecer o diferencial ambiental”

ENTREVISTA

**Deputado Arnaldo Jardim (Cidadania/SP),
presidente da Frente Parlamentar da Economia Verde.**

A Reforma Tributária é uma oportunidade de estruturar princípios que abram caminho para o desenvolvimento sustentável do Brasil?

Sim. É preciso aproveitar o momento atual. É a hora de utilizar a política tributária para que os preços dos diversos bens e serviços reflitam também os seus custos ambientais e o diferencial do ambientalmente positivo seja reconhecido. Sabemos que há uma resistência histórica em incorporar a sustentabilidade na vida de todos, sejam instituições, sejam pessoas. Para avançarmos definitivamente, precisaremos transgredir essa “ordem natural”, estimulando mudanças profundas na sociedade. E uma janela de oportunidade se abriu agora com a Reforma Tributária.

Mudanças na legislação tributária podem incentivar a preservação ambiental no Brasil?

Tenho certeza disso. A busca por padrões sustentáveis de desenvolvimento depende da incorporação de valores ambientais que permitam reeducar e transformar a sociedade. Por isso, defendendo que o direito tributário deva ser utilizado pelo Estado para incentivar condutas que estejam sintonizadas com práticas ambientalmente adequadas, compatibilizando-as com o desenvolvimento econômico.

Há duas modalidades de instrumentos que podem ser utilizados com esse objetivo: os Sistemas de Comando e Controle e os Instrumentos de Indução. O primeiro - baseado em normas preventivas ou repressivas, fiscalização e aplicação de sanções ao poluidor - infelizmente, por si só, não tem sido capaz de promover a necessária defesa do meio ambiente. Já o segundo instrumento, marcadamente extrafiscal, pode ser utilizado pelo Estado para incentivar comportamentos ecológica e ambientalmente adequados ao meio ambiente, promovendo a educação ambiental de produtores e consumidores sobre seus padrões

de consumo e atividades que degradam o meio ambiente.

Como avalia o momento atual para a implementação de pautas ambientais no Brasil?

Entendemos que há espaço para ampliarmos a proteção ambiental, acelerando, ainda mais, a migração do nosso modelo econômico para uma economia verde. Por isso, vamos insistir na incorporação de instrumentos que reconheçam as externalidades ambientais positivas dos processos produtivos, a exemplo do que conseguimos com a Política Nacional de Biocombustíveis – Renovabio.

O Brasil tem grande potencial para se beneficiar dessa nova economia em função de seu imenso capital natural. Porém, pode estar perdendo a janela de oportunidades do pós-pandemia, em função de uma falta de urgência para incluir a Sustentabilidade no processo de tomada de decisões das nossas políticas públicas e da nossa ação internacional. Enfim, o Brasil não pode mais encarar a Sustentabilidade como um fardo, mas sim como oportunidade! Podemos ser a vanguarda mundial da Economia de baixo carbono, a economia verde! ☺



Foto: Acervo pessoal / Flickr

A Frente atua pela efetivação do artigo 170 da CF/88, que prevê tratamento diferenciado de acordo com o impacto ambiental dos produtos. Além disso, trabalhamos pela criação de moedas verdes - instrumentos econômicos que possam monetizar as externalidades ambientais positivas como é o caso dos Cbio's, do Renovabio.

ESG: mais que uma sigla, um conjunto de valores



Foto: Grant Ritchie /Unsplash

Respeito ao meio ambiente, à diversidade, a aspectos econômicos e sociais. Transparência, ética e governança. Todo esse conjunto de valores está dentro deste acrônimo ESG, que, em inglês, se desdobra em *Environment, Social and Governance*. O tema tem despertado o interesse de empresas, governos e da sociedade como um todo, especialmente após destaque no meio financeiro.

Uma consulta ao *Google Trends* mostra que, em 2020, a busca pelo termo ESG teve um crescimento expressivo, atingindo seu maior índice dos últimos cinco anos. A sigla foi cunhada, em 2004, em uma publicação do Pacto Global em parceria com o Banco Mundial, chamada *Who Cares Wins*. O tema, contudo, é bem

mais antigo. A primeira vez que foi colocado em debate, remonta à década de 1950 com a publicação do livro “Responsabilidades sociais do Homem de negócios” (Bowen, Howard. 1953). Na década de 1970, a temática ganhou mais corpo e as empresas começaram a trazer noções de responsabilidade socioambiental para seus processos decisórios, levando em conta os diferentes *stakeholders* e publicando seus primeiros relatórios.

“A visão anterior era entrópica: buscava-se margem de lucro a qualquer custo. Agora, as empresas passam a ter uma visão mais holística de todo o processo, seus agentes e impactos. Curiosamente, ao mudar a perspectiva de gestão, ao invés de reduzir os lucros, as empresas

tendem a aumentar os seus resultados e, cada vez mais, isso as tem levado a aderirem à perspectiva ESG”, pondera Fábio Alperowitch, diretor da Fama Investimentos.

Integrante do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds), a WayCarbon orienta empresas para condutas ESG. A consultoria viu sua base de clientes aumentar de forma significativa nos últimos anos. Hoje, assessora mais de 200 clientes, totalizando 800 projetos. “O grande desafio é que esse tema costuma ser fragmentado. Em geral, existe uma área que cuida de pessoas, outra área que cuida dessas relações com a comunidade, outra cuida de meio ambiente, outra que cuida da governança”, aponta a Diretora de *Growth* na WayCarbon, Carla Leal.



A gestão do ESG precisa de indicadores, métricas, plano de ação. Precisa de responsáveis.

Carla Leal
Diretora de Growth na WayCarbon

Indicadores

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU têm sido um farol para a adoção de ações rumo à sustentabilidade pelas empresas, gestores públicos e outros agentes. São 17 objetivos com 129 metas e para isso, atualmente, há 254 indicadores. Entre os objetivos estão a Erradicação da Pobreza; fome zero e agricultura sustentável; saúde e bem-estar; igualdade de gênero, energia limpa e acessível (veja todos no quadro abaixo). Carla Leal, doutora em mudanças climáticas, defende que as empresas devem avaliar dentro de seu escopo de atuação o que é realmente importante para cada negócio.

“Para ver se uma empresa é economicamente saudável, observa-se os registros financeiros. Da mesma forma, a gestão do ESG precisa de indicadores, métricas, plano de ação, precisa de responsáveis. Então, cada empresa deve estruturar esse programa de gestão a partir dos temas materiais que trabalha. Esse é o grande desafio que as empresas têm no momento”, opina Leal.

A especialista de Mercados Financeiros do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Maria Netto, defende que o mercado precisa avançar em padronizações e taxonomias sobre ESG. Para ela, isso abre espaço para que as avaliações possam ser parametrizadas e que os diferentes

atores tenham segurança em seus investimentos. “É uma área que tem um potencial muito grande, mas também um problema: foi se desenvolvendo de forma muito fragmentada”, pondera.

Hoje, o mercado de títulos sustentáveis chega a 1,2 trilhão de dólares em nível global. Em 2020, o interesse nesse tipo de papel aumentou de maneira significativa. A especialista do BID atribui o crescimento a dois fatores: senso de oportunidade e de urgência. “Com a pandemia da Covid, os investidores começaram a identificar a boa gestão socioambiental como uma boa oportunidade. São títulos mais atrativos, mais sérios, mais transparentes, mais resilientes. É interessante ver que, num momento de crise, esses fundos e esse tipo de investimento tiveram subida expressiva.” O senso de urgência, por outro lado, é acelerado pelas conferências de climas que colocam metas importantes para governos até 2030 (leia sobre a COP26 nas páginas 36 e 37).

