

METÁLICAS

# Mercado em evolução

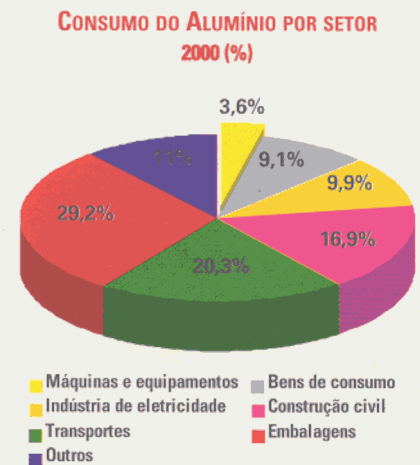
O segmento de embalagens puxa o crescimento do mercado de alumínio e as novas aplicações impulsionam os investimentos no setor de embalagens de aço, que em 2001, injetou US\$ 8 milhões

As novas aplicações focadas para os segmentos de petfood, cervejas em latas e gourmet têm aquecido o mercado do aço, assim como os formatos diferenciados e sistemas de abertura para setores tradicionais como tintas e vernizes, conservas e atomatados. Nos últimos anos, os fabricantes de embalagens de aço desenvolveram as seguintes inovações: latas para transporte de produtos perigosos homologadas pelo Ministério da Marinha; caixas para CDs, roupas e artigos de perfumaria, latas decorativas para panetones, candies e chocolates, latas para bebidas e soft drinks, embalagens para tintas com frisos verticais e novos dispositivos de fechamento, embalagens com tampa abre-fácil, latas para ração animal, para óleos lubrificantes, aerossóis, entre outros. Em 2001, os investimentos no setor alcançaram valores da ordem de US\$ 8 milhões. O consumo de folha-de-flandres/folha cromada registrou um crescimento um pouco superior ao do PIB, cerca de 2% e 4% em 2000. Já o índice de reciclagem do aço saltou de 17% em 1992 para 40% em 2000/2001. Atualmente, segundo dados do Prolata, a indústria de embalagem de aço produz 700 mil toneladas de latas por ano, que respondem por 20% do mercado brasileiro de embalagens, detendo 80% do share do setor de óleos comestíveis, 98% do mercado de tintas e vernizes e 80% da produção de alimentos industrializados, tais como molhos de tomate, seletas de legumes, doces, leite em pó, etc.

Entre janeiro e setembro de 2001, o consumo doméstico de transformados de alumínio registrou crescimento de 13,1% em

relação a igual período de 2000 e deverá encerrar o ano com aumento de 11,4% e volume recorde de 742,9 mil toneladas, segundo dados da Associação Brasileira de Alumínio (Abal). O maior volume consumido pelo setor foi de 704 mil toneladas, em 1998. O setor de chapas e lâminas cresceu 16,2% em consequência do bom desempenho dos segmentos de construção civil e de embalagens. Em volume, destaca-se o setor de laminação pura, que registrou 283,1 mil toneladas e aumento de 13,3% sobre o período janeiro-setembro de 2000. Esse resultado é atribuído ao aumento da demanda da indústria de latas, cuja produção cresceu 12,4%, atingindo 7,26 bilhões de unidades.

No setor de reciclagem de alumínio, o mercado brasileiro movimenta R\$ 750 milhões e envolve aproximadamente 2 mil empresas e mais de 150 mil pessoas que vivem hoje no país exclusivamente da coleta de latas de alumínio. Em 2000, o Brasil reciclou 78% de todas as latas de alumínio para bebidas consumidas, o que representa 102,8 mil toneladas. É um dos maiores índices do mundo, à frente, inclusive, dos Estados Unidos (62%). A indústria do alumínio desenvolve, continuamente, programas específicos de reciclagem em parceria com escolas, hospitais, clubes e entidades de classe. Mais de 200 palestras são ministradas por ano em escolas de 1º e 2º grau e em universidades, mostrando os benefícios da reciclagem para a qualidade de vida e para a proteção do meio ambiente. Atualmente, 21 mil escolas e instituições de todo o país estão cadastradas em programas permanentes de reciclagem de latas de alumínio.



