



REVISTA DA LATA

EDIÇÃO 2016



**Todos
por uma
economia
de baixo
carbono**

Desempenho do setor no Brasil em 2015

IVES GANDRA MARTINS
O MEIO AMBIENTE NA
CONSTITUIÇÃO E A ATUAÇÃO
DO ESTADO

MELISSA COLE
NO EMBALO DA
LATINHA

JOÃO BORGES
SUSTENTABILIDADE
COMO CULTURA

JOSÉ SARNEY FILHO
COMPROMISSO COM
A ECONOMIA LIMPA

RENAULT CASTRO
TRIBUTAÇÃO
VERDE E CONSUMO
SUSTENTÁVEL

Sumário » » »

Apresentação: <i>Diálogo por uma economia de baixo carbono</i> » Jorge Angel Rosa Garcia	»»	3
Institucional: <i>Crescimento e responsabilidade na crise</i> » Renault Castro	»»	5
Mercado: <i>Setor ganha nova configuração com entrada de player e aquisição de fabricante</i>	»»	6
Resultados: <i>Novos formatos e produção descentralizada ampliaram presença da lata no mercado de cerveja</i>	»»	9
Expectativas: <i>Minilatinhas caem no gosto do consumidor na busca por menos calorias</i>	»»	12
Artigo: <i>O meio ambiente na constituição e a atuação do Estado</i> » Ives Gandra da Silva Martins	»»	14
Mercado: <i>Lata para todos</i>	»»	16
Artigo: <i>No embalo da latinha</i> » Melissa Cole	»»	18
Sustentabilidade: <i>Acordo histórico define responsabilidades e torna viável aumento da reciclagem de materiais</i>	»»	20
Artigo: <i>Sustentabilidade como cultura</i> » João Borges	»»	22
Sustentabilidade: <i>Lata mantém índices de reciclagem próximos a 100% e reduz impacto ambiental</i>	»»	24
Eventos: <i>Economia de baixo carbono deve ser prioridade, mesmo com crise</i> » Ciclo de Debates Abralatas 2015	»»	26
Eventos: <i>Tributação Verde recebe adesões em evento da Abralatas</i> » Ciclo de Debates Abralatas 2016	»»	29
Entrevista: <i>Ministro reforça compromisso com a economia limpa em evento da Abralatas</i> » José Sarney Filho	»»	30
Economia Circular: <i>Fórum Economia Limpa</i> » Ciclo de Debates Abralatas 2016	»»	33
Economia Circular: <i>Publicação traz a base teórica para uma nova ética tributária</i>	»»	44
Economia Circular: <i>Constituição determina Tributação Verde</i>	»»	45
Artigo: <i>Tributação Verde e consumo sustentável</i> » Renault Castro	»»	46
Dados do Setor	»»	48
Ponto Final: <i>Prestígio internacional</i>	»»	57





Jorge Angel Rosa Garcia,
presidente do Conselho
Diretor da Abralatas

Jorge Angel Rosa Garcia



Diálogo por uma economia de baixo carbono

Produzir a embalagem mais reciclada do mundo nos enche de orgulho e responsabilidade. A lata de alumínio para bebidas começou a ser produzida no Brasil em 1989 e, logo em seguida, o setor implantou um sistema de logística reversa que seria modelo para a Política Nacional de Resíduos Sólidos, estimulando, fortalecendo e capacitando cooperativas de catadores de materiais recicláveis.

Não paramos por aí. A Abralatas passou a realizar encontros para debater melhores soluções socioambientais para o país, com o Ciclo de Debates Abralatas. Agora, chegamos a um momento importante, com o debate ampliado sobre Economia Limpa, realizado em parceria com o jornal Folha de São Paulo. A Tributação Verde é o caminho, dizem os especialistas, para uma economia de baixo carbono.

Esta edição da Revista da Lata mostra como o tema é considerado relevante para diversos setores da economia. Não se trata de uma demanda da latinha, com seus índices de reciclagem próximos a 100%. A Tributação Verde precisa entrar de vez na cultura fiscal brasileira porque o consumo sustentável deve, necessariamente, ser alcançado. É o que trata o artigo do tributarista Ives Gandra Martins. O impacto de nossas decisões também é tratado no artigo do jornalista João Borges.

A revista apresenta também os novos *players* do setor de latas de alumínio para bebidas, com a incorporação global da Rexam pela Ball e a entrada de um novo fabricante no Brasil, a Ardagh Metal Beverage Brasil. Para o setor, composto também pela Crown Embalagens, momento de planejamento e definição de novos investimentos, num cenário econômico incerto.

Há um interesse constante por novas alternativas de formato e tamanho por parte da indústria de bebidas que busca se adequar às diversas demandas do consumidor.

A lata conquista mercado entre as cervejarias artesanais, que encontram na embalagem a melhor solução para a manutenção do sabor da bebida. Especialistas como a jornalista inglesa Melissa Cole, que nos brinda com um artigo nesta edição, sabem que a lata evita o impacto da luz e do oxigênio sobre a cerveja. Já estão nas ruas soluções para abastecer esse mercado crescente.

O certo é que temos um diálogo constante com clientes, fornecedores, governos, catadores, estudiosos, consumidores. Um diálogo que fortalece o setor cada vez mais.





Renault Castro, presidente executivo da Abralatas, é economista (M.Sc.), com MBA em Direito Econômico.

Renault Castro



“A latinha ganha mercado ano a ano, especialmente por ter apostado na descentralização da produção e na fabricação de embalagens em formatos e tamanhos diferenciados.”

Crescimento e responsabilidade na crise

O país passa por uma de suas piores crises econômicas e seus reflexos podem ser vistos por toda parte. O Produto Interno Bruto despencou em 2015, chegando ao pior resultado desde 1990. O desemprego passou da marca de 10%, reduzindo a renda *per capita* e o consumo, fechando um ciclo que afetou a produção industrial. Nesse cenário, que provocou retração também na produção de bebidas, não houve como comemorar o crescimento de 1% nas vendas de latas para bebidas registrado em 2015.

A latinha ganha mercado ano a ano, especialmente por ter apostado na descentralização da produção e na fabricação de embalagens em formatos e tamanhos diferenciados. Assim, a expectativa para 2016 continua no mesmo ritmo, com possibilidade de crescimento mínimo, desempenho que já seria digno de nota numa economia que mantém previsão de queda próxima a 3,8%.

Com isso, a comercialização brasileira de latas para bebidas se aproxima de uma marca importante: 25 bilhões de unidades/ano. E justo em um momento importante para o setor, que passa a apresentar uma nova configuração estrutural. Entra um novo *player*, a europeia Ardagh, e dois fabricantes, Rexam e Latapack-Ball, fundem-se para formar a Ball, completando o time de produtores com a Crown Embalagens. Cada um na sua estratégia concorrencial, atuam cautelosos com seus planos de expansão porque as circunstâncias econômicas do país assim o exigem.

Ao longo desses 27 anos da latinha no país, os fabricantes investiram forte para descentralizar a produção, oferecendo a embalagem aos produtores de bebidas de todas as regiões. Hoje são 20 unidades industriais – quatro delas de tampas – que conquistam o consumidor com embalagens adequadas a cada momento de consumo.

Os novos nomes do setor – Ardagh, Ball e Crown – saberão encontrar novas soluções para o mercado brasileiro.

As características da lata, entretanto, chamam a atenção para outro ponto importante no cenário internacional. A Conferência do Clima (COP 21), realizada em Paris, motivou governos a apresentarem alternativas de redução das emissões de carbono. O governo brasileiro concentrou os seus compromissos no combate ao desmatamento ilegal e no reflorestamento, dois pontos com forte impacto no controle das emissões e propôs-se também a estabelecer um prazo para a descarbonização da economia, determinando que até 2100 o Brasil eliminará as suas emissões de gases poluentes na atmosfera.

Há alguns anos a Abralatas coloca em debate a proposta de adoção da chamada Tributação Verde, ou seja, a implantação de um modelo tributário que leve em consideração os impactos ambientais dos diversos bens e serviços. Definitivamente não é o caminho mais fácil. Mas são incalculáveis os resultados da utilização desse sistema na cultura socioambiental de uma comunidade, bem como o seu impacto na educação ambiental e os seus reflexos na preservação do meio ambiente.

Trata-se de uma opção que viabilizaria o alcance de um nível de consumo sustentável, compatível com uma economia de baixo carbono. Mas, infelizmente, a aceitação desse modelo pelo governo brasileiro ainda é pequena e diminui especialmente em momentos de crise.

De qualquer forma, os fabricantes da embalagem mais reciclada do mundo estão dando a sua contribuição. E estarão sempre prontos a colaborar com os setores que trabalham para reduzir o impacto ambiental de suas atividades.



Setor ganha nova configuração com entrada de player e aquisição de fabricante

“Em 2015, foram comercializadas 24,1 bilhões de latas para bebidas no Brasil, o terceiro maior mercado mundial, atrás apenas da China e dos Estados Unidos.”



O Brasil conta com um novo *player* no mercado de fabricação de latas para bebidas. A companhia europeia Ardagh (Ardagh Group) adquiriu 20% das fábricas de produção de latas e tampas para bebidas da Ball e da Rexam na Europa, no Brasil e nos Estados Unidos, em um acordo avaliado em US\$ 3,42 bilhões. Nessa nova configuração do setor, a Ardagh passa a atuar no Brasil como a terceira maior fabricante de embalagens para bebidas do mundo.

“Estamos satisfeitos em expandir nosso negócio de embalagens com a adição de uma empresa líder na fabricação de bebidas em lata”, afirmou o presidente da Ardagh, Paul Coulson, à revista The Manufacturer. Para ele, a operação é complementar aos negócios em que já operam, nos setores de metal e de vidro.

A venda dos ativos da Ball para a Ardagh incluiu 12 fábricas na Europa, oito nos EUA e duas no Brasil. A entrada da fabricante de embalagens, sediada em Luxemburgo, atende a uma exigência dos órgãos reguladores em todo o mundo para a aprovação da aquisição da Rexam pela Ball por US\$ 6,85 bilhões. No caso brasileiro, a medida atende às exigências apresentadas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) para aprovação da operação.

De acordo com analistas da Morningstar, líder em pesquisas independentes de investimentos, as duas companhias (Ball e Rexam) detinham 69% do fornecimento de latas para bebidas na Europa, 74% no Brasil e 60% na América do Norte.

Com a aprovação pelo CADE, a Ball passou a ter fábricas em Águas Claras (RS), Belém (PA), Brasília (DF), Cuiabá (MT), Extrema (MG), Jacaréi (SP), Pouso Alegre (MG), Recife (PE), Santa Cruz (RJ) e Três Rios (RJ), além de unidades produtoras de tampas em Simões Filho (BA), Manaus (AM) e Recife (PE).

“Essa aquisição permite à Ball ter as melhores práticas das duas empresas e, com isso, aumentar a eficiência das nossas operações”, afirmou Carlos Medeiros, presidente da empresa no Brasil.

Dessa forma, a Ball passa a ser líder do mercado brasileiro de latas para bebidas, seguida pela Crown Embalagens, que tem unidades em Cabreúva (SP), Estância (SE), Manaus (AM), Ponta Grossa (PR) e Teresina (PI), e pela Ardagh, que passou a administrar as unidades de Alagoinhas (BA) e Jacaréi (SP).

Em 2015, foram comercializadas 24,1 bilhões de latas para bebidas no Brasil, o terceiro maior mercado mundial, atrás apenas da China e dos Estados Unidos.





Setor em alerta



A crise econômica pela qual passa o país também preocupa o setor de fabricação de latas para bebidas. “Acreditamos que devido ao cenário econômico desfavorável, 2016 pode fechar com retração no nosso setor, a primeira depois de vários anos de crescimento. Diferentemente do que ocorreu por ocasião da Copa do Mundo de Futebol, as Olimpíadas, por serem um evento localizado, não devem agregar grande volume ao consumo de latas para bebidas neste ano”, afirmou o presidente da Crown Embalagens, Wilmar Arinelli.

Porém, as fabricantes apostam que a versatilidade da lata é o que manterá esse mercado aquecido. “Tanto a Crown quanto seus concorrentes têm à disposição dos clientes diversos tamanhos e formatos de lata. Essa diversidade é sem dúvida uma vantagem competitiva em relação a outras embalagens, pois viabiliza o atendimento em diversos momentos de consumo. Além disso, o uso de tintas e vernizes especiais permitem várias configurações de rótulo, tornando a lata uma embalagem muito mais versátil para nossos clientes”, concluiu Wilmar.

Para a Ball, o reforço nas ações para fortalecer ainda mais a imagem da lata como melhor alternativa de embalagem para bebidas se torna de fundamental importância. “A estratégia da empresa é de viabilizar cada vez mais a lata em alternativa às outras embalagens para bebidas. Em termos de novidades, destaco o lançamento de um novo rótulo, a Therezópolis Premium Beer. Trata-se de uma cerveja artesanal, segmento que vem em franco crescimento e que acompanhamos com bastante atenção”, concluiu Carlos Medeiros, presidente da Ball no Brasil.



WILMAR ARINELLI
Presidente da Crown Embalagens



CARLOS MEDEIROS
Presidente da Ball no Brasil



Alagoinhas-BA
Jacareí-SP



Águas Claras-RS
Belém-PA
Brasília-DF
Cuiabá-MT
Extrema-MG
Jacareí-SP
Manaus-AM
Pouso Alegre-MG
Recife-PE (duas unidades)
Santa Cruz-RJ
Simões Filho-BA
Três Rios-RJ



Cabreúva-SP
Estância-SE
Manaus-AM
Ponta Grossa-PR
Teresina-PI

FÁBRICAS DE CORPO

- Ardagh Metal Beverage Brasil
- Ball
- Crown Embalagens

FÁBRICAS DE TAMPA

- Ball
- Crown Embalagens



Novos formatos e produção descentralizada ampliaram presença da lata no mercado de cerveja

“O uso da embalagem no mercado de cerveja cresceu 10 pontos percentuais nos últimos cinco anos, mesmo com um aumento de apenas 2,8% na produção da bebida.”



Os números do Sistema de Controle da Produção de Bebidas (Sicobe), da Receita Federal, revelam que a estratégia dos fabricantes de latas de alumínio para bebidas em descentralizar a produção no Brasil obteve resultados significativos. O uso da embalagem no mercado de cerveja cresceu 10 pontos percentuais nos últimos cinco anos, mesmo com um aumento de apenas 2,8% na produção da bebida. A análise detalhada desses números aponta um dado ainda mais relevante. Em algumas regiões, a participação da lata já passa dos 60%, atendendo a uma demanda crescente do consumidor brasileiro.

“A lata de alumínio ganhou novos formatos e tamanhos, adaptando-se a momentos distintos de consumo, e se aproximou ainda mais do dia a dia do brasileiro. As grandes cervejarias perceberam esse crescimento da demanda e hoje a lata já se aproxima de 50% de *market share* da bebida alcoólica mais consumida no país”, analisa Renault Castro, presidente executivo da Abralatas. O Brasil produziu 13,8 bilhões de litros de cerveja em 2015.

No primeiro semestre de 2016, indica o Sicobe, a lata apresentou um leve aumento na sua participação entre as embalagens da bebida, em relação ao mesmo período do ano passado. A embalagem envasou 46,7% da cerveja fabricada no Brasil, contra 46,0% registrados em 2015. A produção de cerveja, entretanto, registrou uma queda de 2,3% no período (cerca de 140 milhões de litros a menos).

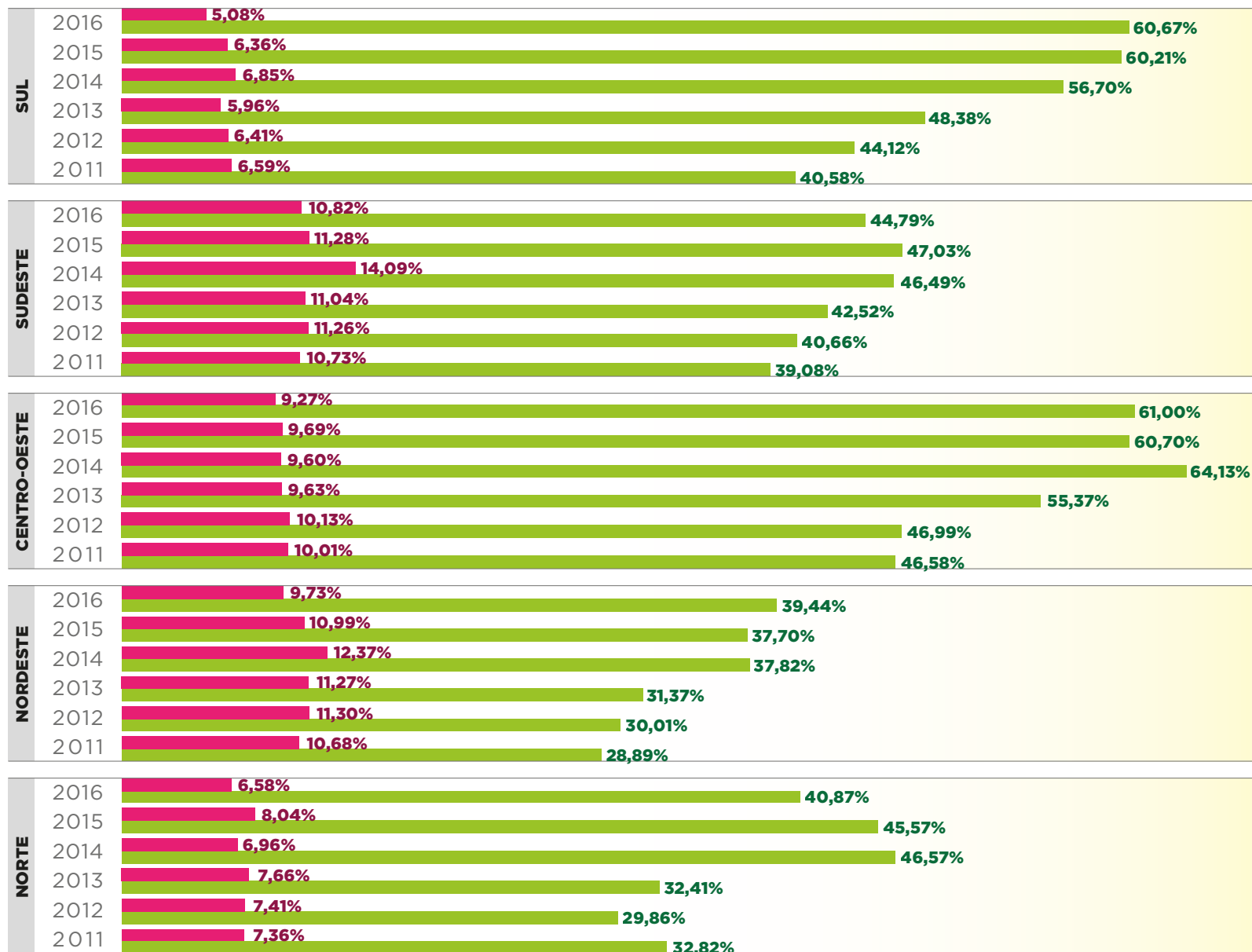
Sempre analisando pelos primeiros seis meses do ano, o consumo de cerveja em lata no Brasil teve um sólido aumento, saindo de 36,4% em 2011. O crescimento de 10 pontos percentuais na participação da lata foi ainda mais surpreendente na Região Sul, onde o aumento atingiu 20,1 pontos percentuais nos últimos cinco anos, passando de 40,6% no primeiro semestre de 2011 para 60,7% nos seis primeiros meses de 2016.

