

REVISTA DA LATA

20 ANOS
DA ABRALATAS

ABRA O FUTURO

ABRALATAS

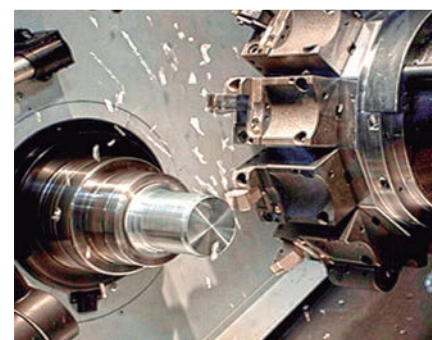
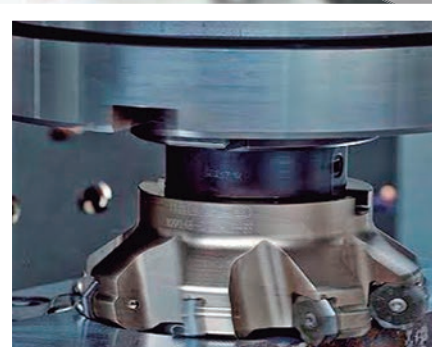
AINDA NESTA EDIÇÃO

**CONQUISTA INÉDITA:
100% DAS LATAS RECICLADAS**

FERMAM

Serviços de Usinagem


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



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

VENDAS

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

 (47) 3350.3900
(47) 3350.7413
(47) 3350.9186

Clodoaldo Teixeira
(47) 99989.0221

www.fermamferramentaria.com.br

- 04**  **EDITORIAL**
20 anos de uma história de sucesso
- 08**  **SUSTENTABILIDADE E CONSUMO**
Empresas com propósito conquistam consumidores
- 14**  **ARTIGO**
Simplificação, segurança jurídica e meio ambiente: desafios da Reforma Tributária
- 18**  **RECICLAGEM**
Conquista inédita: 100% das latas recicladas
- 28**  **DIVERSIDADE E INCLUSÃO**
O poder da diversidade e da inclusão na indústria da lata de alumínio
- 38**  **20 ANOS DA ABRALATAS**
Crescimento e consolidação do setor marcam trajetória da entidade
- 46**  **CADA LATA CONTA**
Programa retorna à Sapucaí e consegue mais uma nota 10 em sustentabilidade
- 52**  **ENTREVISTA**
Delivery com sustentabilidade: as estratégias do iFood para fomentar as embalagens sustentáveis
- 56**  **ECONOMIA CIRCULAR**
Setor de latas de alumínio para bebidas lança a edição 2023 do seu relatório ESG
- 62**  **LATA MAIS BONITA**
Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil valoriza e incentiva a criatividade
- 68**  **MICROCERVEJARIAS**
E lata de alumínio: tudo a ver!

20 ANOS DE UMA HISTÓRIA DE SUCESSO

A Abralatas celebra duas décadas em 2023. São 240 meses de conquistas e histórias para contar. Quanto impacto positivo fomos capazes de promover com tudo que construímos até aqui. Afinal, somos responsáveis por avanços fundamentais para garantir o desenvolvimento do setor de latas de alumínio para bebidas no Brasil.

Temos muito o que comemorar nesta nova edição da Revista da Lata. Um dos grandes marcos é o índice de 100% de latinhas recicladas no Brasil, conquista que nos reafirma como um case de sucesso mundial, alinhado às metas de sustentabilidade tão importantes e necessárias para nossa sociedade.

Nestas duas décadas, criamos e estruturamos uma entidade relevante, que defende um modelo sustentável de produção e de consumo e que está sempre focada em aumentar a competitividade do setor no país, com responsabilidade socioambiental. Trouxemos várias pautas importantes para a sociedade e até mesmo para o parlamento brasileiro, todos temas de relevância mundial que fomentam um modelo econômico verde, resiliente e que contribui para um futuro melhor.

E esse é só o começo de uma história de sucesso que segue sendo escrita dia a dia por várias pessoas



“

Consolidamos – junto ao setor e a toda nossa cadeia produtiva – um relevante trabalho de defesa de um modelo sustentável de produção, de consumo, com foco sempre em proteção ambiental no Brasil. Afinal, a roda da economia circular só acontece por mérito de vários atores.”

e equipes. Lideranças que, juntas, construíram algumas dessas grandes conquistas para o setor. Posso citar José Carlos Martins, Paulo Camillo Penna, André Balbi, Rinaldo Lopes, Jorge Angel, Wilmar Arinelli, Carlos Pires, Jorge Bannitz, Carlos Medeiros, Renault Castro, dentre tantos outros, estando agora sob a presidência de Roberto Castro.

É uma honra poder compartilhar nossa história com pessoas como essas, que apoiam coletivamente a consolidação da Abralatas como a voz do nosso setor, que possibilitam o forte crescimento de associados e os avanços da sustentabilidade. Tudo isso se refletiu nos recordes de reciclagem e nos colocou nos principais fóruns de discussão.

É um prazer imenso compartilhar, nesta edição, parte das conquistas da nossa Associação neste período pós-pandemia.

Trouxemos para vocês, leitores, uma curadoria de matérias que oferecem um panorama de como o consumidor está inserido nos processos e decisões, sempre com o olhar para estratégias e tendências do mercado como um todo.

Conversamos com grandes empresas, clientes, academia, governo e parceiros de negócios para aprofundarmos o debate sobre as questões ligadas ao consumo sustentável.

A Reforma Tributária, importante tema para o avanço do Brasil, é um dos destaques. Conversamos com especialistas e vimos que a Reforma poderá tornar transparente para o contribuinte o total do imposto pago na cadeia de produção e comercialização dos bens e serviços que ele adquire. Entendemos que esta é uma das medidas mais importantes na construção de um sistema mais justo e mais eficiente, beneficiando a todos, sobretudo as famílias de menor renda e as regiões menos desenvolvidas do nosso Brasil.

Queremos proporcionar uma leitura completa do mercado, ampliando as discussões para além do setor de latas de alumínio e aproveitando esta histórica publicação para debater pontos relevantes de nossa indústria. Além disso, buscamos trazer uma edição cheia de novidades, com espaço para pontos de vista e relatos que nos façam valorizar um olhar para o futuro dos negócios e da sustentabilidade no país.

CÁTILO CÂNDIDO

Presidente executivo da Abralatas

SHERWIN-WILLIAMS®

TECNOLOGIA INOVADORA DE REVESTIMENTOS EPÓXI NBPA

valPure® v70

valPure V70 é a primeira tecnologia de revestimento epóxi NBPA para latas de bebidas, alimentos e personal care. Desenvolvido usando o Protocolo Sherwin-Williams Safety by Design, com o rigor científico que assegura que os produtos resistam a longo prazo, valPure V70 fornece as mesmas propriedades de aplicação, fabricação e proteção das tecnologias convencionais usadas atualmente, sem a necessidade de ajustes nas linhas de produção.



Saiba mais sobre nossos produtos inovadores em packaging.sherwin.com



Para ferramentas de dois ou três corpos e ferramentas de precisão, conte com quem é especialista!

ZERMATT TOOLS É A SOLUÇÃO

A **Zermatt Tools** é uma empresa brasileira com tradição suíça no mercado desde 2009, mas com know-how de mais de 40 anos de experiência.

Temos ao nosso lado os mais renomados fabricantes mundiais de carbide, cerâmica e aços especiais, que nos capacita a oferecer todos os tipos de máquinas para fabricação de ferramentas para lata e aerossol com soluções de máxima qualidade e precisão para atender projetos de acordo com a necessidade de cada cliente.



www.zermatttools.com.br

+55 15 3227 6266

[company/zermatt-tools](https://www.linkedin.com/company/zermatt-tools)



**EMPRESAS
COM PROPÓSITO
CONQUISTAM
CONSUMIDORES**



Os hábitos de consumo estão cada vez mais relacionados a preocupações socioambientais. Se antes preço, marca e percepção de qualidade eram os diferenciais, hoje os consumidores estão mais preocupados com o consumo consciente.

Empresas com propósito claro estão no topo das mais lembradas pelos consumidores. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD), em parceria com a InPress Porter Novelli, mostrou que cerca de 90% dos consumidores confiam mais em uma empresa com propósito, 88% preferem comprar marcas que defendem algo maior do que seus produtos e serviços e 76% dizem perceber quando uma empresa age de forma contrária aos seus valores. Além disso, autenticidade, ética, tratamento aos funcionários e proteção ao meio ambiente são os fatores que mais pesam na hora de escolher uma marca.

Segundo Ornella Vilardo, diretora de Sustentabilidade do Grupo Heineken, foi pensando nisso que a empresa trouxe causas socioambientais para o centro do território de suas marcas, fazendo um convite aos consumidores para se unirem em prol de um mundo melhor. “Nossa verdinha Heineken® tem sido pioneira na forma de conectar o consumidor com a agenda ambiental, por meio da plataforma Green Your City. A iniciativa reúne cultura e sustentabilidade com o objetivo de promover festivais mais verdes e ressignificar os espaços urbanos. Ainda contempla o Programa Heineken® Energia Verde, que facilita o acesso à energia renovável para bares, restaurantes e até mesmo residências. O programa já gerou 22 mil contratos, abastecidos por cerca de 140 mil placas solares que, por sua vez, geraram uma economia de R\$ 1,3 milhão na conta de luz de nossos clientes e consumidores”, explicou a executiva.

A marca, aliás, destaca a importância da embalagem de alumínio dentro da cadeia de sustentabilidade. “Enquanto companhia, acreditamos que para crescermos devemos trabalhar sustentados por uma agenda robusta de Sustentabilidade & Responsabilidade, que engloba compromissos e metas claras. Temos a meta de atingir 100% de circularidade das nossas embalagens no ON Trade até 2025. A lata de alumínio confere conveniência e, na perspectiva de sustentabilidade, o destaque está no atingimento do nível máximo de taxa de reciclagem de 100%. Além do aspecto ambiental, há o componente social, uma vez que a receita gerada com a venda deste material é fonte de renda para milhares de profissionais da reciclagem, na maioria catadores autônomos, mas também uma parcela de cooperados”, destacou Ornella.

A atuação em uma agenda ESG robusta, eficiente e que apresente resultados concretos vem sendo observada por especialistas no segmento. “As empresas que estão muito próximas de seus consumidores querem entender as motivações, dores e necessidades das pessoas. Sabem que elas estão cada vez mais sensíveis às agendas social, ambiental e de governança. Com essa mudança de comportamento, hoje as pessoas entendem melhor o papel social dos negócios”, explica

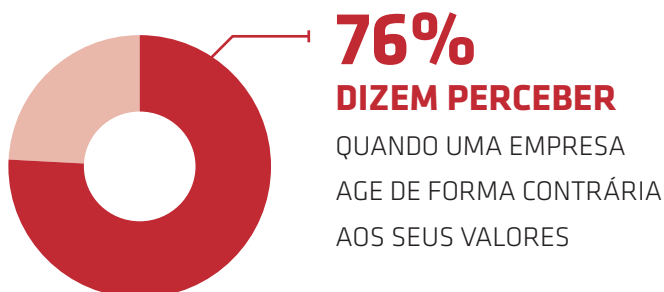
Francisco Nilson, diretor executivo do Instituto.cc, que também é designer de negócios sustentáveis e estrategista em ESG.

Para Nilson, este olhar mais atento do consumidor com questões de sustentabilidade é puxado pelos mais jovens, principalmente a geração Z, que tem grande conexão com os pilares da agenda ESG e real poder de conduzir as tendências de mercado.



A lata de alumínio confere conveniência e, na perspectiva de sustentabilidade, o destaque está no atingimento do nível máximo de taxa de reciclagem de 100%. Além do aspecto ambiental, há o componente social, uma vez que a receita gerada com a venda deste material é fonte de renda para milhares de profissionais da reciclagem, na maioria catadores autônomos, mas também uma parcela de cooperados.”

