

REVISTA DA LATA

**35 ANOS DE INOVAÇÃO
E SUSTENTABILIDADE**

O impacto da lata de alumínio
no Brasil e as novas frentes
para um futuro mais verde

**É bonito, reciclável
e sustentável.**

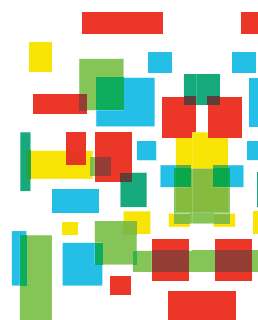


SunChemical®

a member of the DIC group



Color & Comfort



ÍNDICE

Editorial

A lata de alumínio no Brasil

02

Inovação - NBR

Primeira norma de qualidade para a lata de alumínio é brasileira

05

Negócios - CanData

Transformando dados em informações estratégicas para o setor

07

Opinião

Oportunidades do mercado de carbono para o setor de latas

10

Sociedade - Família Schurmann

Sustentabilidade nos mares: um olhar transformador

13

Especial 35 anos

Transformação e sustentabilidade: 35 anos da lata de alumínio no Brasil

18

Nossa gente

Por trás das latas de alumínio, um setor em constante movimento

35

ESG

Every Can Counts: 15 anos engajando consumidores pela conscientização ambiental

38

Entrevista - Roberto Rocha/ANCAT

A força dos catadores no Brasil e o futuro da reciclagem

42

Editorial

A LATA DE ALUMÍNIO NO BRASIL:

uma jornada de 35 anos

Neste ano, celebramos não apenas uma data, mas uma trajetória de sucesso. São 35 anos da lata de alumínio para bebidas no Brasil que, desde a primeira produção em Pouso Alegre (MG) em 1989, se transformou em um símbolo de sustentabilidade e inovação, consolidando o país como referência global neste mercado.

Ao longo dessas três décadas e meia, o setor alcançou marcos impressionantes. Nos mantivemos como líderes mundiais em reciclagem, com 99,7% em 2023, e elevamos o patamar da economia circular no país. Cada conquista reflete o compromisso das nossas associadas e parceiros, que, juntos, tornaram a lata de alumínio um exemplo de produção responsável e sustentável.

“Nos mantivemos como líderes mundiais em reciclagem, com 99,7% em 2023 e elevamos o patamar da economia circular no país.”



Cátulo Cândido

Presidente Executivo da Abralatas





Hoje, o Brasil figura entre os maiores mercados globais de latas de alumínio, com mais de 32 bilhões de unidades comercializadas em 2023. Esse protagonismo é resultado de um trabalho coletivo que envolveu pioneirismo e determinação. Nos posicionamos em espaços de discussão fundamentais, como o Pacto Global da ONU, levamos as pautas da reciclagem e da economia verde para o centro das discussões políticas e econômicas e lançamos a primeira norma de qualidade da lata de alumínio no mundo.

Esta edição especial da Revista da Lata traz um panorama do setor e uma reflexão sobre o futuro. Conversamos com líderes, parceiros e especialistas para abordar temas como a evolução do mercado de carbono e as inovações que seguem impulsionando o setor de latas. Nosso objetivo é proporcionar uma leitura rica em histórias, conquistas e uma visão do que vem pela frente.

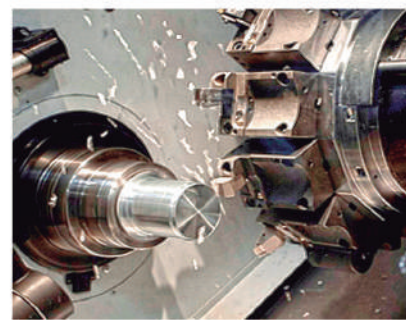
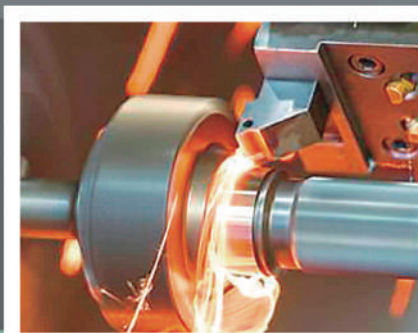
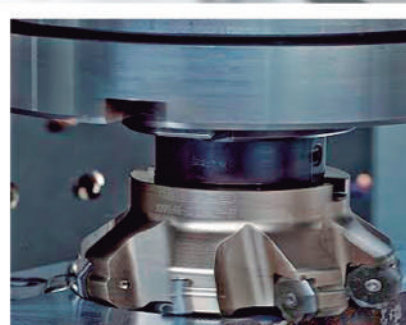
Revivemos a trajetória da lata de alumínio no Brasil por meio das histórias de quem ajudou a construir esse legado. Colaboradores e pioneiros do setor lembraram a superação de desafios e as conquistas que nos transformaram no terceiro maior mercado mundial.

Boa Leitura!






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 serviços 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



NBR

PRIMEIRA NORMA DE QUALIDADE PARA A LATA DE ALUMÍNIO É BRASILEIRA

A indústria de latas de alumínio no **Brasil alcançou um marco histórico com o lançamento da primeira Norma Brasileira (NBR)** dedicada ao setor, um feito inédito globalmente. Desenvolvida em parceria com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), a norma proporciona ao mercado brasileiro o mais alto padrão de qualidade para a lata de alumínio.

Publicada em novembro deste ano, a ABNT NBR 17194 traz uma série de requisitos, procedimentos e recomendações que garantem ainda mais segurança para quem trabalha e consome bebidas em latas de alumínio, são conceitos importantes, como aspectos dimensionais e funcionais da lata, assim como características visuais e especificações para transporte, manuseio, armazenagem e até mesmo envase das bebidas.

Segundo o presidente da ABNT, Mario William Esper, as NBRs são criadas a partir do consenso de determinado setor acerca de critérios técnicos e parâmetros de qualidade para produtos, servi-

ços e processos que reforçam a qualidade e a eficiência. “A nova NBR fortalecerá o setor de latas, fornecendo diretrizes para a fabricação, envase e armazenamento de latas, impulsionando a competitividade e servindo de referência para uma futura norma internacional pela ISO”, comentou.

Na visão de Guilherme Caniello, responsável por assuntos corporativos da Abralatas, a criação da norma é uma conquista coletiva. “O padrão de qualidade desenvolvido no Brasil é o primeiro globalmente. Ele reúne as melhores práticas de mercado e visa estabelecer um referencial que assegure embalagens confiáveis e seguras, especialmente para o consumidor”. Esse foi um trabalho minucioso e elaborado com muito cuidado por mais de dois anos. Caniello também destaca que “para alcançar esse objetivo, a norma foi projetada para ser aplicável a todas as empresas, incluindo qualquer fabricante de latas e produtores de bebidas, independentemente do tamanho da companhia”.



Guilherme Caniello, assuntos corporativos da Abralatas, **Mario William**, presidente da ABNT e **Cátulo Cândido**, presidente da Abralatas

O caráter técnico do processo foi destacado pela gerente de Assistência Técnica da Ball, Daniela Cunha, que participou de grupo de trabalho da Abralatas desde o início: “a norma foi elaborada em quatro etapas: terminologia, níveis de qualidade, padrões para lata e tampas, e especificações de manuseio e armazenamento. O processo de revisão foi profundo e incluiu consultas a manuais e outras normas”, detalha Cunha. Ela aponta que a norma harmoniza os manuais de grandes clientes e servirá de orientação para os menores.

Patrick Bertozzi, gerente de qualidade da Crown, enaltece a troca de boas práticas entre as empresas envolvidas, resultando em um material rico para clientes e fabricantes. “A NBR esclarece muitas questões do dia a dia e nivela o conhecimento, o que agrega valor ao setor”, pontua.

A importância do processo colaborativo foi destacada por Charles Costa, da Ardagh Group, e Moisés Rabelo, da CanPack. Para Costa, a Abralatas elevou o setor a um novo patamar. “Os clientes pediam uma referência clara de qualidade, e essa norma oferece isso”. Rabelo completa: “a interação com o ecossistema de latas oferece grandes oportunidades e cria expectativas sobre o futuro do setor”.

A NBR não só fortalece o setor brasileiro, mas destaca o país como pioneiro global em padronização para latas de alumínio, promovendo um mercado mais seguro, eficiente e inovador.

“ A norma foi projetada para ser aplicável a todas as empresas, incluindo qualquer fabricante de latas e produtores de bebidas, independentemente do tamanho da companhia ”



A NBR 17194 é dividida em quatro partes:



Busque por ABNT NBR 17194 em abntcatalogo.com.br

CanData

TRANSFORMANDO DADOS EM INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS PARA O SETOR



Desde a sua criação, a Abralatas fornece um serviço essencial para o setor: o acesso a dados de produção e vendas de latas de alumínio para bebidas. Inspirada por essa expertise, a associação está lançando o CanData, uma solução ainda mais robusta, projetada para reunir, em um só lugar, todos os dados relevantes do setor. Organizada em módulos independentes e complementares, a proposta do CanData é reunir informações que possibilitem uma visão completa do setor, segmentada por áreas como Mercado, Sustentabilidade e Institucional. Com usabilidade intuitiva, a plataforma permite acesso ágil a um banco de dados consolidado.

Essa ferramenta é uma tradução do espírito de inovação presente no setor de latas de alumínio desde o seu início no Brasil, há 35 anos. Combinando uma plataforma digital de BI e rigor na coleta e no tratamento dos dados, o CanData permite que o setor também se destaque pela organização e confiabilidade das informações divulgadas. O novo serviço é exclusivo para associados da Abralatas com informações de produção e vendas de latas de alumínio.

Sócio e auditor independente responsável pela coleta e tratamento dos dados, Marcyo Fortes da WACT, destaca a importância de garantir a segurança e a transparência no processo. A consultoria independente recebe mensalmente as informações individuais dos fabricantes de latas de alumínio, consolida e alimenta o sistema de forma segura. Fortes ressalta que a plataforma evoluiu significativamente nos últimos anos. “O CanData utiliza o Power BI com acessos individuais por meio de login e senha, e a segurança das informações é muito maior em um ambiente amigável para navegação”, explica.



