ABRALATAS

NOVEMBRO . EDIÇÃO 2026

REVISTA **DA LATA**

PARA ALÉM DA **LATA DE ALUMÍNIO**



INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE MOLDAM O FUTURO DA INDÚSTRIA

Parceria e colaboração que geram valor

Acreditamos que os melhores resultados nascem da colaboração. Trabalhamos com nossos clientes para desenvolver soluções inovadoras que ampliam a circularidade do alumínio e impulsionam os negócios.

Com a capacidade do maior Complexo Integrado de Laminação e Reciclagem de Alumínio do mundo e o suporte técnico especializado, transformamos desafios em oportunidades e ajudamos nossos clientes a crescer com mais eficiência, competitividade e menor impacto ambiental.

É assim que construímos relações duradouras e criamos parcerias que geram valor compartilhado.

Saiba mais em Novelis.com

Novelis



03 ABERTURA
O impacto para além da lata de alumínio

10 ENTREVISTA
Imposto Seletivo como incentivo à circularidade

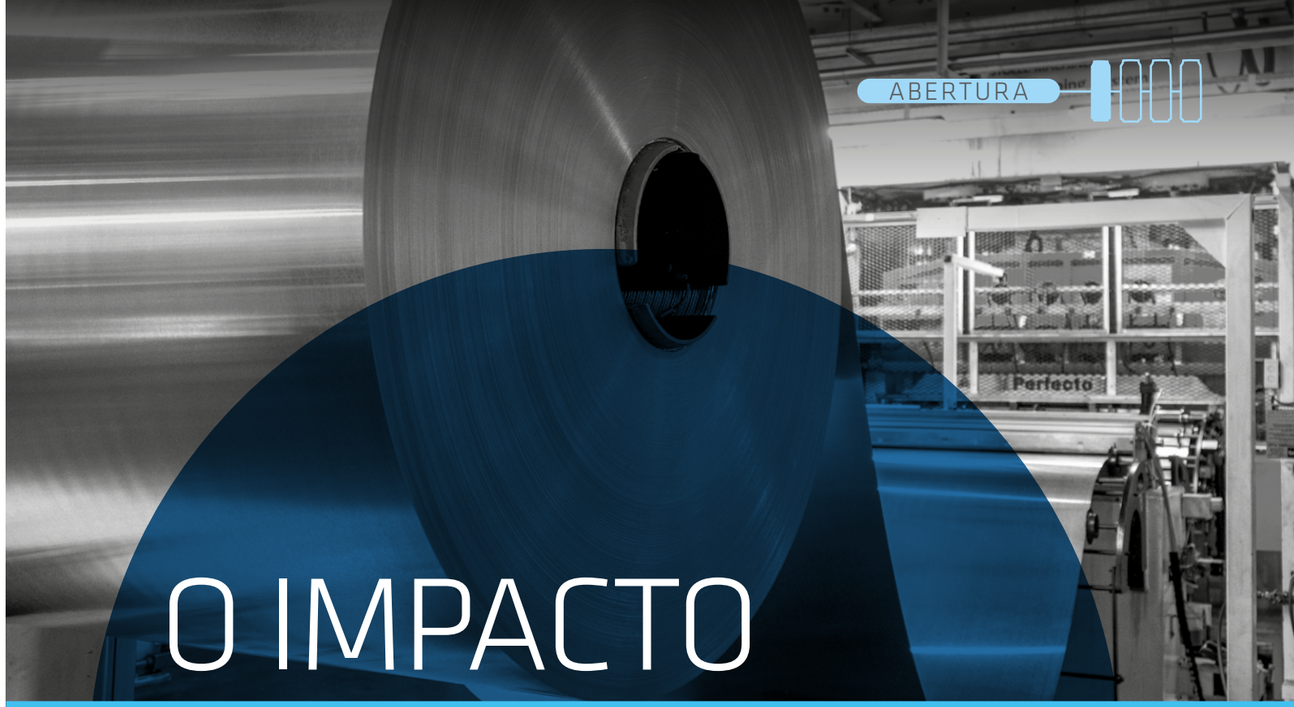
15 ESTADO E INDÚSTRIA
Potencial brasileiro em transformação

24 TRIBUTAÇÃO
Compromisso ambiental na nova agenda tributária

31 TRENDING TOPICS
A era do zero e da saudabilidade

37 CIRCULARIDADE
A nova rota do investimento em reciclagem

43 ECOSSISTEMA ABRALATAS
Por dentro das novas associadas



O IMPACTO PARA ALÉM DA LATA DE ALUMÍNIO

Nesta edição da Revista da Lata, propomos uma reflexão que vai além da lata de alumínio como embalagem. Por trás da experiência de consumo está **uma indústria que comercializou mais de 34 bilhões de unidades no Brasil em 2025, consolidando o país como o terceiro maior mercado global.** Com a maior taxa de reciclagem entre as embalagens para bebidas, a lata de alumínio é referência em economia circular.