Ornella Vilardo
Diretora de Sustentabilidade
da Heineken



Fonte: Instituto Brasileiro de
Pesquisa e Análise de Dados (IBRAD)

O impacto deste jeito de consumir fica claro no estudo semestral Global Positioning in Sustainability (GPS), realizado pela consultoria Walk The Talk, cujos dados mostram que as empresas podem ser agentes de mudança para 98% dos entrevistados. Apenas 2% dos entrevistados acreditam que as empresas não têm responsabilidade em temas ambientais, sociais e de governança.

Entre as questões mais citadas pelos entrevistados estão se a empresa devolve recursos naturais (via reflorestamento ou neutralização de CO2), utiliza menos recursos naturais, reduz impactos nas mudanças climáticas e aquecimento global e faz embalagens que sejam melhores para o meio ambiente.

A diversificação do uso de latas de alumínio e o aumento de sua preferência no mercado mostram que o olhar sustentável realmente ganhou a atenção do consumidor.

Com novos formatos, a lata passou a ser também uma excelente opção para todos os tipos de bebidas, além de refrigerantes, sucos, energéticos e vem conquistando produtores e consumidores de vinho, uísque, drinks, gin, chás, cachaça, kombucha e até café.

A pegada sustentável do uso da lata de alumínio também é um atributo importante no uso do material e seu

apelo entre o mercado jovem e que considera a economia circular ao escolher o que comprar. Hoje um dos dados mais celebrados da indústria é que o Brasil recicla 100% das latinhas de alumínio. Apostando nesta frente, a Heineken lançou, em 2022, o Instituto Heineken, primeiro da companhia no mundo e que tem como objetivo transformar a sociedade por meio do equilíbrio. “Com iniciativas e programas sociais, o Instituto Heineken Brasil pretende impactar 10 mil vendedores ambulantes, catadores e jovens em situação de vulnerabilidade até 2025. Na frente ambiental, vale destacar que fomos a primeira

grande cervejaria a anunciar o compromisso de ser net zero em toda a cadeia de valor até 2040, com compromisso de atingir, até o final de 2023, 100% do uso de energias renováveis em todas as nossas cervejarias. Também investimos na implementação de energias renováveis em nossa operação com abastecimento das cervejarias e dos 31 CDA's (Centros de Distribuição Avançados) com energias de fontes 100% renováveis. Esses esforços ultrapassaram os nossos muros e atingiram inclusive os nossos clientes e consumidores através do Programa Energia Verde”, concluiu a executiva Ornella Vilardo.



“

O Grupo Heineken leva a agenda ESG para o centro da estratégia de comunicação de suas marcas, à exemplo da marca Heineken com a plataforma Green Your City. Além disso, a marca Amstel tem como objetivo promover a Diversidade, a Equidade e a Inclusão, ampliando a representatividade e o reconhecimento da comunidade LGBTQI+ por meio da visibilidade em campanhas e empregabilidade para a comunidade em eventos da marca e outras oportunidades. Já a Devassa, tem um olhar direcionado ao aumento da representatividade racial por meio de iniciativas da marca e oportunidades de emprego, celebrando as raízes da cultura brasileira, assim como a marca Lagunitas tem como brand cause transformar cervejas em valor para a comunidade com ações que visam arrecadar fundos para ONGs de proteção animal.”

Ornella Vilardo
Diretora de Sustentabilidade
da Heineken

GERAÇÃO Z NO TOPO



Gen Z está no foco dos temas corporativos, não tem como negar. Seja no mercado de trabalho, nos hábitos de consumo ou mesmo suas percepções e consciência sobre questões importantes, como sustentabilidade e meio ambiente, os nascidos entre 1995 e 2010 têm muito a dizer.

A geração Z é a primeira nativa digital, afinal, ela não precisou passar pela transição do analógico para o digital. Ela é composta por pessoas que valorizam o consumo sustentável e suas identidades e, com isso, são consumidores mais exigentes. Eles não querem só o produto e sim uma experiência.

Saber que o valor pago é justo e valeu a pena importa para esta geração, tanto que 75% dos Gen Z acreditam que têm o poder de influenciar as ações e os comportamentos de uma marca global para melhor. O dado foi divulgado neste ano pela Truth Central, unidade de inteligência global do McCann Worldgroup, e revela uma característica

importante da Geração Z: ela está atenta não só com o que compra, mas de quem compra. Entre outras particularidades dessa geração está o modo de vida pragmático, ágil e que prioriza relações transparentes, sejam elas interpessoais ou com organizações.

O olhar consciente para o consumo também está entre as características mais marcantes dessa geração. Um relatório viabilizado pela Electrolux em 2021 ouviu 14 mil jovens e mostrou que a Geração Z não está apenas disposta a mudar o estilo de vida para salvar o planeta, como também vê a si mesma como protagonista nessa missão: 81% dos jovens da América Latina se veem como defensores da sustentabilidade. Essa conscientização influencia fortemente nos hábitos de compra da geração, que passa a olhar com mais atenção para as ações das empresas antes de escolher de quem comprar. Mudanças que todo o mercado precisa estar atento.



SIMPLIFICAÇÃO, SEGURANÇA JURÍDICA E MEIO AMBIENTE: DESAFIOS DA REFORMA TRIBUTÁRIA

POR BRENO CONSOLI (FOTO) E RICARDO BUOSO

Após a aprovação do texto pela Câmara dos Deputados, em 8 de outubro de 2023, foi a vez do Senado Federal aprovar, em dois turnos, o texto final da Reforma Tributária. Na sequência, o texto retornou para a Câmara dos Deputados, em razão das alterações significativas promovidas pelo Senado Federal.

Simplificação do sistema tributário, segurança jurídica e uma orientação mais clara para a economia verde são algumas das expectativas dos contribuintes em relação à Reforma Tributária. Certamente, foi uma missão bastante desafiadora não apenas para os deputados do Grupo de Trabalho, mas também para o Senado Federal.

A partir da aprovação do texto final no Senado Federal, é possível fazer uma análise mais detalhada desses três pontos. O anseio pela simplificação decorre da complexidade do sistema tributário atual, inúmeros tributos, obrigações acessórias, exceções, além de legislação esparsa.

Nessa linha, a proposta de substituir cinco tributos (IPI, ICMS, ISS, PIS e COFINS) por um IVA dual (IBS e CBS), com uma legislação

única e menos exceções, parece uma evolução importante. Porém, é necessário ponderar que há previsão de um período de transição de sete anos (2026-2032), que trará complexidades adicionais e novos custos de conformidade para os contribuintes.

A segurança jurídica envolve a previsibilidade e coerência na aplicação das leis. No âmbito tributário, há um histórico de inúmeras discussões, decorrentes da divergência de entendimento entre fisco e contribuintes. Diante de uma reforma desta magnitude, é esperado que seja necessário um período de acomodação.

Soma-se a isso o fato de que diversos tópicos de extrema relevância terão que ser tratados por Lei Complementar. A título de exemplo, a sistemática da não cumulatividade plena, o ressarcimento dos tributos acumulados, a dinâmica da Zona Franca de Manaus e os critérios para definição de “destino da operação”.

Essas lacunas momentâneas impossibilitam que os contribuintes tenham hoje uma visão clara do que deverá ser o sistema tributário após a regulamentação e transição, o que pode gerar incertezas e desestimular investimentos no curto prazo.

No que se refere à economia verde, pelo menos sete passos importantes foram contemplados, frutos do trabalho da Frente Parlamentar da Economia Verde:

1. Crédito presumido para a reciclagem, priorizando cooperativas de catadores;
2. IPVA com alíquotas diferenciadas de acordo com o impacto ambiental causado;
3. Imposto Seletivo que onera bens e serviços prejudiciais ao meio ambiente;
4. O Sistema Tributário Nacional deverá observar, entre outros, o princípio da defesa do meio ambiente;
5. Regime fiscal favorecido para biocombustíveis;
6. Os incentivos regionais, sempre que possível, deverão considerar “critérios de preservação do meio ambiente”; e
7. Regime fiscal específico para bens e serviços que promovam a economia circular visando à sustentabilidade no uso de recursos naturais.



Neste momento em que a atenção internacional se volta para a questão ambiental no Brasil, há uma oportunidade importante para um avanço mais ambicioso, endereçando, por exemplo, a tributação do carbono, em linha com legislações da União Europeia e de alguns países da América do Sul.”

Diante disso, é possível notar que, nesses três pontos de interesse dos contribuintes, o texto da Reforma Tributária aprovado pelo Senado Federal trouxe evoluções importantes. Contudo, existem ainda questões a serem esclarecidas. O amadurecimento do tema por parte dos congressistas e contribuintes – a partir da redação aprovada – e novo debate na

Câmara dos Deputados serão de grande importância para caminhar com uma reforma que gere simplificação, um ambiente mais seguro para investimentos e favoreça o meio ambiente.

COMPROMISSO COM A ECONOMIA VERDE



Frente Parlamentar da Economia Verde

A Frente Parlamentar Mista da Economia Verde foi constituída em 2018, a partir de manifesto público pela criação de foro de discussão de entidades e parlamentares que acreditam no desenvolvimento econômico com sustentabilidade no Congresso Nacional.

O movimento defende a criação de um espaço permanente de debate sobre a utilização de mecanismos de política econômica e tributária para a defesa e a preservação do meio ambiente. As principais bandeiras defendidas pela Frente são: tributação conforme impacto ambiental, como o imposto seletivo aprovado na Reforma Tributária, implementação de um mercado de carbono regulado e estímulos à pauta ESG nas esferas privada e pública, como o Projeto de Lei nº1817/2022, que moderniza leis como a Política Nacional de Meio Ambiente e a nova lei de licitações, estabelecendo parâmetros internacionais de ESG.



UNALE

UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

A FORÇA DO PARLAMENTO ESTADUAL

Acesse o QR CODE com
a câmera do seu celular
e saiba mais.



@Unaleoficial



@unaleoficial



@unaleoficial



@TV Unale



Unale Legislativo Estaduais

23 anos de trabalho e com iniciativas em prol do desenvolvimento profissional e econômico dos catadores e catadoras de materiais recicláveis do Brasil



A ANCAT- Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis conta com uma sólida área de projetos que atua sobre temas como: recuperação de embalagens, qualificação produtiva, gerenciamento de logística reversa, tecnologia, além de geração e organização de dados referentes ao setor.

Algumas das nossas ações:

RECICLAR PELO BRASIL

Maior programa de logística reversa do país executado em parceria com 18 empresas. Em seis anos já recuperou mais de 600 mil toneladas, investindo em centenas de organizações de catadores em todas as regiões do país. Números registrados na sua sexta fase (de janeiro a dezembro de 2022):

- 115 mil toneladas de materiais recuperados
- 245 organizações de catadores acompanhadas
- 6.187 catadores (as) beneficiados (as)
- 176 cidades impactadas em 26 estados
- R\$ 88 milhões gerados na comercialização de materiais
- 142 operações de infraestrutura

ANCAT REUTILIZA JÁ

Tecnologia de logística reversa que garante o rastreamento total de origem, trajeto e destino dos materiais, promovendo soluções ESG (Ambiental, Social e Governança)


HUB DA CIDADANIA

Escritório móvel recém-lançado pela ANCAT em parceria com o Instituto Heineken, cujo objetivo é promover cidadania e dignidade profissional a catadores e catadoras que trabalham nas ruas de São Paulo

REDE RECÍPROCA

Iniciativa conjunta do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis MNCR, UNICATADORES, ANCAT, ABRALATAS e ABIR, que tem o apoio de entidades públicas e privadas e atua pelo reconhecimento e valorização dos catadores dentro do mercado da logística reversa no país, em sintonia com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).