Essa evolução não apenas aumentou a segurança, mas também agilizou o processo de troca de informações. Leonardo Souza, gerente de Planejamento Financeiro da CanPack, que utiliza a plataforma desde 2018, observa como o sistema está mais avançado agora. “O processo de trocas de informações está bem mais ágil e confiável”, comenta. Souza utiliza os dados fornecidos pelo CanData para análises de mercado e como base para o Business Intelligence (BI) da CanPack. “Essas informações são cruciais para termos uma visão mais clara do mercado, e isso nos ajuda a planejar nossas ações com mais precisão”, destaca.

Essa visão estratégica é algo que também ressoa com Ian Cosenza, analista Sênior de Estratégia e Inteligência de Mercado da Ardagh. Para ele, o CanData é essencial no acompanhamento dos movimentos do mercado e para entender como os players estão se posicionando. “Os dados da plataforma nos ajudam a tomar decisões estratégicas, como ajustes de estoque e produção, além de servirem como base para nossos estudos internos e projeções de mercado”, afirma. Cosenza ressalta que a frequência de atualização dos dados – sempre mensal – é um dos grandes diferenciais da ferramenta. “Trabalho com dados de outros países por sermos uma empresa multinacional e posso afirmar que o Brasil se destaca por esse cuidado e pela agilidade em fornecer dados atualizados. Isso nos dá uma vantagem ao trabalhar com informações precisas em tempo real”, complementa.



Orlando Bueno Neto, supervisor de Inteligência de Mercado da Crown, corrobora essa percepção sobre a relevância dos dados fornecidos pelo CanData. Com seis anos de experiência no setor de latas de alumínio, Orlando já atuou em outras indústrias

“O CanData é essencial para acompanhar os movimentos do mercado e entender como os players estão se posicionando”

e destaca o nível de organização do setor como algo único. “Esse é um setor diferente, organizado e que se preocupa em fornecer informações confiáveis. A plataforma é uma ferramenta fundamental para nossas decisões, desde análises de fábricas até o estudo de mercados emergentes”, explica. Ele também enfatiza a importância de contar com informações consolidadas para verificar o impacto das ações que a empresa implementa. “Os dados são cruciais para avaliarmos se nossas estratégias estão funcionando e para nos ajustarmos rapidamente às mudanças do mercado”, acrescenta.

A plataforma CanData além de facilitar o acesso a informações de mercado, também promove uma visão mais completa e detalhada do setor. Todos os usuários têm acesso aos mesmos dados consolidados, mas, como destaca Orlando, “a diferença está em como cada empresa utiliza essas informações para tomar decisões”. Com dados que abrangem o desempenho por tipo de bebida e tamanho de lata, por exemplo, a plataforma se tornou uma fonte essencial de inteligência para o setor de latas de alumínio para bebidas.

Lucas Maselli, supervisor de Insights e Commercial OPS da Ball, destaca a interatividade e usabilidade do CanData como grandes diferenciais: “O Power BI é extremamente útil, pois sua composição permite que a gente foque exatamente no que queremos visualizar. Podemos baixar o material e utilizá-lo da maneira que melhor nos convier”, explica. Ele também ressalta a segurança na troca de dados e a agilidade que a ferramenta oferece para realizar análises dinâmicas. “É uma ferramenta de enorme valor para o setor”, conclui.

Marcy Fortes reforça que o CanData é um reflexo da maturidade e da organização do setor, que prioriza a transparência e a segurança em suas operações. “Realizamos auditorias anuais para garantir a integridade dos dados e oferecer informações de alta relevância aos associados da Abralatas. Tudo é feito com agilidade e segurança”, destaca. O CanData foi desenhado para assegurar a proteção de todos os dados e, ao seguir as diretrizes de LGPD e compliance, resguarda as informações disponibilizadas, bem como as empresas que acessam o sistema.



Polibras

SOLUÇÕES SOB MEDIDA PARA SUA LOGÍSTICA.



Soluções

- Folhas separadoras
- Revestimento
- Manga Pallet
- Produtos Personalizados
- Embalagens Retornáveis e empilháveis



Benefícios

Economia

- Durabilidade durante o ciclo de operação, gerando excelente custo-benefício.

Sustentabilidade

- Valorização do material terminado a vida útil.
- Eliminação de embalagens One Way
- 100% Recicláveis
- Eliminação de Resíduos

Segurança

- Melhor proteção do produto
- Atóxica e inodora

Higiene

- Não acumulam fungos
- Não soltam partículas
- Lavável

Contate-nos:

+55 11 4182-8013 | +55 11 99154-3275
 vendas.customizados@polibras.com.br
 www.polibras.com.br



Opinião

OPORTUNIDADES DO MERCADO DE CARBONO PARA O SETOR DE LATAS

Por Juliana Coelho Marcussi, Consultora da Abralatas

A crise climática não é mais uma questão futura. Em 2024, o Brasil vivenciou inundações, secas severas, incêndios e ondas de calor intensas, um conjunto de eventos climáticos extremos que reforça a necessidade urgente de encontrarmos soluções sustentáveis e duradouras. Nesse contexto, o mercado de carbono se destaca como uma oportunidade concreta e promissora para que diferentes setores contribuam de forma decisiva para o combate às mudanças climáticas.

A questão agora deixou de ser se devemos reduzir nossas emissões; o foco deve estar em como alcançaremos essa redução. A descarbonização é um caminho sem volta e um movimento global. O setor empresarial, governos e a sociedade civil têm papéis essenciais a desempenhar nesse processo, com responsabilidades proporcionais. No caso do setor de embalagens, em especial o de latas de alumínio, vemos uma chance única de aproveitar o potencial do mercado de carbono e alavancar iniciativas que já colocam a lata na vanguarda da sustentabilidade.



Juliana Coelho Marcussi



O Brasil possui um potencial notável para liderar o mercado global de carbono. De acordo com dados da consultoria McKinsey, o mercado de carbono global deve movimentar até US\$ 50 bilhões até 2030, e o país concentra cerca de 15% do potencial mundial de captura de carbono, podendo chegar a 48,7%. Essas estatísticas evidenciam o diferencial competitivo do Brasil, que, com a devida estruturação e regulamentação, pode ocupar uma posição de destaque no mercado de carbono.

No setor de latas de alumínio, a reciclagem – que já é amplamente reconhecida como um case de sucesso – pode se transformar em um ativo valioso no mercado de carbono. A reciclagem não só reduz o consumo de recursos naturais, mas também contribui diretamente para a diminuição das emissões de gases de efeito estufa. Assim, ao comprovar tecnicamente que suas práticas sustentáveis geram impacto positivo no meio ambiente de forma mais expressiva do que em uma situação *business as usual*, o setor pode emitir créditos de carbono. Essa monetização dos esforços sustentáveis pode abrir portas para novas oportunidades, ajudando a fortalecer a competitividade e sustentabilidade das empresas do setor.

“No setor de latas de alumínio, a reciclagem – que já é amplamente reconhecida como um case de sucesso – pode se transformar em um ativo valioso no mercado de carbono”

Para que o setor de latas se beneficie plenamente dessas oportunidades, é fundamental comprovar a chamada “adicionalidade”. Em outras palavras, precisamos demonstrar que a reciclagem de latas de alumínio vai além do básico e que os investimentos contínuos em inovação oferecem uma vantagem adicional na redução de emissões.

É importante também ressaltar que, embora o mercado de carbono ofereça oportunidades econômicas, ele deve ser encarado como uma ferramenta para o aumento da ambição climática. O verdadeiro foco deve estar em iniciativas que realmente reduzam as emissões de forma contínua e permanente. Além disso, o mercado de carbono deve ter um horizonte de término a médio prazo, servindo como uma ponte para uma transformação mais profunda e sustentável nas práticas empresariais e na economia de baixo carbono.

Adicionalmente, o mercado de carbono pode incentivar uma mudança mais ampla na cultura corporativa e social em direção a práticas mais conscientes e sustentáveis. Para o setor de latas, isso significa não apenas um aumento da competitividade, mas também a reafirmação de um compromisso com um futuro de baixo carbono. Essa postura pode gerar benefícios significativos tanto para as empresas quanto para os consumidores e para o meio ambiente.



Em suma, o mercado de carbono representa uma grande oportunidade para o setor de latas de alumínio alavancar suas práticas sustentáveis e liderar pelo exemplo. É um momento para repensarmos a forma como produzimos e consumimos, com um olhar atento às oportunidades econômicas, mas sem perder de vista a responsabilidade ambiental e social que cada empresa e indivíduo têm diante da crise climática.

TIPOS DE MERCADO DE CARBONO

REGULADOS

Criados por governos ou coalizões de países, como o Sistema de Comércio de Emissões da União Europeia (EU ETS). Nesses mercados, os governos estabelecem setores da economia que devem participar e determinam cotas de emissão de gases de efeito estufa com base na atividade econômica de cada setor. As empresas que emitem menos do que sua cota podem vender suas cotas excedentes, enquanto aquelas que emitem mais devem comprar cotas ou créditos adicionais.

VOLUNTÁRIOS

Nesse caso, as empresas compram créditos de carbono de forma voluntária para compensar suas emissões, como parte de suas iniciativas para alcançar metas ambientais corporativas ou melhorar sua reputação em sustentabilidade. Esses mercados são menos regulados e oferecem oportunidades para empresas que desejam compensar suas emissões, mesmo quando não há exigência legal.



Especialistas em fabricação de sacos de papel para tampas de alumínio



supernova
embalagens

Uma Empresa do Grupo

arpel

A jornada da Família Schurmann

SUSTENTABILIDADE NOS MARES: UM OLHAR TRANSFORMADOR



Por mais de quatro décadas, a família Schurmann navega pelos oceanos, testemunhando os efeitos das mudanças climáticas no planeta e defendendo a causa da sustentabilidade. Os membros da primeira família brasileira a dar a volta ao mundo em um veleiro são mais do que exploradores, são vozes ativas na conscientização sobre o impacto dos nossos hábitos de consumo e o perigo que o descarte inadequado dos resíduos representam para os oceanos. Ao longo de sua jornada, a família criou o projeto Voz dos Oceanos, que une a educação ambiental à busca por soluções sustentáveis.

Em uma entrevista exclusiva à Revista da Lata, Heloísa Schurmann, matriarca da família, compartilhou sua visão sobre a relação do ser humano com o con-

sumo, refletindo sobre as mudanças que observou durante décadas no mar e os desafios climáticos que o planeta enfrenta. O aumento da densidade populacional nas áreas costeiras e o volume de resíduos encontrados na natureza, a exemplo da quantidade alarmante de plásticos nos oceanos, foram algumas das questões que ela destacou com preocupação.