“O momento atual - em que digitalizamos o nosso comportamento, as nossas informações, e *tokenizamos* os nossos dados - é uma oportunidade incrível de o Brasil aproveitar essa tecnologia, entrar nessa economia e participar desse *green new deal*”, opina

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

- 1) Erradicação da Pobreza;
- 2) Fome Zero e Agricultura Sustentável;
- 3) Saúde e Bem Estar;
- 4) Educação de Qualidade;
- 5) Igualdade de Gênero;
- 6) Água Potável e Saneamento;
- 7) Energia Acessível e Limpa;
- 8) Trabalho Decente e Crescimento Econômico;
- 9) Indústria Inovação e Infraestrutura;
- 10) Redução das Desigualdades;



- 11) Cidades e Comunidades Sustentáveis;
- 12) Consumo e Produção Responsáveis;
- 13) Ação Contra a Mudança Global do Clima;
- 14) Vida na Água;
- 15) Vida Terrestre;
- 16) Paz, Justiça e Instituições Eficazes;
- 17) Parcerias e Meios de Implementação.

o mestre em direito ambiental Yuri Rugai, sócio diretor da Eccon Soluções Ambientais. Em *webinar* da Frente da Economia Verde, defendeu que o Brasil tem condições de se posicionar ambientalmente de forma diferenciada por ter tantos biomas e riquezas. “Aqui no Brasil, precisamos fazer essa discussão, esse estudo local pensando de forma global. Não podemos criar empecilhos e engessar a nossa legislação. Precisamos criar segurança jurídica e atratividade”, defende.

Crescimento nas empresas

O relatório “Inovação e ESG”, da consultoria ACE Cortex, publicado em maio, analisou empresas em estágio inicial e avançado que atuam no Brasil com base nos três pilares de ESG. Segundo a pesquisa, 46% dos empreendedores e colaboradores de grandes companhias do País afirmam já existir programas de ESG em suas empresas e 92% acreditam que o conceito vai impactar as estratégias futuras dos negócios.

Uma das grandes empresas

O Brasil tem uma história de boa governança, inclusive no sistema financeiro. O primeiro protocolo verde de bancos já tem quase 20 anos no País.

Maria Netto
Especialista de Mercados Financeiros do BID.



Foto: Acervo pessoal / LinkedIn

que já adota práticas de ESG é o Grupo Pão de Açúcar. Há 20 anos, foi um dos primeiros varejistas a criar um programa de reciclagem e, desde então, também incorporou ações sobre inclusão de pequenos produtores, produtos orgânicos e protocolos que visam o bem-estar animal. “Já vínhamos percebendo nos últimos anos, com mais intensidade a partir da pandemia, que o consumidor aumenta sua exigência nas variáveis para o processo de escolha, passando também a considerar questões como composição e ingredientes de produtos, processo

produtivo da cadeia de valor, impacto do descarte do pós-consumo, entre outros. Isso abre uma grande oportunidade para fortalecimento e maior abrangência dos aspectos ESG, aumentando a demanda por compromissos e atitudes mais interdependentes dentro dessa agenda”, declarou o grupo por meio de sua assessoria.

O GPA adota, desde 2016, o Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD), que compõe a remuneração variável de mais de 1,4 mil gestores do grupo. Fazem parte deste índice a redução das emissões de carbono e o indicador de presença feminina na liderança. A meta para 2021 é que 37,4% dos cargos de liderança sejam ocupados por mulheres.

Desde 2010, o Pão de Açúcar também monitora a emissão de carbono das atividades diretas e busca evoluir em ações de gestão e redução dessas emissões, com meta de redução mínima de 30% até 2025 (base 2015). “Todas as áreas do GPA estão envolvidas direta ou indiretamente na estratégia de ESG do grupo, porque essa agenda é transversal e está integrada ao negócio e às decisões estratégicas”, informou por meio de sua assessoria de imprensa.



Foto: GPA RS/2020

GPA é o primeiro Grupo de Varejo Alimentar que integra o Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores (ISE B).

Alcoa foca na comunicação com o público

A Alcoa, uma das maiores mineradoras do mundo, utiliza o modelo *Global Reporting Initiative* (GRI) há cerca de 20 anos para comunicar seus resultados no que diz respeito às ações socioambientais. Trata-se de um relatório completo e auditado que também atende às necessidades do mercado financeiro. Mas a empresa ainda foi além e pensou em alternativas para que as informações sobre sustentabilidade chegassem aos seus públicos mais próximos.

Para o Brasil, faz uma versão de desempenho ESG resumida. Neste ano, um *hotsite* interativo com perguntas e respostas sobre o relatório serviu como estímulo para a leitura dos resultados e engajamento com diferentes públicos. Os participantes tiveram de responder a um questionário com 10 perguntas sobre as práticas de sustentabilidade realizadas pela mineradora. Ao final, 10 pessoas que responderam a todas as questões corretamente puderam destinar um prêmio em dinheiro para uma instituição beneficente. “É uma forma de nos comunicarmos com as comunidades, com nossos funcionários, mídia, organizações civis e governos”, pontua Fábio Abdala, gerente regional de sustentabilidade.



A Alcoa está presente em 15 países. No Brasil, iniciou suas atividades em 2005. A foto com funcionários fez parte das ações de divulgação do relatório de sustentabilidade 2021.

Ações relacionadas à preservação ambiental já são realizadas pela Alcoa antes mesmo da adequação das comunicações ao GRI. “Ao longo de sua história, a Alcoa foi desenvolvendo suas próprias ferramentas de sustentabilidade e de gestão, seja com relação à qualidade, excelência, mecanismos de governança, canais de reclamação, conduta ética e mesmo a gestão ambiental”, enumera Abdala.

No Brasil, a mineradora tem quase 8 mil colaboradores, distribuídos em três unidades produtivas: Poços de Caldas (MG), São Luís (MA) e Juruti (PA), escritórios em São Paulo (SP), Poços de Caldas (MG) e Brasília (DF). Como são localidades muito diferentes e cada uma com suas especificidades, a gestão dos impactos físico-bióticos e socioeconômicos são prioridade para a empresa. Nesse sentido, a Alcoa tem investido na dimensão social. “Temos um sistema de gestão social que vem sendo implementado e cada vez está ganhando

mais robustez, sobretudo com questões ligadas à direitos humanos”, complementa.

O gestor ressalta, contudo, que é preciso separar o que é a dimensão obrigatória da voluntária, que é secundária. “Essa dimensão do entendimento dos riscos sociais e sua respectiva gestão está no campo das obrigações”, esclarece. Mesmo cumprindo a dimensão social obrigatória, a Alcoa desenvolveu ações sociais voluntárias com relação à Covid, por exemplo. “Vimos o compromisso da empresa em criar um ambiente saudável para continuidade da produção. As pessoas vivem nas comunidades e isso leva a empresa a ter uma empatia com o território.”

Internamente, a Alcoa tem programas específicos para valorizar a diversidade: a AWN, focado no protagonismo das mulheres; o *Eagle*, focado no reconhecimento do público LGBTQ+, e, mais recentemente, o *Aware*, focado na diversidade racial. ◊

Temos um sistema de gestão social que vem sendo implementado e cada vez está ganhando mais robustez.

Fábio Abdala
Gerente de sustentabilidade da Alcoa.



ESG no DNA da indústria da latinha

Mesmo com os maiores índices de reciclagem do planeta, os fabricantes brasileiros de latinhas de alumínio avançam nas políticas de ESG.

Mais do que um produto inovador para o envase de bebidas, a primeira unidade fabril de latinhas de alumínio também trouxe para o Brasil o debate sobre a reciclagem. O ano era 1989. A lata não era lixo, como muitos dos resíduos sólidos descartados naquele período eram considerados. A novidade tornou-se sinônimo de renda para inúmeras famílias. Grupos se envolviam em competições para a troca de latinhas por prêmios ou mesmo na venda para recicladores. Dessa forma, a cultura da reciclagem foi ganhando forma no País.

“O meio ambiente sempre foi alvo de preocupação do nosso ramo. A nossa indústria já é beneficiada pelo tipo de matéria que

usa e pelas forças de todo um ciclo de reciclagem. Portanto, já saímos na frente de praticamente toda a indústria no que diz respeito ao impacto ambiental”, avalia o CEO da **Ardagh**, Jorge Bannitz, que atua no setor de latas de alumínio desde a década de 1990. O modelo desenvolvido pelas latas de alumínio, por exemplo, serviu de inspiração para a elaboração da Política Nacional de Resíduos Sólidos, marco regulatório do tema.

Com um ritmo médio de crescimento de 7% nas últimas décadas, o setor tem avançado nas políticas socioambientais, nas práticas de governança e transparência. “Poucas empresas podem dizer que conseguiram reduzir seus impactos enquanto crescem nesse

ritmo tão intenso. É uma prova de que a sociedade está efetivamente em busca de soluções mais sustentáveis”, pondera Carlos Pires, CEO da **Ball** na América do Sul.

A atividade de reciclagem da latinha no Brasil consome apenas 5% da energia elétrica, quando comparada ao processo de produção do alumínio primário, uma economia equivalente ao consumo residencial do estado de Goiás. Esses são exemplos de indicadores que o setor tem buscado melhorar ainda mais.