+34 BILHÕES
de unidades comercializadas no Brasil em 2025, consolidando o país como o terceiro maior mercado global

Representando o setor, a Abralatas dialoga com governos, sociedade e indústria pela promoção de um ambiente regulatório estável, que fomente a sustentabilidade, a inovação e a competitividade industrial. **Nossas 41 associadas integram a cadeia de ponta a ponta, registrando um faturamento anual de R$ 27 bilhões e movimentando mais de 26 mil empregos diretos em todo o país no último ano.**

Em 2026, nossas discussões tiveram como foco o diálogo permanente no apoio a regulamentação do Imposto Seletivo. O sistema proposto pelo Governo Federal para tributar bens e serviços de acordo com seu impacto ambiental passa a vigorar gradativamente já em 2027. Em parceria com outras entidades, apresentamos parâmetros técnicos e científicos para embasar uma normativa que equilibre política fiscal, sustentabilidade e desenvolvimento econômico.

Nossa agenda com o Governo Federal também inclui a expectativa de sanção do Decreto de Logística Reversa de Metais, com o objetivo de estabelecer metas e obrigações específicas para as embalagens metálicas dentro da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Temos atuado de forma proativa com o setor de metais para incentivar essa aprovação ainda em 2026, o que irá garantir mais segurança jurídica ao trabalho que já desenvolvemos para ampliar nossas ações pela circularidade.

A campanha Impacto Circular, lançada para estimular a mobilização entre o setor privado, poder público e organizações sociais, promove o investimento em projetos inscritos na Lei de Incentivo à Reciclagem (Lei nº 14.260/2021). Neste ano, a campanha ganhou ainda mais relevância com a aprovação do Projeto de Lei (nº 1.361/2025), que torna os incentivos permanentes e amplia o limite de dedução do Imposto sobre a renda das pessoas jurídicas (IRPJ) devido de 1% para 4% para empresas do lucro real.

A Lei também é um instrumento importante para elevar a transparência corporativa e exige a apresentação de métricas claras de mensuração do impacto ESG do investimento, a fim de contribuir com a estratégia de responsabilidade social dos negócios. Além de conduzir a campanha de