**CONQUISTA
INÉDITA:
100% DAS
LATAS
RECICLADAS**



O índice de reciclagem de 100% alcançado pelo Brasil em 2022 é uma das maiores conquistas do setor de latas de alumínio. Para além da questão econômica, chegar neste patamar mostra que o compromisso com a agenda ESG está alinhado com as metas mundiais, principalmente as propostas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Entre elas, trabalho decente e crescimento econômico, consumo e produção responsáveis e ação contra mudança global do clima.

Sucesso na reciclagem de latas de alumínio para bebidas há décadas, o Brasil atingiu feito inédito em um ano em que a indústria passou por ajustes nos estoques de latinhas. Os dados obtidos pela Recicla Latas, com o apoio da Associação Brasileira do Alumínio (Abal) e da Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alumínio (Abralatas), foram assegurados por empresas de auditoria independente e confirmaram que os recicladores processaram 390,2 mil toneladas de sucata de latinhas, montante equivalente às 31,85 bilhões de unidades comercializadas pelos fabricantes de latas em 2022.

“A reciclagem da lata de alumínio traz benefícios econômicos e socioambientais ao país. Economiza matéria-prima e energia elétrica, por exemplo, cada quilo reciclado, cinco quilos de bauxita (minério bruto do qual se produz o alumínio) são poupados. Para reciclar a latinha de alumínio, gasta-se somente 5% da energia que seria utilizada na produção a partir do metal primário. Em outras palavras, uma tonelada de alumínio reciclado economiza 95% de energia elétrica. Há uma diminuição de 70% na emissão dos gases de efeito estufa. Além disso, a reciclagem reduz o volume de resíduos enviado aos aterros sanitários e ajuda a manter a cidade limpa. Atualmente, injetamos R\$ 6 bilhões por ano na economia com a reciclagem da lata, além de contribuir para a geração de emprego e renda para um contingente de quase um

milhão de catadores”, explica Renato Paquet, secretário-executivo da Recicla Latas.

O Brasil é considerado um caso de sucesso mundial. Além de representar importante parcela na economia brasileira, os elevados índices de reciclagem das latas de alumínio reduzem o impacto ambiental desse setor, e também geram renda para milhares de catadores de materiais recicláveis, profissionais fundamentais nas soluções de coleta seletiva, triagem e destinação adequada de resíduos no país.

O consumo de latas de alumínio aumentou 53% nos últimos dez anos. Cada brasileiro consome uma média de 153 latas por ano. São mais de mil latas de alumínio por segundo. Comparado a outros países, como Espanha (190) e Estados Unidos (323), é possível ver o potencial de crescimento no setor.



A indústria de latas de alumínio cresce a cada ano, com muita responsabilidade ambiental, ganhando cada vez mais espaço nas prateleiras dos mercados e das geladeiras dos consumidores.”

Renato Paquet
Secretário-executivo da Recicla Latas

MULHERES NA RECICLAGEM

As mulheres são maioria entre os catadores de materiais recicláveis. Segundo dados do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR), elas representam 70% dos 800 mil trabalhadores em atividade no Brasil.

Mesmo em maioria, elas ainda enfrentam muitos desafios para atuar no setor e garantir um espaço de equidade e respeito no trabalho. Claudete Costa é catadora de materiais recicláveis há 37 anos. À frente do Reciclando Para Viver, no centro do Rio de Janeiro, ela divide seu tempo entre a cooperativa e a maternidade solo de três filhos.

“As mulheres têm um papel muito importante dentro da reciclagem. Nós que fazemos realmente o trabalho funcionar com qualidade e nosso desafio é, como em qualquer outro setor, a falta de valorização adequada e reconhecimento”, afirma a catadora.

Para ela, o fortalecimento das mulheres no setor da reciclagem vem no dia a dia, ao fazer o trabalho com qualidade, na busca de políticas públicas, empoderamento e melhores negociações nos preços dos materiais.

O índice de 100% de reciclagem é algo a ser comemorado por Claudete e seus colegas de atuação na reciclagem. “Isso mostra a importância do trabalho dos catadores na ponta e o quanto temos realmente movimentado essa cadeia produtiva. Quando a sociedade, o poder empresarial e o governo reconhecerem nosso trabalho, o cenário será favorável para todos”, diz.



As mulheres têm um papel muito importante dentro da reciclagem. Nós que fazemos realmente o trabalho funcionar com qualidade e nosso desafio é, como em qualquer outro setor, a falta de valorização adequada e reconhecimento.”

Claudete Costa
Catadora de materiais recicláveis à frente do Reciclando Para Viver

CONSUMIDOR É ELO FUNDAMENTAL

Um dos fatores fundamentais para o sucesso do índice de reciclagem é a melhora da educação ambiental da sociedade, que contribui cada vez mais com todo o processo, uma vez que entende melhor como seu consumo impacta o meio ambiente e a qualidade de vida em geral.

“O consumidor é um elo da cadeia da reciclagem das latas importantíssimo e os elevados índices de reciclagem desse material só são possíveis graças à ação coletiva de todos: catadores, cooperativas, indústria, cidadãos e muitos outros. Hoje, boa parte dos brasileiros buscam informações socioambientais quando se

relacionam com uma empresa e buscam instituições, produtos e embalagens que não agriam o planeta. A expansão do conhecimento do consumidor dos processos que envolvem a economia circular o ajuda a fazer uso de alternativas práticas no dia a dia que promovam ações humanas mais conscientes no mundo”, salienta Paquet.

A reciclagem da latinha evitou a emissão de mais de 16 milhões de toneladas de gases de efeito estufa (GEE) nos últimos 10 anos. São 36 centros de coleta em 19 estados, centros de laminação e reciclagem e 24 fábricas da embalagem em todas as regiões do Brasil.

PANORAMA DA LATA DE ALUMÍNIO PARA BEBIDAS

CONSUMO



**O CONSUMO
AUMENTOU 53%**
NOS ÚLTIMOS
DEZ ANOS



CADA BRASILEIRO
CONSUME UMA
MÉDIA DE
**153 LATAS
POR ANO**

RECICLAGEM



390,2 MIL
TONELADAS DE LATAS
SÃO RECICLADAS POR ANO



R\$ 6 BILHÕES
INJETADOS ANUALMENTE



REDUÇÃO DE 70%
DA EMISSÃO DE GASES
DE EFEITO ESTUFA
(GEE) EM TODO CICLO DE VIDA



ECONOMIA DE 95%
DE ENERGIA ELÉTRICA
EM COMPARAÇÃO COM A PRODUÇÃO
DE ALUMÍNIO PRIMÁRIO

CONSUMIDOR É ELO FUNDAMENTAL



A união entre indústrias, consumidores, governos e, principalmente, catadores de materiais recicláveis é fundamental para que o ciclo da lata seja cada vez mais potente e ofereça resultados socioambientais representativos.

De acordo com o Grupo ReciclaBR, que se apresenta como o maior grupo de reciclagem de metais não ferrosos do Brasil, com quatro unidades industriais, 22 centros de



A reciclagem do alumínio é uma prática sustentável, já que economiza energia elétrica. Apenas 5% de energia é utilizada em relação ao processo de fabricação do alumínio primário. Ela também poupa recursos naturais e contribui com a descarbonização do planeta.”

Fábio Mazzini
CEO do Grupo ReciclaBR

coleta de sucata, 1.050 colaboradores e o processamento de mais de 300 mil toneladas anualmente, o mercado consumidor nacional descarta cerca de 32 bilhões de latas de alumínio por ano ou aproximadamente 400 mil toneladas.

Na outra ponta estão os catadores, um dos elos mais importantes de todo ciclo da lata. Cada vez mais presentes nas agendas governamentais, a categoria tem forte atuação em busca de melhorias nas condições de trabalho para os profissionais do setor.

Segundo a Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (Ancat), estudos mostram que a reciclagem de uma tonelada de material tem potencial de gerar 20 postos de trabalho nos diversos elos da cadeia da reciclagem, incluindo milhares de catadores e catadoras autônomas.

“Somos quase um milhão de trabalhadores no Brasil. Após a implantação da Política Nacional de Resíduos Sólidos ganhamos o reconhecimento de que fazemos um trabalho essencial de limpeza pública para a sociedade e para o país. Além de prestadores de serviços, fazemos conscientização ambiental e nos guiamos pela logística reversa. É mais que urgente nosso reconhecimento”, diz Roberto Rocha.



Nosso foco principal é a inclusão e participação dos catadores nos negócios da reciclagem e sua priorização na cadeia da logística reversa.”

Roberto Rocha
Presidente da Ancat



É linda, reciclável— e sustentável.

Transforme suas embalagens metálicas com uma abordagem incrivelmente eco-friendly.

Quer ajudar o crescimento e o florescimento do seu negócio enquanto alcança suas metas de sustentabilidade cada vez maiores? Conte com nossa experiência e ampla gama de tintas versáteis, flexíveis, econômicas e altamente resistentes para aplicações decorativas em metal de duas e três peças para tornar seu produto agradável aos olhos e ao meio ambiente.

Saiba como podemos ajudá-lo a melhorar as metas de reciclabilidade de latas metálicas em sunchemical.com/metalpackaging-transform.

SunChemical®

a member of the DIC group



Color & Comfort





Folha Separadora de Camadas Plásticas Polibras

Desde 1988 fornecendo produtos inovadores que representem uma solução de geração de valor aos nossos clientes.

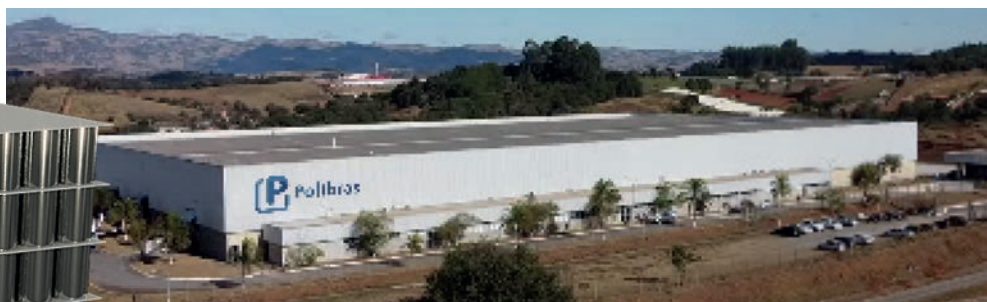
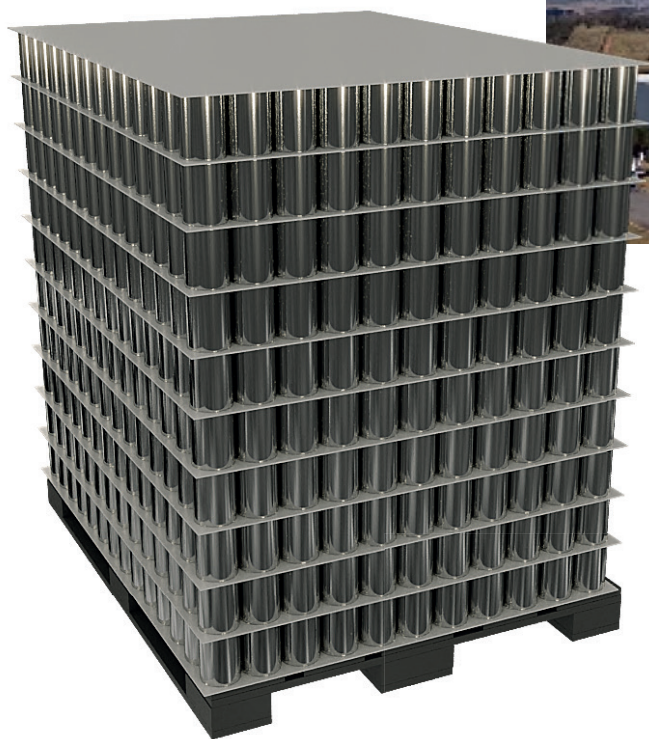
Somos um dos maiores fabricantes de chapas plásticas extrudadas do continente.