“A nova consciência do consumidor é o cerne da questão ambiental”

A experiência de Heloísa proporcionou um panorama único sobre o estado atual dos oceanos. Ela destaca que a presença de navios de carga aumentou significativamente, gerando uma nova realidade nas rotas marítimas, onde antes se via um número muito menor de embarcações. “Entramos no rio Xangai em 2015 e ficamos chocados com o volume de embarcações de todos os tipos. Eram cerca de 800 a 1.000 embarcações subindo e descendo o rio”, relembra.



Apesar de sua preocupação com o futuro, Heloísa vê com otimismo a nova geração

Esse aumento de tráfego nos mares é reflexo direto do comportamento de alto consumo das pessoas, que, quando não somado a produtos mais sustentáveis, serve apenas de alavanca para incentivar a circulação de mercadorias, sem considerar seu real impacto. “Hoje, podemos comprar um item na China e recebê-lo no Brasil com facilidade, mas essa conveniência tem um preço ambiental altíssimo”, pondera.

Para ela, a nova consciência do consumidor é o cerne da questão ambiental. Ela critica a cultura do “fast fashion” e o acúmulo desnecessário de bens, como a crescente tendência de colecionar sapatos e roupas. “Quantos pares de tênis alguém realmente precisa?”, provoca. A crítica se estende também à multiplicação de produtos que deixam um rastro de resíduos no planeta, sem solução de reciclagem ou reaproveitamento.

Em contrapartida, Heloísa compartilha sua própria abordagem minimalista em relação à vida, inspirada pelos anos a bordo de um veleiro. “Eu tenho roupas que uso há mais de dez anos e, no barco, vivemos com o mínimo necessário. Quando eu precisei de uma bermuda nova, cortei uma calça jeans antiga. As pessoas ainda não despertaram para essa realidade”, afirma. Para ela, a chave é repensar nossos hábitos de consumo.

Apesar de sua preocupação com o futuro, Heloísa vê com otimismo a nova geração. Ela tem contato frequente com escolas e jovens, promovendo palestras e ações de conscientização sobre o meio ambiente. “Vejo uma preocupação crescente nas crianças com questões ambientais. Meus netos, por exemplo, já têm consciência sobre a separação do lixo e a economia de água”, conta.



No entanto, ela alerta para o fato de que, embora haja uma maior conscientização entre os jovens, o consumo tecnológico ainda é uma questão preocupante. “Os jovens de hoje consomem muito, especialmente produtos eletrônicos como celulares e jogos, mas não fazem a conexão entre esse consumo e o impacto ambiental que ele gera”, explica

A lata de alumínio como solução sustentável

Para Heloísa, a lata de alumínio para bebidas representa uma escolha mais sustentável. Ela enfatiza a necessidade de transformar cada indivíduo em um consumidor consciente, capaz de gerenciar seus resíduos e, mais importante, escolher embalagens que causem menos impacto ambiental. “Também é preciso reconhecer o trabalho dos catadores de recicláveis como um serviço ambiental. Eles devem ser reconhecidos e remunerados para tal”, destaca.

Heloísa também compartilhou sua experiência pessoal a bordo do veleiro da família durante a expedição Voz dos Oceanos, onde o uso de latas de alumínio é priorizado. “ Temos um porão cheio de água e refrigerante em lata, e toda a reciclagem começa a bordo, com a separação do lixo. Sabemos que as latas são recicladas de maneira eficiente e isso nos dá a tranquilidade de que não estamos contribuindo para o problema dos resíduos plásticos nos oceanos”, relata.



Lembra ainda de locais como o Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, em que o uso de garrafas PET já foi completamente banido, com a venda de bebidas apenas em latas de alumínio. “Essas pequenas mudanças, em eventos e estabelecimentos, são passos importantes para reduzir o impacto ambiental. Cada lata reciclada significa menos plástico nos oceanos”, conclui Heloísa.

O projeto Voz dos Oceanos, liderado pela família Schurmann, tem como objetivo alertar para o aumento de resíduos plásticos nos oceanos e encontrar soluções para o problema. Durante a primeira fase da expedição, que começou em 2021, o veleiro da família percorreu 100 destinos em 10 países, e em todos os lugares, encontraram plástico e microplástico nas águas. Mas também encontraram esperança: iniciativas locais que buscam reverter esse cenário, como o exemplo de Gabriel, um jovem de Itajaí (SC) que desenvolveu um filtro para capturar microplásticos na rede de saneamento.

Voz dos Oceanos: uma missão de conscientização e transformação

Heloísa e sua equipe acreditam que o caminho para a mudança está em pequenas atitudes individuais. Para ela, cada pessoa é um agente de transformação, e mudar hábitos de consumo, como trocar sacolas plásticas por reutilizáveis e evitar o uso de talheres de plástico, e quando for necessário, de fato, escolher embalagens mais sustentáveis como a lata de alumínio, já faz uma grande diferença. “O que parece pouco, em larga escala, tem um impacto gigante”, reforça.

Com seu espírito aventureiro e sua paixão pelo meio ambiente, a família Schurmann continua navegando pelos oceanos, não apenas desbravando novos horizontes, mas também inspirando mudanças e mostrando que é possível conciliar progresso com sustentabilidade. O uso da lata de alumínio é um exemplo claro de como é possível adotar soluções mais sustentáveis no dia a dia, contribuindo para um futuro mais verde e limpo.

AJUDANDO A CONSTRUIR

UM MUNDO MELHOR ATRAVÉS DE INOVAÇÕES E TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS

Nossa força é impulsionada pela confiança de nossos clientes. Continuamos inovando para atender às novas transformações do mercado em qualidade e sustentabilidade.

Investimos constantemente em inovação de equipamentos e práticas sustentáveis que ajudam fabricantes a produzir cada vez mais e melhor.

Para sermos ágeis, nossas instalações estão estrategicamente distribuídas ao redor do mundo. Além de novas máquinas, provemos peças de reposição, assistência técnica em campo e reformas, revitalizando os maquinários para um novo ciclo de vida.

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



More good cans per unit of natural resource consumed



STOLLE MACHINERY

www.stollemachinery.com

35 anos de
inovação e
sustentabilidade

35



TRANSFORMAÇÃO E SUSTENTABILIDADE:

35 anos da lata de alumínio no Brasil

Há 35 anos, os primeiros capítulos de uma história marcante começaram a ser escritos no Brasil: a da lata de alumínio para bebidas. Desde a sua chegada, o setor trilhou um caminho notável, superando obstáculos, reinventando-se e conquistando metas desafiadoras. Mais do que a trajetória de um setor que mudou a forma de consumo no Brasil, a história da lata de alumínio é alimentada pela paixão de seus protagonistas - profissionais que apostaram em um mercado até então desconhecido e incipiente, mas que acreditaram no seu potencial. Essa motivação segue impulsionando o setor até hoje.

Nessas décadas de sucesso, o setor consolidou-se como um exemplo de sustentabilidade e inovação. Atualmente, o país ocupa a 3ª posição no ranking dos maiores mercados mundiais de latas de alumínio para bebidas, com vendas de 32,3 bilhões de unidades em 2023. Cada brasileiro consome, em média, 160 latas por ano. O setor fatura aproximadamente R\$ 17 bilhões anuais, com um crescimento médio anual de 3,9% na última década e emprega mais de 17 mil profissionais.

A história da lata de alumínio é alimentada pela paixão de seus protagonistas

Um dos principais motivos de orgulho para esses profissionais é o quanto o setor se destaca e leva a sério a responsabilidade ambiental. O Brasil é líder mundial em reciclagem de latas de alumínio, com índice que se mantém acima dos 95% há mais de uma década. A preocupação com o meio ambiente, que sempre esteve presente no DNA da indústria, é também o propósito que move muitos dos seus atores. A Revista da Lata entrevistou quatro personagens do setor para recontar essa história do ponto de vista de quem fez parte dessa construção. Confira nas próximas páginas.





Altair Frulane

Diretor Comercial da Crown Embalagens. Sua jornada no universo das latas de alumínio começou em 1993.

“Sou um apaixonado por esse setor.”

Augusto Seoane

Diretor global de Inovação e Desenvolvimento da Ardagh Metal Packaging. Está no setor desde 1991.

“Ser lateiro é uma coisa que transforma as pessoas.”



João André Boas Vilas

Gerente do Can Experience e de Processo Gráfico da Ball. Ajudou a inaugurar a primeira fábrica do Brasil, em 1989.

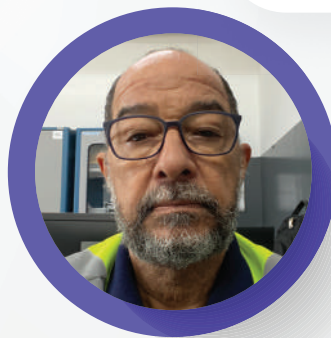
“Ajudei a montar as máquinas da primeira fábrica da Latasa no Brasil.”



José Ricardo Torres

Supervisor de Manutenção do Back-End da CanPack. Entrou para o setor em 1997.

“Foi uma trajetória de eterna mudança.”



HISTÓRIAS DE VIDA QUE SE CONFUNDEM COM A TRAJETÓRIA DO SETOR

Paixão. Esse é o sentimento que une as histórias de Altair, Augusto, João e José Ricardo. Embora tenham seguido por trajetórias diferentes, todos compartilham o mesmo entusiasmo pelo setor, que, para eles, foi uma aposta. Uma aposta que deu certo, tornando-se motivo de orgulho e sinônimo de conquistas e realizações.



“Sou um apaixonado”

define Altair Frulane, diretor Comercial da Crown Embalagens, ao falar sobre sua relação com o setor de latas de alumínio. Funcionário da Souza Cruz, no Rio de Janeiro (RJ), em 1993, foi convidado para trabalhar na área de tampas da Latasa, em Pouso Alegre (MG). “Lembro que era uma fábrica com equipamentos antigos, mesmo assim, a equipe fez um trabalho incrível e obtivemos ótimos resultados”, recorda.

Ele destaca que, apesar dos inúmeros desafios, o setor de latas de alumínio é um mercado pujante, que cresceu consideravelmente ao longo dos anos,

assim como os profissionais que o acompanham, como ele, que já acumula 31 anos de experiência na indústria. Os desafios são constantes, exigindo atualizações frequentes para atender a um mercado dinâmico e exigente. “Precisamos estar atentos o tempo todo para fazer os movimentos certos no momento adequado”, reforça.