41 EMPRESAS
associadas

R$ 27 BILHÕES
faturamento anual

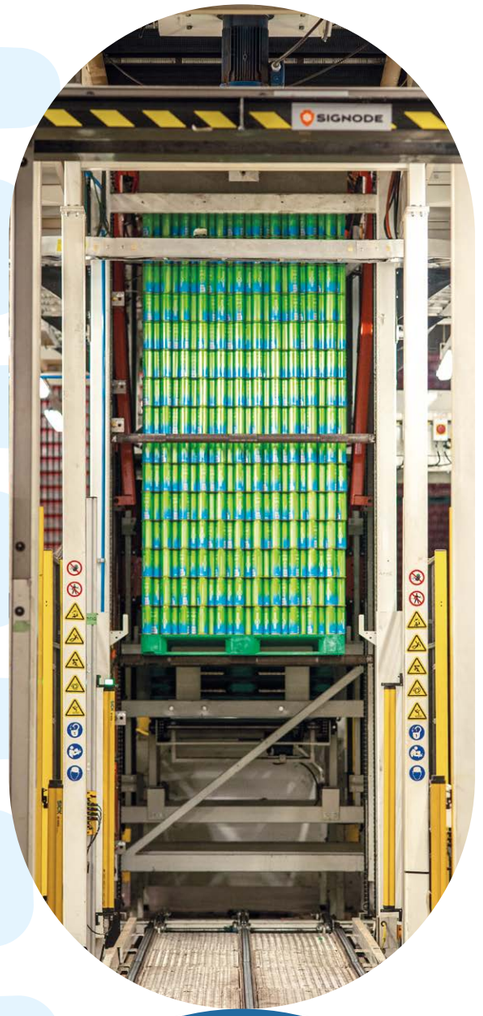
+ 26 MIL
empregos diretos gerados



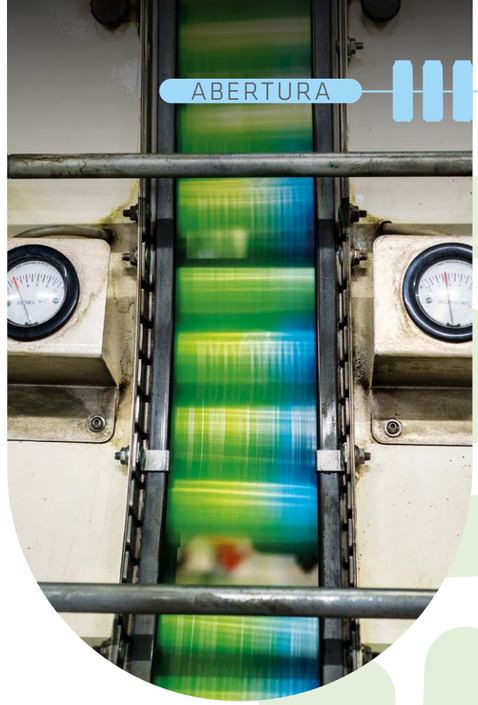
> “Da mesma maneira que comemoramos os avanços do setor, continuamos nossa missão de multiplicar seu impacto positivo, sejam por meio de novas formas de pensar a sustentabilidade, melhorias no que já está em curso, parcerias consolidadas ou inéditas.”
>
> **THAIS FAGURY**
> Presidente Executiva
> da Abralatas

incentivo, a Abralatas foi responsável por selecionar projetos com grande potencial de escala, como o fortalecimento do empreendedorismo feminino dentro da cadeia e a transformação de municípios em referência na gestão de resíduos.

Do lado do consumidor, acompanhamos o cenário de consumo, identificando tendências e monitorando dados sobre o mercado que moldam a realidade do Brasil. As bebidas funcionais e zero álcool têm ganhado mais espaço nas prateleiras, assim como o formato *sleek can*, que reforça a praticidade nos momentos de pausa ao longo do dia e a influência do design nessa escolha.



ABERTURA



A experiência física é uma das fortalezas de nosso segmento e, em ano de Copa do Mundo, também voltamos a vivenciar mais ocasiões especiais de consumo dentro e fora de casa, em reuniões familiares ou entre amigos, nas quais a lata de alumínio se faz presente por fatores como praticidade, segurança e alto desempenho térmico.

Na indústria, os investimentos para atender a essa demanda incluem o ritmo acelerado das fábricas da Ball, o aumento de capacidade da Ardagh e nova planta da Canpack, todas em Minas Gerais, assim como a expansão da fábrica da Crown em Ponta Grossa, no Paraná. Da mesma maneira que comemoramos os avanços do setor, continuamos nossa missão de multiplicar seu impacto positivo, sejam por meio de novas formas de pensar a sustentabilidade, melhorias no que já está em curso, parcerias consolidadas ou inéditas.

Quando vamos além da lata de alumínio, queremos trazer não apenas respostas, mas também apresentar os caminhos que estão sendo traçados, quem participa dessa jornada e o contexto que influencia as decisões tomadas. Nossa proposta nesta edição é promover esse debate e é também um convite para alcançarmos esses resultados juntos.

Boa leitura.

THAIS FAGURY
Presidente Executiva da Abralatas

LATAS NO BRASIL

Unidades vendidas por ano (volume em bilhões)

2025	34,1	-2,1%
2024	34,8	7,6%
2023	32,3	1,7%
2022	31,8	-4,7%
2021	33,4	5,2%
2020	31,8	7,3%
2019	29,6	13,8%
2018	26	8,5%
2017	24	4,3%
2016	23	-2,7%
2015	23,6	1,7%

Crescimento do setor nos últimos 10 anos (%)





QUADRO ASSOCIATIVO

A força da lata de alumínio no Brasil é construída por uma cadeia que une inovação, compromisso e colaboração. Nossas 41 associadas contribuem, juntas, para uma indústria mais eficiente, circular e competitiva, impulsionando avanços da produção à reciclagem. Celebramos quem faz parte dessa trajetória e transforma, todos os dias, desafios em novas oportunidades para o futuro do setor.

ASSOCIADAS FUNDADORAS

ArdaghMetal Packaging · Ball · CANPACK · CROWN Brand-Building Packaging™

ASSOCIADAS EMPRESAS

ACTEGA · AkzoNobel · Belvac · coim · CPL · CSI Filtros e Naotecidos · CTA · CSI Cargo · Dinamik Rental · Dugraf · FAM · Fuchs · Fermam · Grupo Melo · Henkel · Hyperion · The Intermarket Group · INX · KPI Engenharia · LAR Plásticos · equipamentos mcpack · NALCO Water · Nordson · Nova Auxiliar · Novel · Opersan · PPG · Polibras · Quaker Houghton · Roeslein · Sencon · Sherwin Williams · SinterCan · Stolle Machinery · SunChemical · supernova · Techane · Zermatt

AUTOMAÇÃO INTELIGENTE PARA FÁBRICA DE LATAS

Projetos sob medida para reduzir perdas, otimizar processos e aumentar a eficiência operacional.