Contudo, para além da reciclagem, os fabricantes de latinhas estão ampliando o olhar dentro de uma perspectiva ESG. “É nossa visão repensar o que a embalagem pode fazer, criando soluções impactantes

e sustentáveis. Acreditamos que a embalagem pode fazer mais para marcas, negócios, pessoas e para o planeta”, considera Paulo Dias, CEO da **CanPack Brasil**.

“Queremos que a sustentabilidade impulse toda a cadeia de valor e seja um influenciador para nossos parceiros comerciais. Dessa forma, estaremos contribuindo para um mundo mais sustentável e duradouro para as futuras gerações”, defende Ricardo Fontebasso, diretor industrial da **Crown Embalagens**. A companhia recentemente criou o programa Twentyby30. De olho nos ODS/ONU (veja quadro na página 28) para 2030, a **Crown** reforçou seus compromissos para o desenvolvimento sustentável e aposta na metodologia para acelerar o atingimento das metas.

Circularidade nos recursos e insumos

Mais do que a logística reversa da lata (leia mais sobre o assunto na página 19), o setor tem investido na sustentabilidade de cada etapa produtiva. As ações vão desde a adequação da iluminação para alternativas mais econômicas e

renováveis - como o uso de lâmpadas de LED em todas as operações -, à compra de energia de fontes renováveis para a operação das fábricas. Além disso, a preocupação com a neutralização de insumos tem sido foco de todo o setor. Um exemplo é a instalação de equipamentos específicos para queimar componentes voláteis, como tintas e vernizes. “Estamos trabalhando para tornar a matriz energética cada vez mais limpa e ampliar índices de eficiência e sustentabilidade na operação”, informa Pires, da **Ball**.

O uso eficiente da água já é

realidade em muitas unidades fabris do setor. A água utilizada nos processos produtivos é tratada para a reutilização ou devolução ao meio ambiente. “A ideia é fechar o ciclo: recebemos a água da companhia de abastecimento, utilizamos em nossos processos e a tratamos, para que possa voltar ao ciclo produtivo ou desaguar em um rio em condições ainda melhores do que a recebemos”, explica Bannitz, da **Ardagh**. A companhia também está instalando o programa Zero Aterro. O piloto foi implementado em Alagoinhas/BA e deve ser expandido para as outras unidades até 2023.



Foto: Divulgação

Ao olharmos para o ESG, contribuimos para uma cadeia de fornecimento mais sustentável e preparada para o mercado. Montamos uma área específica e, com isso, ganhamos uma organização mais robusta.

Jorge Bannitz,
CEO da **Ardagh**.



Foto: Divulgação

Entendemos a sustentabilidade como uma forma sistemática de fazer negócios e, ao mesmo tempo, de criar valor econômico, social e ambiental para os acionistas, comunidade e para o planeta.

Carlos Pires,
CEO da **Ball** América Latina.



Preocupação com a comunidade

Olhar para as comunidades das regiões em que as 22 unidades fabris do setor estão instaladas é uma preocupação transversal das Associadas Fundadoras da **Abралatas**. “Um dos pilares da nossa estratégia de sustentabilidade é o cuidado. Reconhecemos nossa responsabilidade para com os empregados e as comunidades.”, pontua Paulo Dias, da **CanPack**.

Cada localidade tem suas especificidades e, por isso, fazer parcerias é fundamental. “Trabalhamos também em parceria com ONGs

para compartilhar nossa posição sobre questões sociais, ambientais e buscar *feedback* sobre nossas atividades.”, informa Carlos Pires, da **Ball**. Entre as ações das fundadoras durante o período de pandemia é a distribuição de cestas básicas, máscaras e álcool em gel para populações mais vulneráveis nas localidades em que estão inseridas. A **Ardagh**, por exemplo, em Manaus/AM, realizou testes de Covid em todos os funcionários e seus familiares. “Isso foi importante para mitigar os riscos. Conseguimos agir pontualmente e manter a operação em funcionamento”, lembra Bannitz.

“A sociedade anseia por organizações social e ambientalmente responsáveis. Nossos clientes estão cada vez mais engajados nesse assunto e nós, como parceiros de negócio, estamos nesta jornada junto com eles. A cadeia como um todo é a grande beneficiada”, considera Ricardo Fontebasso, da **Crown** Embalagens. Dessa forma, os programas de educação e cultura também integram as políticas de ESG das empresas do Setor. A **Ball**, por exemplo, apoia projetos como Cantos de Leitura, Mundaréu, Virada Sustentável, Projeto Grael, Fundação Amazonas Sustentável,

Fundação Gol de Letra e o Recicla Sonhos.

Diversidade e inclusão

“Quando realizamos programas que levam estudantes às unidades fabris, muitos saem almejando trabalhar na **Ardagh**”, diz Bannitz. Para ele, esse é um excelente termômetro quando se fala em cultura organizacional e clima com os funcionários. “Também entendemos que estamos caminhando rumo aos direitos humanos garantindo pagamento de salários justos e benefícios oferecidos para funcionários e familiares”, complementa. Programas de inclusão de gênero e raça têm sido implementados entre as companhias que compõem a **Abралatas**.

A **Ball**, por exemplo, tem desenvolvido ações diretas para ampliar o número de mulheres em posições de liderança sênior, direção e cargos técnicos nas plantas. Para isso, já desenvolveu mais de mil horas de formação com líderes da América do Sul nas temáticas de diversidade e inclusão. “Pretendemos construir uma indústria mais igualitária e livre de preconceitos”, assegura Pires. ◊



Foto: Divulgação

“Medimos o sucesso não só pelos resultados, mas pelo que oferecemos aos nossos *stakeholders*. Temos orgulho de ter empregados orientados pela responsabilidade, algo que vivemos em todos os níveis de nossa organização.

Paulo Dias,
CEO da **CanPack Brasil**.



Foto: Divulgação

“Queremos que a sustentabilidade impulse toda a cadeia de valor, seja uma influenciadora para nossos parceiros comerciais. Dessa forma estaremos contribuindo para um mundo mais sustentável e duradouro para as futuras gerações.

Ricardo Fontebasso,
Diretor industrial da **Crown**.



SHERWIN-WILLIAMS É O SEU FORNECEDOR DE SOLUÇÕES

A Sherwin-Williams oferece um amplo portfólio de soluções de revestimento para aplicações em:



LATAS DE BEBIDAS (Beverage can)

- Verniz interior
 - Epóxi Ecodex®
 - Acrílico NBPA
 - Poliéster NBPA
 - Epóxi NBPA (valPure® V70)
- Verniz de acabamento
 - Acrílico
 - Poliéster
- Base Coat

TAMPAS DE LATAS DE BEBIDAS (Beverage end)

- Epóxi EzDex®
- Epóxi NBPA (valPure® V70)
- Poliesteres NBPA
- Tab Coatings
- Tampas coloridas

FORNECENDO

- Produtos para todos os tipos de bebidas
- Aplicações post lube e non post-lube (bev ends)
- Excelência em serviço técnico

Para mais informações, visite-nos em packaging.sherwin.com
Contato conosco em PackagingCoatings@Sherwin.com
ou ++(55) 11 4358-9244
ou toll free 0800-770 0092

Em todo o nosso portfólio de revestimentos, você pode contar com soluções de tecnologia atestadas por nosso rigoroso protocolo de desenvolvimento, Safety by Design, e expertise em regulamentação.

SHERWIN-WILLIAMS.

© 2020 The Sherwin-Williams Company



COP26

Cooperação global durante a pandemia reforça urgência do trabalho conjunto pelo clima



Se algum dos mais de 30 mil delegados da 26ª Conferência das Partes das Nações Unidas sobre Mudança Climática (COP26), inicialmente prevista para novembro de 2020, chegasse desavisado à sede do evento em Glasgow, na Escócia, se depararia com um hospital de campanha para tratar pacientes da Covid-19. Difícil encontrar retrato mais simbólico

do impacto da pandemia no mundo. Assim como ocorreu com as Olimpíadas de Tóquio, a Eurocopa e outros grandes eventos, a COP26 precisou ser adiada e está confirmada para novembro de 2021.

Em discurso na Cúpula de Líderes Globais sobre o Clima, em abril de 2021, o secretário geral das Nações Unidas (ONU), António Guterres, alertou os

A última chance de a humanidade adotar ações efetivas de enfrentamento às mudanças climáticas.