Frulane enxerga o setor de latas de alumínio no Brasil como um verdadeiro case de sucesso, especialmente no que diz respeito a práticas sustentáveis. Desde o início, a reciclagem foi uma preocupação central. “Todos no setor sempre trabalharam para conscientizar as pessoas sobre a importância da sustentabilidade”, destaca. Ele lembra uma ação em escolas, em que era possível trocar latinhas por computadores, como um exemplo de como essa mentalidade foi cultivada desde cedo. “Acredito que essa foi uma estratégia fundamental para a aceitação da lata no Brasil. Se hoje temos essa boa imagem, é resultado do trabalho realizado desde o início do setor”.

35 anos da lata de alumínio no Brasil

“Esse é um setor que já nasceu sustentável”

O executivo olha para o futuro com o mesmo otimismo do passado. Para ele, o crescimento continuará, especialmente em categorias como refrigerantes, água, energéticos e drinks prontos para beber, áreas ainda com muito a ser explorado. “Sinto-me extremamente feliz, satisfeito e privilegiado por fazer parte desse processo. Sou verdadeiramente apaixonado por esse mercado”, finaliza.

Outro apaixonado pelo setor, Augusto Seoane, hoje diretor global de Inovação e Desenvolvimento da Ardagh Metal Packaging, conta como foi sua trajetória no setor, que começou em 1991. Na época, seu amigo Jorge Ban-nitz, atualmente CEO Ardagh Metal Packaging South America, o indicou para trabalhar na área de sistemas da Latasa. Desde então, com exceção de um intervalo entre 2010 e 2013, Seoane desenvolveu sua carreira no setor. “Ser lateiro é algo que transforma as pessoas. Somos apaixonados por esse produto”, resume ao explicar o motivo de sua longa permanência no setor. Para ele, paixão e orgulho são os sentimentos que melhor traduzem sua visão sobre o mercado de latas de alumínio.



Esse orgulho que Seoane sente ao trabalhar há tantos anos com latas de alumínio vem, em grande parte, do compromisso do setor com a sustentabilidade. “Esse é um setor que já nasceu sustentável. Desde as primeiras fabricantes que chegaram ao Brasil, havia uma preocupação com a reciclagem e o meio ambiente. Esse foco cresceu junto com o setor. Dá muito orgulho trabalhar com um produto que é praticamente 100% reciclado”, afirma.

Outro ponto marcante da trajetória de Seoane é sua participação na fundação da Abralatas, onde atuou como um dos primeiros conselheiros. Ele relembra os desafios enfrentados no início, quando a cultura de consumo de latas de alumínio ainda não existia no Brasil. “Na época da criação da Abralatas, estava em discussão uma mudança de tributos que dificultaria muito a continuidade da produção de latas de alumínio. Não tínhamos como levar nossa perspectiva para Brasília (DF). Foi então que surgiu a associação, como uma forma de representatividade para o setor”, explica. Segundo ele, a representatividade da Abralatas cresceu significativamente desde então.

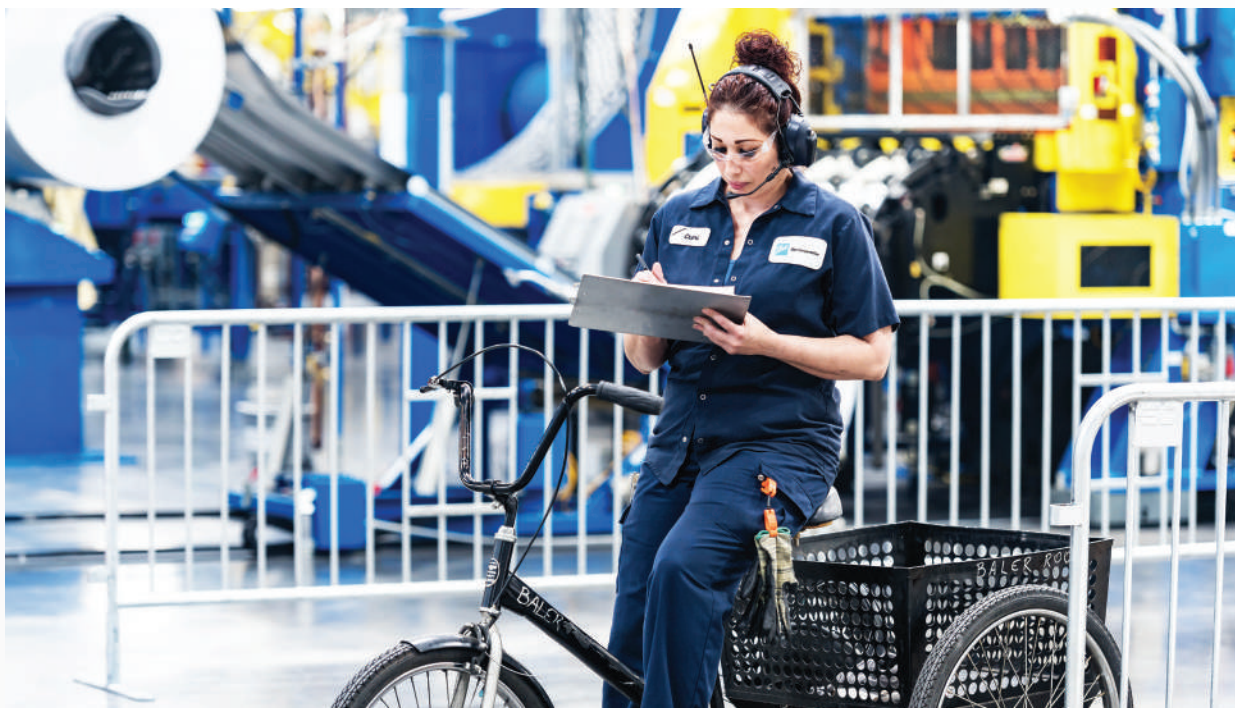
35 anos da lata de alumínio no Brasil

Ao olhar para o futuro do setor, Seoane aponta dois grandes pilares: novas tecnologias e sustentabilidade. “Estamos sempre buscando tornar as latas mais leves, baratas e sustentáveis”, diz. Sua equipe é focada em diversas frentes de inovação que envolvem desde o design final do produto, com tintas especiais e acabamentos gráficos mais sofisticados, até a criação de novas tecnologias de abertura e fechamento. Olha também para processos de fabricação que utilizem menos água e energia, e para a legislação, no sentido de acompanhar as transformações do setor. Por fim, Seoane menciona a “fábrica do futuro”, dentro do conceito de indústria 4.0, em que a robótica terá um papel ainda mais crucial nas tarefas repetitivas. “Nosso trabalho envolve uma visão de cocriação, reunindo clientes, universidades e fornecedores para discutir e desenvolver soluções inovadoras e eficientes”, conclui.

“Foi um período muito enriquecedor e de grande aprendizado”



Para inovar e superar desafios, a curiosidade é um fator determinante. Essa é a opinião de João André Boas Vilas, gerente do Can Experience e de Processo Gráfico da Ball. Vilas começou sua jornada no setor de latas de alumínio de maneira inesperada. Em 1989, enquanto morava no Rio de Janeiro em busca de novas oportunidades profissionais, recebeu uma ligação de sua mãe avisando que uma empresa internacional estava se instalando em sua cidade natal, Pouso Alegre (MG). Sem hesitar, ele voltou para casa, participou do processo seletivo na Latasa e foi contratado. “Foi assim, sem nenhum planejamento, que entrei no setor de latas de alumínio”, relembra Vilas. A empresa era a Latasa, que havia acabado de chegar à cidade. “Naquele período, passamos por muitos treinamentos. Foi quando comecei a entender a verdadeira dimensão desse mercado”. Ele se orgulha de ter participado da montagem dos primeiros equipamentos da empresa no Brasil. Foi testemunha de um momento histórico: a impressão da primeira lata de alumínio da América do Sul, em 26 de outubro de 1989, em sua cidade.



“Desde aquela época, fiquei fascinado pela decoração das latas e pela tecnologia de impressão. Foi quando pensei: é aqui que quero ficar”, conta. Seu interesse pela decoração das latas o levou a transitar pela área de marketing. Ele lembra que sua posição na empresa era bastante singular. “Eu era operador, mas, frequentemente, me trocava e ia visitar as áreas de marketing dos nossos clientes para apresentar a empresa e nossas ideias”, relembra. Após longas conversas sobre estratégias de marketing, Vilas voltava à linha de produção para colocar em prática as solicitações.



“Nosso desafio é continuar oferecendo as melhores soluções”

Essa “jornada dupla” permitiu a Vilas desenvolver uma proximidade com as áreas de marketing dos clientes, discutir aspectos de inovação e compreender as necessidades dos consumidores. “Foi um período muito enriquecedor e de grande aprendizado”. Ele lembra que o principal desafio era atender às demandas, muitas vezes sem ter a tecnologia necessária disponível. “Tive que buscar soluções e desenvolver a tecnologia para poder entregar o que era pedido”.

Atualmente, essa experiência acumulada é aplicada no Can Experience da Ball, um espaço criado para que Vilas e sua equipe trabalhem lado a lado com os clientes no desenvolvimento de embalagens que chamem a atenção dos consumidores nas gôndolas. “O cliente vem para esse espaço e cria junto com a nossa equipe. Não é apenas um centro gráfico, é sobre entregar valor”, explica. Esse trabalho colaborativo permite a ele aplicar tudo o que aprendeu ao longo de sua carreira, algo que considera extremamente gratificante.

35 anos da lata de alumínio no Brasil

Ao refletir sobre o futuro do setor e de sua própria carreira, Vilas destaca o compromisso contínuo da indústria com a sustentabilidade, enfatizando que a lata é a melhor solução para o cliente, sendo um produto 100% reciclável. “Ao longo dos anos, criamos muita tecnologia e promovemos diversas inovações para garantir que isso fosse possível. Não gerar resíduos é algo que nos inspira profundamente”, afirma. Ele também observa que a personalização das latas será uma demanda crescente. “Há uma tendência cada vez maior por formatos diferenciados, tampas e anéis coloridos. Nosso desafio é continuar oferecendo as melhores soluções para atender às necessidades dos clientes”, conclui.