A ampliação das linhas de produção de latas permitiu um maior envasamento de cerveja na embalagem também na Região Centro-Oeste, onde a participação pulou 14,4 pontos percentuais. Representava 46,6% em 2011 e chegou a 61,0% em 2016, a maior taxa de participação entre todas as regiões.

Em termos de volume, a lata ganhou relevante espaço também na Região Sudeste, onde passou de 39,1% para 44,8% nos últimos cinco anos. Esse crescimento de 5,7 pontos percentuais na região representa o envasamento de aproximadamente 250 milhões de litros a mais.

Segundo maior mercado de cerveja do país, o Nordeste apresentou um aumento de 10,5 pontos percentuais no consumo de lata nos últimos cinco anos. A embalagem atingiu 39,4% de participação, envasando 170 milhões de litros da bebida a mais do que no primeiro semestre de 2011.

Brasil: *market share* da lata em cerveja e em refrigerante - 2011 a 2016* (Em %)



■ Refrigerante ■ Cerveja

Fonte: Sistema de Controle de Produção de Bebidas da Receita Federal (SICOBEBE). Elaboração: Abralatas.
* 1º semestre de 2016



SAIBA MAIS
sobre os dados do setor
na página 50





Minilatinhas caem no gosto do consumidor na busca por menos calorias

Os hábitos de consumo da população são indicativos fundamentais na elaboração dos produtos por parte da indústria e, vez ou outra, acabam provocando verdadeiras revoluções. Prova disso são as minilatinhas, como os formatos *squat*, *slim* e *sleek* de 250 ml e 269 ml, nova aposta dos fabricantes de refrigerantes que perceberam a mudança de comportamento de seu público, cada vez mais preocupado com o consumo exagerado de calorias. Preço e praticidade são outros fatores que também levaram esses produtores a ajustes na linha de produção, ao aumentarem o espaço das minilatinhas em seus *portfolios*. Aposta certa.

Um dos pontos que faz das minilatinhas um sucesso entre os consumidores diz respeito à saúde, considerando principalmente que mais da metade da população tem problemas relacionados com o excesso de peso.

A queda no consumo de refrigerantes emitiu um alerta à indústria. De acordo com dados recentes do

Sistema de Controle de Bebidas da Receita Federal do Brasil (Sicobe), nos seis primeiros meses de 2016, a queda acumulada chegou a 4,2% frente ao mesmo período de 2015. Sendo assim, as minilatinhas de 250 ml, que têm 100 ml a menos que as tradicionais e, conseqüentemente, menos calorias, tornaram-se uma agradável opção aos consumidores que não querem deixar a bebida de lado, mas sem exagero.

Outra questão diz respeito ao preço. “As grandes empresas fizeram pesquisas e perceberam que os consumidores preferem a bebida em embalagens menores, e que estas fazem com que as pessoas comprem mais”, afirma Ana Victoria Gonçalves, do Departamento de Economia da Associação de Fabricantes de Refrigerantes do Brasil (Afrebras). O refrigerante em lata de 250 ml (formato *squat* de 8,4oz) pode ser encontrado por cerca da metade do preço do refrigerante em embalagem de 600 ml. Ou seja, ajuda quem quer economizar também.



“Os formatos *squat*, *slim* e *sleek* de 250 ml e 269 ml, são a nova aposta dos fabricantes de refrigerantes que perceberam a mudança de comportamento de seu público.”





A estratégia dos fabricantes de refrigerantes vem alcançando bons resultados no Brasil. Prova disso é que a meta da Coca-Cola é ter as embalagens menores disponíveis em 70% dos pontos de venda de todo o país até o fim dos Jogos Olímpicos.

A estratégia da Coca-Cola Brasil em relação ao investimento em embalagens menores teve início em 2006, quando a lata *squat* foi lançada com o objetivo de atender ao consumidor em trânsito. A ideia de oferecer diferentes tamanhos para diferentes momentos de consumo foi avançando e se consolidando na busca por se adaptar aos diferentes paladares e estilos de vida, seja com açúcar ou com adoçantes, estimulando o consumo de bebidas gaseificadas em embalagens menores.

O mais novo lançamento no mercado foi feito pela H2OH, que diminuiu o tamanho e mudou o material da embalagem de alguns sabores da bebida, originalmente de 500 ml em PET, para 310 ml em lata nas versões limão e limoneto. “Cada vez mais nosso objetivo é oferecer produtos que atendam às necessidades dos consumidores em



diferentes momentos”, conta Felipe Ghiotto, diretor de marketing da marca.

Participação da lata – Os números do Sistema de Controle de Produção de Bebidas da Receita Federal do Brasil (Sicobe) indicam um leve crescimento da participação da lata no mercado de refrigerantes em 2015, apesar da queda geral da produção da bebida. A lata representou 10,03% do volume total de refrigerante fabricado no Brasil, enquanto em 2014 a participação foi de 9,97%. A produção de refrigerantes em 2015 caiu 4,4%, aponta o Sicobe.

Segundo o presidente executivo da Abralatas, Renault Castro, a tradicional latinha de 350 ml reinava absoluta, mas nos últimos anos houve diversificação da produção. Hoje, pelo menos um terço do que é produzido no país está em formato diferente do tradicional, com latas maiores e menores. “Com investimentos e novas linhas de produção, foi possível atender à necessidade do consumidor e dos envasadores, oferecendo latas em formatos e tamanhos adequados a cada ocasião de consumo”, concluiu.





Ives Gandra da Silva Martins, Advogado tributarista, escritor e jurista brasileiro, é doutor em Direito e Professor Emérito pela Universidade Mackenzie, especializado em Ciência das Finanças e em Direito Tributário. É também Professor Honoris Causa pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, membro da Academia Paulista de Letras, do Instituto dos Advogados de São Paulo e da Ordem dos Advogados do Brasil de São Paulo.

Ives Gandra da Silva Martins



O meio ambiente na constituição e a atuação do Estado

Desde a promulgação da Lei Suprema, tenho me debruçado sobre as questões do meio ambiente e constatei que o Constituinte, na sua intensa preocupação em preservá-lo, tratou do assunto em diversos dispositivos e ainda teve a preocupação de a ele destinar um capítulo exclusivo (Capítulo VI do Título VIII – Da Ordem Social).

Foi, entretanto, no Título VII que ficou definido que dar tratamento adequado ao meio ambiente é princípio fundamental da ordem econômica, nos seguintes termos:

“Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...)”

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (...)”

A preocupação brasileira em colocar, no sexto princípio fundamental da ordem econômica, tal exploração e, ainda, de permitir competência legislativa comum e concorrente na proteção do meio ambiente tem mostrado que os legisladores supremo, complementar e ordinário buscam caminhos para que se possa preservar e recompor o meio ambiente.

Sendo assim, o dispositivo sinaliza algumas diretrizes para definir o nível de distinção das políticas governamentais, objetivando a preservação e recuperação do meio ambiente, quais sejam: um tratamento punitivo a práticas prejudiciais e

um tratamento estimulador, para que tais atividades mantenham a ordem econômica e o meio ambiente, de forma sustentável.

É de se lembrar que, pelo art. 174 da CF/88, no que concerne ao planejamento econômico do segmento privado, o Estado pode apenas atuar indicativamente e não impositivamente, como o faz para as empresas estatais.

Todos os governos procuram soluções estimuladoras e desestimuladoras de condutas e comportamentos, através de incidências mais ou menos intensas, ou mesmo de cobrança de preços públicos mais ou menos elevados, como ocorre, no Estado de São Paulo, no concenrente ao custo da água fornecida pelo Estado, com redução de seu valor, se o consumo baixar, em momento de crise hídrica.

O vocábulo, portanto, “tratamento diferenciado” (art. 170, VI da CF/88) há de se entender como sinalizando o duplo comportamento: poderá ser estimulador ou punitivo, conforme o tipo de atividade que impacte o meio ambiente.

A preservação dar-se-á mais por políticas punitivas de comportamentos indevidos, e a recomposição ambiental, por políticas estimuladoras de inversões com resultados econômicos (como o reflorestamento nas décadas 70 a 90).

Não sem razão, o art. 225, “caput”, coloca o Estado, em primeiro lugar, e a sociedade, por decorrência, como responsáveis pela conservação de seu maior bem de sobrevivência, que é o meio ambiente:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de



vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Ora, o melhor mecanismo do Estado para uma política de estímulos é acionar o sistema tributário vigente, todo ele plasmado na Constituição Federal, nos arts. 145 a 156 e no art. 195.

O interessante é que se fala em estímulos fiscais expressamente apenas no § 3º, do art. 156, que os admite, e no inciso XII, letra “g”, do § 2º, do art. 155 da CF/88.

Há, todavia, diversas referências indiretas como, por exemplo, no inciso V, do § 2º, do art. 155, no

estabelecimento pelo Senado Federal das alíquotas mínimas nas operações internas do ICMS; no art. 151, inciso I, ao admitir estímulos para evitar desigualdades regionais; na adoção do princípio da progressividade para o IR, art. 153, § 2º, inciso I, ou da seletividade para o IPI, art. 153, § 3º, inciso I, e ICMS, art. 155, § 2º, inc. III.

O certo é que a extrafiscalidade (que exterioriza tal atuação do Estado de utilizar imposições fiscais estimuladoras, reguladoras ou contra prestacionais) sempre foi e continuará sendo uma técnica adotada para tornar o direito tributário instrumento de justiça social e desenvolvimento econômico para o bem de todas as nações, em especial no que tange ao meio ambiente.

“O melhor mecanismo do Estado para uma política de estímulos é acionar o sistema tributário vigente, todo ele plasmado na Constituição Federal.”



Lata para todos

Microcervejarias utilizam envase móvel para proteger bebida contra efeitos do ar e da luz sobre o sabor



“A tecnologia para envasar baixos volumes de bebidas em latas de alumínio, com rapidez e baixo custo, chegou ao país e têm agradado às cervejarias artesanais.”



Alexandre Levorin (esq.) e Rodrigo Costa, sócios da DaLata





O envase móvel de cerveja em lata já é uma realidade no Brasil. A tecnologia e o maquinário americano para envasar até mil litros de cerveja artesanal por hora em latas de alumínio, com rapidez e baixo custo, chegaram ao país e têm agradado às cervejarias artesanais que, dessa forma, podem entregar ao consumidor o produto com ainda mais qualidade.

A Da Lata Brasil, empresa criada pelo empresário Alexandre Levorin e pelo *sommelier* de cervejas Rodrigo Costa, que importou e tem os direitos de uso do maquinário, conta com mais de 30 cervejarias no *portfolio* que utilizam o serviço, em média, uma vez ao mês.

O crescimento exponencial do serviço tem explicação. “O envase é feito na própria cervejaria, que não terá custo com maquinário. Para o produtor, cada lata envasada sai entre R\$2 e R\$3 com preço final de venda para o consumidor que varia entre R\$12 e R\$30. Retorno certo e comodidade, colocando a cerveja em embalagem altamente reciclável, de fácil transporte e que proporciona maior conservação do produto”, afirma Alexandre Levorin. Ao microcervejeiro cabe a elaboração e envio da arte a ser impressa nos rótulos por sistema termoencolhível. São rótulos impressos em filmes com a propriedade de encolher ao serem aquecidos a determinada temperatura.

A microcervejaria Dádiva, localizada no interior de São Paulo, entre as Serras do Cristal e do Japi, foi uma das primeiras a apostar no serviço de envase móvel. Para aproveitar o verão e as vendas na praia, a empresa precisava de uma embalagem leve, que não permitisse a passagem de luz para o líquido, menos interferência do oxigênio no momento da operação e que conservasse o sabor da bebida. A lata parecia ser a melhor escolha para a cerveja Venice Beach, uma Session IPA, suave, aromática, refrescante e com apenas 4,5% de teor alcoólico.

Foram então envasadas 5 mil latas, representando 1.800 litros de cerveja. “Antes o envase em lata não era uma opção viável, principalmente pela operacionalização do projeto, e o envase móvel supriu isso. O sucesso de vendas da Vênus Beach foi tanto que a cerveja, que até então era especial, tornou-se parte da linha de produtos da Dádiva.

Outra questão interessante é que os cervejeiros aceitaram muito bem e os não cervejeiros, que têm costume de enxergar na lata uma cerveja popular, começaram a se questionar sobre os benefícios da embalagem para as especiais. Foi uma reflexão bem positiva”, afirmou Luiza Tolosa, sócia-fundadora da Dádiva.

A boa repercussão do envase móvel fez ainda com que as cervejarias Dogma, JBeer, Perro Libre e Urbana aderissem ao sistema. Em negociação com a Da Lata, promoveram um envase coletivo em lata de seus rótulos especiais, e colocaram no mercado, em lançamento simultâneo, nada menos que 8 mil litros de cerveja artesanal brasileira em latas de 350 ml e 473 ml. Para Luiza, o potencial da embalagem e do serviço para as microcervejarias é enorme, porém desafiador. “O preço da lata precisa ser mais competitivo e também é preciso resolver a questão da tributação no Brasil, com uma estrutura de impostos mais justa entre grandes cervejarias e as

de pequeno porte. Só assim poderemos de fato ter as duas embalagens, lata e vidro, numa proporção interessante em nossa produção”, afirmou.

Hoje existem aproximadamente 300 microcervejarias espalhadas pelo Brasil e, de acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, as cervejas especiais encerraram 2014 com participação de 11% no mercado. Para os donos da Da Lata, o desafio está em expandir o negócio, que hoje atua em até 450 quilômetros da capital paulista. Para isso, estão elaborando modelos de negócios para aberturas de filiais em todo o país até 2017.

Sobre o envase móvel

- É feito na própria cervejaria;
- A cerveja pode ser envasada em latinhas de 350 ml, 473 ml e 269 ml;
- Mil litros são envasados por hora.





»» **Melissa Cole**, Sommelier de cerveja, certificada Cicerone, jornalista e radialista.

Melissa Cole



(Artigo traduzido do inglês por Daniel Pereira Maciel e revisado pela Abralatas)

No embalo da latinha

A cerveja em lata é o tema do momento. O assunto na boca do povo. Em princípio, a latinha é a melhor opção quando se trata de cerveja, uma bebida para ser consumida fresca. Numa analogia com os vinhos, é o equivalente ao uso da tampa de rosca para as garrafas dessa bebida. Mas será que estamos realmente tirando proveito dessa vantagem da lata?

O primeiro passo tem que ser dado na própria cadeia de suprimento. Muita gente considera a lata como uma embalagem a prova de bala, achando que a cerveja enlatada pode ser submetida a extremas flutuações de temperatura, tratada como se fosse um refrigerante. Isto tem que parar.

Precisamos admitir que, fora da cervejaria, a cadeia de suprimentos é o maior desafio para a maioria das empresas nos dias de hoje, seja com aquelas embaladas em lata ou não; com tanta cerveja boa sobrando no mercado, a probabilidade de que ela fique armazenada à temperatura ambiente ou, pior ainda, até mais alta, seja em veículos, caixas ou até na própria prateleira da loja, é cada vez maior. Assim como a área de vendas é de importância vital, é igualmente relevante educar fornecedores e varejistas sobre a necessidade de tratar a cerveja como um produto sensível ao calor.

Entretanto, o ponto focal da qualidade da bebida deve mesmo ser a cervejaria. O mantra "a lata é a melhor das embalagens" é interessante, mas se os processos de produção da cerveja não forem bem observados e executados por especialistas, as coisas se complicam.

A quantidade de cervejarias produzindo a bebida com alto grau de oxidação é algo que me perturba. Se você não consegue manter o oxigênio dissolvido fora da sua cerveja durante a produção e processamento (enlatada ou não-enlatada), ela vai sofrer as consequências, e de quebra afetar a reputação de todas as cervejas em lata.

Já vi isso acontecer no Reino Unido, nos EUA e na América do Sul, e me preocupa a ideia de que, na pressa de entrar "no embalo da latinha", as cervejarias não estão considerando a importância de usar a ferramenta certa para o trabalho. Existem inúmeras linhas de envasamento em lata e até soluções portáteis baratas entrando no mercado que não estão eliminando (ou testando) os níveis de oxigênio dissolvido. Como consequência, o que deveria ser considerada a revolução do envasamento em lata corre o perigo de se tornar apenas uma moda passageira.