Principais objetivos da COP26



Fortalecer a coalização global para o alcance de emissões líquidas nulas de carbono e limitar o aumento da temperatura global a 1,5 graus até 2050.



Trabalhar em conjunto para o alcance das metas globais.

presentes para um mundo à beira do abismo. Transformar palavras em ações é um dos principais desafios da COP26, considerada, do ponto de vista científico e político, como a última chance de a humanidade adotar ações efetivas de enfrentamento às mudanças climáticas.

É esse senso de urgência que a brasileira Cássia Moraes, presidente da Youth Climate Leaders (YCL), espera das negociações da COP26. “Estamos com a casa pegando fogo, para usar metáfora que a Greta [Thunberg, jovem sueca ativista do clima] usa sempre, e os negociadores estão discutindo se vão colocar vírgula, ponto-e-vírgula ou se trocam uma palavra por algum sinônimo”. Para Cássia, a COP26 é a oportunidade para se atrelar a retomada da economia pós-pandemia a medidas efetivas

que tornem os países menos emissores de gases de efeito estufa e mais resilientes à crise climática.

Nesse sentido, é essencial incentivar alternativas de baixo carbono. Na avaliação da advogada Juliana Marcussi, especialista em ESG, as principais economias mundiais, dentre elas a União Europeia, estão anos à frente do Brasil quando o assunto é a consolidação de um modelo econômico orientado para o desenvolvimento sustentável. Por isso, na avaliação da especialista, trabalhos como o desenvolvido pela Frente Parlamentar da Economia Verde são fundamentais (leia matéria sobre a atuação da Frente na página 24).

Marcussi explica que o sistema tributário brasileiro tem estrutura consolidada e já prevê benefícios fiscais aos contribuintes que atendam a determinados requisitos

em suas atividades. “Essa estrutura pode ser aproveitada para implementarmos modelo em que os benefícios são concedidos àqueles que se empenham e reduzem os impactos negativos de suas atividades no meio ambiente”, argumenta.

O consumo é peça-chave na transição para uma economia de baixo carbono e a sociedade se mostra cada vez mais preocupada com o impacto causado por aquilo que consome. ◊

Quando falamos em um setor como o de latas de alumínio para bebidas, que tem um altíssimo índice de reciclagem, estamos falando de um segmento extremamente bem-sucedido em atender a esse novo perfil de consumidor, com valores mais justos, sustentáveis e condizentes com uma nova economia verde.

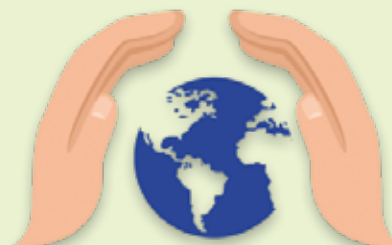
Juliana Marcussi

O Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que conta com a Abiralatas dentre as associadas, definiu quatro mensagens principais para a COP26:

- ✓ Vocalizar o setor empresarial brasileiro como vanguarda na neutralidade climática internacional.
- ✓ Utilizar o poder coletivo e *advocacy* para maior ambição climática e influência no posicionamento do Brasil nas negociações do Artigo 6 do Acordo de Paris, que estabelece linhas gerais para a precificação do carbono.
- ✓ Dar visibilidade nacional e internacional e apoiar os membros em suas metas e ações climáticas.
- ✓ Maximizar *outcomes* das agendas e posicionamentos através da transversalidade.



Mobilizar financiamentos.



Adaptar para proteger comunidades e habitats naturais.

Cada um é responsável pelos próprios resíduos



ARTIGO

João Carlos de Oliveira

Presidente da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil.

Numa sociedade bem-informada, os consumidores são mais exigentes. Um dos fatores que mais chamam a atenção ultimamente é a responsabilidade dos fabricantes em relação à sustentabilidade e à segurança do seu consumidor. Nesse contexto, a rastreabilidade é um processo que contribui com a geração de informações confiáveis para todos os elos da cadeia produtiva. Vale ressaltar a necessidade de que produtores, indústria, distribuidores, varejistas, população e governo estejam engajados.

Como dar o pontapé dessa partida? Os padrões tecnológicos que conduzem os processos de automação têm como principal aliada

a informação. O compartilhamento de informações padronizadas é essencial para a rastreabilidade e o controle dos resíduos sólidos gerados. Quando pensamos em rastreabilidade e logística reversa, a eficiência dos processos aumenta com a digitalização.

O Brasil já tem alguns projetos bem-sucedidos de logística reversa de resíduos com base nos padrões GS1, um dos modelos possíveis. Um dos projetos é o da Triciclo, *startup* que lançou um programa de coleta de resíduos com máquinas distribuídas por diversos locais públicos e privados. O público se inscreve no programa e, a cada entrega de material reciclável, o sistema faz a leitura do código de

Rastreabilidade é um processo que contribui com a geração de informações confiáveis para todos os elos da cadeia produtiva.

barras da embalagem e credita pontos a serem convertidos em benefícios a quem depositou.

Programas como esse projetaram um sistema completo e eficaz de logística reversa que gera matéria-prima, fonte de renda e de trabalho. Os resíduos são coletados das máquinas e levados ao galpão da empresa, onde é feita a triagem, a classificação e o enfiamento que é destinado a cooperativas, distribuidores ou empresas que reaproveitam o material ou dão destino à reciclagem.

Um projeto pioneiro de destinação correta de resíduos sólidos é o da fabricante de impressoras HP em parceria com a Flex do Brasil. A Flex criou a unidade Sinctronics

para realizar o projeto da HP de logística reversa e transformar resíduos que retornam para a cadeia produtiva. A empresa reaproveita entre 2 mil e 3 mil toneladas de lixo eletrônico por ano em matéria-prima para novos equipamentos.

Outro excelente exemplo para aperfeiçoar a rastreabilidade é o Sistema Campo Limpo, implantado e gerido pelo Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV). Desde o seu início, em 2002, o programa já recebeu e deu destino correto a mais de 600 mil toneladas de embalagens de defensivos agrícolas. A destinação pós-consumo dessas embalagens protege o meio ambiente e gera trabalho em todo o País.

Com o objetivo de rastrear em tempo real e com máxima precisão todos os fardos de embalagens recebidos pelo instituto no território nacional, inpEV e GS1 Brasil escolheram padrões de identificação globais GS1 SGTIN e GS1 DataMatrix – código em imagem bidimensional.

Esse ecossistema envolve 112 indústrias produtoras de defensivos agrícolas, mais de 1,8 milhão de produtores rurais e 4,5 mil canais de distribuição.

Essa é a proposta de entidades sem fins lucrativos que têm entre suas missões inovar e potencializar o uso da tecnologia em favor da natureza e das pessoas. É a transformação da qual precisamos. ◻

Compartilhar informações padronizadas é essencial para a rastreabilidade e controle dos resíduos sólidos gerados.

Etapa do Sistema Campo Limpo, que já retirou mais de 600 mil toneladas de embalagens vazias do campo, destinando corretamente 94% das embalagens comercializadas no Brasil, desde 2002.



Foto: Divulgação

Gestão de resíduos recebe apoio internacional



Foto: Acervo pessoal

ARTIGO

Pedro Ubeda

Economista, diretor executivo da Low Carbon Business Action Brazil.

Programa inédito *Low Carbon Business Action* apoia a aceleração de projetos de valorização de resíduos no Brasil.

Nossa sociedade está enfrentando um desafio sem precedentes em escala global: transformar de forma rápida e sustentável o atual modelo de produção e consumo, gerando uma economia de baixo carbono. Este complexo desafio global representa, entretanto, uma grande oportunidade para mitigar os danos ambientais e é apoiado por uma significativa mobilização de recursos econômicos.

Em janeiro de 2021, a União Europeia difundiu a iniciativa *Low Carbon and Circular Economy Business Action* (LCBA LATAM) na Argentina, Brasil, Chile e Colômbia. O consórcio formado pela empresa espanhola IDOM (www.idom.es) e a Agência Alemã de Cooperação GIZ (www.giz.de) é responsável pela concepção e implementação desta complexa operação que visa fechar acordos comerciais e industriais para transferir tecnologia e conhecimento em processos de eficiência energética ou economia circular e que aplicados em setores como energia, transporte, energias renováveis, agricultura e silvicultura e, em particular, o setor de gestão de resíduos, contribuem para reduzir

as emissões da atividade industrial.