CONFIRA ALGUMAS SOLUÇÕES:



CONVEYOR



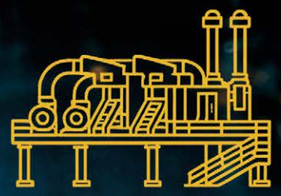
UNCOILER



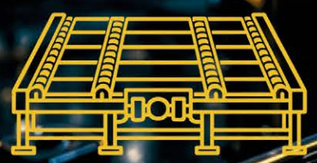
TWISTER



TUNEL TRACKING



SCRAP SYSTEMS



FULL PALLET

VISITE O NOSSO SITE

ctaequipamentos.com.br

cta@ctaequipamentos.com.br

CTA

ENGENHARIA • EQUIPAMENTOS • AUTOMAÇÃO



IMPOSTO SELETIVO

COMO INCENTIVO À CIRCULARIDADE

A partir de 2027, o Imposto Seletivo incidirá sobre bebidas alcoólicas e açucaradas comercializadas no Brasil. A medida é parte da Reforma Tributária e a expectativa é que a regulamentação incorpore integralmente as duas dimensões já estabelecidas pela Emenda Constitucional nº 132/2023: saúde e meio ambiente.

Isso significa que, à medida em que avançam as discussões sobre os malefícios relacionados ao consumo de determinados produtos, **também é importante que a dimensão ambiental seja considerada de forma objetiva, levando em conta as diferentes características e impactos associados às soluções existentes.** A partir de critérios técnicos de desempenho ambiental, circularidade e reciclabilidade, o Imposto Seletivo pode ser calibrado de forma a reconhecer essas diferenças e criar incentivos para soluções de menor impacto, na definição das alíquotas que ainda estão em discussão no Congresso.

Nesta entrevista exclusiva, **o economista Bernard Appy, idealizador da Reforma Tributária e ex-Secretário Extraordinário do Ministério da Fazenda,** explica os efeitos do Imposto Seletivo para o setor de bebidas e as expectativas para os próximos passos.



SOBRE BERNARD APPY

Economista e consultor, foi Secretário Extraordinário da Reforma Tributária do Ministério da Fazenda entre 2023 e 2025. Também no Governo Federal, foi Secretário Executivo, Secretário de Política Econômica e Secretário Extraordinário de Reformas Econômico-Fiscais entre 2003 e 2009, além de presidente do Conselho de Administração do Banco do Brasil. Foi diretor da BM&FBOVESPA entre 2010 e 2011 e diretor do Centro de Cidadania Fiscal entre 2015 e 2022. Nos períodos de 1995 a 2002 e de 2012 a 2014, foi sócio e diretor da LCA Consultores.

> “O objetivo fundamental do Imposto Seletivo para bebidas está relacionado à saúde, mas não há nada que impeça a discussão do impacto ambiental da embalagem dentro da calibragem das alíquotas.”

O Imposto Seletivo é uma das novidades da Reforma Tributária. O que é exatamente esse imposto e como ele se diferencia de outros impostos sobre o consumo?

Na Reforma Tributária, nós temos o IBS e o CBS, que são impostos sobre o consumo com a função de arrecadação para o financiamento da política pública. Já o Imposto Seletivo tem como função desestimular o consumo de produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente. Os novos tributos IBS e CBS tendem a ser iguais para todos os produtos, enquanto o Imposto Seletivo é diferente, tributando aqueles produtos cujo objetivo é desestimular o consumo. Nós não estamos falando de uma jabuticaba, nós estamos falando de um Imposto Seletivo que se aproxima do que vários países fazem, que é tributar produtos como fumo e bebidas alcoólicas com uma alíquota mais alta.

A legislação estabelece que o Imposto Seletivo incidirá sobre bens e serviços considerados prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente. Quais critérios devem orientar esse tipo de classificação e como foram definidos os produtos alcançados pelo imposto neste momento?

A emenda constitucional da Reforma Tributária criou o Imposto Seletivo sem definir quais produtos incidem. A lei complementar, que já foi aprovada pelo Congresso Nacional, definiu as categorias que vão sofrer a incidência do Imposto Seletivo. As categorias que vão estar sujeitas são fumo, bebidas alcoólicas, bebidas açucaradas, veículos, embarcações e aeronaves, jogos (bets, por exemplo) e extração de produtos minerais. Poderiam ser diferentes? Poderiam, mas essa foi a decisão do legislador em relação às categorias que terão a cobrança do Imposto Seletivo.

Entre os produtos sujeitos ao Imposto Seletivo estão as bebidas alcoólicas e as bebidas açucaradas. Por que esses produtos foram incluídos e quais aspectos estão sendo considerados na definição da tributação para cada categoria? O que ainda precisa ser definido na regulamentação do Imposto Seletivo?