Alternativa eficiente, econômica e ambientalmente responsável

Nossa unidade de embalagens de trânsito retornáveis é líder na América Latina no fornecimento de Separadores Plásticos para Paletização de Latas de Alumínio.

Atendemos a todos os requisitos e normas técnicas de nossos clientes, além de contar com capacidade de abastecimento rápido.

Nosso histórico junto ao setor já conta com o fornecimento de mais de nove milhões de separadores de alta performance.



- 100% recicláveis
- Reutilizáveis com longa vida útil
- Livre de odores e contaminações
- Alternativa econômica, ambiental e eficiente para chapas de fibra ou chapas onduladas
- Reduz o desperdício associado ao descarte de placas divisórias de papelão ondulado e sólido
- Facilmente lavável
- O nome do cliente e outras informações podem ser impressas



Quer
Saber?
mais

www.polibras.com.br

+55 11 4182-8013

+55 11 99154-3275



vendas.customizados@polibras.com.br



**O PODER DA
DIVERSIDADE
E DA INCLUSÃO
NA INDÚSTRIA DA
LATA DE ALUMÍNIO**

Proporcionar ambientes corporativos cada vez mais participativos, inclusivos e plurais é o grande desafio do mundo do trabalho atual. Cada vez mais os investimentos em ações que promovam diversidade e inclusão avançam e trazem resultados positivos, incluindo os financeiros.

Um estudo realizado com 117 empresas brasileiras mostrou que 81% delas têm um orçamento dedicado apenas a ações de diversidade e inclusão. Os dados são do “Panorama das Estratégias de Diversidade no Brasil 2022 e tendências para 2023” feito pela Blend Edu, startup especializada no tema.

Estratégias de Diversidade e Inclusão (D&I) precisam, cada vez mais, estar alinhadas às perspectivas dos gestores, principalmente as que integram profissionais de diferentes raças e etnias, gêneros, orientações sexuais, idades e com deficiência. Este cenário contribui para ambientes de trabalho mais saudáveis e proporcionam melhores resultados para as empresas.

“Assim como fomos atropelados pela transformação digital por necessidade de fazer nossos negócios sobreviverem à pandemia, o ESG ou ASG em português - Ambiental, Social e Governança, não é mais uma tendência, é uma demanda dos consumidores, colaboradores e stakeholders”, afirma Adriana Muratore, sócia da Actavox Consultoria e conselheira de administração com longa experiência no mercado de consumo em corporações como Unilever, Parmalat, Hypermarchas, Carrefour e Walmart.

Em meio à gama de recortes de diversidade, um dos que mais se destaca é a presença das mulheres em cargos de liderança. O equilíbrio

entre os gêneros está na pauta tanto dos conselhos, como do chão de fábrica. E o assunto é mais que urgente.

O cenário está evoluindo. De acordo com a Fortune 500, que lista as maiores companhias dos EUA por receita, pela primeira vez na história,

mulheres CEOs lideram cerca de 10% das empresas.

De acordo com a Fortune 500, que lista as maiores companhias dos EUA por receita, pela primeira vez na história, mulheres CEOs lideram cerca de 10% das empresas.

Uma pesquisa da organização Leadership Circle com base em análises de mais de 84 mil líderes e 1,5 milhão de avaliadores, (incluindo chefe, chefe do

chefe, colegas, subordinados diretos e outros), mostra que as lideranças femininas atuam com mais eficácia do que seus colegas homens em todos os níveis de gerenciamento e faixas etárias.

É visível que a diversidade no ambiente industrial está passando por transformações. Antes majoritariamente masculinas, as indústrias têm aberto espaço para as mulheres. Dados do Observatório Nacional da Indústria - base de dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) - mostram crescimento de mulheres ocupando cargos de gestão nos últimos anos: de 24%, em 2008, para 32%, em 2021. Nesse período, a indústria foi o setor em que houve maior aumento na participação de mulheres nesses postos.

“A inserção feminina na indústria, por se tratar de um setor com salários mais altos do que em outros setores e com maior nível de formalidade, contribui para que as mulheres tenham maior participação em empregos melhores. Assim, podemos avançar em direção à igualdade no mercado de trabalho”, explica Anaely da Silva Machado, especialista de Desenvolvimento Industrial da CNI.

A maior participação das mulheres nas indústrias é um passo importante e vem ajudando a mudar cenários como a disparidade salarial. Um estudo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), revela que a mão de obra feminina

Um estudo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), revela que a mão de obra feminina na indústria paulista recebe, em média, 15% a menos do que a masculina.

na indústria paulista recebe, em média, 15% a menos do que a masculina.

Para promover maior participação feminina é preciso olhar, principalmente, para a formação em áreas industriais. Ainda existem entraves culturais que desviam

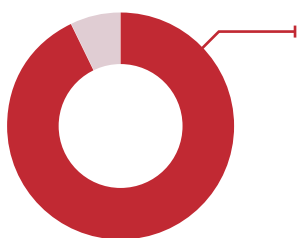
mulheres de determinadas carreiras. Quebrar essa cultura e incentivar as mulheres a buscar carreiras nessas áreas é o ponto de partida. Por exemplo, atualmente, a participação feminina no ensino técnico em cursos de STEM (ciências, tecnologia e engenharias) – que abrem portas no setor industrial – está em torno de 30% e, no ensino superior, não chega a 20%”, conclui Anaely.

MUDANÇAS COM INTENÇÃO

É preciso que exista uma intencionalidade nessa busca por mais equidade, uma crença clara de que a composição de grupos mais heterogêneos e diversos agrega valor ao negócio. As visões mais robustas sobre D&I devem, cada vez mais, partir de lugares como o conselho. Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), há 15,2% de mulheres dentre os 6.160 profissionais que compuseram a amostra nos conselhos de administração, fiscais e nas diretorias das empresas de capital aberto.

O dado faz parte da pesquisa “Análise da participação das mulheres em conselhos e diretorias das empresas de capital aberto”, que mostra que o crescimento das mulheres nestes postos tem se mostrado contínuo: em 2021, eram 12,8% de mulheres, passando para 14,3% em 2022 e atingindo este número atual de 15,2%.

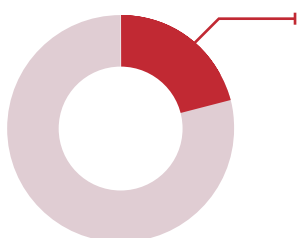
“Os números mostram que as organizações precisam ser ainda mais sensibilizadas a entender que diversidade gera valor. Quando encontramos perfis diversos nos conselhos de administração, a organização tende a se beneficiar de mais pluralidade na construção de seus argumentos, mais inovação e, conseqüentemente, de um processo de tomada de decisão com maior qualidade e segurança”, finaliza Valeria Café, diretora de Vocalização e Influência do IBGC.



93%
**É A PROBABILIDADE DE EMPRESAS
 COM DIVERSIDADE DE GÊNERO**

superarem a performance financeira de suas concorrentes.

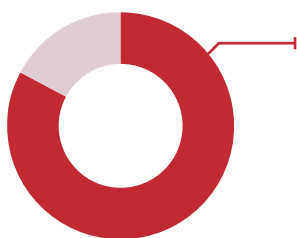
(Fonte: Mckinsey, 2020)



24 MESES APÓS

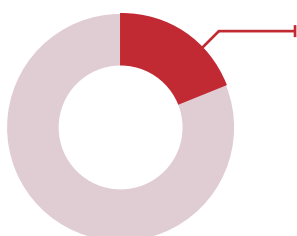
A CONTRATAÇÃO, mulheres CFO (diretoras financeiras) geram aumento de 6% no lucro e 8% no preço das ações.

(Fonte: S&P Global Market Intelligence, 2019)



83% DOS MILLENNIALS
SÃO MAIS ENGAJADOS quando acreditam que a empresa em que trabalham tem cultura inclusiva.

(Fonte: Deloitte, 2015)



19% A MAIS DE RECEITA
É GERADA POR EQUIPES DE
GESTÃO DIVERSIFICADA devido à capacidade de inovação.

(Fonte: BCG, 2018)

“

A inserção feminina na indústria, por se tratar de um setor com salários mais altos do que em outros setores e com maior nível de formalidade, contribui para que as mulheres tenham maior participação em empregos melhores. Assim, podemos avançar em direção à igualdade no mercado de trabalho.”

**Anaely da
 Silva Machado**
*Especialista de
 Desenvolvimento
 Industrial da CNI*

LIDERANÇAS FEMININAS DO SETOR

Elisangela Matos, diretora de sustentabilidade da Ardagh Metal Packaging Brasil, observa que, na companhia em que atua, há cerca de 31% das lideranças do sexo feminino e um ambiente plural que proporciona o crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional das mulheres.

“No nosso setor, ainda temos desafios para atrair mais jovens e profissionais mulheres para as áreas de tecnologia, especialmente as de grupos minoritários. Com acesso à educação de mais qualidade, programas específicos e divulgação da importância do setor de latas de alumínio, podemos atrair mais e mais mulheres para o nosso segmento”, explica.

Para Daniela Tomatti, vice-presidente comercial para a Ball América do Sul, a representação é importante. “Ver uma liderança que te representa, faz toda a diferença e torna mais fácil acreditar que você também pode chegar lá. Tradicionalmente, os homens estiveram à frente das posições de liderança e gestão nas indústrias.



“

A diversidade, a equidade, a inclusão são para mim respeito. Se nós respeitarmos o outro, já é ser inclusivo.”

Elisangela Matos,
Diretora de sustentabilidade
da Ardagh Metal Packaging Brasil



“

Acredito firmemente que nossa missão é ajudar umas às outras a alcançarmos todo o nosso potencial, além de apoiar outras mulheres a prosperarem.”

Daniela Tomatti,
Vice-presidente comercial
para a Ball América do Sul

Por isso, considero muito importante que mulheres como eu, que alcançaram posições executivas nas organizações, possam usar essas oportunidades de visibilidade para inspirar outras profissionais e jovens a alcançar seus objetivos”, frisa a executiva.

Já Patricia Araujo, gerente jurídica da Canpack Brasil, reforça que a ampliação da participação feminina em posições de liderança no setor industrial deve ser objetivo de todos. “Constatamos esse acréscimo nos últimos anos, mas ainda esbarramos em normas sociais/ culturais que impedem essa desejada (e merecida) paridade. Segundo pesquisa recente do IBGE, a participação de mulheres em cargos gerenciais no Brasil equivale a 37,4%, em contraste com 62,6% de participação masculina. Esses dados são ainda mais preocupantes porque sabemos que mulheres estão em maioria na população brasileira e têm índices mais altos de escolaridade”, afirma a gerente.



A ampliação de políticas públicas e privadas, no âmbito das empresas, é medida que se impõe, não apenas para garantir representatividade, mas para que as entidades possam se beneficiar dos nossos diversos diferenciais competitivos.”

Patricia Araujo

Gerente jurídica da Canpack Brasil



O setor de latas de alumínio, assim como outros, precisa manter o bom ritmo de avanço na pauta da diversidade. É um compromisso nosso oferecer espaços para uma maior representatividade feminina em cargos de liderança e nas tomadas de decisão.”

Camile Vieira

Gerente de Public Affairs

A executiva da Canpack Brasil lembra ainda, que pesquisas comprovam que instituições que verdadeiramente promovem a igualdade de gêneros apresentam aumento de produtividade, rentabilidade, criatividade, além da melhora da imagem reputacional e da atratividade e retenção de talentos.

Mariana Momesso é controller na Crown Embalagens e acredita que a

representatividade de grupos diversos, com diferentes pontos de vista e experiências vivenciadas, pode trazer importantes avanços para as companhias relacionados à inovação, oferta de produtos e soluções.