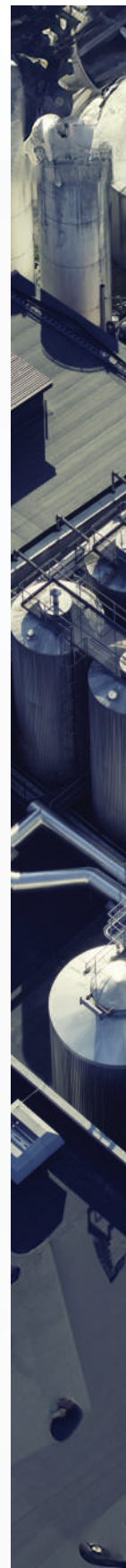
Disposição para mudar. Sem essa característica seria impossível prosperar nesse mercado tão dinâmico. Essa é a opinião de José Ricardo Torres de Alcantara, supervisor de Manutenção do Back-End da CanPack. Sua trajetória no setor de latas de alumínio é marcada por constantes mudanças e desafios, conforme ele mesmo descreve. Natural



“Desde aquela época, fiquei fascinado pela decoração das latas e pela tecnologia de impressão. Foi quando pensei: é aqui que quero ficar”

de Recife (PE), Alcantara iniciou sua jornada no setor em 1997, na Lanesa, que faz parte do grupo Latasa, logo que a fábrica foi inaugurada na cidade. Desde o início, percebeu que sua carreira o levaria a percorrer o Brasil: “depois de dois anos em Recife, fui para Jacareí (SP). Passei dois anos lá e voltei para Recife. Após mais dois anos e meio, me mudei novamente para Jacareí, onde permaneci por 12 anos”, relembra. Após esse longo período em Jacareí, um novo desafio o aguardava: a inauguração da fábrica da Latapack Ball, na Bahia. Depois de muitas idas e vindas passando por outros segmentos, há dois anos, ele retornou ao setor de latas, assumindo o cargo que ocupa atualmente na CanPack.

“Minha carreira tem sido uma trajetória de mudanças constantes”, reflete. Essas transições representaram grandes desafios, especialmente no que diz respeito à adaptação de sua família às novas localidades. Outro desafio significativo foi aprender a lidar com as diferentes culturas de cada lugar onde trabalhou. “Cada região tem suas particularidades, e foi necessária muita habilidade para entender e me adaptar a essas diferenças. No entanto, essa experiência foi extremamente enriquecedora”, destaca.





Além de todo o conhecimento técnico adquirido ao longo dos anos, Alcantara sente grande orgulho em trabalhar em um setor com forte compromisso com a sustentabilidade. “É muito gratificante fazer parte de uma indústria que, desde que comecei, já reaproveitava mais de 90% das latas”, comenta.

Para o futuro, Alcantara espera continuar contribuindo com o setor, aplicando todo o conhecimento que adquiriu ao longo de sua carreira. Ele acredita que ainda há muito espaço para evolução e inovação. No entanto, ressalta que a prevenção deve permanecer como uma prioridade. “Precisamos sempre extrair o máximo dos equipamentos, mas com um olhar atento à manutenção preventiva”, finaliza.

A FORÇA POR TRÁS DO CRESCIMENTO DO SETOR

O sucesso do setor de latas de alumínio no Brasil não seria possível sem a colaboração estratégica das empresas da sua cadeia de suprimentos. Empresas como a FAM Projetos, Zermatt Tools e Ecolab-Nalco têm desempenhado papéis cruciais ao longo das últimas décadas, contribuindo com soluções inovadoras e processos que acompanham as crescentes demandas do mercado. Esses parceiros, especializados em diversas áreas, compartilham sua visão sobre os desafios, a evolução tecnológica e, principalmente, o compromisso com a sustentabilidade, que tem moldado o setor. Confira a seguir como eles ajudaram a impulsionar a indústria e suas perspectivas para o futuro.

A trajetória de Antonio Avelino Alves da Cruz, CEO da FAM Projetos, mostra que ele encontrou no setor a oportunidade de crescer junto com a indústria, trazendo inovação e sustentabilidade como pilares de seu trabalho. Cruz é um engenheiro electricista que encontrou no setor de latas de alumínio para bebidas uma grande oportunidade. Após uma passagem pelo setor de óleo e gás, ele trabalhava em uma empresa de engenharia que, em 1991, foi contratada para expandir a fábrica da Latasa, em Pouso Alegre (MG). Foi esse projeto que o inspirou a fundar a FAM, em julho de 1993. “O setor estava crescendo rapidamente e havia muitas oportunidades, já que as máquinas precisavam ser adaptadas à realidade brasileira”, explica.

Ao longo de sua carreira, acompanhou de perto o crescimento do setor, atuando na implantação de diversas plantas no Brasil e na América do Sul, incluindo Rio de Janeiro, Jacareí, Recife, Chile e Argentina. Hoje, com 30 anos de experiência, Cruz acredita que a especialização é a chave para o sucesso. No entanto, o início da empresa não foi fácil. Ele lembra do desafio de ter que lidar diretamente com equipes dos Estados Unidos, superando a barreira do idioma. “Esse choque cultural foi essencial para nosso crescimento. Aprendemos muito e rapidamente”, diz.

35 anos da lata de alumínio no Brasil



Roland Batzli, fundador da Zermatt Tools, também faz parte dessa história de inovação, trazendo sua expertise em ferramentas de precisão para solucionar desafios técnicos e contribuir com o crescimento da indústria no Brasil. Quando a primeira fábrica de latas de alumínio foi instalada no Brasil, em 1989, ele já prestava serviços para o setor de latas de aço e aerosol, experiência que se mostrou decisiva para sua entrada nesse novo setor. “Quando a Latasa chegou, eles enfrentaram um grande problema: as ferramentas trazidas dos Estados Unidos não funcionavam adequadamente aqui”, lembra Batzli. A empresa precisava de alguém que pudesse desenvolver essas ferramentas no Brasil. Foi assim que ele entrou no setor. “Recebemos pilhas de desenhos. Para cada um, tínhamos que produzir de duas a três peças para homologação. Fiquei desesperado com o pedido, mas corremos atrás”, lembra.

Esse foi o ponto de virada para sua empresa, que antes estava acostumada a trabalhar com pedidos de pequeno volume. A chegada da Latasa trouxe uma nova demanda em escala. “Apostamos no setor desde o início. Eles vieram com uma visão de futuro e cresceram, e nós compramos essa ideia”, conta. Batzli lembra que naquela época havia muitos profissionais qualificados no mercado, o que ajudou a impulsionar o crescimento do setor.

Ricardo Maciel, diretor Brasil da Ecolab-Nalco, cujo trabalho com tratamento de água tem sido essencial para o desenvolvimento sustentável e tecnológico do setor de latas de alumínio no país, conta que o seu primeiro contato com o setor no Brasil ocorreu em 1999, com a chegada da ANC na unidade industrial de Extrema (MG). “Naquela época, já fazíamos negócios com eles fora do Brasil”, relembra Maciel. A Ecolab-Nalco foi desafiada desde o início a contribuir com a economia de energia e água da indústria. “Foi um período de muito aprendizado”, afirma. A expansão da empresa acompanhou o crescimento da ANC, que depois se tornou Rexam. Maciel passou a atuar também nas unidades da Argentina e do Chile. “Conheci muita gente nessa época”, destaca.

Sustentabilidade foi um dos pilares do sucesso do setor desde o início

No começo, enfrentaram muitos desafios. Foi necessário investir em pesquisa para desenvolver soluções que se adequassem à realidade brasileira. “Hoje, exportamos a tecnologia desenvolvida aqui no Brasil. Foi uma grande aposta e um desafio imenso, mas conseguimos elevar nosso nível de prestação de serviço. Atualmente, temos condições de recuperar toda a água utilizada na indústria”, afirma Maciel, com orgulho.

Sobre o futuro, Maciel é otimista. “O Brasil tem um grande potencial de crescimento. Nossa expectativa é que o setor de latas de alumínio dobre de tamanho nos próximos 5 anos. O maior desafio será continuar na vanguarda tecnológica, sempre um passo à frente para atender às demandas do mercado”, conclui.

Os relatos de Antonio Avelino, Roland Batzli e Ricardo Maciel demonstram como a parceria estratégica entre fornecedores e o setor de latas de alumínio é fundamental para o sucesso e o crescimento da indústria no Brasil. Cada um com suas especialidades contribuiu para enfrentar desafios tecnológicos, implementar soluções inovadoras e, acima de tudo, promover práticas sustentáveis. Esses três líderes exemplificam o espírito de inovação e compromisso com o meio ambiente que define o setor, além de mostrar que a colaboração em toda a cadeia produtiva é essencial para garantir um futuro promissor e sustentável para a indústria de latas de alumínio.



VIAJANDO O MUNDO PELAS LATAS

Viajar, conhecer pessoas e explorar culturas de diferentes partes do mundo – tudo isso motivado pela paixão por latas de alumínio para bebidas. Essa é a história do professor e empresário Cinézio Pedro Canhasse. O interesse de Canhasse por colecionar começou com chaveiros, mas foi durante uma festa em sua chácara, em 1º de maio de 1995, que ele decidiu iniciar sua coleção de latas de alumínio. “Naquela festa, percebi que as pessoas haviam trazido latas de cerveja de várias localidades. Algumas latas da Áustria chamaram muito minha atenção. Fui recolhendo as latas e, naquele dia, comecei com nove no total”, relembra. Hoje, a coleção de Cinézio soma 56 mil latas, provenientes de mais de 300 localidades ao redor do mundo.

Para alcançar esse volume impressionante, Cinézio construiu uma vasta rede de colaboradores, incluindo amigos na Polônia, Estados Unidos, Espanha, Alemanha e Portugal. “Mantenho contato com pessoas de várias partes do mundo e consegui algumas latas raríssimas”, conta ele. Entre os itens mais valiosos da coleção estão latas de países que já não existem mais e de lugares onde a cerveja era proibida. “Tenho uma lata de uma cerveja francesa que, na época de seu lançamento, só era permitido consumir uma unidade. Mais que isso, poderia ser perigoso”, brinca.

Mas para Canhasse, colecionar vai além do simples acúmulo de latas. “Eu gosto de estudar cada item, conhecer o país de origem e a cultura local. Aprendi muito sobre o mundo por meio delas”, diz. Ele cuida pessoalmente de toda a preservação de sua coleção. Chegou a desenvolver uma ferramenta especial para desamassar e fechar as latas, quando necessário.