Fonte: Abal

## Tendências: embalagens metálicas para bebidas

A importância mundial do segmento de bebidas no mercado de embalagens impulsiona os contínuos investimentos e desenvolvimentos, principalmente nos últimos anos, em função de fatores como a consciência em relação ao meio ambiente, a alteração no perfil e exigência do consumidor, o progresso da tecnologia, o fator econômico, entre outros. No segmento de embalagens metálicas, segundo o estudo Brasil Pack Trends 2005, as latas de duas peças têm apresentado uma constante redução do diâmetro da tampa, que passou de 65 mm para os atuais 52 mm. Esta redução resultou em importante economia de material, além de facilitar o empilhamento das latas. Também tem-se verificado, a contínua redução de espessura do material e conseqüentemente do peso. No Brasil, as latas de alumínio pesam, em média, 12 gramas, e as de aço, cerca de 26 gramas. A espessura da folha para produção de tampas de alumínio também está sendo reduzida, com uma previsão de que possa atingir valores de 0,20 mm num futuro próximo. Ainda de acordo com o estudo, existem várias soluções para as tampas de latas de bebida como a chamada Z-Tab, que garante que a lingüeta seja puxada para fora da lata, melhorando a higiene; a tampa stay on tab spout, que incorpora um bico para a ingestão da bebida; a tampa com o push plus tab, anel com painel de formato convexo que se desloca ao ser pressionado, aumentando o espaço para o seu manuseio e a abertura da lata e a tampa pop 'n' pour, em que a abertura é três vezes maior que a abertura convencional para facilitar a remoção do conteúdo



Latincan: promovendo a atualização de informação.

em latas contendo produtos concentrados. Outra tendência que se destaca é o uso de latas para bebidas quentes, disponibilizadas em máquinas específicas, com um rótulo especial que oferece isolamento térmico, permitindo ao consumidor segurar confortavelmente a embalagem. Na mesma linha, surge um tipo de revestimento duplo, introduzido para retardar o aumento da temperatura da bebida durante o consumo do produto, assim como impressões com recurso de alteração de cor, que indicam que a temperatura ideal para consumo foi atingida.

## Perspectivas do setor

A indústria transformadora de folhas-de-flandres, incentivada pela recuperação de mercado ocorrida em 1999, trabalha com perspectivas de crescimento da demanda de 6% em média para latas e de 3% para tampas. Este novo cenário, segundo o estudo Brasil Pack Trends 2005, é explicado pelo fato de que as latas têm conquistado atualmente maior espaço no mercado, em decorrência dos altos preços apresentados pelos cartonados e PET, seus concorrentes diretos. O setor deve implementar investimentos no valor de R\$ 130 milhões, distribuídos entre melhorias operacionais (62%), desenvolvimento de novos produtos (28%) e aumento da capacidade produtiva (10%). O retorno médio esperado é de 40% ao ano. Os fatores que podem decidir os próximos investimen-

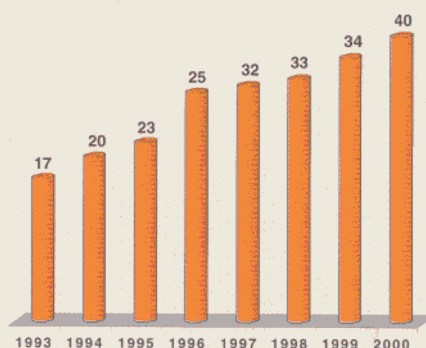
tos são o surgimento de novas tecnologias que reduzam custos e aumentem a velocidade de produção e o aumento da capacidade em resposta ao comportamento da demanda.