Ela explica que, com o objetivo de tornar a diversidade e inclusão uma prática, a Crown Embalagens tem se mobilizado para capacitar mulheres para o mercado de trabalho e, conseqüentemente, para a indústria brasileira.



Em parceria com o SENAI, desenvolvemos o “Programa de Formação Mulheres na Indústria”, que capacita as mulheres das comunidades onde nossas plantas estão situadas e habilita as alunas do programa para participarem de nossos processos seletivos.”

Mariana Momesso
Controller da Crown Embalagens

DIVERSIDADE EM PAUTA NO ESG TALKS DA ABRALATAS



Como parte das ações de lançamento do Relatório Setorial ESG da Abralatas, foram gravados três Talks com os temas “A diversidade na lata”, “Reciclagem da latinha - além dos 100%” e “Latinhas e bebidas, tudo a ver”. Em encontros descontraídos e descolados, os participantes debateram sobre os diversos assuntos que compõem a agenda do setor. Dentre eles, a diversidade teve um papel de destaque, ao jogar luz sobre os desafios e as conquistas da agenda D&I no segmento.

Realizado por lideranças femininas do setor, o debate “Diversidade na Lata” contou com as participações de Elisângela Matos, diretora de sustentabilidade da Ardagh, que fez a mediação da conversa com as especialistas Patrícia Araujo, gerente jurídica da Canpack; Maria Eliza, head de RH da Stolle Machinery; Lucyleine Parra, diretora de excelência operacional na Ecolab; e Patrícia Pires, diretora de RH da PPG América Latina.

O bate-papo rendeu diversos insights relevantes sobre a escalada feminina no setor e pode ser assistido por meio do QR code abaixo.



SER PARCEIRO STOLLE É TER UM MUNDO MAIS SUSTENTÁVEL EM SUAS MÃOS

Fornecedora global de soluções sustentáveis para indústria de latas

A Stolle se dedica continuamente em antecipar as necessidades dos clientes através de inovação, tecnologia e sustentabilidade.

Engenheiros especializados trabalham em nossos Centros Tecnológicos de P&D para implementar inovações com foco em usar menos materiais, reduzir o consumo de matéria prima, eletricidade, óleo, gás, água e utilizar fontes alternativas de energia.

Nosso Compromisso com o futuro:

- ✔ Conversion Press, com aumento de produtividade.
- ✔ Can Washer Sustentáveis, com menor consumo de água.
- ✔ Bodymaker, com redução do consumo de óleo.
- ✔ Decorators Inteligentes, que otimizam o consumo da tinta.
- ✔ Recuperação e reforma de equipamentos, para diminuição do impacto ambiental.



Equipamentos Confiáveis



Peças de Reposição



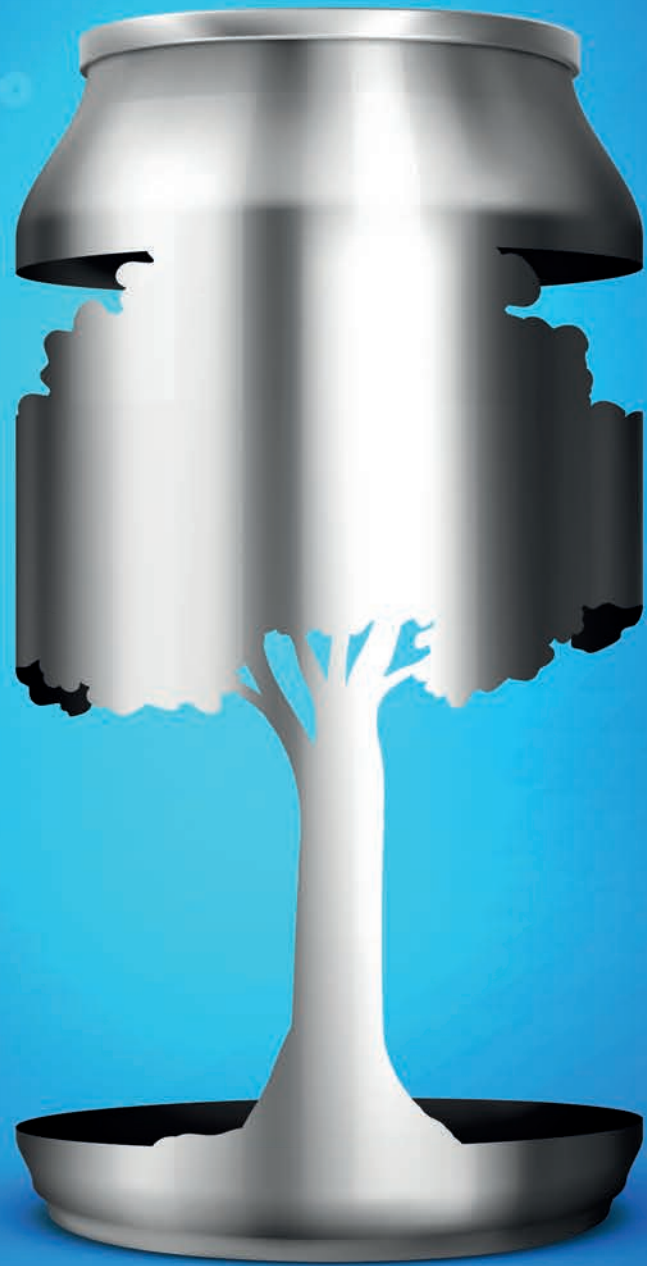
Serviços de Manutenção e Reformas

Assista ao vídeo
e conheça nossa
tecnologia:



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


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



STOLLE MACHINERY

www.stollemachinery.com





**20 ANOS DA
ABRALATAS:
CRESCIMENTO E
CONSOLIDAÇÃO DO
SETOR MARCAM
TRAJETÓRIA
DA ENTIDADE**

Há duas décadas nascia a Abralatas. Lá atrás, quando a Associação chegou ao mercado para ajudar a dar contornos ao crescimento do setor no Brasil, eram 11 unidades fabris instaladas em nove estados, com investimentos que superavam um bilhão de dólares. Atualmente, já são 24 unidades fabris com três novas já anunciadas.

“Crescemos, nos desenvolvemos como associação e nestas duas décadas tivemos muitos aprendizados. Chegamos até aqui mais fortes, mais unidos e consolidados como referência mundial em relação à reciclagem. Somos destaque por sermos um setor que gera renda, emprego, capacita e promove a preservação do meio ambiente”, afirma Cátulo Cândido, presidente executivo da Abralatas.

A segunda década da Abralatas também comemora a evolução dos investimentos no setor. Para se ter uma ideia de grandeza, este valor ultrapassará a cifra de R\$ 5 bilhões até o final do próximo ano, considerando apenas o montante dos últimos cinco anos. A prosperidade no setor também pode ser mensurada em seu avanço socioambiental, uma vez que evidencia o engajamento de entidades comprometidas com os pilares da agenda ESG.

“A lata de alumínio é a embalagem para bebidas com a menor emissão de carbono média. Algumas embalagens chegam a emitir dez vezes mais para armazenar a mesma quantidade de bebida. Ao tornar a reciclagem de resíduos uma atividade economicamente viável, a lata de alumínio favoreceu o reaproveitamento de outros materiais”, explica Cátulo.

Outro ponto muito forte da atuação da Associação é a união de esforços para o reconhecimento da lata de alumínio para bebidas como a embalagem mais sustentável do Brasil. As ações desenvolvidas para estimular a economia circular comprovam o sucesso da entidade no apoio a este tema.



A missão da Abralatas é de fundamental importância para fazer com que a sociedade brasileira reconheça esta embalagem como a mais sustentável da cadeia de bebidas.”

Roberto Castro
Vice-presidente de Engenharia para a Ball América do Sul e atual presidente do Conselho da Abralatas

“Defendemos há 20 anos um modelo sustentável de produção e de consumo sempre com proteção ambiental e em sintonia com as prioridades globais. Estamos mais do que nunca alinhados ao que a ONU estabeleceu como maior desafio do nosso século: aliar desenvolvimento econômico com proteção ambiental de forma sustentável para toda a cadeia”, afirma o presidente executivo da Abralatas.

“

A missão da Abralatas é de fundamental importância para fazer com que a sociedade brasileira reconheça esta embalagem como a mais sustentável da cadeia de bebidas, papel este que a Associação tem desempenhado com excelência ao longo destes 20 anos.”

Cátilo Cândido

Presidente executivo da Abralatas



RETOMADA DO CRESCIMENTO



Após um período de muitos ajustes e desafios por conta da pandemia, o setor se prepara cada vez mais para crescer, aumentar a produção e, principalmente, ampliar o diálogo com toda a sociedade sobre a importância da reciclagem.

“Entre nossas missões está o fortalecimento da atuação junto às lideranças da economia verde e a elaboração de políticas públicas relacionadas ao setor. Além disso, acompanhamos de perto um movimento mundial, onde os consumidores estão empoderados com informação e mudando

seus hábitos em busca de um futuro mais sustentável em diversas camadas. Nos orgulhamos por hoje a latinha ser vista como um ícone do consumo ao unir hábitos saudáveis, inovação e sustentabilidade”, avalia Cátulo Cândido.

O vice-presidente de Engenharia para a Ball América do Sul e atual presidente do Conselho da Abralatas, Roberto Castro, destaca a importância da Associação para o setor de latas de alumínio, hoje único no Brasil, com um acordo público e metas arrojadas de sustentabilidade.

“A missão da Abralatas é de fundamental importância para fazer com que a sociedade brasileira reconheça esta embalagem como a mais sustentável da cadeia de bebidas, papel este que a Associação tem desempenhado com excelência ao longo destes 20 anos”, observa.

O executivo lembrou também os avanços do setor no Brasil nestas últimas duas décadas, dizendo ser impossível não projetar um futuro marcado por inovações e fortalecimento da cultura da lata.

“A Abralatas surgiu para desenvolver a cadeia produtiva da embalagem e conseguiu. O aumento do consumo de latas em 53% nos últimos dez anos acompanha um índice invejável de reciclagem, que alcançou a marca inédita de 100% em 2022, após estar acima dos 95% por muitos anos. Isso só acontece graças a um esforço coletivo para que cada vez mais consumidores optem pela embalagem que soma inovações ao longo de todos esses anos. Que possamos seguir juntos nessa caminhada em prol de um futuro mais sustentável, protagonizado pela lata de alumínio”, declara.



Crescemos, nos desenvolvemos como associação e nestas duas décadas tivemos muitos aprendizados.”

Cátilo Cândido

Presidente executivo da Abralatas




A Abralatas celebra os seus 20 anos unindo o setor e mantendo o compromisso com a economia circular e a sustentabilidade, representada pela indústria da lata de alumínio.”

Jorge Angel

Diretor geral da Ball Aerosol Brasil e ex-presidente do conselho da Abralatas

EVENTO MARCA COMEMORAÇÃO

ABRATA



Para marcar seus 20 anos, a Abralatas realizou no mês de março, um grande evento em Brasília, que contou com a presença de importantes lideranças, como políticos, jornalistas, colaboradores e participantes da indústria do alumínio. Destaque para a participação do deputado federal e relator da Reforma Tributária, Aguinaldo Ribeiro (PP/PB).

Wilmar Arinelli, ex-presidente do Conselho da Abralatas, celebrou a história da Associação em seu discurso durante a comemoração. “Celebramos com grande entusiasmo os 20 anos da Abralatas! São duas décadas de dedicação, inovação e compromisso em fortalecer a indústria de latas de alumínio no Brasil. Nossa jornada marcou a consolidação da lata



Deputado federal e relator da Reforma Tributária, Aginaldo Ribeiro

como embalagem de preferência do consumidor de bebidas, oferecendo praticidade, frescor e preservação de sabores. Além disso, orgulhamo-nos de sermos pioneiros na promoção da sustentabilidade, reafirmando que a lata de alumínio é a opção mais amiga do meio ambiente. Juntos continuaremos a moldar um futuro brilhante para nossa

indústria e para o planeta. Parabéns a todos nós.”