Os benefícios que o alumínio traz ao longo do tempo, de fato superam os malefícios. Mas para que isto se concretize, é necessário que as cervejarias, os fabricantes de latas e outras indústrias que utilizam o alumínio se assegurem de que estão obtendo seus insumos de fornecedores com processos de *compliance* bem estabelecidos, não só para operar com segurança, mas também para trazer o meio ambiente de volta a seu estado anterior.

Também é importante que toda a indústria - dos distribuidores aos varejistas - assuma o compromisso de incentivar a reciclagem. Embora a indústria de embalagens tenda a ser muito boa nisso, eu não estou vendo os efeitos se multiplicarem nas cervejarias e nos envasadores que utilizam latas, quando se trata de defender a necessidade de reciclar. O primeiro passo, então, é reforçar a mensagem de que reciclar uma lata de alumínio usa 1/12 da energia necessária para produzir a mesma latinha a partir de insumos brutos.

A lata tem grandes vantagens para as cervejarias e os consumidores, o que tem sido muito bem aproveitado pela indústria cervejeira.

Ontem mesmo eu estava sentada com um cliente dono de restaurante do tipo "anti-latinha": aquele que acredita piamente que as latas são o mal reencarnado. Mas bastaram alguns minutos de



conversa mostrando para ele como as latinhas podem ser fantásticas ferramentas de publicidade e de comunicação, muito eficazes na hora de transmitir o conceito de que a pequena cadeia de restaurantes dele é altamente comprometida com a cerveja artesanal. A partir daí ele já percebeu as vantagens econômicas, o que é o bastante para o convencimento desse tipo de cliente.

Nas latinhas você tem muito mais espaço para expor a sua marca. Além disso, a portabilidade dessa embalagem e a identificação que ela tem com os bebedores mais jovens significa que elas basicamente voam das prateleiras.

Um amigo meu, diretor de uma grande distribuidora de cerveja na Escócia, recentemente me disse

o seguinte: “Eu não consigo nem fazer o estoque de latinhas que preciso ter. Elas mal entram no depósito e já saem pela outra porta.”

Seguras para jogos, shows e outros eventos de massa onde o vidro não é bem-vindo, as latas são a solução ideal para quem quer oferecer cerveja de qualidade em um formato que respeita as normas legais. Sem falar no fato de que ampliam o mercado, incluindo as pessoas que gostam de tomar uma cerveja na praia, durante uma trilha ou qualquer outra atividade ao ar livre.

E, claro, há o aspecto da portabilidade também dentro da cadeia de suprimento e nos pontos de venda. As latinhas são mais leves, mais fáceis de armazenar, mais rápidas de refrigerar até a temperatura

ideal para servir e, se envasadas e manejadas corretamente (e aqui completamos nosso círculo), muito melhores para proteger a cerveja – bebida feita para ser consumida fresca – de seus maiores inimigos: a luz e a oxigenação.

No final das contas, as cervejas em lata nos deram algo novo para discutir e se tornaram também uma forma de expressar como a cerveja artesanal está gerando uma reviravolta na percepção de um produto que estava se tornando uma *commodity* - e isso só pode ser uma coisa boa.

O desafio que se coloca para todos nós agora é não desperdiçar esta oportunidade com erros bobos e falhas da indústria que, com um pouquinho de atenção, podem ser evitados.



“Inspirado no modelo de logística reversa da lata de alumínio para bebidas, o sistema aprovado fortalece cooperativas de reciclagem e proporciona melhores condições de trabalho aos catadores de materiais recicláveis.”



Renault Castro, presidente executivo da Abralatas e Izabella Teixeira, então ministra do Meio Ambiente

Acordo histórico define responsabilidades e torna viável aumento da reciclagem de materiais

O Brasil deu um passo de gigante no caminho da reciclagem de embalagens, com o envolvimento de 22 entidades empresariais no modelo de logística reversa previsto na Política Nacional de Resíduos Sólidos. No final de 2015 foi assinado com o Ministério do Meio Ambiente o Acordo Setorial de Embalagens em Geral, que define papéis e responsabilidades das empresas usuárias e fabricantes de embalagens para coleta e reaproveitamento do material descartado.

Inspirado no modelo de logística reversa da lata de alumínio para bebidas, embalagem com índice de reciclagem próximo a 100%, o sistema aprovado e já em execução fortalece cooperativas de reciclagem e proporciona melhores condições de trabalho aos catadores de materiais recicláveis. “É um acordo histórico, que torna viável o aumento do reaproveitamento de outros materiais e, ao mesmo tempo, garante emprego digno e renda a um personagem que foi fundamental no caso da latinha, que é o catador”, comemorou o presidente executivo da Abralatas, Renault Castro.

“É a primeira vez no mundo que três grandes setores que produzem, utilizam e vendem embalagens se juntam e criam compromissos para assegurar que os resíduos tenham uma destinação adequada. Certamente os modelos da política de resíduos sólidos e do Acordo Setorial servirão como inspiração para que esses outros mercados também se ajustem e se adaptem em prol do meio ambiente”, afirmou Victor Bicca, presidente do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre), entidade que lidera os trabalhos da Coalizão da Indústria de Embalagens em Geral, grupo das associações empresariais que assinou o referido Acordo Setorial.

As negociações foram acompanhadas de perto pelo Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR), entidade que também assina o acordo como anuente. “O acordo foi

de fundamental importância, pois valoriza nosso trabalho e nos torna também responsáveis pelo cumprimento das metas, principalmente como geradores e divulgadores dos números de produtividade das cooperativas de reciclagem relacionados à coleta de resíduos sólidos no país. Isso é importante para garantir que os compromissos de investimentos assumidos consigam, de fato, melhorar nossa capacidade operacional”, afirmou Severino Lima Júnior, representante do MNCR.

O acordo prevê investimentos para triplicar o número e a capacidade de processamento das cooperativas, com o objetivo de reduzir no mínimo em 22% as embalagens dispostas em aterros até novembro de 2017, tendo como base o ano de 2012. O primeiro relatório de desempenho deverá ser apresentado no início de 2017, mas alguns dados preliminares já estão sendo divulgados.

Atendendo a um questionamento do Ministério Público do Rio Grande do Sul, a Abralatas repassou informações sobre o trabalho da Coalizão desenvolvido na Região Metropolitana de Porto Alegre, onde 51 cooperativas estão sendo beneficiadas. Até outubro de 2015, a Coalizão instalou nove pontos de entrega voluntária na região (três vezes a meta original) e desenvolveu 92 ações nas comunidades de catadores, voltadas para capacitação, estruturação ou adequação das atividades. Foram doadas às cooperativas prensas hidráulicas, esteiras de triagem, elevadores de carga, balanças, equipamentos de proteção individual, entre outros.

Nas cooperativas, as embalagens descartadas passam por um pré-beneficiamento e são vendidas a preço de mercado para atacadistas de materiais recicláveis ou diretamente para a indústria de reciclagem, que também integra o Acordo Setorial. Além de Porto Alegre, esta primeira fase do Acordo Setorial concentra-se prioritariamente nas cidades que foram sede da Copa do Mundo FIFA de 2014 e suas regiões metropolitanas.



Coleta seletiva é ampliada, mas ainda atinge apenas uma em cada cinco cidades brasileiras



Estudo realizado pelo Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre) indica que, desde a sanção da lei que criou a Política Nacional de Resíduos Sólidos, em 2010, houve um aumento de 138% no número de municípios brasileiros que realizam coleta seletiva. Mesmo assim, de acordo com o Ciclosoft, pesquisa realizada a cada dois anos pela Entidade, quatro em cada cinco cidades brasileiras ainda não têm um modelo de coleta que separe lixo seco e orgânico.

Segundo o levantamento, apenas 1.055 municípios, a imensa maioria nas Regiões Sudeste (434) e Sul (421), têm algum serviço de coleta seletiva de resíduos recicláveis. A maior parte dos municípios ainda realiza a coleta por meio de PEVs (pontos

de entrega voluntária) e cooperativas de reciclagem. A coleta de porta em porta é realizada apenas em 29% dessas cidades e menos da metade delas (44%) apoia ou mantém cooperativas de catadores como agentes executores da coleta seletiva.

A cidade de São Paulo é a que registra maior volume coletado (7.500 toneladas de resíduos sólidos por mês). De acordo com o Ciclosoft 2016, quatro municípios estão cobertos totalmente com a coleta seletiva: Curitiba (PR), Florianópolis (SC), Itabira (MG) e Porto Alegre (RS). O estudo identificou que ainda é elevada a porcentagem de rejeitos (35%), exigindo investimentos em comunicação para que a população separe o lixo corretamente, defende o Cempre.



João Borges, jornalista da GloboNews.

João Borges



Sustentabilidade como cultura

Na manhã daquele dia, 20 anos atrás, ainda me lembro de que, ao deixar a torneira aberta enquanto escovava os dentes, último ato antes de sair às pressas para mais um dia de trabalho, fui surpreendido por Antonio, que entrou no lavabo, fechou a torneira e saiu. Tinha ele sete anos incompletos, e a cena se repetiria no decorrer de alguns anos até que finalmente eu, para não enfrentar mais o vexame de ser repreendido pelo filho ainda criança, passei a não me descuidar mais da torneira.

A cena, tão límpida ainda na memória, assim permanece, pois me faz pensar sempre no fato de que as grandes e definitivas mudanças na sociedade se fazem não no momento em que são editadas novas regras, mas quando o que se pretende mudar é incorporado como valor.

Antonio não estava preocupado com o valor da conta de água, sobre a qual nem tinha noção, mas com o princípio de que não se deve desperdiçar um bem precioso, a água, ainda que, naquele tempo, esse bem parecesse tão abundante. Coisa que aprendera nos primeiros anos de escola e que passara a cobrar com rigor nos hábitos arraigados do pai.

Estava ali fixada, de forma definitiva, o conceito de Reduzir, para proteger o planeta do uso abusivo e descontrolado de suas riquezas. E assim foi que, por iniciativa dele, mais tarde, antes mesmo que virasse norma, garrafas de vidro e PET passaram a serem acondicionadas numa caixa para, a cada semana, ser entregues nos pontos de coleta para reciclagem. Também não se acumulam em casa objetos em desuso. Mesmo a biblioteca, de tempos em tempos, é desbastada naquilo que se entende deixou de ser essencial para a leitura da família e livros são repassados adiante.

Pois o que na vida das pessoas e das sociedades se incorpora como valor, como princípio, é o que assegura mudanças definitivas, a partir das quais podemos sonhar com um mundo melhor, mais harmônico, na relação do homem com a natureza. E

se aos adultos, amparados na ciência e no compromisso ético com o futuro, cabe tomar decisões mais ambiciosas, é nas crianças que se dá a transformação mais profunda, caso contem com a felicidade de uma educação bem orientada. Assim, penso que a questão ambiental, da sustentabilidade, avançará mais e mais à medida que não será vista apenas como tema restrito a especialistas e idealistas da causa, mas de todos.

Não se prescinde de regras, de um ordenamento para disciplinar a ação dos homens e dos agentes econômicos e sociais. Nem de instrumentos legais para cobrar um preço alto aos infratores. Mas o que vai mesmo nos salvar é o despertar de uma consciência geral, tendo como amálgama um sentimento comum de interação respeitosa com a natureza. E, como suporte, a ciência, o conhecimento que nos guiará pelo melhor caminho de como alcançar objetivos.

Tudo isso fica mais próximo à medida que as sociedades superem estágios mínimos de desenvolvimento econômico, social e cultural. A fome, a insalubridade de bairros e cidades sem saneamento, precárias condições materiais são dramas a serem vencidos. É o que nos permitirá substituir angústias do presente por sonhos realizáveis no futuro.

Daí porque sociedades em crise correm o risco de retrocessos na agenda ambiental e outros temas sensíveis e que dizem mais respeito à riqueza do espírito do que à opulência material. Preocupações que devemos ter em relação ao Brasil de hoje. Toda crise econômica aguda e prolongada como a que estamos vivendo tende a enfraquecer essa agenda.

Os recursos financeiros se escasseiam. Precarizam-se os serviços, enfraquecem-se as instituições. Há sempre o risco de descontinuidade das ações, dos compromissos previamente assumidos, deslocando-se o futuro para mais distante ainda do presente. Esse é o perigo que agora enfrentamos.



O Brasil entrou numa crise econômica aguda em 2013 e a rota de saída ainda não está clara, nem parece segura. A recessão, a mais profunda e duradoura da história do país, reduziu o ganho de quem trabalha, o lucro de quem produz, a receita de quem arrecada. Um coquetel de drama social com tragédia econômica.

É nesse contexto que o Brasil precisa redobrar esforços políticos e econômicos para não ver naufragar os compromissos assumidos no Acordo de Paris, assinado em dezembro do ano passado. Nele nos comprometemos, entre outros desafios, a reflorestar 12 milhões de hectares. Quanto custa? Estudo realizado pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas e Instituto Escolhas, divulgado agora em junho, mostra que a conta pode ir de R\$31 a R\$52 bilhões. Algo entre R\$2,2 e R\$3,7 bilhões por ano até 2030.

Vale a pena o esforço. Como investimento na agenda ambiental será fundamental para que o Brasil cumpra o compromisso assumido em Paris, que no conjunto de ações promete reduzir em 37% as emissões de gases de efeito estufa até 2025 e 43% até 2030. Se no início é gasto, no futuro, além do prêmio ambiental, haverá também ganhos econômicos e sociais, com geração de emprego e renda com a produção de madeira de forma sustentável.

Mas é preciso ter consciência do tamanho do desafio e das ações práticas necessárias ao cumprimento dessa meta. Os autores do estudo dão uma dimensão: 12 milhões de hectares equivalem a praticamente o território da Inglaterra. Terão de ser plantadas 8 bilhões de árvores. Mais de uma para cada habitante do planeta.

Uma significativa cota de responsabilidade ambiental cabe, também, ao setor produtivo. Reduzir o consumo de água ou outros insumos na produção, por exemplo, é importante, mas não basta. Diversas empresas de diversos setores já entenderam que há um nicho relevante de consumo sustentável. Há mercado – cada vez maior – para quem produz bens e serviços que reduzam a emissão de gases de efeito estufa.

A crise econômica não serve de desculpa, pois pode ser até uma oportunidade. O momento é de incorporar essa cultura, esse valor no nosso dia a dia. E descobrir, com a percepção que vislumbram nossos filhos, que é possível sim fazer nossa parte, dar nossa contribuição, fechando todas as torneiras da irracionalidade.



Lata mantém índices de reciclagem próximos a 100% e reduz impacto ambiental

“O modelo de logística reversa da latinha gera emprego e renda e permite a profissionalização de milhares de catadores.”



SAIBA MAIS
sobre os dados do setor
na página 54

Embalagem que serviu de modelo para o sistema de logística reversa que está sendo executado no país, a lata de alumínio para bebidas completou onze anos seguidos com índices de reciclagem acima de 90%. O último índice disponível, baseado no material reaproveitado em 2014, foi de 98,4%, com a reciclagem de 289,5 mil toneladas de latinhas. Isso significa aproximadamente 2,6 milhões de unidades da embalagem recicladas a cada hora.

“A manutenção do índice próximo aos 100% de reciclagem é uma demonstração de que o modelo, referência para a construção da Política Nacional de Resíduos Sólidos, está consolidado e serve de exemplo para uma economia de baixo carbono, com geração simultânea de emprego e renda”, argumentou Renault Castro, presidente executivo da Abralatas.

Desde 2004, a reciclagem da lata mantém-se acima de 90%. “A média dos índices, nesse período, ficou em 96,5%. Ou seja, temos um resultado estável, conquistado com uma estrutura de coleta implantada desde o início da produção da lata no país. Um modelo que permitiu a profissionalização de milhares de catadores de materiais recicláveis, hoje uma atividade econômica reconhecida”, destacou Renault. Somente com os números de 2014, a coleta de latas de alumínio para bebidas injetou R\$ 845 milhões na economia nacional.

Para o coordenador do Comitê de Mercado de Reciclagem da Associação Brasileira do Alumínio (Abal), Mario Fernandez, a estabilidade no índice indica que a indústria da reciclagem no Brasil já está bem madura. “Há mais de dez anos somos o país com o maior índice de reciclagem de latas de

alumínio do mundo. Isso demonstra a maturidade e solidez do mercado brasileiro de reciclagem, cada vez mais representativo para a indústria, sociedade e meio ambiente.”

O reaproveitamento do alumínio da embalagem carrega ainda vantagens ambientais. Comparado com o processo de produção do alumínio primário, a reciclagem consome apenas 5% de energia elétrica. Isso significa que a reciclagem das 289,5 mil toneladas de latas em 2014 proporcionou uma economia de 4.250 GWh/ano ao país, número equivalente ao consumo residencial anual de 6,6 milhões de pessoas, em dois milhões de residências.

A análise do ciclo de vida da lata de alumínio para bebidas realizada pelo Centro de Tecnologia de Embalagem (Cetea) confirmou as vantagens ambientais da embalagem. Segundo o estudo, considerando o processo de produção da lata, a partir do alumínio primário, desde a extração da bauxita até a distribuição da bebida, a embalagem reciclada proporciona uma redução de 70% nas emissões de CO₂ e de 71% no consumo de energia, entre outros benefícios.

Recorde na Europa – Estudo divulgado pela *European Aluminium Association* mostra que o índice de reciclagem na União Europeia, Suíça, Noruega e Islândia alcançou 71,3% em 2013. Os dados foram celebrados pelos países como um marco importante em direção à meta de reciclagem para latas de 80% até 2020. Em todo o continente europeu, mais de 28 bilhões de latas foram recicladas naquele ano. Essas embalagens recolhidas representam um montante total de 400 mil toneladas de alumínio reciclado.



Economia de baixo carbono deve ser prioridade, mesmo com crise

CICLO DE DEBATES



ABRALATAS 2015

Viabilidade da Tributação Verde



“O mundo teoriza muito, mas não coloca efetivamente em prática a preservação do meio ambiente.”