No segmento de alumínio, as empresas não pretendem investir, apesar de trabalharem com uma expectativa média de crescimento de demanda em torno de 7,5% e um aumento de penetração das latas de alumínio no segmento de sucos prontos. A expectativa de crescimento de demanda caiu 12% em relação a 1999, em virtude do aumento da concorrência com o vidro, que reduziu seus custos para ser mais competitivo e aumentou a sua participação no segmento de refrigerantes. Essa retenção de recursos disponíveis para investimentos pode ser explicada pelo alto valor mencionado na pesquisa anterior realizada pela Arthur Andersen, direcionados ao aumento da capacidade produtiva. As indústrias do setor passam agora por um período de maturação desses investimentos e reavaliação estratégica acompanhando as tendências que apontem para um reaquecimento da economia.

## Latincan: promovendo negócios

Criada há 9 anos para promover um fórum de discussões visando a atualização de informações e a aquisição de tecnologia de ponta, a primeira edição da Latincan aconte-

EVOLUÇÃO DA TAXA DE RECICLAGEM DE EMBALAGENS DE AÇO (%)



Fonte: Prolata

ceu em Valencia, na Venezuela, com a participação de 12 profissionais dos Estados Unidos e Venezuela. A partir daí o encontro cresceu e transformou-se em uma conferência que, em 2000, reuniu mais de 300 pessoas. O evento já foi sediado também no México e a próxima edição, marcada para o período de 20 a 22 de fevereiro de 2002, será no Hotel Intercontinental, no Rio de Janeiro, com a participação de empresas como a Alcan do Brasil, Brasilata, Rieke, Sonoco, Crown Cork Embalagens, Latasa, entre outras. Estão programados os seminários "Tecnologia para Alimentos & Latas Especiais" e "Tecnologia para Cervejas e Refrigerantes", que vão abordar temas como Fabricação de Latas Repuxadas em Aço Pré-Tratado (Can Industry Products), Especificações de tintas UV para sua linha de Impressão (Nordson Corp), Tecnologia em Ferramental de Recravação (Carnaud Metalbox), Latas de 2 peças para Bebidas, Conversão para Aço (Continental Can Europe) e Fabricação de Latas de 2 peças Wet-on-Wet (Inx International Ink Co). Haverá também mesas redondas formadas sobre áreas de interesse dos fabricantes de latas, como Redução de Peso e Pescoço 202, Melhoria na Qualidade de Impressão e Solução de Problemas e Redução de Perdas. O evento reserva ainda a cerimônia de entrega do Prêmio Latincan, co-patrocinado pela Cantech Magazine, premiação dedicada ao reconhecimento das conquistas dos fabricantes de embalagens metálicas da América Latina. As empresas concorrem nas categorias Bebidas 2 peças; Bebidas 3 peças; Alimentos 2 peças; Alimentos 3 peças; Aerossóis; Promocional/Decorativa; Linha Geral; Fundos e Tampas & Fechamentos. Na última edição, em 2000, a Brasilata e a Real Embalagens saíram vencedoras. Tel: (11) 3057-1887, site: www.latincan.org

MERCADO DE ALGUNS TIPOS DE EMBALAGENS METÁLICAS (2000)

EMBALAGEM	PRODUTO	TONELADAS
Aerossóis	Vários	9.842,0
Latas	Cereais em pó	15.834,6
	Chocolate	22.725,5
	Leite condensado	27.645,8
	Leite em pó	58.281,5
	Óleo comestível e gordura	183.601,1
	Tinta	33.309,2
	Tomate	29.609,0
	Vegetais em conserva	43.617,6
<b>Total</b>		<b>414.624,3</b>
Latas 2 peças	Bebidas carbonatadas	18.783,4
Latas retangulares	Óleo comestível e gordura	11.879,8
	Peixe em conserva	14.834,1
	Tinta	47.396,8
<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>74.110,7</b>

Fonte: Datamark