Ao finalizar seu discurso no evento, Cátulo Cândido ressaltou também o crescimento do setor e a importância da latinha de alumínio para a economia circular, lembrando que ela pode ser reciclada infinitas vezes, gerando renda para toda a indústria em um modelo de negócio sustentável para o meio ambiente.



**CADA LATA CONTA
RETORNA À SAPUCAÍ
E CONSEGUE MAIS
UMA NOTA 10 EM
SUSTENTABILIDADE**

**cada
lata
conta**

**SAMBAR.
DANÇAR.
RECICLAR.**

No mês de fevereiro de 2023, o Rio de Janeiro esteve ainda mais colorido e alegre com o desfile das escolas de samba na Marquês de Sapucaí. A maior festa popular do mundo contou, mais uma vez, com a participação do programa internacional Cada Lata Conta, que coletou 10 toneladas de latas de alumínio, número histórico e resultado do trabalho de conscientização das pessoas sobre a sustentabilidade pelo melhor exemplo que temos de economia circular, o da lata de alumínio para bebidas.

Coordenado pela Abralatas no Brasil, o Cada Lata Conta montou uma estrutura profissional no Sambódromo para coletar, separar e destinar 100% das latinhas para a reciclagem. Toda ação foi realizada em parceria com a Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (Liesa); o SESC; e as redes cariocas de cooperativas de catadores de materiais recicláveis Recicla Rio, Movimento e Febracom (Federação das Cooperativas de Catadores de Materiais Recicláveis). Com mais de 100 catadores, a ação entrou no Livro dos Recordes, o Guinness Book, como o evento que mais coletou latas de alumínio para reciclagem em todo o mundo. Um feito inédito!





Além de coletar as latas e destiná-las para a reciclagem corretamente, os catadores levaram aos foliões mensagens sobre a importância da sustentabilidade nas escolhas dos consumidores e no descarte correto da latinha.

“Tivemos cinco dias de atividades intensas para implementar um Carnaval sustentável na Sapucaí. Contamos com o importante trabalho

dos catadores do Rio de Janeiro para educar os foliões e reciclar 100% das latinhas”, destaca o presidente executivo da Abrolatas, Cátulo Cândido. “O desfile das escolas de samba é famoso mundialmente pela sua alegria que contagia milhares de foliões. Agora, ele é também conhecido como a festa mais sustentável do planeta, assim como a latinha”, conclui.

CATA LATA CONTA GANHA ESPAÇO PELO MUNDO

O Cada Lata Conta é um programa mundial de educação ambiental sobre reciclagem de latas de alumínio que nasceu em 2009, no Reino Unido, e hoje já está presente em 19 países da Europa. Seu propósito é conscientizar a sociedade sobre a importância da reciclagem. Lá fora tem o nome de Every Can Counts.

Aqui no Brasil, há diversas atividades e organizações unidas para ajudar nesta causa, como foi possível ver no Carnaval do Rio de Janeiro. Por ser um dos países com o maior índice de reciclagem de latas do mundo – o Brasil alcançou 100% em 2022 – é fundamental apostar na educação ambiental como base de transformações.

“Juntos podemos fazer a diferença na reciclagem e nas ações que transformam o mundo. O Brasil possui uma média de reciclagem de 95% há mais de 15 anos e temos muito orgulho em participar do Cada Lata Conta”, afirma Cátulo Cândido, presidente executivo da Abralatas.

De acordo com David Van Heuverswyn, diretor do Cada Lata Conta Europa, o Brasil está adquirindo uma forte maturidade no que diz respeito à reciclagem das latas de alumínio.



Precisamos continuar concentrando nossos esforços não apenas em manter uma taxa de reciclagem tão incrível, como os 100% conquistados pelo Brasil, mas também em capacitar todos os brasileiros a reciclarem suas latas onde quer que estejam e independente do que façam.”

David Van Heuverswyn
Diretor do Cada Lata
Conta Europa

SAIBA COMO FUNCIONA O PROJETO EM CÁDIZ, NA ESPANHA

O programa Every Can Counts fez uma campanha divertida e esclarecedora em Cádiz, na Espanha. “Desenvolvemos uma campanha de comunicação ambiental muito inspiradora em que o grupo local Las Musas compôs uma música. Isso nos permitiu falar na “língua” do Carnaval, conectando-nos com os cidadãos de Cádiz, transmitindo a nossa mensagem de sustentabilidade durante a festa”, conta Pablo García, doutor em ecologia e diretor do Cada Lata Conta Espanha.

Os resultados da ação foram considerados excelentes: mais de 300 mil visualizações do vídeo da campanha e mais de 80 publicações na imprensa. “Ninguém na Espanha está fazendo algo parecido. Graças às nossas campanhas de reciclagem nas praias espanholas desde 2019, a presença em festivais de música e colaboração em festas populares, como o Carnaval de Cádiz, somos cada vez mais reconhecidos pelo público e pelos meios de comunicação espanhóis”, afirma García.

Por lá, a população utiliza um contêiner amarelo para descartar materiais recicláveis, como as latas de alumínio. Segundo García, as últimas pesquisas do Cada Lata Conta mostram que mais de 84% utilizam o recipiente adequado para depositar suas latas de bebidas, número que cresceu em relação a 2021.

“Somos conhecidos por focar na reciclagem fora de casa e, além disso, nossa forma de nos relacionarmos com as pessoas é sempre através da diversão, da arte e da música”, finaliza o diretor do programa.



Temos o objetivo de tornar o hábito da reciclagem parte da nossa cultura, nos nossos tempos livres e momentos de lazer.”

Pablo García
Diretor do Cada Lata
Conta Espanha



Ação do Cada Lata Conta promove conscientização ambiental no Carnaval de Cádiz, na Espanha.





DELIVERY COM SUSTENTABILIDADE: AS ESTRATÉGIAS DO IFOOD PARA FOMENTAR AS EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS

FABIANE STASCHOWER

Coordenadora de meio ambiente do iFood



O mercado global hoje é composto por 22% de consumidores preocupados com o meio ambiente. A previsão é que até 2029, 50% dos consumidores tenha esse perfil mais engajado, afetando o poder de decisão na hora da compra. Os dados são da pesquisa “Who cares, Who does”, realizada em 2021 pela Kantar.

Por isso, a indústria está cada vez mais ligada com o impacto ambiental no planeta, buscando oferecer opções de materiais e serviços melhores para o meio ambiente.

A transparência das informações sobre as questões de ESG também é um ponto relevante para o consumidor antenado, que por meio de informações consistentes consome com propósito.

De olho nas tendências e estratégias do mercado, a Revista da Lata convidou Fabiane Staschower, coordenadora de meio ambiente do iFood, para falar sobre como a empresa atua na questão da sustentabilidade, principalmente voltada à circulação de embalagens.

Há 11 anos no mercado, o iFood tem mais de 70 milhões de pedidos mensais, atua com inteligência de negócio e soluções de gestão para promover e desenvolver um ecossistema de mais de 300 mil estabelecimentos cadastrados, 200 mil entregadores conectados em mais de 1.700 cidades em todo o Brasil.

Confira os principais trechos da entrevista.

Revista da Lata - Quais as principais percepções sobre o comportamento do consumidor atualmente?

Fabiane Staschower - Recentemente, o iFood conduziu uma pesquisa junto com o instituto Opinion Box, com o objetivo de avaliar a relevância de embalagens sustentáveis e o envolvimento do consumidor com o tema. Entre as principais percepções, a pesquisa aponta que 76% dos clientes consideram importante ter na embalagem algum selo que comprove a sua sustentabilidade. Além disso, 54% das pessoas ouvidas dizem que priorizam pedidos em restaurantes que tenham embalagens sustentáveis para o envio da comida. Em um balanço geral, em média 60% dos entrevistados responderam

que “sim, pagariam R\$ 2,00 a mais para receber o seu pedido no delivery em embalagens sustentáveis”.

RDL - Como o iFood está trabalhando suas estratégias de sustentabilidade atualmente?

FS - Ciente dos impactos que a cadeia do delivery gera no meio ambiente, o iFood se comprometeu publicamente, até 2025, a reduzir em 50%, em peso, a quantidade de participação de plástico no delivery e o restante será reciclado. Para isso, a empresa desenhou a estratégia iFood Regenera, um conjunto de planos ambientais apoiados em algumas metas de sustentabilidade.



A empresa atua por meio de três pilares:

1. Reduzir: para atingir o compromisso de 2025 é fundamental eliminar os plásticos de uso único desnecessários, principalmente talheres. Assim, desde 2020, o iFood oferece aos restaurantes a possibilidade de avisar aos clientes que não enviam talheres ou perguntar sobre a necessidade.

Essa funcionalidade, chamada “Amigos da Natureza”, oferece também um “selo” dentro do app, para os restaurantes que aderem à iniciativa e assim, enviam menos plásticos para os consumidores. São mais de 800 toneladas de plástico evitadas.

2. Inovar: além de eliminar os talheres plásticos, precisamos substituir embalagens plásticas utilizadas pelos restaurantes por soluções mais sustentáveis. Consideramos soluções sustentáveis aquelas embalagens

100% recicláveis (livres de plástico), biodegradáveis e retornáveis.

Para incentivar a produção e consumo destas embalagens, o iFood já investiu mais de R\$ 1 milhão em parcerias, como a com a startup de embalagens compostáveis GrowPack e a produtora de papel e celulose, Klabin.

3. Reciclar: em 2025, com a redução esperada de 50% do plástico nas entregas, ainda haverá um relevante volume de plástico circulando no nosso delivery.

Por isso, por meio de projetos de apoio à cooperativas de reciclagem, Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) e logística reversa do isopor, o iFood espera zerar a poluição plástica reciclando 100% do que ainda houver. Desde 2020, já foram investidos mais de R\$ 6 milhões em projetos de reciclagem, atingindo mais de mil toneladas de plástico reciclado.

RDL - Como enxergam as tendências de consumo?

FS - Por meio da nossa pesquisa, percebemos que o consumidor avalia como importante o movimento de uso de embalagens mais sustentáveis. Entendemos que esse será um dos principais motivadores para a mudança no perfil de uso de embalagens, por parte dos restaurantes.

Vale destacar também o crescente volume de projetos e iniciativas na Europa e nos EUA, ainda não escaláveis, de uso de embalagens retornáveis – muitas delas tendo o alumínio como material principal. Esperamos que, em breve, possamos pilotar soluções semelhantes no delivery do iFood.

RDL - Como percebem a utilização das embalagens em lata? Os consumidores demonstram algum tipo de preferência?

FS - Quando avaliamos o perfil do uso de materiais para entrega de comidas, a lata ou o alumínio não são os principais materiais que circulam no delivery. Há uma preferência pelo uso do papel e do plástico, ainda que o alumínio e a lata tenham uma taxa de reciclabilidade melhor, comparada aos outros materiais. Segundo os dados, apenas 6% dos consumidores preferem embalagens de delivery de alumínio (neste caso, as respostas foram feitas considerando entregas de alimentos).

Sem dúvidas, a grande preferência pelo uso da lata segue sendo com relação às bebidas enviadas no delivery.



Ciente dos impactos que a cadeia do delivery gera no meio ambiente, o iFood se comprometeu publicamente, até 2025, a reduzir em 50%, em peso, a quantidade de participação de plástico no delivery e o restante será reciclado.”

Fabiane Staschower
Coordenadora de meio ambiente do iFood

RDL - Quais as principais estratégias para se aproximar (e atender) o desejo dos consumidores?

FS - Baseamos nossas estratégias de aproximação do desejo dos consumidores em três pilares: preço, feedback e dados.