A iniciativa LCBA LATAM está estruturada em torno de uma plataforma de tecnologias de descarbonização, um ambiente propício para o desenvolvimento de novos negócios, alimentado por potentes bases de dados de fornecedores de tecnologia europeus e pela demanda latino-americana por soluções tecnológicas nos setores acima mencionados. Após uma análise exaustiva e uma filtragem das informações, são organizados seminários e rodadas de negócios, nos quais centenas de empresas e

instituições do ecossistema internacional “*low carbon*” são mobilizadas para encontrar os parceiros comerciais perfeitos para cada negócio. A operação também inclui a prestação de assistência técnica gratuita e serviços de apoio às empresas participantes para facilitar, entre outras coisas, a conclusão de procedimentos legais, a elaboração de planos de viabilidade comercial ou o acesso a fontes de financiamento que garantam a materialização dos negócios verdes e seu impacto econômico, social e ambiental.

No caso específico do Brasil, o programa iniciou um processo para detectar potenciais projetos de valorização e reciclagem de resíduos sólidos que desejam acelerar seu desenvolvimento e implementação. Para isso, fornecedores europeus e empresas brasileiras estão se reunindo em rodadas virtuais de negócios para formar alianças e assinar acordos comerciais. Encorajamos todas as empresas interessadas a se inscreverem nos eventos e a acompanharem todas as notícias relacionadas ao programa na página do LCBA do LinkedIn. [↻](#)

A iniciativa está estruturada em torno de uma plataforma de tecnologias de descarbonização: um ambiente propício para o desenvolvimento de novos negócios.

Do campo ao gole: setor cervejeiro quer aumentar produção com bases sustentáveis

Terceiro maior produtor mundial de cerveja, o Brasil ainda tem amplo espaço para crescimento, avaliam especialistas. Responsabilidade no consumo, cuidado com comunidades e meio ambiente são algumas das preocupações dos cervejeiros.

Em 2020, o Brasil bateu recorde na produção de cerveja ao ultrapassar os 14 bilhões de litros, deixando para trás a maior marca do setor registrada em 2014, ano da Copa do Mundo por aqui. Por outro lado, a lucratividade sofreu impactos com a alta do dólar e a escassez pontual de alguns insumos.

Criatividade, governança e boa gestão foram algumas das receitas para superar os desafios da pandemia da Covid-19. “O setor reagiu de forma distinta. Quem conseguiu resistir, vai colher bons resultados”, acredita o presidente da Federação Brasileira das Cervejarias Artesanais (Febracerva), Marco Falcone. O setor de cervejarias independentes, representadas pela federação, foi um dos que sofreu mais. Falcone estima que, nos primeiros seis meses de 2021, a perda chegou a quase 70% e que, ao longo de todo período, a retração média é de 30%.

Ainda assim, o pessimismo não tomou conta do setor das cervejas independentes. Ao contrário, com o retorno dos encontros sociais, a frequência em bares e festas e a retomada da economia como um todo, as cervejarias artesanais estimam crescer 15% nos próximos anos. Número que é comemorado pelo Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), que representa, principalmente,

os grandes grupos produtores de cerveja no Brasil.

Hoje, são 1.383 estabelecimentos produtores de cerveja registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com crescimento recorde em 2020. Nos anos 2000, eram apenas 40 estabelecimentos no País. Os dados foram apresentados no Anuário da Cerveja, organizado pela Câmara Setorial da Cerveja do MAPA.

As áreas de sustentabilidade da indústria cervejeira são muito sérias e seguem políticas globais. O esforço é de trabalhar na economia circular e no retornável.

Luiz Nicolaewsky,
superintendente do Sindicerv.



Foto: Acervo pessoal

“Experimentamos um *boom* antes da pandemia, que faz jus ao Brasil. Espero que em breve esses 1,3 mil sejam 13 mil. Isso é bom para a cultura da cerveja, é bom para o desenvolvimento regional, para a geração de empregos, enfim, para a economia como um todo”, pondera Luiz Nicolaewsky, superintendente do Sindicerv.

Estima-se que cada emprego em uma cervejaria gere outros 34 postos de trabalho na cadeia. “São mais de 2 milhões de empregos

diretos, indiretos e induzidos. É uma indústria importante para a retomada econômica e geração de empregos, uma vez que temos mais de 14 milhões de pessoas desempregadas”, considera Nicolaewsky. Entre as cervejarias artesanais, o impacto regional é ainda mais perceptível. Uma empresa que produz cerca de 25 mil litros por ano gera 20 empregos diretos.

“Atendemos mais de 100 mil pontos de vendas no País. A capilaridade do setor é muito grande.

Essa retomada vai colaborar de maneira significativa no crescimento da renda média do brasileiro como um todo e, consequentemente, melhorar o retorno para o próprio setor”, avalia Paulo de Tarso Petroni, diretor geral da CervBrasil e da InovaCerv.

Mesmo com uma forte concentração de produtores no Sul e no Sudeste, em 2020, todos os estados da federação registraram pelo menos um estabelecimento produtor de cerveja.

Conhecimento e diversidade

Até o ano 2000, o consumo de cerveja no Brasil se pautava, fundamentalmente, em dois tipos de cerveja: a clara e a escura. Hoje, diversidade é a palavra de ordem nesse universo. Em 2019, foram registrados no MAPA 9.950 novas cervejas, um recorde. Em 2020, ano do início da pandemia, foram 8.459. Atualmente, o portfólio no Brasil chega a 30 mil produtos.

Falcone, um dos pioneiros na produção de cerveja artesanal no Brasil, atribui esse crescimento ao conhecimento. Ele mesmo ajudou

a fundar associações e confrarias de cervejas, além disso, o ensino sobre a bebida e a produção de literatura especializada ajudaram a difundir a cultura cervejeira. “A cerveja é um universo muito grande, tão grande ou maior do que o do vinho. Estimula a criatividade com os mais de 200 estilos. Traz possibilidades de harmonização com pratos diversos, o que englobou a gastronomia de forma muito intensa”, considera o cervejeiro mineiro. No Brasil, a produção artesanal da cerveja corresponde

a 2% da produção atual. Nos Estados Unidos, segundo maior produtor mundial, a produção artesanal chega a 18% do volume total. A expectativa do setor é que, em cinco anos, esse índice atinja 5% do volume produzido por aqui.

“O setor da cerveja artesanal não é exatamente o reflexo da economia como um todo. O setor vai voltar com muita força. Apesar das perdas, nos estruturamos muito bem. Empresas se tornaram mais profissionais. Vamos crescer nossa participação no mercado.”

Marco Falcone,
presidente da Febracerva.

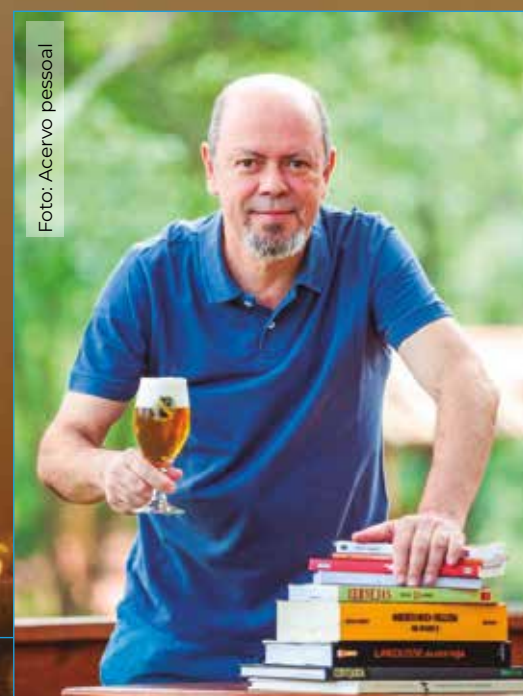


Foto: Acervo pessoal



Inovação

Para fortalecer o setor da cerveja, a InovaCerv investe em pesquisa e consultoria. Tem apoiado diversas etapas da cadeia produtiva como no estímulo à plantação do lúpulo, insumo que ainda é quase todo importado. Além disso, a preocupação com o meio ambiente tem sido constantemente aprimorada.