SAIBA MAIS

sobre o Ciclo de Debates Abralatas em

www.ciclododebatesabralatas.org.br

Crise não pode ser uma desculpa para proterlar a implantação de um sistema tributário que leve em consideração o impacto ambiental de bens e serviços. A análise foi feita por juristas, economistas, ambientalistas e empresários brasileiros que participaram do Ciclo de Debates Abralatas em 2015 e defenderam um modelo tributário que sinalize para a promoção de uma economia de baixo carbono.

O debate, mediado pelo jornalista William Waack, contou com palestras do jurista Ives Gandra Martins, do economista Ricardo Abramovay, do ambientalista Fábio Feldmann e da advogada tributarista Lucilene Prado, que lamentaram o fato de a crise política e econômica retardar o debate sobre o assunto, especialmente às vésperas da COP 21, em Paris.

“A Abralatas entende que o debate sobre a Tributação Verde é fundamental para que a sociedade seja estimulada a praticar o consumo consciente e para que o tema entre em definitivo na pauta do governo”, afirmou Renault Castro, presidente executivo da entidade.

Detalhando seu parecer jurídico encomendado pela Abralatas sobre a viabilidade da Tributação Verde, Ives Gandra defendeu que a política tributária considere as chamadas externalidades positivas da produção, induzindo a um modelo econômico mais sustentável. Ele lembrou, entretanto, que, apesar de possibilitar em tese a utilização de incentivos fiscais para estimular o consumo e a produção sustentáveis, o sistema tributário brasileiro é extremamente caótico, necessitando de uma simplificação para viabilizar o benefício tributário a quem produz com menor impacto ambiental. “O mundo teoriza muito, mas não coloca efetivamente em prática a preservação do meio ambiente”, lamentou o jurista.

A advogada tributarista Lucilene Prado afirmou que existe no sistema jurídico brasileiro fundamento para uma tributação que induza a comportamentos empresariais mais sustentáveis. Para ela, que atua há 25 anos com Direito Empresarial, especialmente em assuntos ligados à sustentabilidade, o comando programático da Constituição Brasileira é defender o meio



ambiente e, nesse sentido, o legislador tributário federal, estadual ou municipal não deve se afastar dessa orientação, aplicando tratamentos diferenciados de acordo com o impacto ambiental dos produtos, serviços e seus processos de elaboração. “Além disso, não adianta apenas colocar as informações no relatório anual de sustentabilidade da empresa. Os gestores precisam ter conhecimento de que o sistema jurídico apresenta fundamentos para que se induza a comportamentos mais sustentáveis”, disse.

Para o economista Ricardo Abramovay, não há tempo a perder. Ele lembrou que a produção de resíduos sólidos aumentou cinco vezes em relação à população total do País entre 2003 e 2014. “Temos um prazo curto para transitar de uma economia linear para circular, focada no desenvolvimento sustentável”, defendeu o professor titular do Departamento de Economia da FEA e do Instituto de Relações Internacionais da USP. Para ele, o ideal é que a base de consumo da sociedade seja formada por materiais que possam ser reaproveitados e revalorizados, possibilitando a criação de uma “sociedade lixo zero”. O economista entende que o setor privado é o

principal protagonista desse novo modelo econômico, dentro do princípio do poluidor pagador. Assim, o sistema tributário deve taxar mais quem produz mais resíduos que não podem ser reaproveitados e beneficiar quem produz com base nos preceitos da economia circular.

Na visão do advogado e ambientalista Fábio Feldmann, ex-deputado federal e ex-secretário estadual de Meio Ambiente de São Paulo, o governo tem um papel fundamental no estímulo ao consumo sustentável. “Deve-se estabelecer uma licitação sustentável, em que o Estado, utilizando seu poder de compra, condicione suas compras a esse critério. Assim, você estimula o consumidor a fazer o mesmo”, disse. O advogado relembrou a trajetória da agenda ambientalista nos eventos da ONU e o gradual envolvimento dos governos e dos empresários no tema. Para ele, há instrumentos econômicos capazes de direcionar o desenvolvimento para uma economia de baixo carbono. A aposta está na tributação para orientar o consumo e a produção sustentáveis no Brasil que foi utilizada, por exemplo, na crise energética ao reduzir a tributação de lâmpadas mais eficientes.

Em vídeo, o representante do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis e um dos articuladores da Rede Latino-Americana e Caribenha de Catadores, Severino Lima Júnior, destacou a importância das discussões promovidas pela Abralatas para que a sociedade tenha conhecimento de que um dos tripés fundamentais para implantação da Política Nacional de Resíduos Sólidos é uma tributação mais justa. “É importante que saibamos para onde vai o tributo, para que serve. E como, unidos, todos os elos que trabalham a coleta seletiva, desde os catadores à indústria transformadora e a indústria recicladora, podem exigir do Governo um tributo mais justo, um tributo ambientalmente correto”, declarou.

O tema da Tributação Verde também foi tratado no Ciclo de Debates Abralatas de 2014, com a participação do ex-presidente do Supremo Tribunal Federal, Carlos Ayres Britto, dos economistas Eduardo Giannetti, Bernard Appy e Marina Grossi, além do secretário-geral da Metal Packaging Europe, Anders Linde.



*De esquerda à direita:
Ricardo Abramovay, Lucilene Prado, Ives Gandra Martins,
Fábio Feldmann, Renault Castro e William Waack*





Tributação Verde recebe adesões em evento da Abralatas que debateu sobre Economia Circular

O Ciclo de Debates Abralatas ganhou novas dimensões em 2016 e trabalhou mais uma vez um tema que recebe, a cada dia, adesões dos mais variados setores da economia: a Tributação Verde. A implantação de um modelo tributário que estimule produção e consumo de bens e serviços sustentáveis foi destaque do Fórum Economia Limpa, promovido em junho pela Abralatas por meio do seu Ciclo de Debates, em parceria com o jornal Folha de São Paulo.

Realizado em São Paulo, o evento foi aberto pelo ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho, e contou com a presença de diversos especialistas e empresários, debatendo assuntos como a importância da Economia Circular, a complexidade da precificação do carbono, o movimento das empresas pela sustentabilidade e a importância dos catadores na Política Nacional de Resíduos Sólidos. Durante o evento, a Abralatas lançou o livro “Transição para uma nova ética tributária – A sustentabilidade como objetivo econômico”, organizado pelo seu presidente executivo, Renault Castro, e com textos de Carlos Ayres Britto, Ives Gandra Martins, André Luiz Costa-Corrêa e Lucilene Silva Prado.

“A experiência com a lata de alumínio para bebidas, embalagem mais reciclada do mundo, reforça ainda mais a nossa responsabilidade em relação

à questão ambiental e em cumprir o compromisso de compartilhar experiências bem-sucedidas”, avalia Renault Castro. “São temas que estão no dia a dia de qualquer setor da economia e que exigem o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para estimular uma economia de baixo carbono. Daí a importância do debate”, reforça Jorge Angel Rosa Garcia, presidente do Conselho Diretor da Abralatas.

Realizado desde 2010, o Ciclo de Debates Abralatas promove a discussão de assuntos que possam estimular a produção e o consumo sustentáveis. Desde a primeira edição, buscou aproximar diversos atores relevantes para o tema, como o Ministério Público, universidades, prefeituras, estados e governo federal, ambientalistas, economistas, juristas, empresários e catadores de materiais recicláveis.

Para Renault Castro, a realização do Fórum Economia Limpa inicia uma nova fase do Ciclo de Debates Abralatas e, ao mesmo tempo, amplia ainda mais a discussão sobre a Tributação Verde. “A lata de alumínio para bebidas está dando uma contribuição fundamental para o desenvolvimento sustentável do país. Temos certeza que esse debate trará frutos importantes para as próximas gerações.”



“Realizado desde 2010, o Ciclo de Debates Abralatas promove a discussão de assuntos que possam estimular a produção e o consumo sustentáveis.”





José Sarney Filho, Ministro do Meio Ambiente.

Ministro reforça compromisso com a economia limpa em evento da Abralatas

O reforço às políticas públicas ambientais para assegurar uma economia de baixo carbono foi defendido pelo ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho, no discurso de abertura do evento, destacando que a economia limpa é pauta importante do ministério e não serão permitidos retrocessos.

“As políticas ambientais não podem ser vistas como entraves ao crescimento econômico, mas como a verdadeira solução para obtermos um padrão de desenvolvimento sustentável com inclusão social e respeito ao meio ambiente. Se bem aplicadas, terão efeitos positivos para a economia”, disse Sarney Filho. Para o ministro, ainda há espaço para aprimoramentos e ajustes, como no caso das regras operacionais de licenciamento ambiental e das metas climáticas, caminhando no rumo certo para colocar a produção e a geração de riqueza do mesmo lado da defesa do meio ambiente.

A aprovação na Câmara dos Deputados do requerimento de urgência para a ratificação do Acordo de Paris, que tem como objetivo dar mais rapidez à validação nacional do pacto mundial para frear as emissões de carbono, também foi destaque no discurso do ministro. Para ele, uma das novidades desse acordo foi estabelecer a reorientação dos fluxos financeiros globais para atividades compatíveis com uma trajetória de

baixas emissões de gases nocivos ao meio ambiente e que se adaptem à mudança do clima. “Serão oportunidades para ampliarmos a captação externa de investimentos em atividades de baixa emissão. Para tal, precisamos estabelecer um diálogo fluido com o setor financeiro e estudar como criar os instrumentos mais adequados. Os custos iniciais para enfrentar a mudança do clima podem ser elevados, mas os benefícios de tomarmos medidas arrojadas e coordenadas em escala nacional terão efeito de longo prazo para a economia e para a sociedade”, finalizou.

A respeito da economia circular, o que o senhor acha necessário para as pessoas começarem a pensar melhor sobre consumo e produção sustentáveis?

Já estamos notando que os efeitos das mudanças climáticas de hoje atingem a todos. As pessoas começam a se conscientizar a partir do momento em que elas sofrem na pele os efeitos dessas mudanças. Estamos vendo que, por parte de determinados segmentos muito reativos à questão das mudanças climáticas, como o do agronegócio, já há uma conscientização maior. Eles já sabem que o regime de chuva está mudando, sabem da importância dos serviços ambientais dos ecossistemas. Isso também começa a se materializar em outros segmentos.

José Sarney Filho



É lógico que precisamos cada vez mais divulgar essa nova economia. O mundo já não aguenta mais esse padrão de consumo e de produção.

O senhor acha que há necessidade de o Estado dar algum direcionamento no sentido de estimular o consumo e a produção mais sustentáveis?

Cabe ao Estado neste momento balizar esse tipo de desenvolvimento com sustentabilidade. No Ministério do Meio Ambiente, que não trata da área econômica, mas que cada vez mais busca a transversalidade, temos algumas ações que certamente ajudam a promover esse tipo de desenvolvimento. Vamos fortalecer as nossas unidades de conser-

vação, transformá-las em destinos ecoturísticos e dar as condições para que essas mesmas unidades de conservação possam funcionar adequadamente, transformando a vida das pessoas que moram no entorno dessas unidades.

A tributação sustentável seria um caminho?

Precisamos cada vez mais dar incentivos econômicos, por exemplo, às energias renováveis. Não tem sentido não incentivar, neste primeiro momento, a importação de painéis solares sem imposto. Não tem sentido não incentivar que a indústria brasileira possa entrar nesse ramo construindo painéis solares, filtros solares. Enfim, esse é um ca-

minho sim e o Estado tem grandes condições de induzir a um modelo de desenvolvimento.

Como o senhor enxerga os efeitos dessas ações a longo prazo? Qual a sua expectativa?

Acho que devemos nos apressar. Cabe a nós intensificar essas ações. Estive conversando com algumas pessoas sobre esses aspectos de energias renováveis e já existem alguns projetos no Congresso. Vamos agora nos reunir e tentar coordenar. Não é bem minha área e é um momento difícil para se falar em isenção, mas, se não tomarmos a iniciativa, isso não vai acontecer. Vou me propor a ser um desses motivadores no âmbito do governo.







Fórum

ECONOMIA LIMPA



Renovação da matriz energética

Energia eólica, solar, biomassa são opções? Hidrelétrica pode mesmo ser considerada energia limpa? O lixo como fonte de energia no Brasil? Prédios públicos e privados devem investir em autogeração de energia?

“Enviar produto para os EUA custa oito vezes menos do que para o nordeste do país.”



MARCELO SOARES

Presidente da Tecsis

O Brasil possui uma das principais empresas fabricantes de pás para produção de energia eólica do mundo, setor que vem se destacando como uma alternativa viável para hidrocarbonetos e atualmente é a forma mais competitiva de energia renovável. Porém, a alta tributação no país, além de elevadas tarifas rodoviárias, portuárias e de cabotagem, faz com que essa tecnologia chegue mais rápido e com menor custo ao solo americano do que à Região Nordeste do país.

Os dados do setor foram compartilhados no Fórum Economia Limpa pelo presidente da Tecsis, Marcelo Soares.

A empresa, 100% brasileira e com 21 anos de existência, já produziu mais de 50 mil pás instaladas em todo o mundo. “A energia eólica é inesgotável, não emite gases poluentes, não gera resíduos. E o Brasil tem os melhores ventos do mundo, sem rajadas. Porém, mesmo assim estamos na 10ª posição de energia eólica”, afirma.

Além do alto custo de transporte das pás, que chegam a medir 63 metros, o equivalente a um prédio de 20 andares, Marcelo também citou as péssimas condições das estradas do país, o que torna o transporte desafiador, já que o produto segue de caminhão para a maioria dos seus destinos na-

cionais. Para enviar de São Paulo para o nordeste, por exemplo, o custo da logística fica entre 10 e 15% do valor da peça. Para os EUA, esse custo é de 12%.

Hoje, a energia eólica abastece mais de 20 milhões de brasileiros (mais de 5% da matriz energética) e a previsão é dobrar essa participação nos próximos cinco anos. “Temos muita demanda pelo produto, principalmente no Rio Grande do Norte e na Bahia, onde a instalação dos parques eólicos traz benefícios à comunidade local ao mudar o status social da região e promover a fixação do homem no campo”, concluiu.



Sustentabilidade não é mais questão de escolha

Fórum

ECONOMIA LIMPA


CARLOS MEDEIROS

 Membro do Conselho
Diretor da Abralatas

VANESSA MACHADO

 Diretora de identidade
organizacional do
Grupo Boticário

EMILIANO GRAZIANO

 Gerente de Sustentabilidade
da Basf na América do Sul

“É preciso correr contra o tempo para ajustar as linhas de produção na busca de soluções que preservem o meio ambiente.”


SAIBA MAIS

 sobre o Ciclo de
Debates Abralatas em

www.ciclododebatesabralatas.org.br

O olhar das empresas para a sustentabilidade de seus produtos, seu ciclo de vida e todas as nuances que isso implica foi assunto abordado durante o Fórum Economia Limpa, que trouxe representantes das mais diversas áreas da indústria brasileira. Na mesa de debates que contou com a presença da diretora-executiva da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, Malu Nunes, do gerente de sustentabilidade da Basf na América do Sul, Emiliano Graziano, e do membro do Conselho Diretor da Abralatas Carlos Medeiros, todos foram categóricos em dizer que é preciso correr contra o tempo para ajustar as linhas de produção na busca de soluções que preservem o meio ambiente.

“O preço de qualquer produto comercializado deve embutir os custos ambientais. É preciso que haja um tratamento tributário diferenciado que permita fazer a distinção de produtos que cumpram as metas ambientais. Já existem exemplos em outros países de modelos que poderiam ser

implementados no Brasil, para que possamos cumprir toda essa agenda de objetivos ambientais a médio ou curto prazo”, afirmou Carlos Medeiros.

Pensar em toda a cadeia, desde a produção até o consumidor final, em termos de sustentabilidade é a chave da questão segundo os especialistas. “O maior desafio é engajar toda essa cadeia no dia a dia”, afirmou Malu Nunes, destacando que o conceito de ecoeficiência, ou seja, uma melhor produção com menor impacto ambiental, deve permear toda e qualquer ação de negócio das empresas. “Só se gerencia aquilo que se mede, com metas claras, desafiadoras. É preciso estabelecer tecnologias, regulações para todo o setor empresarial. É preciso ouvir também o cliente e ver o que ele quer em termos de sustentabilidade e, desse modo, repensar a produção”, complementou o representante da Basf, Emiliano Graziano, lembrando o resultado de uma pesquisa que apontou que 70% da população serão urbana até 2030. “As empresas precisam olhar para esses



dados e pensar: como isso influencia no meu *portfolio* de produtos? Como meus produtos impactarão o meio ambiente? E assim devem oferecer soluções para essa tendência.”

A boa notícia é que 2015 foi um ano no qual *stakeholders* agiram concretamente com o mesmo objetivo no sentido de viabilizar ações mais sustentáveis, de acordo com os participantes da mesa. “As empresas que declaram metas globais de sustentabilidade automaticamente repassam essa preocupação para sua cadeia produtiva e causam uma revolução no mundo. Hoje os produtos têm o mesmo tratamento tributário, sendo sustentáveis ou não. À medida que exista um diferencial, a empresa terá que buscar a utilização de recursos renováveis e, assim, agredirá menos o meio ambiente e afetará menos a condição climática. Trata-se de um conceito moderno e muito claro”, concluiu Medeiros.





Política Nacional de Resíduos Sólidos fortalece reciclagem

Fórum

ECONOMIA LIMPA




VICTOR BICCA NETO
Presidente do Compromisso Empresarial para a Reciclagem – Cempre



ROBERTO LAUREANO ROCHA
Representante do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis



VALENTIN APARICIO ESCAMILLA
Presidente do Sindicato de Comércio Atacadista de Sucata Ferrosa e Não Ferrosa do Estado de São Paulo – Sindinesfa

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) no país constituiu ação importante para reconhecimento do trabalho desenvolvido pelos catadores de materiais recicláveis, bem como criou a responsabilidade compartilhada, onde toda a cadeia produtiva é responsável pela gestão dos resíduos. Porém, os desafios para sua implementação, consubstanciados nos acordos setoriais, são grandes, principalmente os relacionados aos investimentos que necessitam ser feitos nessa área.