Está faltando a definição das alíquotas. Elas vão estar numa lei ordinária, que é uma lei que tem um quórum menor para aprovação. Por exemplo, a definição de alíquota para fumo, o quanto vai ser em função do valor ou unidade. O mesmo vale para as bebidas alcoólicas, se a alíquota vai ter uma alíquota chamada 'específica'. A cobrança pela quantidade de álcool puro em cada embalagem de bebida já está definida na Lei Complementar, mas a alíquota que será cobrada por litro de álcool puro ainda não está definida, e uma parte vai ser proporcional ao valor da bebida. A Lei Complementar deixou isso em aberto, pode ser desde uma alíquota única para todas as bebidas ou pode ser diferenciada por categoria de bebida ou pelo teor alcoólico da bebida. Isso ainda vai ser definido durante o processo de regulamentação do Imposto Seletivo.

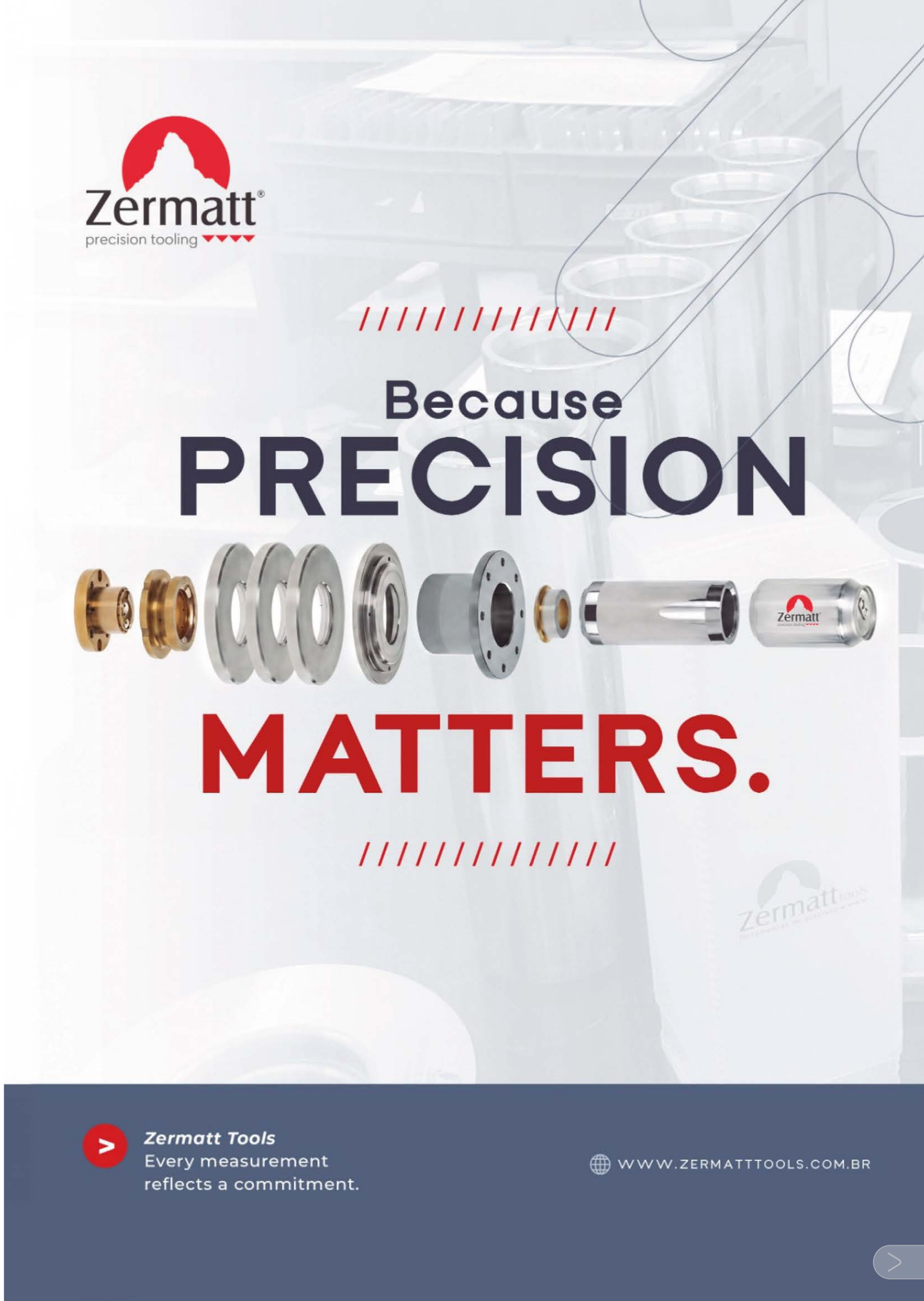


Existe espaço para que aspectos ambientais relacionados aos produtos ou às suas embalagens sejam considerados na regulamentação?