“A cada semana a gente recebe alguma inovação no que diz respeito à sustentabilidade. Estamos nos tornando verdadeiros operadores da Política Nacional de Resíduos Sólidos, especialmente pela reciclagem, e fechando o circuito na economia circular”, considera Petroni. A preocupação com a sustentabilidade no setor não está só na produção, mas com a comunidade e com o consumo. “Prefiro vender uma cerveja a nove pessoas, do que nove cervejas para uma única pessoa”, diz Nicolaewsky. O setor tem trabalhado diversas ações para o consumo consciente.

O Sindcerv entende que ainda há muito espaço para crescimento. “Somos o terceiro maior produtor em relação ao volume fabricado, mas nosso consumo *per capita* ainda é baixo, em especial se compararmos com países como a Alemanha ou a República Tcheca”, pondera Nicolaewsky.

Para que o setor possa atingir seu potencial, os especialistas consideram que é importante melhorar a renda dos brasileiros. Para isso, é preciso avançar em temas como a Reforma Tributária, processos de escoamento da produção e facilitação da distribuição, mesmo para pequenos produtores. ◻

É a partir do design do produto que se determina o impacto que ele terá no meio ambiente. A escolha do material para embalagens aumenta muito a eficiência e a sustentabilidade.

Paulo de Tarso Petroni
diretor geral da CervBrasil



Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil:

estilo, sabor e sustentabilidade

As cervejas artesanais caíram no gosto do brasileiro. Não é apenas beber uma cerveja, mas apreciar sua receita, sua história, seu envase e seu rótulo. Com o objetivo de estimular a criatividade e o envase da embalagem mais sustentável, a **Abralatas** e a **Abracerva** promoveram, em 2020, o Prêmio Design na Lata. No total, 172 latas de cervejas artesanais foram inscritas. Na próxima edição, o concurso passa a se chamar **Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil**. As inscrições começam em outubro de 2021 e as informações mais detalhadas podem ser encontradas no site da **Abralatas** - abralatas.org.br (o QR Code do site está no expediente da revista). "O I Prêmio Lata + Bonita do Brasil é uma iniciativa inédita da **Abralatas** e vem para estimular a criatividade dos rótulos e destacar uma das grandes vantagens da lata: o formato que possibilita infinita liberdade estética", resume Vanessa Montenegro, Coordenadora de Comunicação da **Abralatas**.

A primeira etapa do prêmio passou por avaliação de comitê técnico de jurados. Depois, cada cervejaria estimulou seus clientes e seguidores nas redes sociais a votar no Prêmio. Em 2020, a lata que recebeu mais votos foi a **Eterno Retorno**, produzida em Minas Gerais; a medalha de prata foi para a paulistana **Dserve Blackberry**; e a terceira colocada foi a carioca **Se7e Vidas**.

Cada escolha para a composição das cervejas foi pensado com cuidado. A história das vencedoras você conhece nas páginas a seguir:





Foto: Divulgação

W*Kattz no Rio de Janeiro há seis anos. Com o *slogan* “Beba melhor, desperte seus sentidos”, a W*Kattz aposta em uma experiência multisensorial: une paladar, olfato e audição. Os sentidos podem ser ampliados para a visão e o tato. “É uma cerveja sonora”, aponta o artista gráfico Bruno Drummond, responsável por dar cara aos produtos da cervejaria.

“Quando fiz o primeiro trabalho para a W*Kattz, Luiz me mandou um solo de saxofone que um amigo compôs após beber a cerveja. Desde então, o som é a linha criativa que adoto para a marca”, complementa Drummond, que, ao dar o primeiro gole na Se7e Vidas, sentiu que ela soava como rock, em especial pelo amargor vindo do IBU alto, uma cerveja larger clássica tem entre 15 e 20 IBU.

O ano era 2015 e BB King, um dos maiores guitarristas de todos os tempos, tinha acabado de falecer. O negro gato que estampa a lata veio como uma homenagem ao ídolo. “A guitarra é de BB King, e por isso, precisava estar no palco”, lembra o artista. O croqui da ilustração de Drummond você confere abaixo. O verde do fundo da lata é uma referência aos lúpulos da cerveja. Os demais personagens são uma metalinguagem: fãs do gato que bebem a cerveja que está dentro da lata.

3^o
lugar

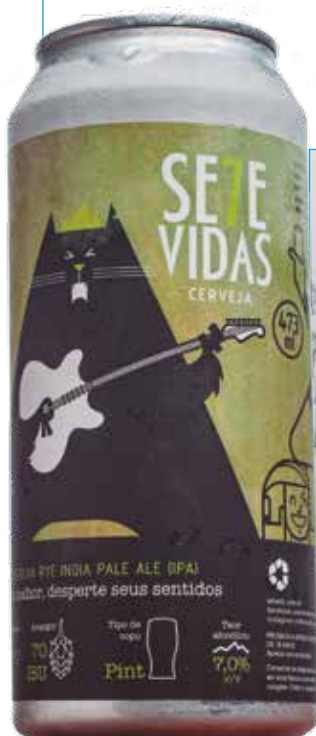
Sete vidas da cerveja

Um rótulo divertido deu cara a essa IPA carioca incorporada, de forte amargor.

Dizem que o gato tem sete vidas e traz sorte. Não foi só com a sorte que a cervejaria W*Kattz contou para ganhar o terceiro lugar do Prêmio Design na Lata 2020. Mas foi nas sete vidas do gato que o conceito desta IPA foi inspirado.

A cerveja Se7e Vidas *American Rye India Pale Ale* e o *design* de sua

lata tiveram como inspiração a crença popular de que o gato tem sete vidas. O número 7, a propósito, representa a perfeição na numerologia. “Busquei uma IPA e a fiz com 7 lúpulos diferentes, 7% de graduação alcoólica e 70 IBU”, conta o arquiteto e mestre cervejeiro responsável pela receita, Luiz Winter. Ele e a esposa, Adriana Winter, abriram a cervejaria





Pavê em forma de cerveja

Delicada como uma sobremesa, a cerveja Sour paulistana surpreende pela cor e equilíbrio entre sabores doces e amargos.

Uma cerveja com cara e textura de sobremesa foi a que levou a medalha de prata. A cerveja Dserve Blackberry da UX Brew, marca original de São Paulo que faz parte da Startup Brewing - uma aceleradora de *startups* cervejeiras que fornece um ecossistema de inovação, produção e distribuição de cervejas artesanais.

“Nosso objetivo é democratizar a cerveja artesanal através de várias iniciativas desde a produção até a entrega da cerveja para o cliente com muita tecnologia”, conta André Franken, sócio fundador da Brewing.

A UX Brew tem o propósito de entregar ao consumidor mais do que um simples gole de cerveja.

“Podemos inventar qualquer cerveja sem limite de criatividade, mas, ao final, o objetivo é entregar experiência sensorial diferenciada provocando os sentidos”, acrescenta Franken. A experiência da Dserve Blackberry certamente é surpreendente. A começar pela cor, um vermelho intenso que difere do amarelo tradicional das cervejas. O tom é influenciado pela adição de suco de amora durante uma das fases de fermentação.

“O que mais encanta é que é uma cerveja com gosto e cheiro de sobremesa, mas não perde o caráter da cerveja. Não é um líquido doce que você vai tomar como suco”, garante Aline Smaniotto, *sommelière* de cervejas e marketing da Startup Brewing. Identificada como uma *Pastry Sour Ipa*, a Dserve Blackberry tem ainda bolacha de *champagne* e lactose em sua formulação. A cerveja tem 30 IBUs e o lúpulo aparece com pouca acidez.



Foto: Startup Group / Bia Amorim

“Sobremesa, por favor”

Foi todo esse charme de uma *pâtisserie* que inspirou o desenho da lata. “A ideia é a de um garçom servindo uma sobremesa”, explica Nani Lima, responsável pelo *design* do segundo lugar. A Dserve BlackBerry tem uma irmã, com adição de suco de goiaba, que segue a mesma linha visual.

“Como a marca trabalha com tecnologia, o desenho traz um ar *hightech* quando mistura um rascunho que remete a desenho de computador”, explica Nani. A coloração de fundo foi uma referência à paleta de cores da amora. O diretor de arte defende entre seus clientes que a lata é a embalagem mais indicada para as cervejas artesanais. “A maior parte dessas cervejas são vivas. Como não permite a incidência da luz, a lata oferece melhores condições para a manutenção do frescor original”.