“O Acordo Setorial firmado entre o governo e a indústria de embalagens em geral tem metas audaciosas que contribuem para o aumento da reciclagem do Brasil (22% até 2018) e da coleta diária de material reciclável, que hoje é de 3.800 toneladas. Por isso,

precisamos ampliar a coleta seletiva. O prazo para o fim dos lixões era 2014 e, agora, já se empurrou para 2018. O Brasil não pode mais ter lixões”, afirmou Victor Bicca Neto, presidente do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre).

Um maior fomento para a reciclagem também foi defendido pelo presidente do Sindicato de Comércio Atacadista de Sucata Ferrosa e Não Ferrosa do Estado de São Paulo (Sindinesfa), Valentin Escamilla. Segundo afirmou, o Brasil produz um milhão de toneladas de metais por mês e para cada tonelada de aço só 333 quilos são reciclados.

Para o representante do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR), Roberto Laureano, o governo precisa olhar com mais

atenção para os catadores. “A PNRS nos reconheceu, mas ainda é necessária uma política nacional para o setor reciclador, com formalização dos catadores e cooperativas. Fortalecer, capacitar, treinar, para tudo isso é preciso vontade política”, afirmou. Roberto também destacou que é preciso empenho dos governos municipais, no sentido de construir planos municipais de resíduos sólidos, tendo os catadores como protagonistas do trabalho.

Um exemplo recente do bom trabalho desempenhado pelos catadores, citado no debate, foi a sua participação na coleta de resíduos durante a Copa do Mundo de Futebol, em 2014, ação eleita pela FIFA como a melhor da competição em termos de sustentabilidade.

“O governo precisa olhar com mais atenção para os catadores.”





Tributação Verde

É preciso coragem para adotar política tributária que induza a uma economia limpa, dizem especialistas

Fórum

**ECONOMIA
LIMPA**



AYRES BRITTO
Ex-presidente do STF



IVES GANDRA
Advogado tributarista
e jurista brasileiro



ANA MARIA NUSDEO
Professora de direito
ambiental da USP

“A política de estímulo fiscal deve ser usada para compensar a não competitividade que pode ser provocada pelo custo adicional de se buscar uma economia de menor impacto ambiental.”



SAIBA MAIS

sobre o Ciclo de Debates Abralatas em

www.ciclododebatesabralatas.org.br

A implantação de um modelo tributário que leve em conta o impacto ambiental da atividade econômica enfrenta ainda muitas resistências, mas não pode ser considerada uma utopia distante. Esse foi o recado transmitido pelos três especialistas que debateram a Tributação Verde no Fórum Economia Limpa, uma mesa formada pelo ex-presidente do Supremo Tribunal Federal, Carlos Ayres Britto, pelo jurista e tributarista Ives Gandra Martins e pela professora de Direito Ambiental da USP, Ana Maria Nusdeo.

Para os palestrantes, a necessidade de estimular uma economia de baixo carbono, reduzindo o impacto ambiental da atividade humana, é cada vez mais aceita e defendida pela sociedade. A ideia encontra respaldo na legislação existente, inclusive na Constituição brasileira. Mas, na hora de colocar em prática, surgem resistências, especialmente quando se fala em alterações na carga tributária de bens e serviços.

Para Ives Gandra, um dos autores do livro “Transição para uma nova ética tributária”, lançado no evento, a

Tributação Verde tem que ser considerada uma meta. “Não é uma meta fácil e não acontecerá em um curto prazo. Se pensássemos que se trata de uma utopia, seria melhor nem estar aqui debatendo. Eu considero a Tributação Verde como uma real possibilidade em médio e longo prazos.”

A professora Ana Maria Nusdeo também vê a possibilidade com otimismo. “Hoje ainda não há a preocupação de focar em onerações e desonerações de cargas tributárias a partir do impacto ambiental”, destacou. “Mas não se trata apenas de desonerar uma cadeira produtiva. É preciso coragem para mudar a direção e onerar atividades mais poluentes, mesmo as consideradas carros-chefes da economia.”

O ministro Ayres Britto, que também assina artigo no livro da Abralatas, destacou os dispositivos da Constituição brasileira que orientam políticas para uma economia de baixo carbono. “Não há Constituição no mundo civilizado que se aproxime da nossa no elevadíssimo apreço ao meio ambiente”, afirmou. “Não pode haver ordem econômica senão imbricada com esse



elemento conceitual da Constituição que é o meio ambiente. Não há ordem econômica de um lado e meio ambiente de outro. São coisas entrelaçadas”, reforça o constitucionalista.

Ana Maria Nusdeo lembrou que um dos eixos temáticos da Rio + 20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em 2012, no Rio de Janeiro) foi o da Economia Verde, despertando a consciência sobre o uso de meios para estruturar a economia de forma mais sustentável. “Busca-se uma economia que se organize na baixa emissão de carbono, menor uso de recursos naturais e também maior inclusão social”, afirmou, citando alguns instrumentos utilizados para incentivar comportamentos mais sustentáveis, como o mercado de carbono e o estímulo à reciclagem.

Ives Gandra citou o jornalista norte-americano Thomas Friedman, au-

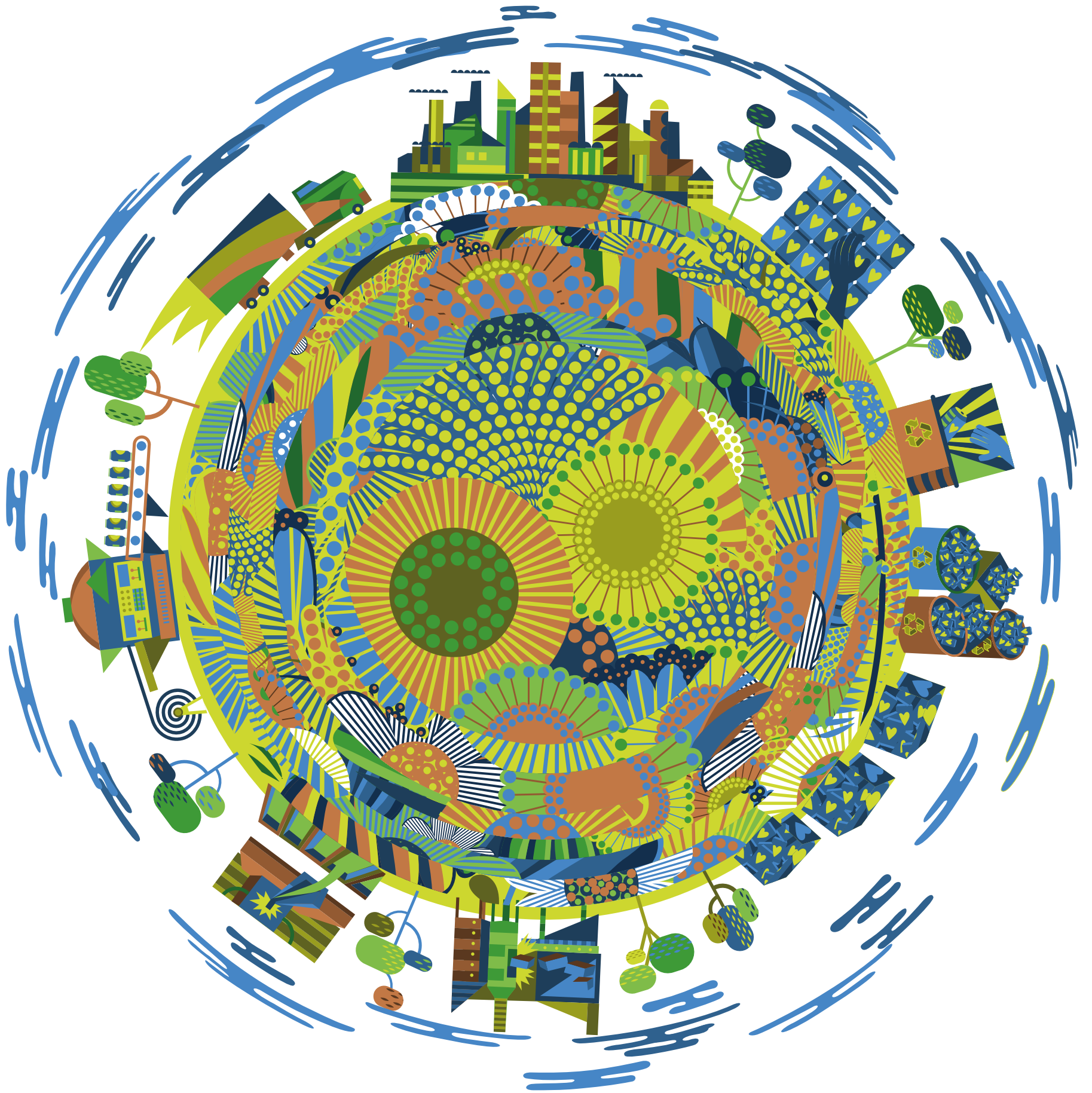
tor dos livros “O Mundo é Plano” e “Quente, Plano e Lotado”, para mostrar a importância de se buscar uma economia de baixo carbono. “Friedman chegou à conclusão que, se os sete bilhões de habitantes do planeta tivessem o padrão de vida médio dos Estados Unidos, não haveria energia e alimentação suficiente, o mundo seria inviável. E mostrou que todo o sistema eólico da Alemanha é formado por empresas americanas que não receberam incentivos fiscais nos Estados Unidos e foram para a Europa, onde conseguiram resultados melhores.”

O tributarista elencou todos os impostos que podem ser utilizados como reguladores de práticas produtivas de acordo com o seu impacto ambiental. Mas admitiu a dificuldade de se trabalhar o tema neste momento no país, onde há problemas de caixa em todas as esferas de poder. “De qualquer forma, a política de estímulo

fiscal deve ser usada para compensar a não competitividade que pode ser provocada pelo custo adicional de se buscar uma economia de menor impacto ambiental. Esta deve ser a meta: atuar para desestimular determinados comportamentos nocivos ao meio ambiente.”

O ministro Ayres Britto chegou a defender até a possibilidade, prevista na Constituição, de o Estado participar do capital de empresas privadas como forma de estimular práticas de menor impacto ambiental. E reforçou novamente a mensagem existente no texto constitucional. “Quando se tem uma Constituição democrática e humanista como esta, é preciso entender que o recado que se manda para o trato do meio ambiente é imperativo. Quem sabe falaremos no futuro de orçamento imperativo, não para favorecer deputados, mas para favorecer um meio ambiente ecologicamente equilibrado.”







Sociedade apoia, mas sistema tributário não estimula reciclagem, afirma especialista



MARIA HELENA ZUCCHI CALADO

Gerente de sustentabilidade do Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias - InpEV



CARLOS OHDE

Diretor geral da Sinctronics



MILTON REGO

Presidente executivo da Associação Brasileira do Alumínio - Abal



A sociedade brasileira prestigia e incentiva a reciclagem no país, mas o sistema tributário acaba penalizando quem reaproveita o material. A análise foi apresentada pelo presidente executivo da Associação Brasileira do Alumínio (Abal), Milton Rego, durante mesa de debate sobre reciclagem no Fórum Economia Limpa. Hoje, o sistema tributário cobra duas vezes mais por produtos que utilizam matéria-prima reciclada em sua composição. “A precificação tem que caminhar para uma taxa de carbono. É inevitável e temos que nos preparar para isso”, afirmou.

O debate contou com a participação da gerente de sustentabilidade do Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV), Maria Helena Zucchi Calado, e do diretor-geral do Centro de Inovação em

Sustentabilidade para Eletrônicos (Sinctronics), Carlos Ohde, que falaram sobre o trabalho desempenhado pelas empresas com a logística reversa, mecanismo que viabiliza a destinação adequada das embalagens descartadas.

“Vamos criar uma recicladora dentro do sistema, que produza novas embalagens a partir das que são recolhidas e vendidas para a própria indústria, reinvestindo no próprio processo. A resina reciclada não perde em nada para a resina virgem. Porém, inexistente incentivo tributário”, afirmou Maria Helena. Para ela, existe tecnologia disponível para que a reciclagem produza produtos tão bons quanto os originais.

Carlos Ohde destacou ainda que existe preconceito quanto ao produto reciclado, mas que isso deve ser

combatido com uma série de ações que envolvem atores de grande porte, sociedade e, principalmente, o governo, além de ações de marketing. “Reciclagem não é só deixar o ambiente mais limpo, é mudar fundamentalmente a economia. O governo vê com bons olhos a operação, mas não há incentivo à reciclagem. A lei prevê que quem preserva deve receber e quem polui deve pagar, mas isso ainda não foi colocado em prática”, afirmou.

O sucesso da lata de alumínio para bebidas, lembrou Milton Rego, reforça a necessidade de se buscar uma política tributária mais preocupada com o impacto ambiental. Apesar de a lata ter apresentado em 2014 uma taxa de reciclagem de 98,4%, tornando o país líder nesse segmento, o mesmo material reciclado é tributado infinitas vezes.



Concepção do produto deve conter conceito de reciclabilidade

Fórum

ECONOMIA
LIMPA



MARIO MONZONI

Coordenador do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-EAESP



BEATRIZ LUZ

Fundadora da Exchange for Change Brasil



MATEUS MENDONÇA

Sócio-diretor da Giral Viveiro de Projetos

“No conceito de economia circular, os produtos são elaborados para ter multiplicidade de uso, ser duráveis e sem geração de resíduos.”



SAIBA MAIS

sobre o Ciclo de Debates Abralatas em

www.ciclododebatesabralatas.org.br

Elaborar um produto atraente aos olhos do consumidor, com material e tecnologia diferenciada, já é uma rotina na hora de conceber uma novidade para lançar no mercado. Porém, especialistas defendem que o conceito de reciclabilidade deveria partir da concepção dos produtos e não pensada apenas no momento de seu descarte. “Economia circular é rever valores, repensar *design* de produtos e serviços. As empresas precisam ter equipes multidisciplinares. É preciso desenhar de forma a não gerar resíduos no meio ambiente”, afirmou Beatriz Luz, fundadora da Exchange for Change Brasil, plataforma global que visa a impulsionar a economia circular no país.

No conceito de economia circular, os produtos são elaborados para ter multiplicidade de uso, ser duráveis e sem geração de resíduos. Os resíduos passam a ser vistos como matéria-prima e os clientes como usuários. “É preciso transformar o lixo em recurso. Temos

uma cultura de não olhar para a reutilização, porém é preciso lembrar que não tem planeta para o crescimento esperado para os próximos anos. Por isso, tem que ir para o aterro apenas o que for impossível de ser resolvido antes. O pensamento como um todo precisa mudar”, disse Mario Monzoni, coordenador do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O caminho apontado para essa mudança também precisa contemplar problemas de infraestrutura e logística da reciclagem no país. “Cerca de 50% dos municípios não têm um programa claro de saneamento urbano. O trabalho dos catadores de materiais recicláveis também merece atenção toda especial nesse processo quando falamos de economia circular”, concluiu Mateus Mendonça, sócio-diretor da Giral Viveiro de Projetos, empresa de consultoria focada na gestão de projetos de relacionamento entre o mundo corporativo e comunidades.



Precificação de carbono exige consenso e análise dos impactos sobre competitividade



GUSTAVO PIMENTEL

Diretor de pesquisa da consultoria Sitawi Finanças do Bem



SÉRGIO LEITÃO

Diretor do Instituto Escolhas



SUZANA KAHN

Coordenadora executiva do Fundo Verde da UFRJ

A complexidade da precificação do carbono e das soluções para adoção de uma taxa sobre atividades poluentes foi analisada no Fórum Economia Limpa pelos especialistas Gustavo Pimentel (diretor da Sitawi Finanças do Bem), Sérgio Leitão (diretor do Instituto Escolhas) e Suzana Kahn (coordenadora executiva do Fundo Verde da UFRJ). A dificuldade, entendem os palestrantes, tem relação com o impacto na competitividade da atividade econômica taxada.

Suzana Kahn argumentou que é necessária uma solução consensual e global. “Na Conferência Rio + 20 fizemos um exercício, lançando um mercado de carbono só no Rio de Janeiro. Surgiram argumentos da indústria, sobretudo das siderúrgicas, de que quem fosse taxado com um sobrepreço por causa do carbono certamente perderia competitividade”, disse a professora da UFRJ.

Outro ponto levantado por Suzana, no momento de se estabelecer um preço ao carbono, foi a origem da emissão. “Para o clima, tanto faz de onde vem o carbono. Mas para o nosso desenvolvimento não é a mesma coisa. No Brasil, vem do desmatamento, da agricultura e da energia. Mas, quando se inclui o setor agrícola, há um impacto muito grande na indústria de alimentos. É algo que precisa ser levado em consideração.”

O advogado e ambientalista Sérgio Leitão apresentou um estudo, realizado pelo Instituto Escolhas, que propõe ações no sentido de amenizar o impacto de uma precificação de carbono sobre a economia. A taxa sobre o carbono emitido atualmente no Brasil geraria uma arrecadação de R\$ 34 bilhões, mas haveria aumento de desemprego, queda do PIB e da massa salarial. “Além disso, o efeito seria o contrário. O governo iria querer mais emissão de carbono, para que pudesse arrecadar ainda mais.”



“Percebemos que deve haver uma neutralidade tributária. Crio um imposto, mas enxugo outro existente. Nem aumento nem reduz a arrecadação. Quando se faz isso, todos os efeitos negativos viram boas notícias: o PIB aumenta 0,5%, o emprego sobe 0,5% e conseguimos injetar R\$ 17 bilhões na economia sem aumentar a carga tributária”, disse o ex-diretor do Greenpeace.

Eleito o melhor analista socioambiental para investidores na pesquisa global Extel IRRI 2015, o diretor da Sitawi Finanças do Bem, Gustavo Pimentel, apresentou a visão dos investidores sobre a precificação do carbono. “Começa a funcionar também no Brasil um movimento de precificação indireta. São investidores e atores do mercado financeiro que colocam o preço do carbono nos seus cálculos de risco e retorno de investimentos.”