Esse é um ponto que a Abralatas está trazendo para discussão pensando em calibrar o Imposto Seletivo também em função do grau de reciclabilidade das embalagens que estão sendo usadas. Eu acho que é uma discussão válida, sim. O Imposto Seletivo tem a função de desestimular produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente e entendo que critérios ambientais também podem ser definidos em função das embalagens utilizadas para as bebidas. O objetivo fundamental do Imposto Seletivo para bebidas está relacionado à saúde, mas não há nada que impeça a discussão do impacto ambiental da embalagem dentro da calibragem das alíquotas.

A economia circular e a redução de impactos ambientais vêm ganhando espaço nas políticas públicas brasileiras. Na sua avaliação, como devem ser garantidos critérios objetivos de desempenho ambiental na formulação de políticas tributárias? Quais cuidados seriam necessários para que esses critérios sejam tecnicamente consistentes e juridicamente seguros?

Quando você vai definir uma diferenciação de alíquota, a base dessa diferenciação é o ponto mais relevante. Ela é o impacto ambiental em termos de emissão de carbono no ciclo todo, considerando inclusive o transporte das embalagens? É o impacto social, por exemplo, sobre a renda de catadores no processo de reciclagem? Esse critério de como calibrar é um ponto importante para podermos ter uma discussão mais racional sobre o tema de uma eventual diferenciação na tributação do Imposto Seletivo em função do grau de reciclabilidade das embalagens.



ONE CAN
Metal Can Summit & Expo

PRIMEIRA EDIÇÃO

6-8 | ABRIL 2027

DISTRITO ANHEMBI
SÃO PAULO • BR

O PRINCIPAL ENCONTRO
da indústria de
embalagens metálicas
da América Latina

GARANTA SUA PARTICIPAÇÃO.

Escaneie o QR Code e saiba como expor na **OneCan 2027**.

INICIATIVA ABAS Associação Brasileira de Aerossóis · ABEAÇO · ABRALATAS
REALIZAÇÃO koelnmesse



POTENCIAL BRASILEIRO EM TRANSFORMAÇÃO

INOVAÇÃO E DESCARBONIZAÇÃO ABREM CAMINHOS PARA UMA INDÚSTRIA MAIS COMPETITIVA

As transformações em curso nas cadeias produtivas globais abrem espaço para a indústria brasileira ampliar investimentos, fortalecer sua competitividade e conquistar novas oportunidades de mercado. Para especialistas, aproveitar esse momento **depende de um ambiente de negócios mais favorável, com menos entraves estruturais, maior acesso à inovação e ao financiamento e regras mais estáveis**, sustentadas por políticas de longo prazo.

Ao mesmo tempo, a **transição para uma economia de baixo carbono proporciona uma nova frente de oportunidades para o país**. A crescente demanda por produtos e processos com menor intensidade de emissões pode favorecer a indústria brasileira, especialmente em setores que combinam capacidade produtiva, energia renovável e avanços em economia circular. Nesse sentido, a cadeia do alumínio se apresenta como um exemplo concreto de como sustentabilidade e competitividade podem caminhar juntas; uma combinação que fica **ainda mais evidente no segmento de latas, um dos destaques de circularidade no Brasil**.

FORTALECENDO A COMPETITIVIDADE

Para o setor industrial, decisões de expansão, inovação e aumento de capacidade produtiva exigem tempo e segurança, o que torna a continuidade das políticas públicas um fator importante para o ambiente de negócios. Nesse contexto, ganha relevância o Projeto de Lei nº 4.133/2023, que estabelece diretrizes para a política industrial, tecnológica e de comércio exterior brasileira. Aprovado pela Câmara dos Deputados, o projeto aguarda análise do Senado Federal e pode contribuir para institucionalizar objetivos e metas de longo prazo.

De forma complementar, a construção de um ambiente mais competitivo também passa pela redução do chamado "Custo Brasil", que ainda impõe uma série de desafios à atividade produtiva e aos investimentos no país. De acordo com Fabrício Silveira, Superintendente de Política Industrial da CNI, "tornar esse ambiente menos oneroso e mais previsível é fundamental para que a indústria brasileira possa competir em melhores condições e aproveitar novas oportunidades", afirma.

"Nesse processo, a política industrial tem o papel de orientar esforços e investimentos para áreas estratégicas, criando condições para que a indústria avance em produtividade e inovação e fortaleça sua participação nas cadeias produtivas. A articulação entre governo e setor privado será importante para transformar essas prioridades em resultados concretos", completa Silveira.

A previsibilidade também precisa estar presente no processo regulatório. Quando as regras são pouco claras ou sofrem alterações frequentes, aumentam os riscos envolvidos em projetos de longo prazo. O fortalecimento das análises de impacto, das consultas públicas e das avaliações das normas depois de sua implementação pode ajudar a tornar as decisões mais transparentes e dar mais segurança aos investimentos.