Fique atento

As inscrições para a edição de 2021 da premiação ocorrem em outubro pelo site da Abralatas. Neste ano, o concurso se chama “Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil”. Essa pode ser a chance de mostrar o seu trabalho para todo o País. O regulamento pode ser conferido no site: www.abralatas.org.br.





Filosofia de Bar

Com uma receita sustentável, a Staut mineira levou o primeiro lugar com um rótulo inspirado em Nietzsche.

O grande vencedor do prêmio foi o rótulo da cerveja Eterno Retorno. Resultado de uma parceria entre diferentes cervejarias do interior de Minas Gerais, essa *Russian Imperial Stout* tem uma veia filosófica. “Nos inspiramos na passagem de Nietzsche, em Zaratustra, que diz que tudo volta. As coisas acontecem novamente e a reflexão que fica é quanto nós estamos preparados para receber tudo de novo”, pondera o publicitário Douglas Issa, dono da Casa Orc de São Leopoldo (MG) que assina a bebida.

A cerveja foi feita durante a pandemia da Covid e sua concepção foi parte de um processo de reflexões sobre esses novos tempos. A Eterno Retorno é por si só uma cerveja sustentável e vem de uma outra filosofia - não de Nietzsche - de se fazer mais com menos. “Com o insumo de uma receita, fizemos duas: uma *stout* e, com o que sobrou do bagaço na panela, fizemos uma *dark malted*. Isso também corrobora com a questão do eterno retorno”, complementa Issa.



O desenho da lata da Eterno Retorno, concebido por Issa, mostra uma nave extraterrestre devolvendo um humano para a Terra. “O rótulo teve essa criação no comportamento do ser humano que parece não ter entendido muito bem como as coisas funcionam e, até os próprios extraterrestres, não aguentaram o humano lá e o devolveram”, brinca o publicitário.

Há dois anos, Douglas Issa e sua esposa deixaram as agências de publicidade e criaram a Casa Orc, uma cozinha-bar colaborativa. “A ideia foi oferecer comidas afetivas, saborosas e sustentáveis dentro de um projeto que reunisse diferentes habilidades, cada parceiro com o que melhor poderia contribuir”.

Até o início do isolamento em 2020, a Casa Orc não produzia as próprias cervejas, servia apenas a produção tercerizada de outros cervejeiros. Mas passaram fazer produção própria em 2020 e contaram com a colaboração de parceiros. Assim, em um ano, lançaram 20 rótulos. “Começamos com um financiamento coletivo para a produção da nossa primeira, uma *Amora Souer*, uma cerveja que ficou bem famosa e teve muita aceitação do público”, lembra.

Para Issa, o prêmio projetou a cerveja e a Casa Orc. “Estamos no interior de Minas e esse prêmio é de grande importância para o ambiente onde a gente está inserido. Faz as coisas se transformarem de um jeito diferente. Ser reconhecido em escala nacional foi incrível”, reconhece. Para ele, o prêmio mostrou um potencial para crescimento da marca e trouxe novos desafios quanto a pontos de venda e distribuição. ◦



Ser **VIP** é ter uma
empresa que oferece
inovação para sua
indústria em todos
os processos

Soluções para indústria de latas de alumínio.





GRUP

www.grupovipsericos.com.br



vip soluções
robóticas

A VIP Soluções Robóticas é especializada em robotização de operações com foco no aumento da eficiência e segurança operacional. Alia dispositivos físicos de ponta, como sensores de alta precisão e câmeras de leitura, com as melhores tecnologias em inteligência artificial na elaboração de soluções para otimizar operações, solucionar ineficiências e reduzir custos. A mais nova solução VIP Robótica em lançamento no mercado é a empilhadeira robotizada autônoma, que dispensa o controle direto do operador e exerce as mesmas funções de uma empilhadeira, mas de maneira mais segura e eficaz.

tempjob

Ancorada na nova lei de trabalhos intermitentes, a Tempjob é uma startup do Grupo VIP que nasceu para gerar a conexão entre empresas que necessitam contratar profissionais intermitentes ou temporários e os melhores candidatos às vagas disponibilizadas. Por meio de um aplicativo mobile extremamente intuitivo e algoritmos inteligentes, a Tempjob facilita e agiliza o processo de recrutamento e seleção, promovendo a combinação perfeita (*match*) entre o perfil da vaga oferecida e o perfil dos candidatos disponíveis, poupando tempo e excessivos esforços no processo de recrutamento e seleção.



VIP - Inovar para transformar.



viptecnologia

Vip Tecno atua com tecnologia de ponta em cinco grandes softwares de gestão especialmente desenhados para a indústria de latas com foco nas áreas de movimentação interna de produtos e insumos, gestão inteligente de armazéns, planejamento e controle transportes, gestão logística inbound e integração de facilities. Os sistemas VipTecno simplificam operações complexas, eliminam erros humanos, disponibilizam dados estratégicos e informações gerenciais em tempo real, aumentam a eficiência e potencializam a capacidade de demanda das operações.

vip InHouse e OnSite

A Vip InHouse e OnSite oferece serviços em operações totais ou parciais InHouse e OnSite, gerenciamento e execução de processos de movimentação interna de insumos e produto acabado, segregação para qualidade e teste, retrabalho em paletes e latas, contagens, etiquetagens, montagem de kits, endereçamentos, picking, cargas, descargas, conferência física e fiscal, controle de entrada e saída, fornecimento de sistemas de gestão, máquinas, equipamentos e mão de obra especializada. Operações integradas com processos inteligentes, ágeis e flexíveis.



vip

vip Operações Logísticas e Armazéns Gerais

A VIP Logística e Armazéns Gerais é comprometida com a segurança e a qualidade do produto ou insumo em todo o processo de armazenagem, dispõe de tecnologia de ponta e armazéns gerais em locais estratégicos de SP, SE, PI e PR, somando o total de mais de 30 mil m². Está pronta para assumir grandes demandas, partes ou toda a operação de armazenagem, centros de distribuição, estocagem, transferências, cross-docking, mapeamento, endereçamento, roteirização, rastreamento, fornecimento de sistemas de gestão de armazéns, máquinas, equipamentos e mão de obra especializada.

vip Gestão de Facilities

VIP Gestão de Facilities dispõe de colaboradores altamente treinados em procedimentos e processos de excelência em facilities para suprimento de grandes demandas hard e soft service fixo ou temporário. Atua na limpeza, conservação e manutenção de edificações, ambientes internos, externos, máquinas, equipamentos, áreas verdes, além de, controles de acesso, bombeiros, suporte administrativo, recepção, atendimento, locação de maquinários e de equipamentos. A gestão de facilities assegura o mantimento do ambiente corporativo organizado, seguro, limpo e produtivo.





vip Uniformes profissionais

A VIP Uniformes Profissionais oferece ampla linha de produtos que se adequam a diferentes necessidades e colaboradores de todos os setores da indústria, seja em linha de base operacional, laboratorial, social, jaquetas, blusas, coletes, camisas, camisetas e calças ou linhas que necessitam de modelos especialmente desenhados e personalizados para setores específicos. O parque fabril com máquinas automatizadas permite que pequenas ou grandes demandas sejam produzidas e entregues com agilidade em todo o país.

SESMT

A VIP SESMT presta serviços em assessoria e consultoria técnica, programas de treinamentos especiais, medições em campo, laudos, programas de prevenção e segurança, programas de delineamento de normas regulamentadoras e terceirização técnica. Experiência de 27 anos de serviços especializados em engenharia de segurança e medicina do trabalho para garantir a saúde e a segurança dos colaboradores e a qualidade e produtividade das operações da indústria.





CICOP

Centro Integrado de Controle de Operações

O Centro Integrado de Controle de Operações do Grupo VIP (CICOP) é uma central de controle, análise, informação, atendimento e suporte global das operações do grupo, que permanece à disposição ininterruptamente, 24 horas por dia, 7 dias por semana.

O CICOP tem como objetivo prestar apoio a todas as operações Onsite, Inhouse, Armazenagem, Facilities e Tecnologia de maneira integrada, propiciando monitoramento constante das operações e atendimento instantâneo para resolução de chamados.

Por meio de sistemas inteligentes que apresentam dashboards, indicadores e alertas de desvios de procedimentos e metas das operações em tempo real, o CICOP atua imediatamente para garantir a eficiência e eficácia das operações e fornece informações operacionais e estratégicas para melhor tomada de decisões.