Um dos caminhos, disse Gustavo, foi tornar transparente o conteúdo de carbono no *portfolio* dos investidores, movimento reforçado com o acordo firmado em Montreal, em 2014 (Montreal Pledge). “Depois, o governo francês obrigou, por lei, que todo investidor institucional francês informe o fator de emissão por Euro investido”, afirmou.





FAÇA O DOWNLOAD GRATUITO EM
WWW.ABRALATAS.ORG.BR

Publicação traz a base teórica para uma nova ética tributária

A viabilidade e os caminhos para a implantação de uma Tributação Verde no país são o foco do livro “Transição para uma nova ética tributária – a sustentabilidade como objetivo econômico”, lançado pela Abralatas durante o Fórum Economia Limpa, em São Paulo. A publicação, sob a coordenação do presidente executivo da Abralatas, Renault Castro, reproduz análises sobre o tema feitas pelos juristas Carlos Ayres Britto e Ives Gandra Martins e os tributaristas André Luiz Costa-Corrêa e Lucilene Silva Prado, abordadas nas edições de 2014 e 2015 do Ciclo de Debates Abralatas.

O livro, informa o presidente do Conselho Diretor da Abralatas, Jorge Angel Rosa Garcia, “explora as possibilidades de se criar no país um sistema tributário alinhado com os compromissos globais de redução das emissões de CO₂”.

O parecer jurídico do ministro Ayres Britto, ex-presidente do Supremo Tribunal Federal, aborda “o regime constitucional da parêntese temática Ordem Econômica/Meio Ambiente”. Já o tributarista Ives Gandra trata dos “estímulos fiscais para o desenvolvimento econômico em projetos com impactos favoráveis à preservação e recuperação ambiental”. E a advogada Lucilene Silva Prado analisa as “normas indutoras para uma Tributação Verde”.

O advogado André Luiz Costa-Corrêa, que assina o artigo “Por uma nova ética tributária sustentável”, destaca nesta entrevista a importância do tema para o desenvolvimento sustentável do país e fala sobre o impacto do Fórum Economia Limpa para trabalhar a sustentabilidade como objetivo econômico.

Qual a importância do livro que está sendo lançado para se chegar a uma economia mais sustentável?

Fundamental, principalmente porque pensar direito dissociado de sociedade e sociedade dissociada de economia é impossível. Direito serve para ajudar a regular as condutas sociais, inclusive as questões econômicas em sociedade. Acho que já passou o momento de a sociedade brasileira começar a ter mais atenção sobre essas questões, sobre os modelos de sociedade e de economia que nós queremos. Com base nessas duas respostas, vamos construir o modelo tributário de que precisamos.

O senhor acha que o debate promovido pela Abralatas colabora de alguma forma para a implantação da Tributação Verde?

A principal consequência desse tipo de evento é conscientizar a população de que nós precisamos definir uma nova ética social. Essa nova ética social passa não só por uma ação mais consciente das empresas e da própria sociedade civil, mas pelo próprio governo fixar modelos de política tributária condizentes com a economia e com as realidades sociais. A sociedade deve perceber que não é só uma questão de mais qualidade e melhor preço, mas sobretudo que ofereça uma consequência melhor para a própria sociedade. Seja porque mantém o equilíbrio ecológico, seja porque promove cadeias de formas sustentáveis. O próprio termo “sustentabilidade” por vezes está muito ligado à questão ambiental, mas a gente também tem que pensar na sustentabilidade como social, econômica e política de uma nação.

Constituição determina Tributação Verde



Ex-presidente do Supremo Tribunal Federal, Carlos Ayres Britto é um dos colaboradores do livro “Transição para uma nova ética tributária – A sustentabilidade como objetivo econômico”, lançado no Fórum Economia Limpa pela Abralatas. Ele é categórico: a Constituição brasileira determina que se utilizem instrumentos tributários para estimular a produção e o consumo de menores impactos ao meio ambiente.

Ministro, seu estudo mostra que a Constituição orienta a implantação de uma política tributária sustentável. Por que há tanta dificuldade em se ter um modelo tributário que considere o impacto ambiental da atividade econômica?

No fundo, a Constituição mais do que orienta, impõe. Porque, vamos convir que os dispositivos jurídicos, especialmente os da Constituição, não são conselhos nem avisos, são determi-

nações. E a Constituição brasileira se revela primorosa. Sem dúvida é a melhor constituição do mundo no trato normativo do meio ambiente. Agora, paradoxalmente, ela não tem sido obedecida nem observada na devida conta. Está demorando muito a pegar em matéria de meio ambiente.

E por que demora a pegar?

Os agentes públicos no Legislativo e no Executivo inconscientemente puxam o freio de mão da Constituição. Mas a sociedade civil aos poucos se conscientiza do seu direito a um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Inclusive em matéria tributária, para que tenhamos em breve tempo essa ideia, que está na Constituição como norma de tributação sustentável e, ao mesmo tempo, de ordem econômica ambiental. E quando a coletividade se abre para esse entendimento de que tem direito a um meio ambiente ecologicamente equilibrado e, portanto, a uma tributação sustentável, a sociedade civil faz uma viagem de qualidade sem volta. Na linha do que certa feita disse Einstein: “quando a mente humana se abre a uma nova ideia, impossível retornar ao tamanho primitivo”. Estamos assistindo a esse clarão de consciência.

O senhor acha que é possível pensar em Tributação Verde neste momento de crise?

Às vezes é na crise que a gente se pega capaz de qualquer enfrentamento de dificuldades, de desafios. Como disse o cronista Fernando Sabino, é preciso “fazer da queda um passo de dança”.



Renault Castro, economista, formado pela Universidade de Brasília, MBA em Direito Econômico pela FGV e Mestre (M.Sc.) pela Universidade de Oxford, Inglaterra. Presidente Executivo da Abrelatas.



Renault Castro



Tributação Verde e consumo sustentável

Confira na campanha eleitoral deste ano e também nas próximas campanhas: não haverá candidato que defenda o aquecimento global, a devastação das florestas ou a poluição dos rios. Alguns irão defender o fim de práticas ambientalmente impactantes, como a distribuição daquelas sacolinhas de plástico que encontramos nos supermercados. Outros vão defender ações positivas, como a coleta seletiva e o fim dos lixões. Afinal, a defesa do meio ambiente e de propostas para melhorar a qualidade de vida da população fazem parte de todas as plataformas eleitorais.

Infelizmente, entretanto, até agora o discurso ficou restrito a questões pontuais. Houve avanços sim, mas sempre em aspectos específicos do problema. O Brasil, por exemplo, aumentou a geração de energia de fontes limpas, como a energia eólica e estimulou a produção de etanol, a partir da cana-de-açúcar, e tem mantido o esforço de racionalizar o consumo de água e energia elétrica. Mesmo as sacolinhas de plástico foram banidas em alguns locais. Mas poucas foram as políticas públicas que realmente atacaram de modo amplo e uniforme o impacto ambiental provocado por nossas decisões de consumo.

Como são nossas decisões de consumo que determinam o resultado ambiental produzido, a pergunta que precisa ser feita é: o que fazer para estimular o consumidor a reduzir sua participação no impacto ambiental causado por todas as suas decisões de consumo? Há poucos anos, por exemplo, o país ganhou uma Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que caminha nesta direção. A ideia é promover o reaproveitamento de resíduos, reduzindo a geração de lixo e a sua destinação inadequada. A PNRS ajuda a dar consciência ao consumidor, mas até hoje enfrenta graves problemas para

a sua implementação. O principal deles, que está na raiz da maioria dos demais, é o prolongamento da vida dos lixões. Sem o fechamento dos lixões, tal como previsto pelo texto original da Lei, torna-se muito mais difícil o cumprimento de metas relacionadas ao total de lixo gerado como, por exemplo, aquelas relacionadas à coleta de resíduos. Em outras palavras, parte do que podia ser recolhido por coleta seletiva continuará indo para os lixões, onde a recuperação de produtos recicláveis é bem mais difícil.

Mas há outros caminhos. Um deles é o que queremos colocar na mesa dos candidatos, de hoje e de amanhã. Se queremos estimular o consumidor a diminuir o consumo de produtos de maior impacto ambiental, devemos estimular a produção de bens e serviços de menor impacto ambiental. A adoção de uma política tributária que imponha à produção e ao consumo uma carga tributária proporcional ao impacto ambiental de cada bem ou serviço é a solução mais lógica para atingir este objetivo, e de grande eficácia como indica a experiência de alguns países.

Apenas como comparativo, em um determinado momento percebeu-se que, além de supérfluo, o cigarro ainda fazia mal à saúde humana. Milhares de pessoas doentes sendo atendidas em hospitais públicos e morrendo por causa dos malefícios de substâncias contidas nos cigarros. Não havendo como proibir que o fumante se intoxicasse com o cigarro, o governo optou por elevar fortemente a tributação desse produto, tornando-o mais caro para o consumidor e desestimulando o seu uso. Resultado: o consumo caiu, o acesso ao cigarro ficou mais restrito e o fumante passou a recolher mais impostos, colaborando para o custeio do sistema público de saúde.



Ora, é impossível impedir que uma pessoa compre um produto ou um serviço disponível no mercado, mesmo que ele cause impactos ambientais negativos. A chamada Tributação Verde atuaria de forma similar ao que ocorreu com o cigarro, definindo que a tributação seria tão menor quanto mais reduzido fosse o dano ambiental causado por um certo produto ou serviço. Posto de maneira simplificada, a tributação teria, assim, uma função pedagógica, ao contribuir para a formação de consciência ambiental na população, ao mesmo tempo em que atuaria como força indutora para a construção de uma economia de baixo carbono. Nada disso é simples ou rápido e, por isso mesmo, é necessário começar a agir logo, se quisermos atender ao chamado global de garantir a vida das futuras gerações neste Planeta.

Nossa esperança, ao difundir esta proposta com o apoio de outros segmentos da atividade econômica, é que os candidatos comecem a dar concretude às suas plataformas políticas. Nossa experiência com a lata de alumínio para bebidas, embalagem mais reciclada do mundo, reforça ainda mais a nossa responsabilidade em relação à questão ambiental e em cumprir o nosso compromisso de compartilhar experiências bem-sucedidas, como fizemos ao colaborar para a construção da PNRS.

Temos certeza de que a utilização de um sistema como a Tributação Verde é um ingrediente indispensável na fórmula da solução que todos queremos encontrar para a sobrevivência da Terra.

“Se queremos estimular o consumidor a diminuir o consumo de produtos de maior impacto ambiental, devemos estimular a produção de bens e serviços de menor impacto ambiental.”



TABELA 1

Brasil: produção de latas para bebidas, capacidade de produção e capacidade utilizada – 1997 a 2015

(Em bilhões de unidades e %)

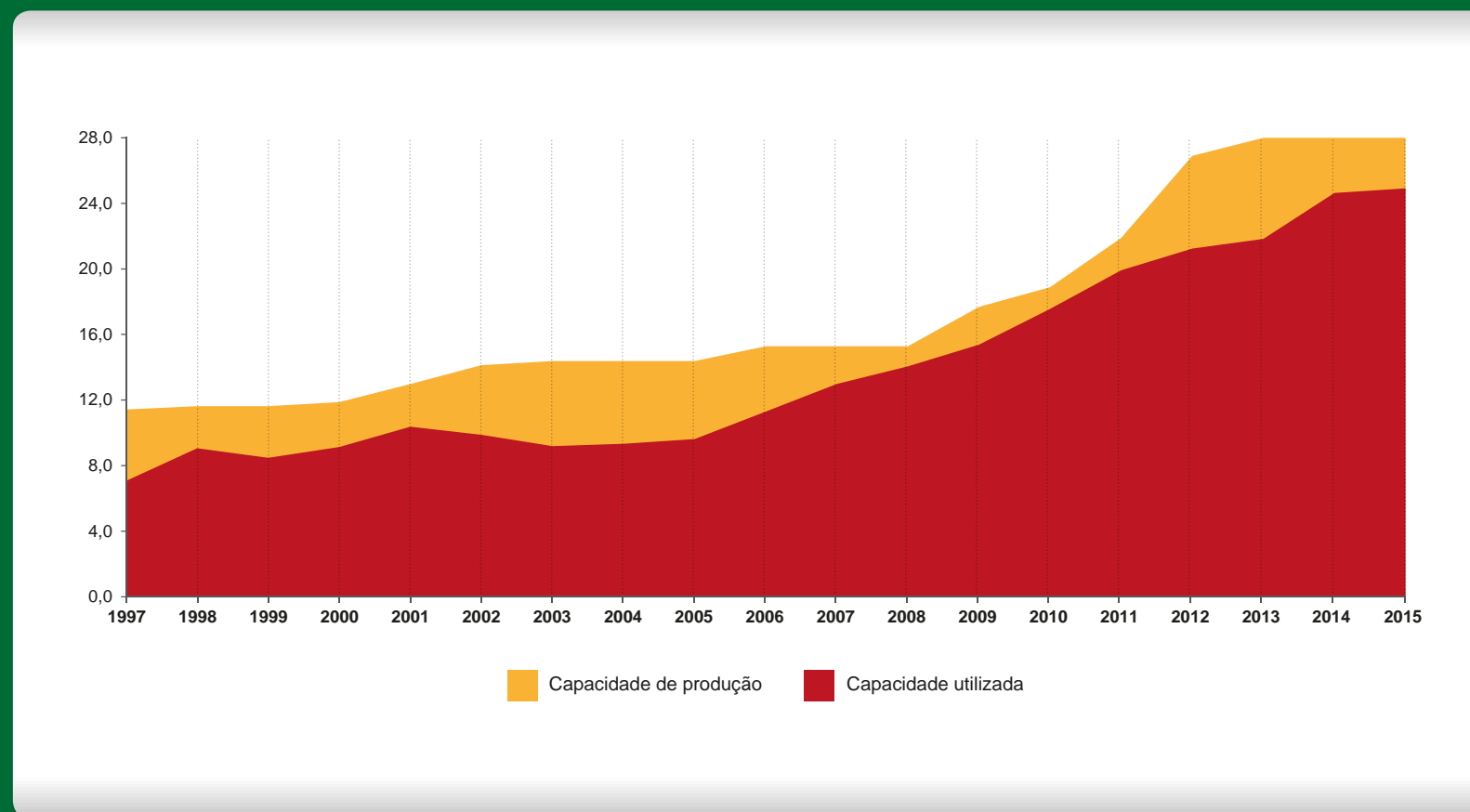
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produção	7,1	9,1	8,6	9,2	10,4	9,9	9,3	9,4	9,6	11,4	13,1	14,0	15,4	17,6	19,9	21,1	22,0	24,7	25,0
Capacidade de produção	11,5	11,7	11,7	11,9	13,0	14,2	14,4	14,4	14,4	15,3	15,3	15,3	17,7	18,9	21,9	26,9	28,0	28,0	28,0
Capacidade utilizada	62%	78%	73%	77%	80%	70%	64%	65%	67%	74%	85%	92%	87%	93%	91%	79%	78%	88%	89%

Fonte: Abralatas.

GRÁFICO 1

Brasil: capacidade de produção e produção efetiva de latas para bebidas – 1997 a 2015

(Em bilhões de unidades)



Fonte: Abralatas.



TABELA 2

Brasil: vendas de latas para bebidas e taxa de crescimento anual – 1990 a 2015

(Em bilhões de unidades e %)

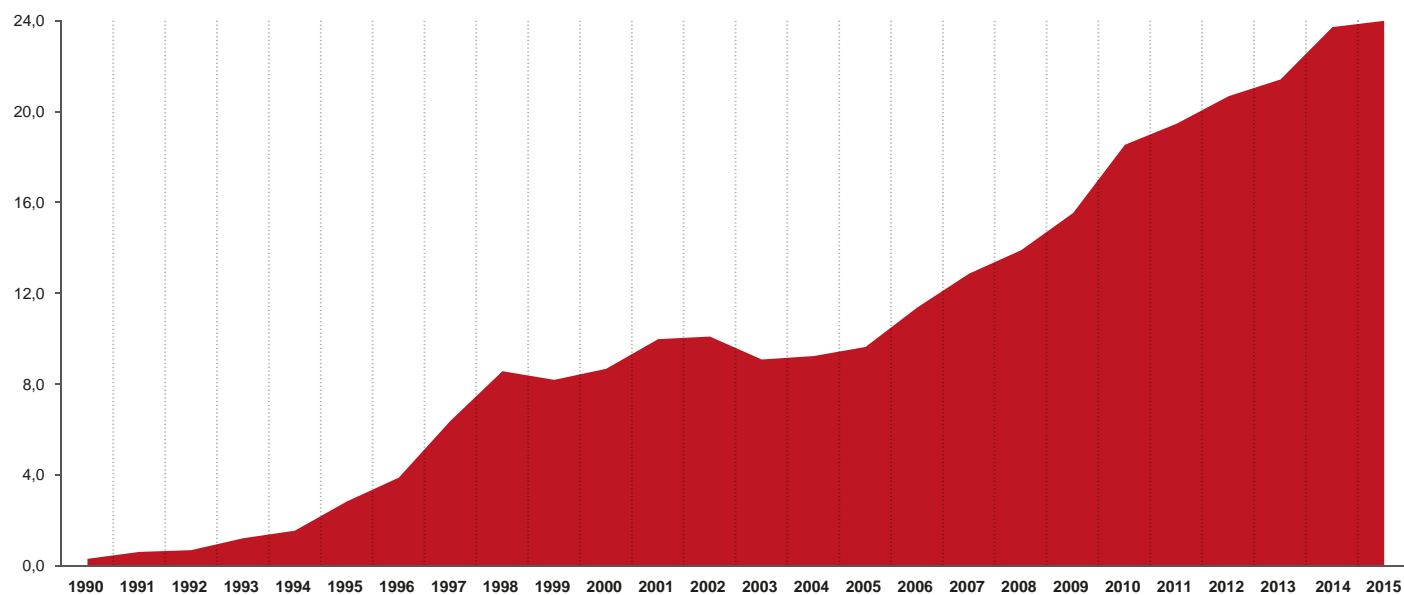
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vendas	0,4	0,7	0,8	1,3	1,7	3,0	4,0	6,5	8,7	8,3	8,8	10,1	10,2	9,2	9,4	9,8	11,5	13,0	14,0	15,7	18,7	19,6	20,8	21,5	23,8	24,1
Crescimento anual		67,7%	11,3%	63,2%	24,8%	77,0%	35,3%	62,7%	33,4%	-4,3%	5,8%	14,9%	1,1%	-9,8%	1,6%	4,4%	17,8%	13,0%	7,9%	11,7%	19,2%	5,0%	6,2%	3,5%	10,7%	1,2%

Fonte: Abralatas.