Aos 77 anos, Cinézio ainda recebe novas contribuições. “Meus filhos e amigos, quando viajam, sempre lembram de trazer mais uma lata para a coleção”. Hoje, ele compartilha as histórias dessas latas com seu neto de sete anos. “Ele adora ouvir as histórias e, no futuro, será o herdeiro da minha coleção”, conclui com orgulho.

LÁ SE VÃO 35 ANOS

1989

Inauguração da primeira fábrica de latas de alumínio do Brasil: Latasa, em Pouso Alegre (MG). **O Brasil envasa a primeira bebida em lata de alumínio: a cerveja.** O modelo de três peças foi substituído pelo de duas, totalmente em alumínio, alcançando uma produção que evoluiu de 120 para impressionantes 3.000 latas por minuto atualmente.

2003

Brasil se torna sinônimo de consumo consciente e modelo de economia circular para o resto do mundo com as latas de alumínio. O índice de reciclagem chega a 89%. **Em outubro, o setor ganha uma força propulsora na promoção da lata de alumínio no Brasil, com a criação da Abralatas. Passa a ter uma voz em defesa da elevação da competitividade com responsabilidade socioambiental.**

2016

A Ball adquire a Rexam, tornando-se a maior produtora mundial de latas de alumínio. **A Ardagh é criada e se instala no Brasil.** A CanPack converte a Metalic, última fábrica brasileira de latas de aço para bebidas. Dessa forma, juntamente com a Crown, o setor chega a sua configuração atual.

1996

Chegada da Crown Embalagens, que se junta a outras três fabricantes já instaladas no Brasil. **Marca de 4 bilhões de unidades de latas de alumínio vendidas.**

2010

Realizada a 1ª edição do Ciclo de Debates Abralatas. Grande evento anual da Abralatas realizado até 2017, discutiu temas que pudessem estimular a produção e o consumo sustentáveis. Passou por capitais de todas as regiões do Brasil e contou com nomes como Marina Silva, Fernando Gabeira, José Sarney Filho, Eduardo Giannetti e todas as lideranças nacionais e regionais dos catadores de materiais recicláveis.

2018

Publicado o 3º e último volume da série de livros "Transição para uma Nova Ética Tributária", que consolidou toda base técnica e legal por uma economia verde no Brasil, defendida pela Abralatas. Participaram juristas e tributaristas renomados, como Carlos Ayres Brito, Ives Gandra Martins e Everardo Maciel. O resultado imediato foi a criação da Frente Parlamentar da Economia Verde.

2019

Realização do 1º Encontro da Lata, evento exclusivo dos associados da Abralatas e que representa a união do setor. **Foram instalados os Comitês Técnicos da associação.** Atualmente, são os principais canais de comunicação direta com os associados nas áreas de Sustentabilidade, Jurídico, Tributário, Mercado, Qualidade e Ética.

2021

A Abralatas inaugura a versão brasileira do programa Every Can Counts, presente em outros 19 países. **Lançamento do Prêmio Lata Mais Bonita do Brasil.** A Abralatas, com o apoio de entidades do comércio e da indústria de bebidas, lança o concurso que está em sua 3ª edição, premiando as cervejas em lata com os rótulos nacionais mais criativos e comunicativos.

2023

O setor brasileiro de latas de alumínio para bebidas passa a fazer parte da maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do planeta: o Pacto Global da ONU. **Em comemoração do seu 20º aniversário em grande evento em Brasília (DF), a Abralatas comemorou a marca de 30 associados e a aprovação da Reforma Tributária, com dispositivos que direcionaram o Brasil para um modelo de baixo carbono. Trabalho protagonizado pela associação e a Frente Parlamentar da Economia Verde.** Abralatas recebe o Prêmio Entidade Amiga dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis, durante a programação da 10ª Expocatadores em Brasília (DF). **O Carnaval das escolas de samba do Rio de Janeiro entra para o livro dos records, o Guinness Book, como o evento com a maior reciclagem de latas de alumínio do mundo.**

2020

Assinado o Termo de Compromisso da Lata de Alumínio para Bebidas com o Ministério do Meio Ambiente, reforçando os esforços do setor para aperfeiçoar o seu sistema de logística reversa e cumprir o marco regulatório brasileiro da reciclagem, a Política Nacional de Resíduos Sólidos. **O Prêmio Lixo Zero 2020 reconhece a iniciativa e o trabalho incessante do setor em aprimorar o seu modelo de reciclagem, sempre com um olhar especial para os catadores.**

2022

Recorde brasileiro de reciclagem da lata de alumínio para bebidas: 100%! Uma das maiores conquistas do setor. **Lançada a 1ª edição do Relatório Setorial ESG. Documento que dá transparência justamente aos planos e ações da Abralatas e de suas associadas, pela Agenda 2030 da ONU.**



ASSOCIADOS QUE CONSTROEM A HISTÓRIA DO SETOR DE LATAS DE ALUMÍNIO

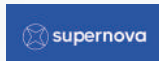
Ao longo dos 35 anos da lata de alumínio no Brasil, a força do setor vem da união e da dedicação de empresas que compartilham o compromisso com a inovação, sustentabilidade e crescimento contínuo. Hoje, são 33 associados da Abralatas que, juntos, não apenas garantem a excelência na produção e reciclagem, mas também moldam o futuro da indústria com práticas sustentáveis. A seguir, destacamos os nomes dessas empresas que têm sido fundamentais na construção dessa trajetória de sucesso.



Associadas Fundadoras

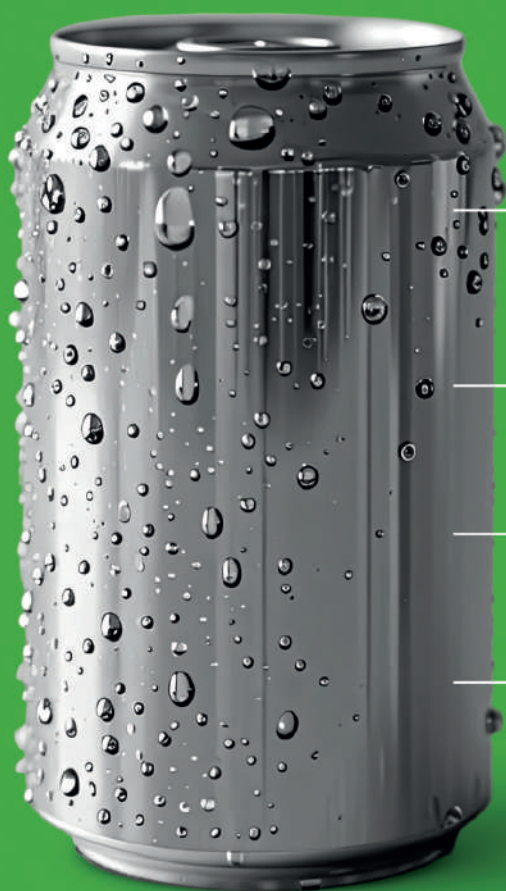


Associadas Empresas





Um presente e futuro sustentáveis se constroem com **Alumínio Novelis**



Capacidade e flexibilidade
do maior Complexo Integrado de Laminação e Reciclagem de Alumínio do mundo



Alumínio certificado
pela ASI (Aluminium Stewardship Initiative) na América do Sul



Baixa pegada de carbono
Chapas de alta qualidade, com mais de 80% de conteúdo reciclado



Inovação para o mercado de latas
Centro de Soluções ao Cliente e time de especialistas para cocriar soluções sustentáveis

novelis.com 

linkedin.com/Novelis 

ligadareciclagembr 

Novelis



Soluções completas para automação industrial de fábricas de latas

De twisters a conveyors, nossos equipamentos transformam o processo de produção.



- > Twisters
- > Tunnel Tracking
- > Tubulação
- > Tracionador
- > Pick up de latas
- > Label Verifier
- > Fullpallet
- > Dispositivo de corte automático
- > Descida de copos
- > Desbobinador
- > Deminster
- > Coletor de névoa
- > Bocal minster
- > Bi di
- > Banoil
- > Airscreen
- e muito mais...**

APONTE SUA CÂMERA
PARA O QR CODE AO LADO
E VISITE NOSSO SITE:



SOLICITE UM ORÇAMENTO:

- ☎ (19) 97143.9002
- ✉ cta@ctaequipamentos.com.br
- 🏠 ctaequipamentos.com.br

Nossa Gente

POR TRÁS DAS LATAS DE ALUMÍNIO, UM SETOR EM CONSTANTE MOVIMENTO

Quando o consumidor abre uma lata de refrigerante gelado ou de cerveja no fim de semana, dificilmente imagina o nível de detalhamento e dedicação necessários para ela chegar em suas mãos. Por trás das quase 90 milhões de latas de alumínio consumidas diariamente, existe uma indústria robusta, movida por sustentabilidade, tecnologia, criatividade e, principalmente, profissionais dedicados que garantem que cada peça seja perfeita. **Uma indústria que está completando 35 anos de história no Brasil.** A Revista da Lata conversou com quatro desses profissionais. Suas histórias revelam um mundo que une inovação, desafios diários e transformação contínua na maneira de pensar e produzir.

Ryozo Kuroda, gerente de Desenvolvimento de Rótulos da Ardagh, tem um olhar artístico para a lata de alumínio. Seu trabalho no Can Studio, criado para garantir que o design de cada rótulo dos clientes da Ardagh seja impecável, envolve tanto técnica quanto criatividade. Com quase três décadas na empresa, Ryozo enxerga cada lata como uma obra de arte em potencial. “Quando vejo os rótulos que ajudamos a desenvolver lá na gôndola, parecem filhos que criamos e demos vida”, reflete.



A trajetória de Ryozo mostra como o setor evoluiu. Antigamente, os testes de impressão só ocorriam no dia da produção. Hoje, é possível fazer ajustes e simulações muito antes da lata chegar às máquinas, garantindo maior eficiência e menos desperdício. Seu trabalho vai muito além da estética; envolve precisão e um entendimento profundo dos processos, para garantir que cada lata saia perfeita. Entre seus projetos mais desafiadores, lembra-se da criação de um rótulo térmico que mudava conforme a temperatura. “Foram muitos testes, mas conseguimos chegar lá. O resultado foi surpreendente”, afirma com orgulho.