Os testes são essenciais para recebermos feedback sobre as embalagens, especialmente sobre a experiências de uso e percepção de sustentabilidade. Feedback gera dados e com eles, ajustamos, eventualmente, a rota que estamos seguindo ou reforçamos nossas apostas em alguma solução.

Por fim, o preço é essencial nesta transição. Toda mudança que projetamos tem como objetivo final atingirmos preços iguais ou até mais baratos que as tradicionais embalagens plásticas.



**SETOR DE LATAS
DE ALUMÍNIO PARA
BEBIDAS LANÇA A
EDIÇÃO 2023 DO SEU
RELATÓRIO ESG**



Abralatas lançou neste ano o seu 2º Relatório Consolidado de Práticas ESG, que contém informações sobre a atuação da própria Associação e das empresas do setor em ações sociais, de proteção ao meio ambiente e governança, assim como importantes números que marcaram essa atuação em 2022.

Além de um rico material com planos e ações por uma indústria mais diversa, sustentável e transparente, a edição deste ano traz também uma novidade: vídeos com debates inéditos com especialistas sobre a temática ESG. Todo o conteúdo foi compilado em três Talks gravados em estúdio com associados, clientes, fornecedores, parceiros e organizações do setor.

A agenda ESG é muito importante nas estratégias corporativas e as empresas cada vez mais precisam prestar contas com transparência para todos os seus stakeholders. Para se ter uma ideia, um estudo feito em 2020 pela KPMG mostrou que 80% das empresas analisadas ao redor do mundo emitem relatórios de sustentabilidade. Diante desta realidade, o setor se posiciona de forma aberta, compartilhando seus resultados no Brasil.

O Relatório Setorial ESG edição 2023 contou com a participação direta das fundadoras e fabricantes de latas de alumínio Ardagh, Ball, Canpack e Crown Embalagens, além das associadas Ecolab, PPG e Stolle Machinery.

Segundo Cátulo Cândido, presidente executivo da Abralatas, o relatório é o espelho de todo o trabalho que o setor vem realizando nos últimos anos, especialmente em prol do meio ambiente no país. “Fizemos um trabalho inédito unindo economia e proteção ambiental no Brasil, exemplo claro da atual pauta dos líderes mundiais. Este relatório reforça nosso modo de atuar com transparência e a união de todo um setor. Com cada um fazendo sua parte, podemos promover um impacto positivo para o planeta”, declarou o executivo.

As ações que as associadas da Abralatas desenvolvem no âmbito ESG são destaque em todo o setor, com iniciativas efetivas nas frentes ambiental, social e de governança corporativa.

DESTAQUES DO SETOR 2022



CAMPANHAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

6,1 MILHÕES de pessoas alcançadas



CONSUMO

390 MIL toneladas ou
31,8 BILHÕES de unidades



CENTRO DE COLETA DA INDÚSTRIA RECICLADORA

36 UNIDADES em 19 estados



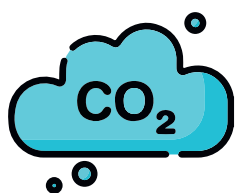
EMPREGOS GERADOS

15 MIL



800 MIL FAMÍLIAS DE CATADORES

beneficiadas com renda gerada pela reciclagem



Evitadas as emissões de

1,8 MILHÃO DE TONELADAS DE GEE EM 2022

ÍNDICE DE 100% DE RECICLAGEM

- ▶ **Reciclagem de 100% das latas de alumínio em 2022**, o que equivale a 31,8 bilhões de latas recicladas.
- ▶ **O Brasil é o único país do mundo** a atingir o índice de 100% de reciclagem.



Reciclagem da Lata de Alumínio

Economiza 95% de energia elétrica em relação à produção de alumínio primário

Reduz em 70% as emissões de GEE

Poupa 5.000 GWh/ano, o equivalente a 1% do total consumido no Brasil (suficiente para abastecer o estado de Pernambuco por um ano)



PILAR AMBIENTAL

As empresas do setor estão engajadas em contribuir para a conservação do meio ambiente e adotam iniciativas de mitigação aos impactos ambientais:

- ▶ Consolidação da meta “Aterro Zero” até 2025 (muitas empresas já atingiram ainda em 2022).
- ▶ Compromisso de redução de gasto de água, gás e energia nas empresas, com utilização de energia renovável, por exemplo, além de projetos de melhorias em equipamentos para monitoramento e ações para obter maior eficiência energética, reduzindo o consumo de energia elétrica e gás na operação.
- ▶ Atuação em projetos socioambientais, aliados a estratégias de 5Rs (repensar, recusar, reduzir, reusar, reciclar).



**PARA CONFERIR O
RELATÓRIO ESG DA
ABRALATAS, ACESSE
O QR CODE**



PILAR GOVERNANÇA CORPORATIVA

Como parte das ações de governança, as empresas do setor têm como foco manter suas atividades com transparência, ética e compliance:

- ▶ Em 2022, se iniciaram os trabalhos do Comitê das Associadas Empresas da Abralatas, um fórum dedicado para debater questões setoriais entre organizações da cadeia de suprimentos e os fabricantes de latas associados.
- ▶ Também foi realizado treinamento para os associados e colaboradores sobre a Política de Compliance da Associação, destacando cuidados especiais em ano eleitoral e o respeito à diversidade no ambiente de trabalho.
- ▶ A entidade também marcou presença em discussões públicas pela competitividade do setor, tendo participado de mais de 100 agendas de relacionamento, em especial com o Poder Público, em diversas esferas e localidades.
- ▶ Vale destacar também o acompanhamento de quase quatro mil matérias legislativas. Como forma de comunicação, foram enviados 90 comunicados oficiais aos associados e parceiros e publicadas mais de 340 matérias em veículos de mídia brasileiros e internacionais.



PILAR SOCIAL

Catadores de materiais recicláveis:

- ▶ Cientes do seu papel social, as empresas do setor se debruçam constantemente em estratégias para melhorar a qualidade de vida dos cerca de 800 mil catadores de materiais recicláveis no Brasil. São profissionais fundamentais para a reciclagem de todos os resíduos sólidos no país.
- ▶ A Abralatas está presente na defesa da pauta de melhoria de condições de trabalho e qualidade de vida dessa categoria profissional, especialmente em parceria com as principais organizações que os representam, com destaque para a Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (Ancat).

Apoio estrutural e regulatório à reciclagem:

- ▶ A Abralatas prestou apoio essencial na aprovação da Lei Federal nº 14260/2021. A chamada Lei de Incentivo à Reciclagem passou a permitir, dentre outros instrumentos, que pessoas físicas e jurídicas possam deduzir do Imposto de Renda o investimento em projetos de reciclagem.
- ▶ Essa nova legislação tem o potencial de garantir recursos relevantes para impulsionar a reciclagem no Brasil, priorizando os catadores, como determina a PNRS. A Lei ainda não foi regulamentada, mas o Orçamento da União aprovado em 2022 reservou R\$ 299 milhões para sua aplicação em 2023.

Educação Ambiental:

- ▶ Um dos destaques é o projeto internacional de educação ambiental, o Cada Lata Conta, coordenado pela Abralatas no Brasil.
- ▶ Os resultados crescem a cada ano. Em 2022, o programa obteve uma grande repercussão no Carnaval carioca, com o Cada Lata Conta na Sapucaí.
- ▶ A ação foi premiada pelo Livro dos Recordes, o Guinness Book, como o evento que mais arrecadou latas de alumínio para a reciclagem no mundo.

**PRÊMIO LATA MAIS
BONITA DO BRASIL
VALORIZA E INCENTIVA
A CRIATIVIDADE**



Realizado pela Abralatas, o Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil chega a sua terceira edição com o intuito de valorizar e incentivar a criatividade, a beleza e a clareza da comunicação dos rótulos de cervejas brasileiras em latas de alumínio.

“A iniciativa da Abralatas em escolher e premiar as embalagens mais bonitas é uma forma de estimular o mercado e a criatividade das marcas. Queremos cada vez mais mostrar o quanto rótulos e layouts podem agregar valor às bebidas”, afirma Guilherme Caniello, Relações Corporativas da Abralatas.

Na edição passada, a cerimônia de premiação foi realizada no Rio de Janeiro (RJ). Uma das vencedoras foi a microcervejaria Masterpiece, que criou uma lata em homenagem ao Dia Internacional da Mulher com uma ilustração original criada pela artista Pri Barbosa. A inspiração foi, lógico, a força feminina.

“O prêmio foi muito importante porque coroou um projeto interessantíssimo, no qual somente mulheres participaram do processo como um todo, da fabricação da lata em uma linha exclusiva da Ball onde só trabalham mulheres, passando pela ilustração da Pri Barbosa, a execução da arte pela agência Banana e o projeto e desenvolvimento da cerveja pela nossa mestra cervejeira Ingrid Matos”, conta André Valle, CEO da Masterpiece.

A microcervejaria também é uma inspiração para o setor, que está em uma fase de solidificação no mercado.



A iniciativa da Abralatas em escolher e premiar as embalagens mais bonitas é uma forma de estimular o mercado e a criatividade das marcas.”

Guilherme Caniello
Relações Corporativas da Abralatas

“Nestes três anos de atuação, nos orgulhamos de ser a cervejaria mais sustentável do mundo e a mais premiada do Rio de Janeiro. Nosso plano é ser a maior e mais premiada cervejaria artesanal do Brasil. Para isso, usamos técnicas avançadas de gerenciamento de projetos, tecnologia da informação, inteligência artificial e muito trabalho em equipe”, revela Valle.

Para participar do Prêmio, as cervejarias podem se inscrever em latamaisbonita.com.br ou acessar mais informações nos canais de comunicação da Abralatas.

A escolha leva em conta a avaliação de um júri técnico e uma votação popular aberta para todos. Tudo devidamente auditado e acompanhado pela Abralatas. Em 2023, concorrem ao prêmio as cervejarias do Brasil com o devido registro no Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e em circulação desde 2021.

VENCEDORES 2022

MICRO

1° LUGAR: ★ *ÀS MULHERES, MASTERPIECE (RJ)*

2° LUGAR: ★ *VIKING IMPERIAL IPA, ODIN (RJ)*

3° LUGAR: ★ *HELLES DE CURITIBA, BODEBROWN (PR)*

MÉDIAS

1° LUGAR: ★ *WIENBIER 59 SESSION, IPA NEWAGE BEBIDAS (SP)*

2° LUGAR: ★ *WIENBIER 60 APA, NEWAGE BEBIDAS (SP)*

3° LUGAR: ★ *BIERBAUM - LAGER, BIERBAUM (SC)*

GRANDES

1° LUGAR: ★ *COLORADO INDICA, AMBEV (SP)*

2° LUGAR: ★ *GOOSE ISLAND MIDWAY SESSION IPA, AMBEV (SP)*

3° LUGAR: ★ *PATAGONIA IPA, AMBEV (SP)*



A IMPORTÂNCIA DO SETOR CERVEJEIRO

O estímulo a todas as vertentes do negócio das cervejarias é uma prioridade na Abralatas. Atualmente, mais de 50% de toda a cerveja no Brasil é em lata de alumínio.

De acordo com o Anuário da Cerveja, produzido pelo MAPA, o crescimento do setor mostra números exponenciais. Do ano 2000 até os dias atuais, o número de cervejarias já cresceu mais de 4.000%.

O número dos registros de produtos, nos últimos seis anos, aumentou em mais de 400% e a balança comercial ultrapassou a casa dos US\$100 milhões e os dados de geração de emprego e arrecadação de impostos são significativos.

“É um panorama muito satisfatório e mostra a importância deste mercado para a economia do Brasil. Estamos sempre acompanhando as tendências mundiais e nada melhor que honrar a criatividade como parte impulsionadora do setor. Que venham as próximas edições”, comemora Guilherme Caniello, Relações Corporativas da Abralatas.