GRÁFICO 2

Brasil: vendas de latas para bebidas – 1990 a 2015

(Em bilhões de unidades)



Fonte: Abralatas.



TABELA 3

Brasil: *market share* de cerveja por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 a Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)

	Dez. 2004/ Jan. 2005	Dez. 2005/ Jan. 2006	Dez. 2006/ Jan. 2007	Dez. 2007/ Jan. 2008	Dez. 2008/ Jan. 2009	Dez. 2009/ Jan. 2010	Dez. 2010/ Jan. 2011	Dez. 2011/ Jan. 2012	Dez. 2012/ Jan. 2013	Dez. 2013/ Jan. 2014	Dez. 2014/ Jan. 2015	Dez. 2015/ Jan. 2016
Vidro retornável	66,5%	67,8%	66,6%	64,3%	62,3%	60,8%	58,0%	57,7%	57,1%	54,7%	50,9%	50,9%
Lata	30,4%	29,4%	30,7%	32,3%	33,8%	36,2%	38,5%	38,4%	39,7%	42,0%	45,8%	45,3%
Vidro descartável	2,9%	2,6%	2,5%	2,8%	2,6%	3,0%	3,5%	3,9%	3,2%	3,3%	3,4%	3,8%

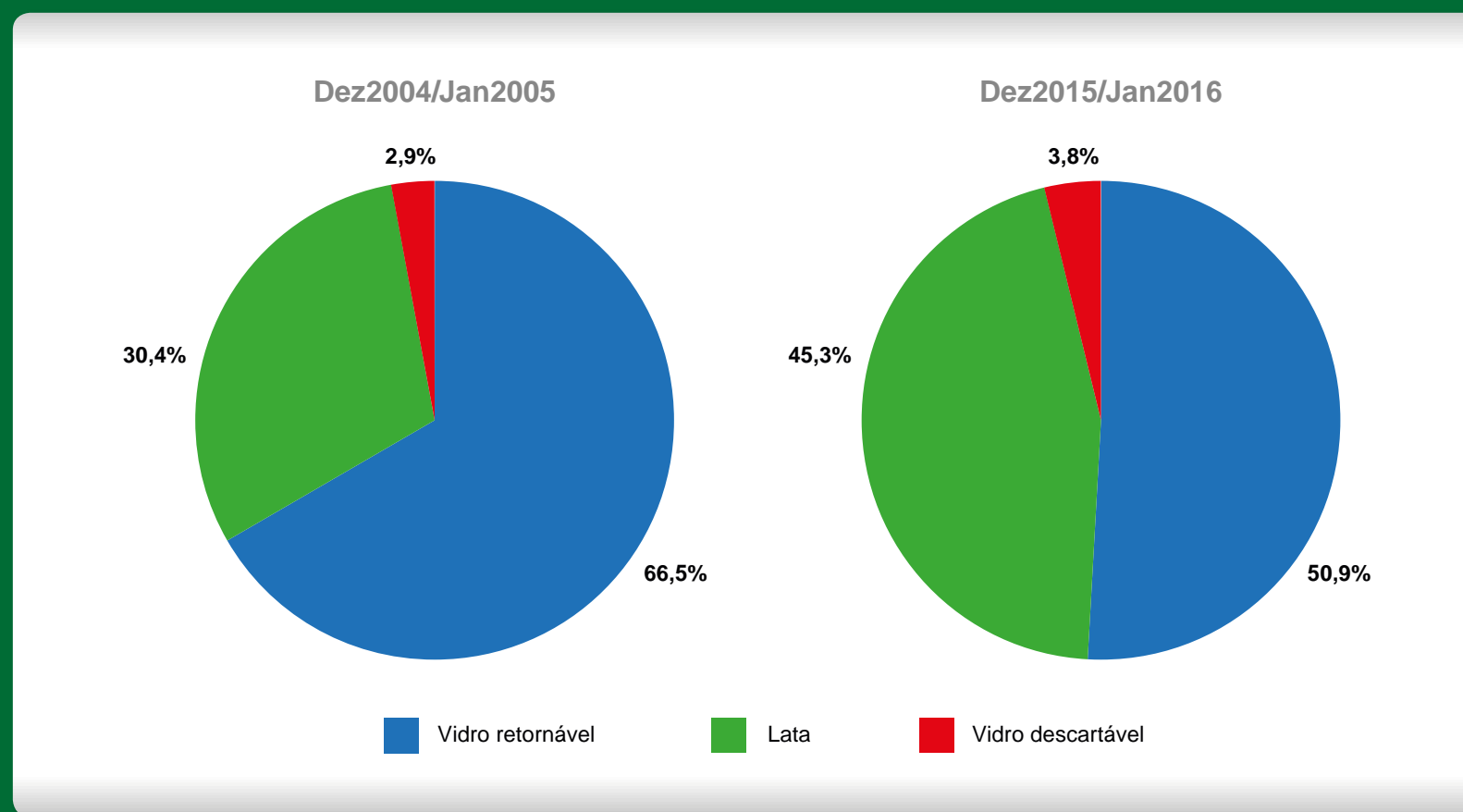
Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.

Elaboração: Abralatas.

GRÁFICO 3

Brasil: *market share* de cerveja por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 a Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)



Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.

Elaboração: Abralatas.



TABELA 4

Brasil: *market share* de refrigerante por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 a Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)

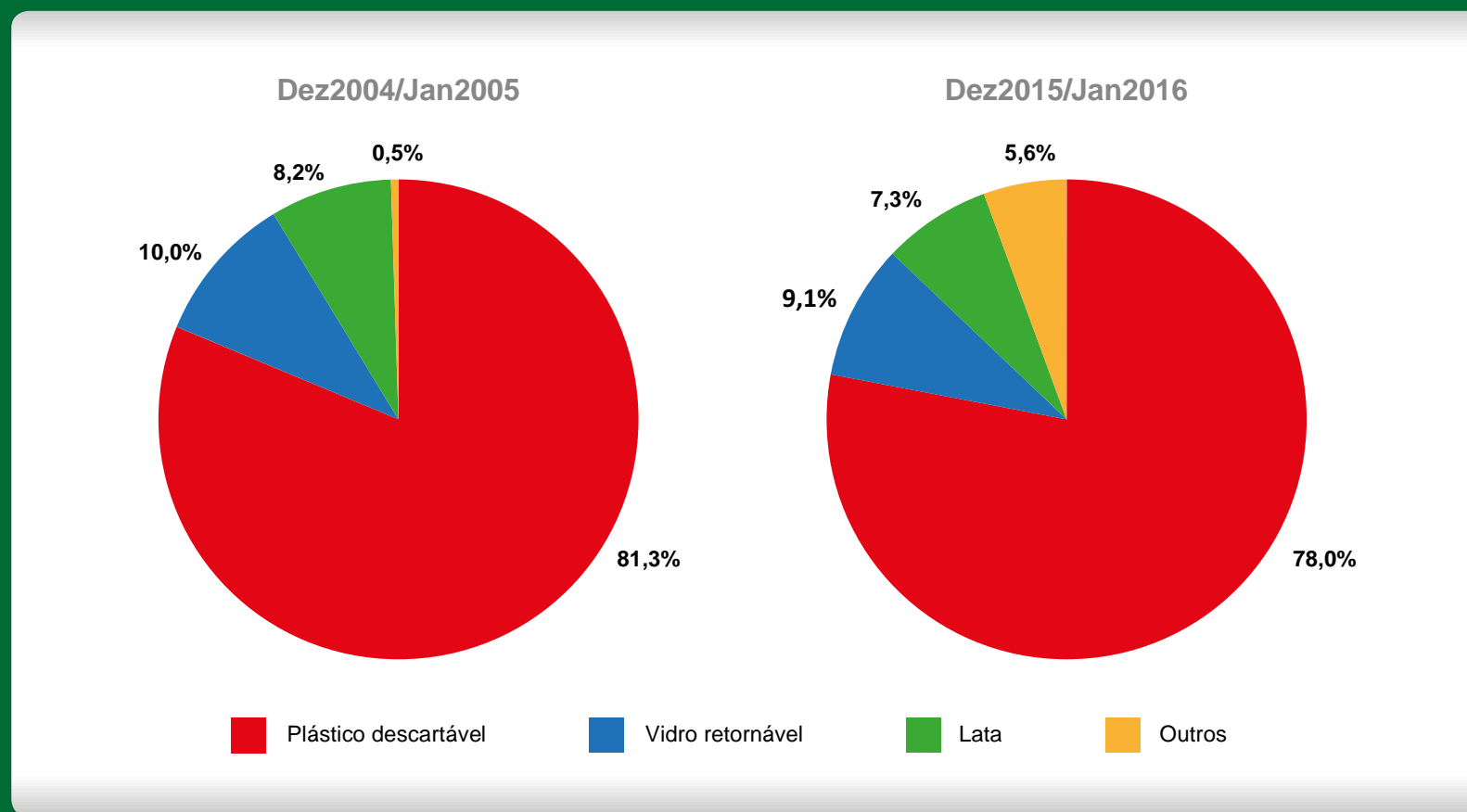
	Dez. 2004/ Jan. 2005	Dez. 2005/ Jan. 2006	Dez. 2006/ Jan. 2007	Dez. 2007/ Jan. 2008	Dez. 2008/ Jan. 2009	Dez. 2009/ Jan. 2010	Dez. 2010/ Jan. 2011	Dez. 2011/ Jan. 2012	Dez. 2012/ Jan. 2013	Dez. 2013/ Jan. 2014	Dez. 2014/ Jan. 2015	Dez. 2015/ Jan. 2016
Plástico descartável	81,3%	80,6%	80,5%	81,0%	81,2%	81,6%	81,6%	81,0%	81,2%	80,4%	79,3%	78,0%
Vidro retornável	10,0%	11,3%	11,3%	10,6%	10,6%	9,8%	9,2%	9,3%	9,2%	8,8%	8,9%	9,1%
Lata	8,2%	7,5%	7,6%	7,7%	7,5%	7,3%	7,5%	7,5%	7,4%	7,3%	7,3%	7,3%
Outros	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,9%	1,3%	1,7%	2,3%	2,1%	3,5%	4,5%	5,6%

Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.
Elaboração: Abralatas.

GRÁFICO 4

Brasil: *market share* de refrigerante por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 a Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)



Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.
Elaboração: Abralatas.



TABELA 5

Brasil: *market share* de cerveja e refrigerante por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 a Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)

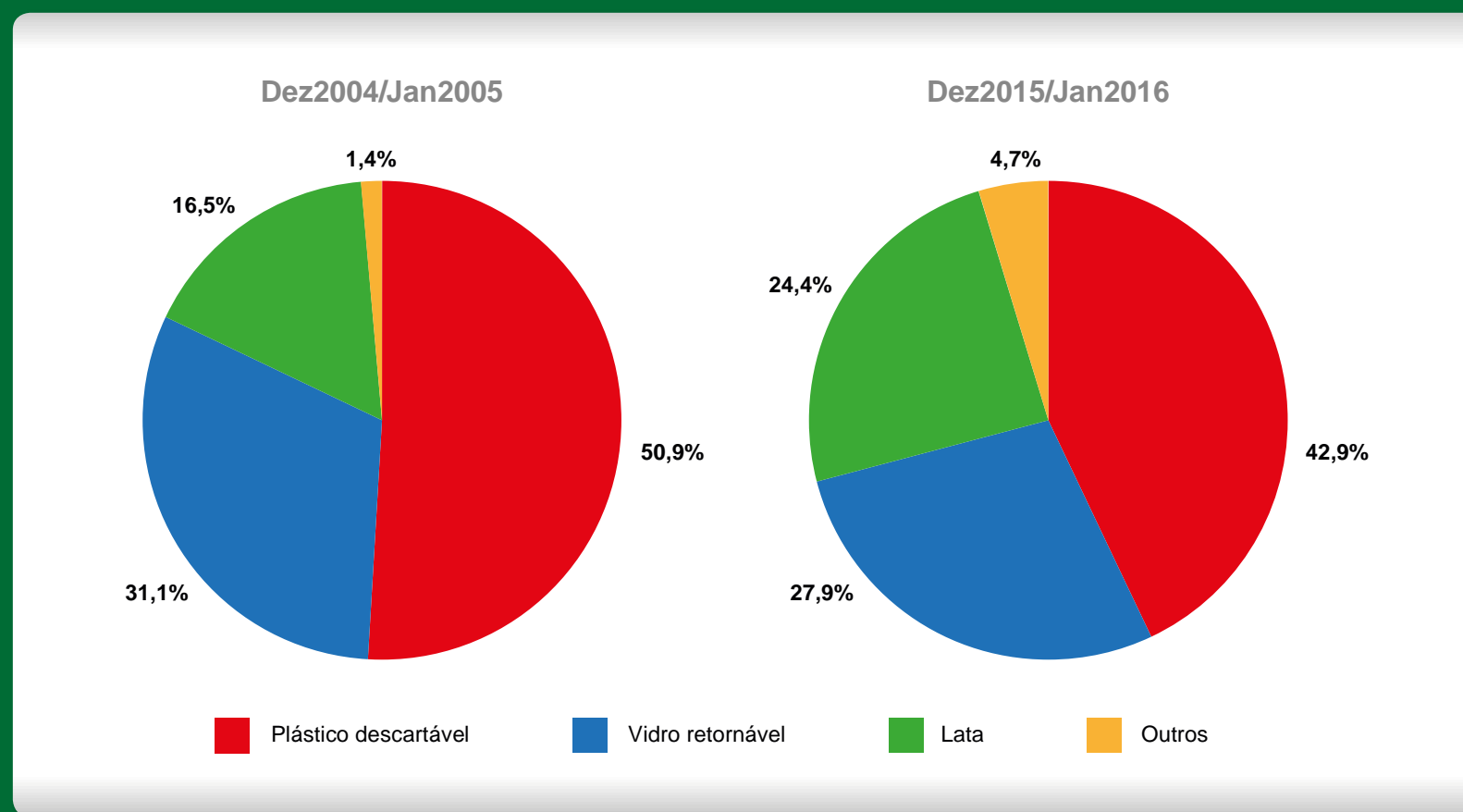
	Dez. 2004/ Jan. 2005	Dez. 2005/ Jan. 2006	Dez. 2006/ Jan. 2007	Dez. 2007/ Jan. 2008	Dez. 2008/ Jan. 2009	Dez. 2009/ Jan. 2010	Dez. 2010/ Jan. 2011	Dez. 2011/ Jan. 2012	Dez. 2012/ Jan. 2013	Dez. 2013/ Jan. 2014	Dez. 2014/ Jan. 2015	Dez. 2015/ Jan. 2016
Plástico descartável	50,9%	49,6%	48,6%	48,8%	48,2%	48,0%	47,7%	47,9%	48,2%	45,8%	44,7%	42,9%
Vidro retornável	31,1%	33,0%	33,2%	32,0%	31,8%	30,8%	29,5%	29,1%	28,7%	28,5%	27,2%	27,9%
Lata	16,5%	16,0%	16,7%	17,5%	18,1%	19,2%	20,4%	20,1%	20,5%	22,2%	24,1%	24,4%
Outros	1,4%	1,4%	1,4%	1,8%	1,9%	2,0%	2,4%	3,0%	2,5%	3,5%	4,0%	4,7%

Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.
Elaboração: Abralatas.