“Quando vejo os rótulos que ajudamos a desenvolver lá na gôndola, parecem filhos que criamos e demos vida”

Enquanto Ryozo trabalha com cores e rótulos, Claudinei Angelo, gerente de Produção da CanPack, está mais focado nos processos industriais que tornam a fabricação da lata de alumínio uma operação de alta precisão. Com 33 anos de experiência, ele começou como ferramenteiro trainee, em uma época em que o setor ainda estava engatinhando no Brasil. “A gente aprendia na prática, com a mão na massa”, lembra. “O inglês foi um obstáculo no início, mas hoje eu treino até americanos”, comenta, revelando como sua dedicação à formação e ao crescimento não conhece fronteiras.

Nossa Gente

Para Claudinei, o segredo do sucesso está na curiosidade. Ao longo de sua carreira, ele nunca parou de perguntar o “porquê” das coisas. Esse impulso o levou a se tornar um líder no setor e, hoje, ele se orgulha de formar a próxima geração de profissionais. “Ver a evolução de um profissional não tem preço”, afirma. E é com esse mesmo espírito que ele observa o crescimento de novos talentos, muitos dos quais, segundo ele, chegam ao setor com uma sede por aprendizado que o inspira diariamente.

Se no início da sua carreira, Claudinei viu um setor dominado por homens, hoje a indústria caminha para uma nova realidade. E poucas pessoas conhecem essa mudança tão bem quanto Eliane Rigolo Leonardo, diretora de RH da Crown Brasil, e Marta Tenorio, diretora de Qualidade para a América do Sul da Ball. Ambas representam o avanço da presença feminina no setor e o início da transformação de um ambiente de trabalho historicamente masculino em um espaço cada vez mais inclusivo e diverso.

Eliane foi a primeira mulher a ocupar uma diretoria na Crown Brasil. Ao longo de sua trajetória, ajudou a abrir fábricas em diversas regiões e viu o número de mulheres nas linhas de produção crescer significativamente. “Hoje temos 35 mecânicas em nossas linhas, algo impensável no passado”, diz. E não se trata apenas de contratar mais mulheres; há também um esforço para desenvolver as mulheres das comunidades locais, oferecendo oportunidade para que elas possam aprender e se integrar ao setor.

“Temos que mirar nas melhores lideranças, homens ou mulheres, e tomar suas atitudes como guia para o nosso próprio crescimento”



Com 11 anos no setor, Marta observa com entusiasmo o aumento do número de mulheres em cargos de liderança e em posições operacionais. Para ela, o avanço da diversidade vai além das estatísticas; trata-se de criar um ambiente de trabalho em que as pessoas se sintam valorizadas e onde as melhores ideias, independentemente de quem as sugira, prevaleçam. “Temos que mirar nas melhores lideranças, homens ou mulheres, e tomar suas atitudes como guia para o nosso próprio crescimento”, enfatiza Marta.

Os entrevistados compartilham um sentimento comum de que o setor de latas de alumínio para bebidas está em constante transformação, com a sustentabilidade no centro de suas operações. O impacto ambiental é um tema recorrente, seja na redução de desperdícios nos processos produtivos ou na escolha consciente de matérias-primas e reciclagem.

Eliane destaca que a lata de alumínio está perfeitamente alinhada com a mentalidade das novas gerações, que buscam produtos e empresas comprometidos com a preservação do meio ambiente. “Temos um produto que dialoga com essa geração, que busca por sustentabilidade e valores em tudo o que consome”, afirma. Marta complementa essa visão, destacando que o setor de qualidade precisa continuar se reinventando para garantir que os processos sejam cada vez mais sustentáveis e inovadores. “Qualidade está em tudo e a sustentabilidade faz parte desse ciclo”, conclui Marta.

O que torna o setor de latas de alumínio para bebidas tão fascinante não é apenas a precisão de seus processos, mas as pessoas que estão por trás de cada etapa – desde o design criativo até a produção em massa e o controle de qualidade rigoroso. Ryozo Kuroda, Claudinei Angelo, Eliane Rigolo Leonardo e Marta Tenorio são exemplos de como o setor é formado por indivíduos movidos por paixão, curiosidade e um desejo contínuo de inovar.

Ao olharem para o futuro, os entrevistados veem um setor que não apenas vai continuar se adaptando às mudanças dos consumidores e da sociedade, mas continuar liderando iniciativas pela sustentabilidade e inclusão. O que antes era um espaço predominantemente masculino, agora se abre para mais diversidade e para uma nova geração que busca propósito em tudo o que faz. O mundo das latas de alumínio é repleto de histórias de inovação, desafios e transformação.



Ryozo Kuroda

Gerente de Desenvolvimento de Rótulos, Ardagh



Marta Tenorio

Diretora de Qualidade, Ball

“ Olhar a impressão das latas nas prateleiras virou um hábito ”

Com 28 anos de experiência na Ardagh, Ryozo lidera o Can Studio, desenvolvendo rótulos criativos que impressionam nas gôndolas. Seu foco está em garantir que cada lata tenha o design perfeito.

“ Trabalhei toda a minha vida em operações, está em minhas veias ”

De mudança para o Brasil, a chilena Marta lidera a área de qualidade da Ball na América do Sul, garantindo que as operações atendam aos mais altos padrões. Com mais de 20 anos de experiência no setor industrial, ela é uma defensora da inclusão e da inovação.



Claudinei Angelo

Gerente de Produção, CanPack



Eliane Rigolo Leonardo

Diretora de RH, Crown Brasil

“ Ver a evolução de um profissional não tem preço ”

Com mais de 30 anos no setor, Claudinei começou como ferramenteiro e hoje é responsável por treinar a nova geração de profissionais da CanPack. Seu foco é passar adiante o conhecimento adquirido ao longo de décadas.

“ Hoje temos 35 mecânicas em nossas linhas. Em um passado recente, eram apenas homens ”

Pioneira na inclusão de mulheres nas fábricas da Crown, Eliane foi a primeira diretora feminina na empresa. Além disso, lidera programas de formação e desenvolvimento de comunidades próximas às unidades da empresa.

ESG

EVERY CAN COUNTS:

15 anos engajando consumidores pela conscientização ambiental



O setor de latas de alumínio para bebidas no Brasil, que completa 35 anos de existência, sempre esteve fortemente ligado à sustentabilidade. Um dos pilares desse sucesso é justamente o forte histórico da reciclagem da lata. O programa Every Can Counts, em português Cada Lata Conta, completa 15 anos com o papel de ser um canal de comunicação do setor com o consumidor responsável por levar adiante a mensagem da importância do descarte adequado, do consumo consciente e da reciclagem, sempre de maneira criativa e eficaz.

Bartłomiej Wojdyło, presidente do Programa, destaca que o foco principal é garantir que cada lata tenha a chance de ser reciclada, e o papel dos consumidores é fundamental. “O Brasil já tem índices impressionantes, com média de 95% das latas de alumínio recicladas há mais de 15 anos. Queremos continuar educando as pessoas sobre a importância da reciclagem, pois é necessário entender por que reciclar faz diferença”, explica.

No Brasil, o Cada Lata Conta foi implementado pela Abralatas em 2021 e rapidamente se destacou por suas ações em grandes eventos e presença digital. Um dos grandes exemplos de sucesso é o Tour Internacional da Reciclagem, uma iniciativa global do programa que promove a conscientização sobre a importância da reciclagem de latas de alumínio com uma mensagem única e universal. Realizado em diversos países onde o Every Can Counts está presente, o evento une ativismo ambiental, arte e ações práticas de coleta seletiva para engajar a população e mostrar, na prática, o impacto positivo da reciclagem no meio ambiente.



“Média de 95% das latas de alumínio recicladas”

No Brasil, o Tour Internacional da Reciclagem já está em sua quarta edição e ocorre, tradicionalmente, durante a Semana do Meio Ambiente. Em 2024, o evento foi realizado na Praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, onde 14 catadores, embaixadores da reciclagem, percorreram a orla com mochilas personalizadas, coletando latas de alumínio e repassando informações sobre a importância da reciclagem aos banhistas. Além das ações diretas com o público, o evento contou com intervenções artísticas na areia da praia e apresentações aéreas com a mensagem “Abra, beba e recicle”, ampliando ainda mais a visibilidade da causa.

EM 2023, O EVERY CAN COUNTS NO BRASIL ALCANÇOU:

- Parceria com 14 catadores embaixadores durante a Semana do Meio Ambiente.
- Coleta de quase 10 toneladas de latas no Carnaval 2023, impactando o Sambódromo com ações de conscientização.

O Tour Internacional da Reciclagem é uma oportunidade para conectar diferentes países e culturas em torno de uma causa comum: a preservação do meio ambiente por meio da reciclagem.

Além disso, o programa tem se mostrado um grande aliado na conscientização durante o Carnaval. Em 2022 e 2023, o Cada Lata Conta foi responsável pela coleta e reciclagem de aproximadamente 18 toneladas de latas de alumínio no Sambódromo, um dos maiores palcos da festa popular brasileira. A ação não apenas promoveu a reciclagem em um evento de grande porte, mas também trouxe visibilidade para a importância do descarte correto. Wojdyło enfatiza que “eventos como o Carnaval oferecem uma plataforma perfeita para aumentar a conscientização sobre a reciclagem de latas e o impacto social e ambiental que isso gera.” A cada edição, o Cada Lata Conta vem ampliando sua presença e impactando diretamente o público que frequenta esses grandes eventos.



“Essas ações não apenas aumentam a conscientização da população, mas também valorizam o trabalho dos catadores, que desempenham um papel crucial na cadeia de reciclagem do país”, afirma Wojdyło. Nas ações realizadas pelo programa brasileiro, por exemplo, as latas coletadas recebem a destinação adequada por meio de cooperativas parceiras, e a renda obtida é distribuída entre os catadores participantes, mostrando o impacto social e econômico do programa.



A presença ativa do Cada Lata Conta nas redes sociais também tem sido um ponto forte. O perfil no Instagram (@cadalataconta) é utilizado como uma ferramenta educativa, promovendo a reciclagem de maneira descontraída e acessível. “A ideia é manter um diálogo contínuo com o público, destacando o papel de cada um na preservação do meio ambiente”, explica Isadora Hernandez, analista de comunicação da Abralatas.

A abordagem do Cada Lata Conta vai além da coleta em grandes eventos. Mesmo com um alto índice de reciclagem, o programa reconhece a necessidade de continuar educando as gerações futuras.