Gilberto Tarantino, presidente da Associação Brasileira de Cerveja Artesanal (Abracerva), observa que todo segmento da cerveja artesanal é fã da latinha. “Quando a lata chegou ao Brasil, nem o mais otimista poderia imaginar tamanha aceitação. Hoje, posso dizer que a lata de alumínio é a mais buscada pelos cervejeiros artesanais, pois gela mais rápido, pode ser reciclada mais facilmente, é mais leve e pode ser levada para qualquer lugar”, comenta.

Para Paulo Petroni, diretor da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), o setor cervejeiro brasileiro é um dos maiores e mais qualificados



Gilberto Tarantino
Presidente da Associação
Brasileira de Cerveja Artesanal
(Abracerva)



Paulo Petroni
Diretor da Associação Brasileira
da Indústria da Cerveja
(CervBrasil)

do mundo, reconhecido por sua qualidade, elevada capacidade tecnológica e de gestão. “Somos formadores de tendências globais, dado nosso histórico de sucesso nas inovações geradas. Isso é possível porque temos parceiros que acreditam na mesma linha de gestão e buscam sempre a superação dos resultados. Encontramos no setor de latas de alumínio estas características, que muitas vezes nos puxam para acelerar ainda mais nossos negócios”, afirma Petroni.

Já Márcio Maciel, presidente executivo do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), explica o impacto da parceria entre os setores desta ampla cadeia. “Pelos próprias características da nossa atividade, a cerveja impacta positivamente outros setores econômicos, como agronegócio, logística, energia, veículos e alumínio. As latinhas representam mais de 50% do nosso mercado e fazem parte da indústria e da cadeia produtiva que chamamos “do campo à mesa”.

Essa união também é percebida por Marco Falcone, presidente da Federação Brasileira das Cervejas Artesanais (Febracerva), que garante que “as latas representam o futuro da venda de cervejas no Brasil e no mundo”. Além disso, o executivo observa a eficiência da embalagem de alumínio em todo o processo.

“A lata é eficiente para transporte e consumo, além de poder ser reciclada infinitas vezes. É um bem que contribui para outras cadeias produtivas, envolvendo geração de renda, peça fundamental para a nossa economia e o nosso futuro. Precisamos de um planeta limpo e nada melhor o que a lata para contribuir com isso”, conclui Falcone.



Marco Falcone
Presidente da Federação
Brasileira das Cervejas Artesanais
(Febracerva)



Márcio Maciel
Presidente executivo do Sindicato
Nacional da Indústria da Cerveja
(Sindicerv)



**MICROCERVEJARIAS
E LATA DE ALUMÍNIO:
TUDO A VER!**



Cada detalhe faz a diferença para causar uma experiência única quando o assunto é cerveja artesanal. Por isso, as microcervejarias ganham espaço no mercado brasileiro graças a uma seleção cuidadosa que vai desde a matéria-prima até o desenvolvimento de tecnologias, novos aromas e produtos sustentáveis.

Não à toa, apesar das dificuldades econômicas do país, o setor cresceu 11,6% em 2022, conforme dados do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). “É um ótimo crescimento tendo em vista como a economia do país se encontra. Esse crescimento é bom para as cervejarias, mas ainda melhor para o consumidor que poderá ter mais opções e produtos próximos de casa”, afirma Estácio Rodrigues, sócio-fundador do Instituto da Cerveja, a primeira escola de Sommelieria de Cervejas do Brasil.

Os mestres cervejeiros agem como alquimistas para fisgar o paladar de um público mais exigente por meio da combinação de ingredientes especiais. Mas como ter certeza que a magia cervejeira chegará intacta à mão do consumidor? É nessa hora que as embalagens de alumínio são fundamentais para garantir um final feliz.

Localizada em Petrópolis, na região serrana do Rio de Janeiro, a premiada cervejaria Odin é um exemplo do trabalho impecável das microcervejarias. Criada pelos amigos de infância Felipe Rabah e Flávio Fiori, a Odin ganhou este nome em homenagem ao deus nórdico homônimo, cujos rituais eram regados à cerveja. Todo branding da marca envolve o tema viking, cujos visuais são feitos por designers e artistas.

“O destaque da embalagem de lata é que possibilita um design gráfico que contempla 360°, da base até o topo. Dá para ser mais ousado, criativo, agressivo e aventureiro.

O visual ganha os olhos do cliente na gôndola do supermercado e no balcão do bar”, afirma Rabah.

Outro case de sucesso que vale a pena conhecer é a curitibana Bodebrown, uma das mais premiadas do país. A marca é produtora oficial das cervejas da banda Iron Maiden e encanta roqueiros tanto pelo sabor quanto pelo visual das embalagens.

As vantagens das latas são inúmeras, a começar pela facilidade de manuseio, fator destacado por Felipe, sócio da Odin. “É possível otimizar o transporte pelo Brasil de forma mais econômica pela lata ser mais leve. Entre os planos da empresa está criar drinks splits que precisam dessa embalagem, por exemplo”.

Um ponto forte é o acondicionamento, pois isola o oxigênio e protege da luminosidade, fatores cruciais para manter a qualidade da bebida. Existem 1.729 cervejarias brasileiras preocupadas em assegurar o alto padrão. Na visão do MAPA, a perspectiva em relação ao uso das embalagens de lata é de crescimento. Antes os lotes mínimos de aquisição eram grandes e fora da realidade de pequenos empresários. Hoje, isso vem mudando, o que dá a possibilidade de microcervejarias terem em seu portfólio não só as garrafas, mas também as latas.

Quem sai ganhando é o consumidor, afinal, as latinhas permitem que a bebida fique gelada mais rápido do que as garrafas de

vidro. Conta também a segurança, em determinados eventos e espaços públicos, em que somente as latas são permitidas devido ao risco que o vidro quebrado oferece. Ou seja, o happy hour é muito mais feliz quando a cerveja vem na lata.



O destaque da embalagem de lata é que possibilita um design gráfico que contempla 360°, da base até o topo. Dá para ser mais ousado, criativo, agressivo e aventureiro. O visual ganha os olhos do cliente na gôndola do supermercado e no balcão do bar.”

Felipe Rabah
Sócio da cervejaria Odin

SOLUÇÕES CRIATIVAS PARA FÁBRICA DE LATAS



VISITE O NOSSO SITE

ctaequipamentos.com.br


cta@ctaequipamentos.com.br



SOLICITE UM ORÇAMENTO:
19 97143-9002



CTA
ENGENHARIA • EQUIPAMENTOS • AUTOMAÇÃO



Seja um embaixador ou embaixadora Lixo Zero

Invista no seu futuro e faça parte da formação que transforma a sua vida e o meio ambiente com o Conceito Lixo Zero. Participe da nossa rede de + de 1.900 embaixadores espalhados pelo Brasil e pelo mundo.

Para saber mais, **acesse:**

www.formacaolixozero.com.br



Aulas gravadas com
+ de 20 especialistas
de todo o Brasil



Acesse o site pelo **QR code**

INSTITUTO
LIXO ZERO
BRASIL



Formação
Lixo Zero

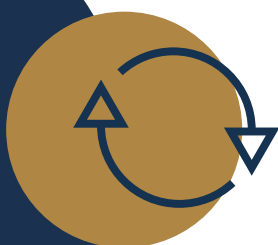
ZERO WASTE
YOUTH
JUVENTUDE LIXO ZERO BRASIL

AMBIÇÃO 2030



MOVIMENTO CONEXÃO CIRCULAR

Circularidade é o caminho para se atingir o consumo e produção sustentáveis e outros ODS relacionados



12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

EFICIÊNCIA DE RECURSOS

- 7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL
- 11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

IMPACTO AMBIENTAL

- 6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO
- 13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA
- 14 VIDA NA ÁGUA

BEM-ESTAR HUMANO

- 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO
- 3 SAÚDE E BEM-ESTAR
- 5 IGUALDADE DE GÊNERO

COMPROMISSO DAS EMPRESAS

Definir e implementar iniciativas e projetos que criem processos que garantam, até 2030:

Zero resíduos para aterro sanitário considerando a operação

Modelo de negócio circular implementado*

*Com base nos indicadores de sucesso da One Planet Network e nos indicadores de impacto SCP desenvolvidos pela One Planet Network, Life Cycle Initiative e International Resource Panel.

Faça parte:



REVISTA DA LATA

Novembro de 2023

CONSELHO EDITORIALCátilo Cândido, Guilherme Caniello,
Isadora Hernandez e Paula Filizola**REDAÇÃO E EDITORAÇÃO**

FSB Comunicação

REVISÃO

FSB Comunicação

IMPRESSÃO

Gráfica Athalaia

A Revista da Lata é uma publicação da Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alumínio (Abralatas):

1. Os anúncios veiculados na Revista da Lata são meramente comerciais e não refletem o posicionamento da Abralatas, assim como isentam a Associação de qualquer responsabilidade, de qualquer natureza, pela interpretação e aplicação de seu conteúdo.

2. Crédito de fotos: divulgação, acervo da Abralatas e banco de imagens Getty Images e Freepik Premium. Ilustrações: FSB Comunicação.

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





ABRALATAS

WSAUS Quadra 01 Bloco M
Sala 1202 Ed. Liberdade
CEP: 70070-935

Tel: (61) 3327-2142

E-mail:
abralatas@abralatas.org.br

www.abralatas.org.br

 /abralatas
 /abralatas
 /abralatas.lata
 /company/abralatas

ABRALATAS**ASSOCIADOS FUNDADORES****ASSOCIADOS EMPRESAS**



brasilalumínio

A revolução do alumínio.

A SUA DISTRIBUIDORA DE ALUMÍNIO PARA
INDÚSTRIAS, REVENDEDORES E CONSUMIDORES



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

Corte & Beneficiamento ▶ Reciclagem ▶ Transformação



@bralumínio



@brasilaluminio



brasil-alumínio



www.brasilaluminio.com.br

Soluções em Filtração para Indústrias de Lata

Lançamentos com foco em sustentabilidade

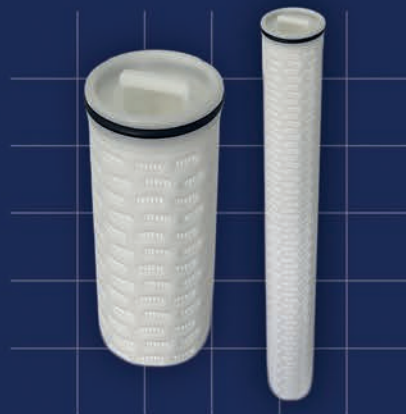


Melhor custo-benefício na filtração de ar com os **Filtros Moldurados 100% Poliéster.**

- 1 Elevado grau de proteção em máquinas e dutos de ventilação de ar;
- 2 Meio filtrante não tecido plissado 100% poliéster;
- 3 Moldura de poliéster (sem metais ou papelão);
- 4 Não entorta e não apodrece com a umidade;
- 5 Alta capacidade de retenção de poeira.

Maior intervalo de trocas mantendo o padrão de qualidade em águas e demais líquidos com o **Filtro Bag High Flow**

- 1 Área filtrante 6x maior que filtro bag convencional;
- 2 Reduza manutenção e limpeza da rede de água industrial;
- 3 Retenha impurezas e contaminantes na lavagem de latas;
- 4 Menos resíduos, trocas e paradas de manutenção.



Remova Contaminantes com o **Cartucho Bobinado com Fios Reciclados e Sustentáveis.**

- 1 Remoção de contaminantes com eficiência e mantendo a qualidade requerida do fluido;
- 2 Pode ser usado na filtração de óleos de lubrificação, arrefecimento, laminação, usinagem e hidráulico;
- 3 Utilização de fios sintéticos e reciclados;
- 4 Fornecimento sob medida;
- 5 Mais sustentabilidade no seu processo.

CSI - FILTROS E NÃOTECIDOS

+ 40 ANOS DE EXPERIÊNCIA

8 ANOS DE FÁBRICA