- MONITORAMENTO DAS OPERAÇÕES;
- ATENDIMENTO AO CLIENTE;
- ANÁLISE CONSTANTE DE DADOS;
- MANTENIMENTO DA EFICIÊNCIA OPERACIONAL.





DE EXPERIÊNCIA NO MERCADO
DE LATAS DE ALUMÍNIO

GRUPO vip

Inovar para transformar.

vip soluções
robóticas

tempjob

viptecnologia

vip InHouse e OnSite

vip Operações Logísticas
e Armazéns Gerais

vip Gestão de
Facilities

vip Uniformes
profissionais

vip **SESMT**

vip Trabalhos
temporários

vip Ambiental

www.grupovipativos.com.br

+55 (14) 2106-7700 - Bauru-SP

+55 (11) 3136-1497 - São Paulo-SP

+55 (21) 3005-3040 - Rio de Janeiro-RJ

+55 (41) 2626-1256 - Curitiba-PR

+55 (61) 2017-0762 - Brasília-DF

+55 (62) 3181-0258 - Goiania-GO

+55 (71) 2626-2790 - Salvador-BA

+55 (85) 3182-5110 - Fortaleza-CE

+55 (31) 2626-1013 - Belo Horizonte-MG



OUÇA
NOSSA
RÁDIO



RÁDIO **vip**

A rádio que informa e inova



APONTE
A CÂMERA
DO CELULAR
E ACESSE
A RÁDIO



Congresso Internacional debate gestão de resíduos

A **Abralatas** apoiou e participou do II Congresso Internacional Cidades Lixo Zero, realizado em junho de 2021. O evento ocorreu no Museu da República, em Brasília (DF), e foi limitado à presença de 200 pessoas diante dos cuidados relacionados à pandemia. O alcance, contudo, foi bem maior: cerca de 5 mil internautas acompanharam as discussões.

A **Abralatas** reuniu representantes de cooperativas de

catadores de materiais recicláveis e gestores públicos de diferentes estados para debater parcerias na gestão de resíduos sólidos. O catador Anderson Nassif (sócio fundador da Cooperlol, assessor técnico da Ancat e Membro da Articulação Estadual do MNCR-SP) também participou dos trabalhos.

O presidente executivo da **Abralatas**, Cátulo Cândido, abriu o evento. A coordenadora jurídica da Abralatas, Camile Brandão, falou sobre o compromisso da Associação com a preservação ambiental e os esforços em prol da reciclagem. “Ao longo dos nossos 18 anos de existência, buscamos promover desenvolvimento econômico, mas sempre com respeito ao meio ambiente. Defendemos um modelo de transição de uma economia linear para uma economia circular, em que todos ganham: indústria, comércio, governo, consumidores e, principalmente, nosso planeta”, expôs Camile.

O tema é urgente e é preciso a mudança de mentalidades e práticas na gestão dos resíduos. “Mais de 30% do orçamento público é destinado à gestão incorreta de resíduos. Significa que, para cada R\$ 1 gasto na administração do lixo, paga-se R\$ 3 reais para enterrá-lo. Em grandes cidades, o prejuízo chega a R\$ 500 milhões por ano. Esse dinheiro poderia ser investido em serviços que dão mais oportunidades e qualidade de vida para as pessoas”, pontua o presidente do Instituto Lixo Zero Brasil e realizador do Congresso, Rodrigo Sabatini. Temas como compostagem, reciclagem, legislação, economia circular e a influência do conceito Lixo Zero estiveram no centro dos debates. As palestras ficaram gravadas e podem ser assistidas pelo site, disponível pelo QR Code está ao lado. ◊



Foto: Banco de Imagens - Abralatas

Anderson Nassif (Cooperlol) e Guilherme Caniello (Relações Institucionais da Abralatas) durante painel na Sala da Lata.



Abралatas promove workshop com associados

Também em junho, foi promovido o 1º *Workshop* Associados **Abралatas** no formato *online*. Participaram representantes das quatro Associadas Fundadoras e das 15 Associadas Empresas. Professor da faculdade de Engenharia da Mackenzie na área de sustentabilidade, Alaércio Nicoletti falou sobre ESG e sustentabilidade. “É importante ter compromissos em todos esses âmbitos”, ressaltou o especialista, que também é da área de sustentabilidade e melhoria contínua do Grupo Petrópolis.

“Podemos dizer claramente que as latinhas conquistaram os brasileiros. Ao passo que outros setores tiveram retração com a pandemia, o nosso teve de se adequar para atender à demanda crescente do mercado. Hoje, no Brasil, a cada segundo, mil latinhas são



Foto: Print da reunião virtual

abertas”, informou o presidente executivo da **Abралatas**, Cátilo Cândido, na abertura do evento.

Cada participante pôde compartilhar novidades, boas práticas e até mesmo desafios rumo a produções mais sustentáveis,

além de terem conhecido mais a fundo alguns dos principais trabalhos desenvolvidos pelos Comitês Técnicos da **Abралatas**. O evento contou com o patrocínio das associadas empresas Nalco-Ecolab e Stolle Machinery. ◊

Ação humanitária para catadores



Foto: Isadora Hernandez

Em 2021, mais de 3,5 mil cestas básicas foram distribuídas em 12 estados para ajudar na alimentação de 1.180 famílias. Assim como em 2020, a ação humanitária foi organizada pela **Abралatas**,

em parceria com o Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR/Ancat) e o Programa Mesa Brasil Sesc. Foram beneficiados catadores de materiais recicláveis de 37

cooperativas de todas as regiões do País. A ação teve o objetivo de reduzir o impacto da crise econômica provocada pela pandemia da Covid-19 na renda dos catadores. “Os catadores cumprem papel fundamental na reciclagem da latinha. Ficamos muito felizes em poder repetir o apoio neste ano”, resalta Lívia Costa, colaboradora da **Abралatas** que coordenou as ações.

Imunização

Catadores do Distrito Federal se vacinaram contra a Gripe Influenza em campanha realizada pela **Abралatas** em conjunto com a Caixa de Assistência dos Advogados do DF (CAADF) e OAB/DF. A ação ocorreu em agosto de 2021. ◊



REVISTA DA LATA - 2021

Revista da Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alumínio (Abralatas) - Especial Economia Verde.
Outubro de 2021. Tiragem: 1000 exemplares.

CONSELHO EDITORIAL

Cátilo Cândido, Guilherme Caniello, Vanessa Montenegro, Angélica Cordova e Isadora Hernandez.

TEXTOS

Olaria 7 Comunicação: Angélica Cordova, Erika Menezes e Chico Macedo.

REVISÃO

Reinaldo Kagi e Lucas Machado.

PROJETO GRÁFICO

Olaria 7 Comunicação: Angélica Cordova e Ekster Gomes.

IMPRESSÃO

Athalaia Gráfica e Editora

Esta revista foi impressa em papel ecoeficiente proveniente de florestas plantadas.

SAUS Quadra 01 Bloco M Sala 1202 E. Libertas • CEP: 70070-935
Tel/Fax: (61) 3327-2142 • E-mail: abralatas@abralatas.org.br
Presidente do Conselho de Administração: Wilmar Arinelli
Presidente Executivo: Cátilo Cândido.
www.abralatas.org.br



ASSOCIADAS FUNDADORAS



ASSOCIADAS EMPRESAS



FERMAM

Ferramentaria

Atuante no mercado desde Junho de 2002, a Fermam Ferramentaria é uma empresa prestadora de serviços para a área metal mecânica, conformação de latas, conformação de autopeças quente, morno e frio dispositivos para fixação, bem como a produção de peças e serviços de usinagem sob desenho, especiais ou em série.



Rodovia Antonio Heil
Km21. 7170
Bairro Limoeiro
Brusque - SC
88352-502

VENDAS

vendas@fermamferramentaria.com.br
teixeira@fermamferramentaria.com.br

(47) 3350-3900
(47) 3350-7413
(47) 3350-9186

Clodoaldo Teixeira
(47) 9 9989-0221

Em 2030 a demanda de água será 56% maior que o seu fornecimento.

O que fazer diante desse dado?

Na Nalco Water somos apaixonados pela água - em 2020, conseguimos mais de **3,78 bilhões de litros de água** para nossos clientes e nossa experiência e soluções ajudam a reduzir, reutilizar e reciclar a água e proteger este precioso recurso.

Seja nosso parceiro e otimize seus processos com soluções inovadoras e sustentáveis que lhe permitirão reduzir seus custos operacionais totais.