ESG

No Brasil, o Cada Lata Conta tem mostrado que a conscientização é a chave para continuar promovendo um impacto social e ambiental positivo nas escolhas do consumidor. “Com ações em grandes eventos, presença digital e o apoio de catadores, o programa segue sendo um exemplo de como a educação e o engajamento podem transformar o cenário da reciclagem no país”, conclui Hernandez.

A abordagem do Cada Lata Conta vai além da coleta em grandes eventos. Mesmo com um alto índice de reciclagem, o programa reconhece a necessidade de continuar educando as gerações futuras.

No Brasil, o Cada Lata Conta tem mostrado que a conscientização é a chave para continuar promovendo um impacto social e ambiental positivo nas escolhas do consumidor. “Com ações em grandes eventos, presença digital e o apoio de catadores, o programa segue sendo um exemplo de como a educação e o engajamento podem transformar o cenário da reciclagem no país”, conclui Hernandez.



“

A educação e o engajamento podem transformar o cenário da reciclagem no país

”

Rock in Rio e os catadores dão um show de sustentabilidade!

A **ANCAT**, por meio do programa **Reciclar pelo Brasil**, já recuperou **mais de 317 vezes** o número de latas de alumínio consumidas no **Rock in Rio de 2024**. O programa conta com 17 grandes empresas que fomentam a **economia circular** na cadeia da reciclagem. Desde 2017, o **Reciclar pelo Brasil** recuperou mais de **880 mil toneladas de materiais recicláveis** impactando mais de **28.320 catadores e catadoras** nos 27 Estados do país.



ANCAT

ENTIDADE
GESTORA

**Reciclar
pelo Brasil**

13,9

TONELADAS

ALUMÍNIO

17,5

TONELADAS

PLÁSTICO

49,8

TONELADAS

PAPÉL

RASTREABILIDADE TOTAL
155 toneladas de resíduos gerados durante o **Rock in Rio 2024**.

ANCAT

A FORÇA DOS CATADORES NO BRASIL E O FUTURO DA RECICLAGEM

Em 2024, o setor de latas de alumínio no Brasil comemora 35 anos, consolidando-se como um dos maiores exemplos de economia circular no país. Para falar sobre essa história, a Revista da Lata traz uma entrevista com Roberto Rocha, presidente da Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (ANCAT), que compartilha sua trajetória como catador e sua visão sobre os desafios e as conquistas dessa categoria profissional. Confira a seguir os principais trechos dessa conversa.

ROBERTO, PARA COMEÇAR, CONTE UM POUCO DA SUA HISTÓRIA. COMO VOCÊ CHEGOU À ANCAT?

Eu sou catador de material reciclável, venho das ruas. Comecei com uma carrocinha, coletando materiais. Moro em Poá, na região metropolitana de São Paulo, e foi na Coopamare, uma das maiores cooperativas do Brasil, que me interessei pelo processo de organização do trabalho dos catadores. Depois disso, ajudei a fundar uma cooperativa em Poá, chamada Cruma, que é referência em termos de funcionamento. Com o tempo, me envolvi no Movimento Nacional dos Catadores, que hoje agrega mais de 50 mil pessoas. A ANCAT surgiu da necessidade de ter uma estrutura institucional que pudesse oferecer capacitação e fortalecer os catadores.

E COMO FUNCIONA ESSA CAPACITAÇÃO QUE VOCÊS OFERECEM AOS CATADORES?

O treinamento é essencial. Eu mesmo só cheguei até aqui graças a treinamentos. Na ANCAT, temos uma série de programas, desde o Conexão Cidadã, que é voltado para catadores em situação de rua, até capacitações mais avançadas, como o uso de equipamentos, modelo de trabalho, segurança e até administração de cooperativas. O objetivo é incluir os catadores no mercado produtivo e fortalecer sua atuação como empreendedores, tirando-os de uma situação vulnerável. Cerca de 90% do material reciclável no Brasil passa pelas mãos dos catadores, e essa formação ajuda a profissionalizar ainda mais o setor.



“ No futuro, vejo as organizações de catadores se tornando grandes agregadores de latas de alumínio e de outras cadeias de reciclagem ”



Márcio Costa Macedo, Luis Inácio Lula da Silva, Roberto Rocha, Geraldo Alckmin e Marina Silva

FALANDO SOBRE A RECICLAGEM DE LATAS DE ALUMÍNIO, O BRASIL TEM ÍNDICES MUITO ALTOS, COM MÉDIA ACIMA DOS 95% NA ÚLTIMA DÉCADA. COMO VOCÊ VÊ A IMPORTÂNCIA DESSE MATERIAL PARA OS CATADORES?

As latas de alumínio são um grande exemplo para outras cadeias de reciclagem, tanto pelo alto valor quanto pela eficiência do processo. A lata de alumínio poderia ser considerada uma “moeda social”, pois tem um valor enorme, mas atualmente não chega às mãos dos catadores como deveria. Muitas vezes, moradores e empresas separam as latas, mas acabam não doando para os catadores. É importante lembrar que a lata de alumínio é um modelo que todas as outras cadeias de reciclagem deveriam seguir, devido à sua circularidade e valor. Precisamos pensar em maneiras de fazer com que as latinhas voltem a ser mais acessíveis para os catadores.



E QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE VOCÊ ENFRENTA COMO PRESIDENTE DA ANCAT?

Uma das maiores dificuldades é a educação ambiental. Ainda falta conscientização da população sobre a importância de separar e doar os materiais recicláveis, até mesmo as latinhas. Também precisamos fortalecer a organização dos catadores e acabar com os lixões a céu aberto, que ainda existem em várias partes do país. Outro desafio é formalizar e fortalecer as cooperativas, além de garantir que os catadores tenham melhores condições de trabalho.

DO QUE VOCÊ MAIS SE ORGULHA DAS CONQUISTAS DA ANCAT ATÉ AGORA?

Sem dúvida, o relacionamento que estabelecemos com o setor privado, como a Abralatas e as empresas de embalagens. Hoje, temos uma relação direta com grandes players do mercado. Isso nos permite dialogar e construir juntos soluções para a cadeia da reciclagem. Em novembro, por exemplo, vamos participar de um evento na Espanha com a Abralatas, onde vamos apresentar o nosso trabalho. Esse tipo de reconhecimento e parceria é um grande orgulho para nós.



E OLHANDO PARA O FUTURO, O QUE VOCÊ ENXERGA PARA OS CATADORES E A RECICLAGEM NO BRASIL?

No futuro, vejo as organizações de catadores se tornando grandes agregadores de latas de alumínio e de outras cadeias de reciclagem. Hoje, estamos avançando, mas no futuro queremos ser mais do que apenas catadores; queremos ser parte da produção, quem sabe até fabricar nossas próprias latas. E isso só será possível com capacitação, formação e muita estruturação. Estamos caminhando para um futuro promissor junto com o setor de reciclagem.

PARA FECHAR, VOCÊ MENCIONOU QUE A ABRALATAS TEM UM PAPEL IMPORTANTE NESSE PROCESSO. PODE FALAR MAIS SOBRE ISSO?

A Abralatas tem sido fundamental, principalmente na construção de políticas públicas, como a “Lei Rouanet” da reciclagem, que foi um grande passo para o setor. A Política Nacional de Resíduos Sólidos também foi uma conquista importante, e a Abralatas esteve ao nosso lado nesse processo. Políticas públicas são essenciais para o crescimento e fortalecimento da reciclagem no Brasil.

“Estamos caminhando para um futuro promissor junto com o setor de reciclagem”



The Canmaker
Established 1988

Fique por dentro das novidades do setor de embalagens de metal

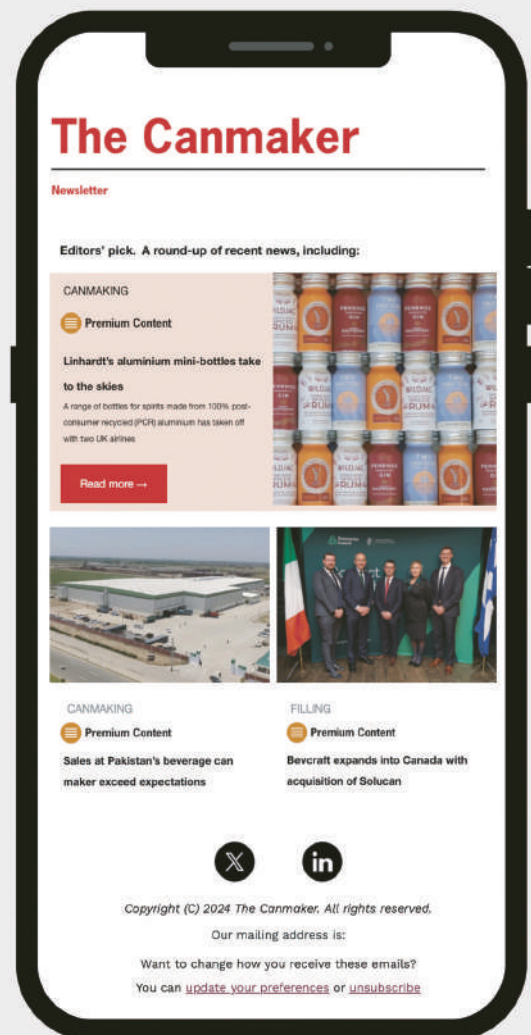
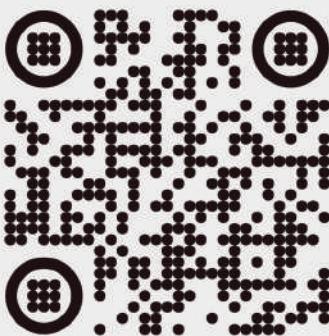
Receba uma seleção de notícias com curadoria da canmaker.com na sua caixa de entrada uma vez por mês

Incluindo:

- Sustentabilidade
- Novas tecnologias
- Investimentos e aquisições
- Resultados financeiros
- Notícias sobre envase
- Eventos da indústria

Registre-se agora

canmaker.com/newsletter



REVISTA DALATA

Novembro de 2024

CONSELHO EDITORIAL

Cátulo Cândido, Guilherme Caniello,
Jennifer Velez e Isadora Hernandez

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. Libertas

CEP: 70070-935





Tel: (61) 3327-2142

E-mail:

abralatas@abralatas.org.br

Site:

www.abralatas.org.br

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