GRÁFICO 5

Brasil: *market share* de cerveja e refrigerante por embalagem – Dez. 2004/Jan. 2005 e Dez. 2015/Jan. 2016

(Em %)



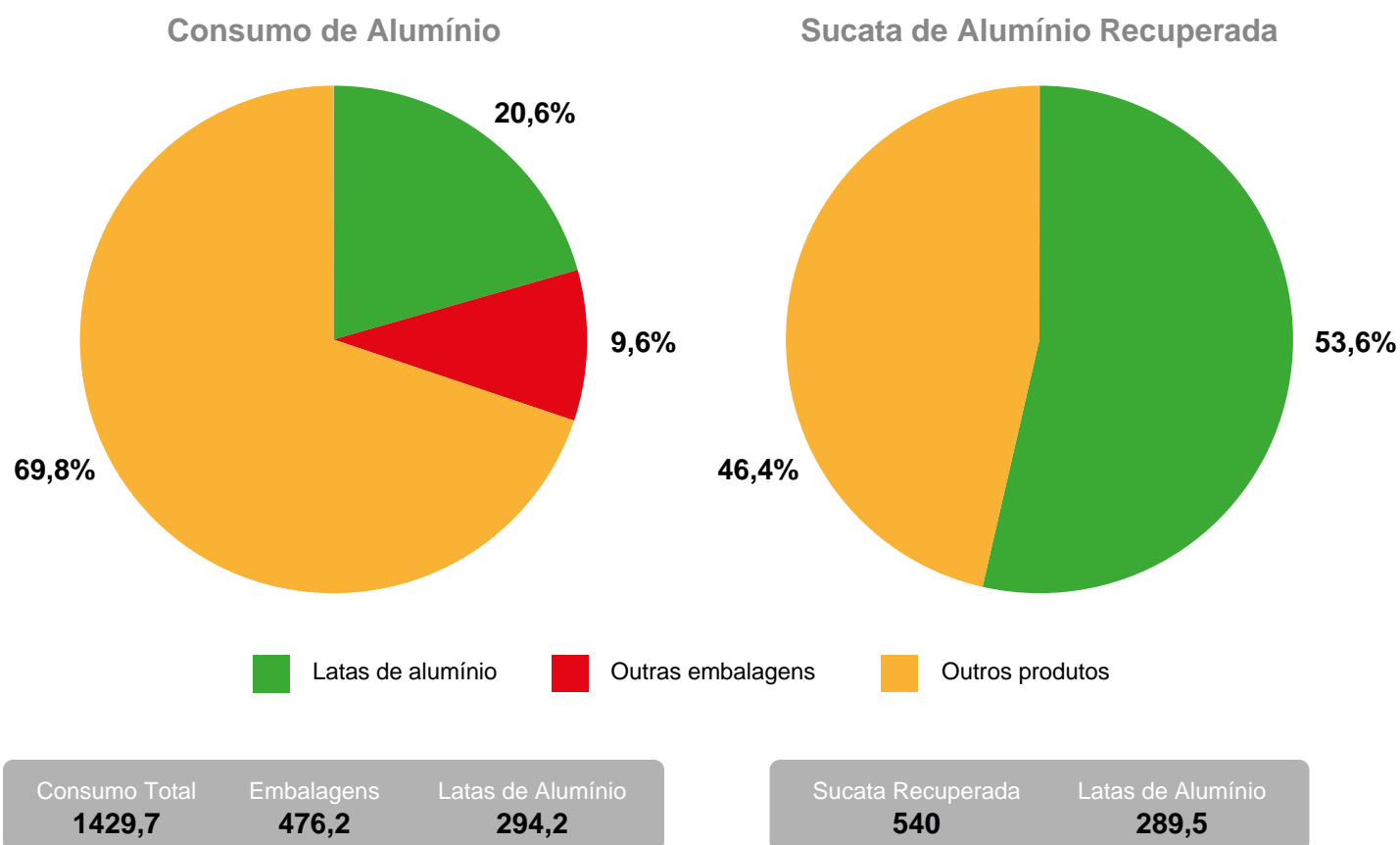
Fonte: AC Nielsen. Os dados originais não somam 100% necessariamente.
Elaboração: Abralatas.



GRÁFICO 6

Brasil: a importância da lata para a indústria do alumínio em 2014

(Em milhares de toneladas e %)



Fonte: Abralatas e ABAL.
Elaboração: Abralatas.



TABELA 6

Brasil: índices de reciclagem de embalagens – 1997 a 2014

(Em %)

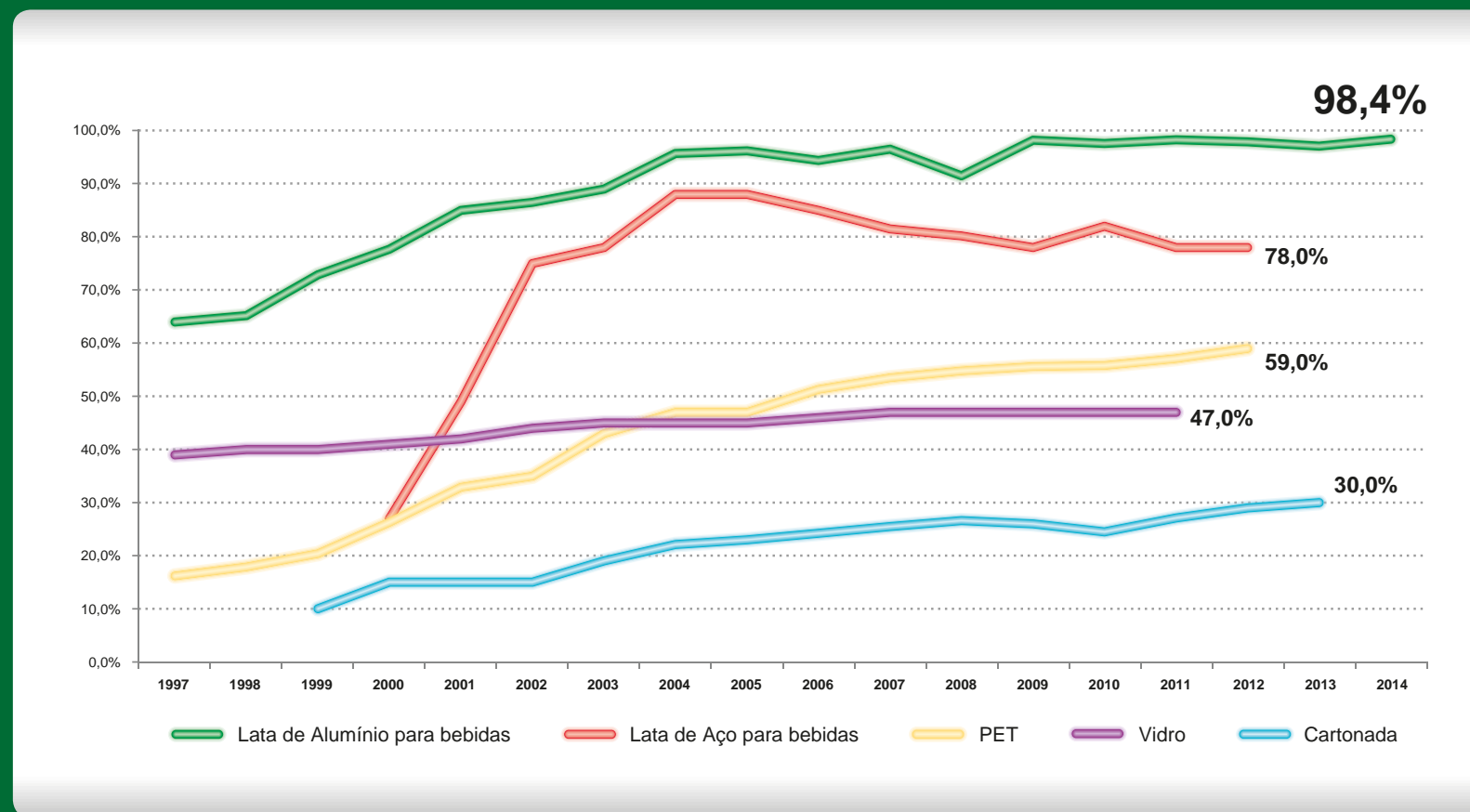
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Lata de Alumínio para bebidas	64,0%	65,2%	72,9%	77,7%	85,0%	86,5%	89,0%	95,7%	96,2%	94,4%	96,5%	91,5%	98,2%	97,6%	98,3%	97,9%	97,1%	98,4%
Lata de Aço para bebidas				27,0%	49,0%	75,0%	78,0%	88,0%	88,0%	85,0%	81,5%	80,2%	78,0%	82,0%	78,0%	78,0%		
PET	16,2%	17,9%	20,4%	26,3%	32,9%	35,0%	43,0%	47,0%	47,0%	51,3%	53,5%	54,8%	55,6%	55,8%	57,1%	59,0%		
Vidro	39,0%	40,0%	40,0%	41,0%	42,0%	44,0%	45,0%	45,0%	45,0%	46,0%	47,0%	47,0%	47,0%	47,0%	47,0%			
Cartonada			10,0%	15,0%	15,0%	15,0%	19,0%	22,1%	23,0%	24,2%	25,5%	26,6%	26,0%	24,5%	27,1%	29,0%	30,0%	

Fonte: Abралatas/ABAL, ABEAÇO, ABIVIDRO, ABIPET e TetraPak.

GRÁFICO 7

Brasil: índices de reciclagem de embalagens – 1997 a 2014

(Em %)



Fonte: Abралatas/ABAL, ABEAÇO, ABIVIDRO, ABIPET e TetraPak.



TABELA 7

Mundo: índices de reciclagem da lata de alumínio para bebidas – 1991 a 2014

(Em %)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Brasil	36,9%	39,4%	49,8%	56,3%	62,8%	61,3%	64,0%	65,2%	72,9%	77,7%	85,0%	86,5%	89,0%	95,7%	96,2%	94,4%	96,5%	91,5%	98,2%	97,6%	98,3%	97,9%	97,1%	98,4%
Japão	43,0%	54,0%	58,0%	61,0%	61,0%	66,0%	70,0%	73,0%	74,0%	79,0%	83,0%	83,0%	82,0%	86,0%	92,0%	90,9%	92,7%	87,3%	93,4%	92,6%	92,5%	94,7%	82,2%	87,4%
Argentina						25,0%	41,0%	48,0%	50,0%	51,0%	52,0%	78,0%	80,0%	78,0%	88,1%	88,2%	90,5%	90,8%	92,0%	91,1%				
EUA	57,0%	68,0%	63,0%	65,0%	65,0%	62,0%	64,0%	67,0%	63,0%	63,0%	55,0%	53,0%	50,0%	51,0%	52,0%	51,6%	53,8%	54,2%	57,4%	58,1%	65,1%	67,0%	66,7%	66,5%
Europa*	21,0%	25,0%	28,0%	30,0%	30,0%	35,0%	37,0%	40,0%	41,0%	41,0%	45,0%	46,0%	48,0%	48,0%	52,0%	57,7%	61,8%	63,1%	64,3%	66,7%	68,0%	69,5%	71,3%	

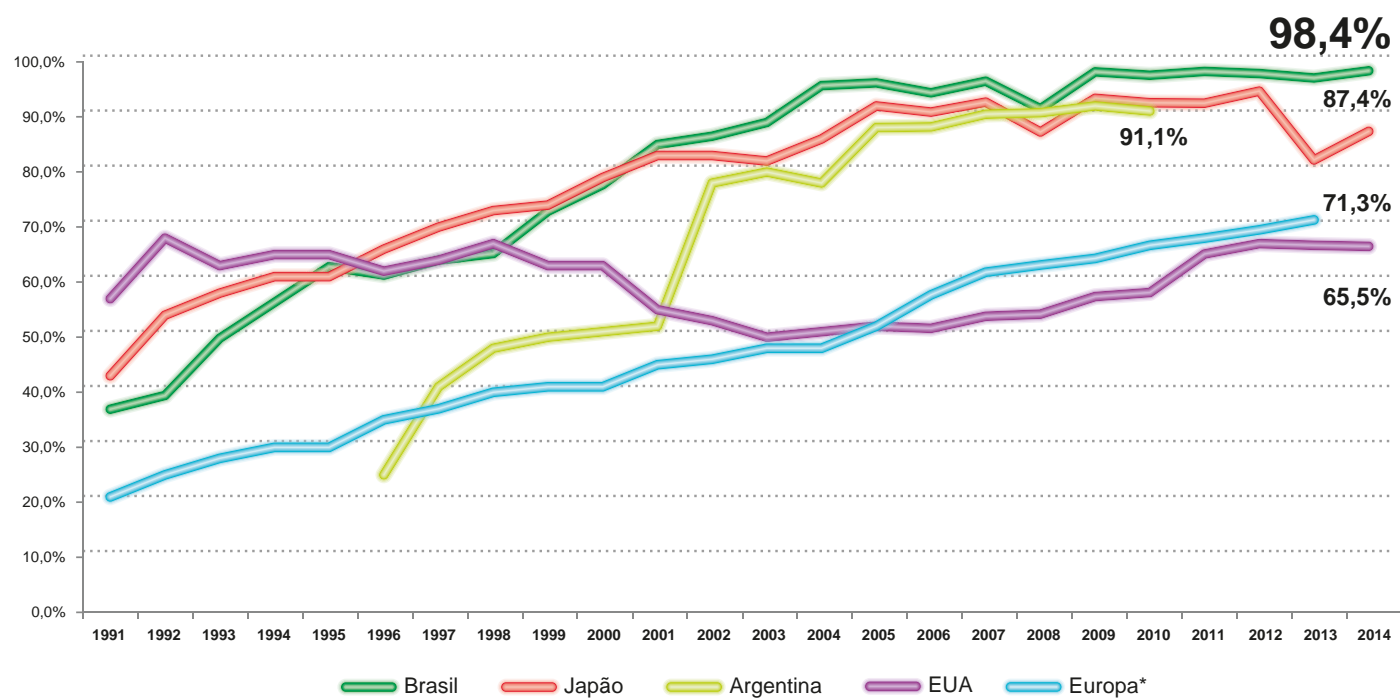
Fonte: Abalatas/ABAL, The Aluminum Association/Alluminum Can Recycling Association, Beverage Can Makers Europe, Cámara Argentina de la Industria del Aluminio y metales afines e Japan Alluminum Can Recycling Association.

* Média Europeia.

GRÁFICO 8

Mundo: índices de reciclagem da lata de alumínio para bebidas – 1991 a 2014

(Em %)



Fonte: Abalatas/ABAL, The Aluminum Association/Alluminum Can Recycling Association, Beverage Can Makers Europe, Cámara Argentina de la Industria del Aluminio y metales afines e Japan Alluminum Can Recycling Association.

* Média Europeia.





Prestígio internacional

“Abralatas recebe título internacional de melhores práticas de responsabilidade social na área corporativa.”

**PLATTS
GLOBAL METALS
AWARDS**



Pensar soluções socioambientais faz parte do negócio dos fabricantes de latas de alumínio para bebidas há quase 30 anos, quando esse assunto ainda era pouco debatido no Brasil. Aos poucos, a lata passou a ser a embalagem mais reciclada do mundo, com um modelo de logística reversa exemplar, que gerou renda e trabalho e valorizou uma categoria profissional – o catador de materiais recicláveis – hoje reconhecida como atividade econômica.

Essa preocupação da Abralatas, representante dos fabricantes, rendeu reconhecimento internacional. A agência Platts, uma das líderes mundiais em informações sobre energia e *commodities*, conferiu à associação o primeiro lugar na categoria *Corporate Social Responsibility*, no *Platts Global Metal Awards 2016*. A Abralatas disputou o prêmio com grandes nomes da indústria, como a francesa ArcelorMittal e a Gerdau Steel.

“A Abralatas tem colaborado permanentemente com o debate sobre sustentabilidade, respaldada pelo fato de ter a embalagem mais reciclada do mundo. Precisamos intensificar os debates sobre Economia Circular e ter uma política tributária que estimule ainda mais a produção e o consumo de bens e serviços com baixos impactos ambientais”, declarou Renault Castro, presidente executivo da Abralatas.

O modelo desenvolvido para a reciclagem da lata serviu de exemplo para a Política Nacional de Resíduos Sólidos, valorizando cooperativas de reciclagem que já estão recebendo equipamentos e capacitação por parte do setor de embalagens, conforme estabelece o Acordo Setorial assinado recentemente.

Ao mesmo tempo, percebe-se o crescimento da compreensão, principalmente por parte de prefeituras, da importância da participação das cooperativas na coleta seletiva municipal. Devidamente equipadas e atuando com condições dignas de trabalho, elas são parte importante da solução para o aumento da reciclagem de todos os materiais.

As cooperativas são o caminho, também, para um envolvimento maior da sociedade na própria coleta seletiva. Hoje, não muitos percebem o valor da separação do lixo domiciliar e, em geral, pouco sabem sobre questões básicas dessa prática. Faltam campanhas de esclarecimento. A participação de cooperativas tende a tornar o trabalho mais humano e, portanto, mais conhecido das famílias.

A adoção dessas medidas ajuda, ainda, na construção de uma cultura de sustentabilidade. Com mais conhecimento sobre o impacto de suas decisões de consumo, a sociedade pode valorizar produtos e serviços que afetem menos o meio ambiente. Atualmente, confirma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito, apenas três em cada dez brasileiros são consumidores ambientalmente conscientes. Mesmo assim, diz o estudo, o fator financeiro prevalece sobre os de natureza ambiental e social.

Ou seja, para auxiliar maior envolvimento da sociedade são necessários alguns incentivos. Um deles, defende a Abralatas, é a implantação de uma política tributária que leve em consideração o impacto ambiental de bens e serviços, a chamada Tributação Verde.

O prêmio recebido pela Platts fortalece nossas convicções e torna a Abralatas ainda mais responsável em seu papel de colaborar com a construção de uma economia de baixo carbono. Mostra que a entidade está – como sempre esteve – no rumo certo.







CONSELHO DIRETOR

PRESIDENTE

JORGE ANGEL ROSA GARCIA

Vice-presidente de Tesouraria – Ball Beverage Packaging South America

CONSELHEIROS

AMAURI BRASSAROTO

Vice-presidente Financeiro – Ball Beverage Packaging South America

CARLOS AUGUSTO SÍCOLI SEOANE

Diretor de Operações – Ardagh Metal Beverage Brasil

CARLOS HENRIQUE MEDEIROS

Presidente – Ball Beverage Packaging South America

JORGE MAURÍCIO BANNITZ

Presidente – Ardagh Metal Beverage Brasil

JOSÉ LUIZ RIBAS TORTELLI

Vice-presidente de Suprimentos e TI – Ball Beverage Packaging South America

WAGNER SAMMARTINO

Diretor de Gente e Desenvolvimento Humano – Crown Embalagens Metálicas da Amazônia S.A.

WILMAR ARINELLI JÚNIOR

Presidente – Crown Embalagens Metálicas da Amazônia S.A.

DIRETORIA EXECUTIVA

RENAULT CASTRO

Presidente Executivo – Abralatas

GUILHERME CANIELO

Assessor da Diretoria – Abralatas

ASSOCIADOS FABRICANTES



AFILIADOS



Idealização »



Textos » Cláudio Tourinho e Aline Sanromã

Realização »



Coordenação » Ana Paula Messeder

Projeto Gráfico » Noel Fernández Martínez

Revisão » Fátima Campos

Tradução » Daniel Pereira Maciel

Ilustrações » Rodrigo Mafra

Impressão » M2 Gráfica e Editora Ltda.



www.abralatas.org.br

“ESTE IMPRESSO FOI PRODUZIDO EM PAPEL ECOEFICIENTE
PROVENIENTE DE FLORESTAS PLANTADAS”





SCN - Quadra 1 - Bloco F - Sala 1.608 - CEP: 70.711-905 - Brasília-DF - Tel.: +55 (61) 3327.2142

www.abralatas.org.br