"É fundamental, portanto, estabelecer critérios técnicos, objetivos e transparentes que possibilitem localizar os elos que mais possam contribuir para a criação de valor, geração de empregos, difusão de tecnologia e diminuição de vulnerabilidades externas."

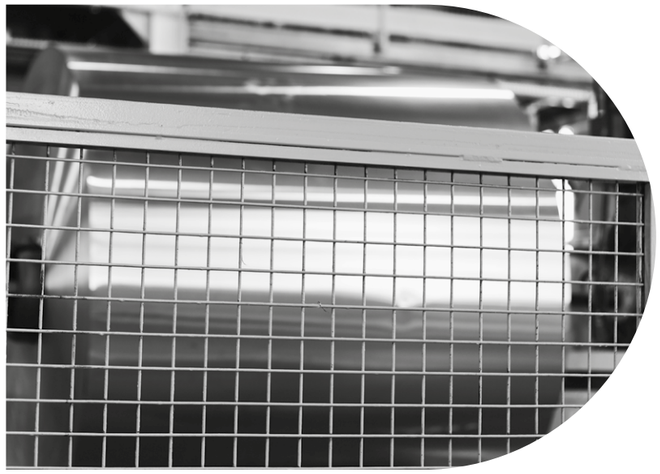
FABRÍCIO SILVEIRA
Superintendente de
Política Industrial da CNI

REINDUSTRIALIZAÇÃO VERDE

Entre as frentes com potencial para impulsionar esse processo está a chamada reindustrialização verde, que combina a busca por menor intensidade de carbono com investimentos em tecnologia, inovação e produção de maior valor agregado. Nesse movimento, o Brasil já parte de uma posição favorável: fontes renováveis respondem por 50% da oferta interna de energia, segundo o Balanço Energético Nacional 2025, enquanto 89% da eletricidade gerada no país vem de fontes limpas e renováveis, frente a 43% da média mundial.

Essa característica abre espaço para a produção de bens com menor intensidade de carbono e para a atração de investimentos por meio do *powershoring*, por exemplo, conceito voltado à instalação ou expansão de indústrias eletrointensivas em países com energia abundante, limpa e competitiva. "Essa junção de uma matriz energética limpa com a competência industrial para criar tecnologias coloca o Brasil em um bom lugar para suprir a demanda global por produtos que possuam menor pegada de carbono e mais rastreabilidade", afirma Silveira.

Esse movimento já encontra exemplos em diversos setores econômicos, como na produção de aço verde, alumínio de baixa emissão e fertilizantes verdes. No caso do alumínio, essa combinação ganha uma dimensão ainda mais concreta, pois o Brasil reúne uma cadeia integrada, da mineração da bauxita à transformação e reciclagem do metal, além de uma produção de alumínio primário com intensidade de carbono significativamente inferior à média mundial.





JANAINA DONAS,
Presidente Executiva da Associação Brasileira do Alumínio (ABAL)

O alumínio também contribui para a transição energética por suas próprias características. Leve, durável e reciclável, **o metal pode retornar sucessivas vezes ao ciclo produtivo, e sua reciclagem demanda cerca de 95% menos energia que a produção do alumínio primário**. Ao mesmo tempo, é utilizado em setores como transporte, construção civil, energia e embalagens, que também passam por processos de descarbonização.

"Temos, portanto, uma dupla contribuição. Ao mesmo tempo em que a cadeia trabalha continuamente para reduzir sua própria intensidade de carbono, fornece um material essencial para que outros setores também avancem em seus processos de descarbonização", afirma Janaina Donas, Presidente Executiva da Associação Brasileira do Alumínio (ABAL).

Para transformar esse potencial em negócios, porém, é preciso criar condições para que a vantagem brasileira seja reconhecida e valorizada. Energia competitiva e previsível, financiamento para projetos de longo prazo, segurança regulatória e avanços em rastreabilidade e certificação estão entre as frentes apontadas pelo setor. Também ganha importância a coerência entre as políticas ambiental, industrial e comercial, especialmente diante de mecanismos internacionais relacionados ao carbono, como o CBAM europeu. "Quando bem desenhada, a política de descarbonização pode também ser uma política de fortalecimento da indústria brasileira", afirma Donas.

RECICLAGEM COMO ESTRATÉGIA INDUSTRIAL

Essa agenda de descarbonização também passa pela forma como a indústria utiliza seus recursos e mantém os materiais em circulação. É nesse ponto que a economia circular ganha espaço, não apenas pelos benefícios ambientais, mas pelo potencial de reduzir custos, aumentar a eficiência da produção e fortalecer as cadeias de abastecimento.

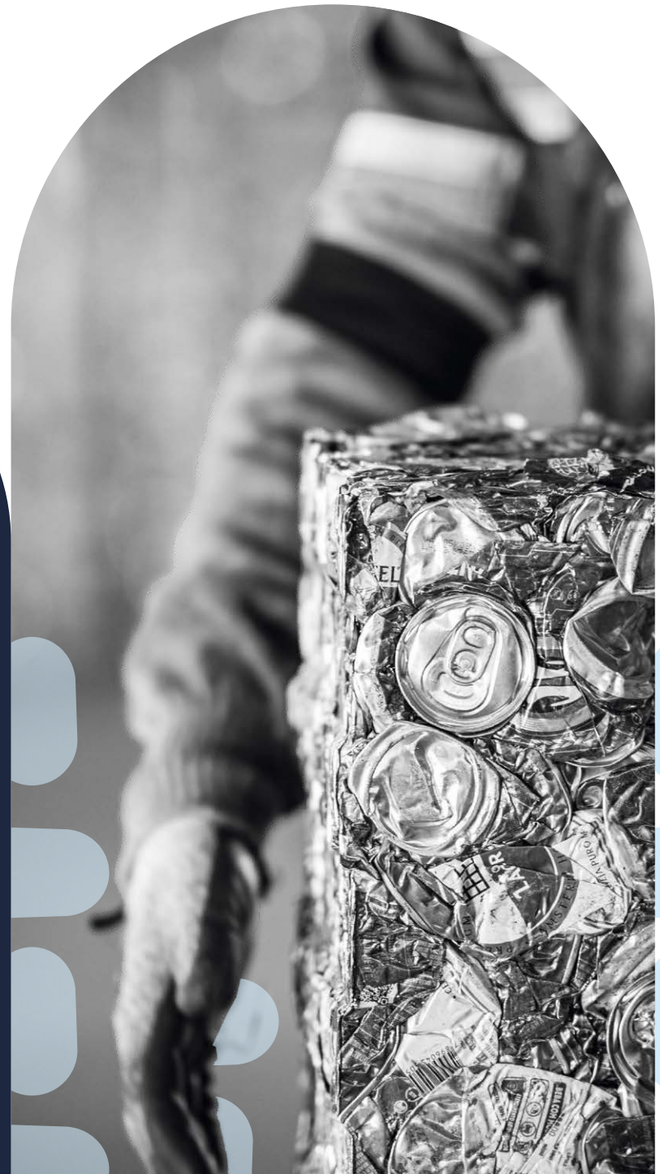
A reciclagem já é a prática circular mais adotada pela indústria, segundo levantamento da CNI, e 60% das empresas afirmam adotar ao menos uma iniciativa nessa área. Em 40% dos casos, as práticas circulares já geraram retorno financeiro sobre o investimento. “Organizações que já conseguem reciclar e reaproveitar muitos materiais mostram que a economia circular pode tornar a produção mais eficiente e menos prejudicial ao meio ambiente”, afirma Silveira.





Fotos: Divulgação Abralatas - Centro de Coleta de Sucata de Alumínio da Novelis em Brasília

Entre os diferentes setores, o de embalagens oferece exemplos concretos de como essa lógica pode funcionar em escala. **A lata de alumínio para bebidas é um deles: o Brasil mantém há mais de 15 anos índices de reciclagem superiores a 95%**, resultado de uma cadeia que conecta fabricantes e recicladores, empresas de bens de consumo, comércio, cooperativas e catadores de materiais recicláveis. Esse sistema representa mais do que a destinação adequada de resíduos. A sucata retorna ao processo produtivo como matéria-prima secundária, preservando valor e reduzindo significativamente a energia necessária para produzir o metal. Mais da metade do alumínio consumido no país já tem origem em material reciclado.



> “A lata de alumínio combina atributos cada vez mais valorizados pelo mercado, como leveza, segurança, reciclabilidade e capacidade de retornar sucessivamente ao ciclo produtivo, se apresentando com uma cadeia de recuperação já consolidada no país.”
>
> **JANAINA DONAS**
> Presidente Executiva da Associação Brasileira do Alumínio (ABAL)

O desempenho da lata também chama atenção por mostrar que a circularidade pode integrar diferentes dimensões da atividade industrial. A cadeia reúne fornecedores especializados, atende ao mercado brasileiro, compete internacionalmente e desenvolveu uma logística reversa que movimenta recursos, gera renda e empregos. Para especialistas, essa experiência oferece uma referência para pensar políticas capazes de fortalecer outras cadeias produtivas.

"A lata de alumínio é uma 'ilha de eficiência': processa a cadeia inteira, desde a bauxita, tem uma rede diversificada de fornecedores especializados, atende ao mercado doméstico, compete internacionalmente e construiu uma logística reversa com valor social e econômico. É um excelente exemplo de que temos capacidade de trabalhar todas as cadeias da indústria, promovê-las e, a partir daí, extrair os benefícios possíveis de uma atividade diversificada e complexa.", afirma Léo Barreto, Sócio-Diretor da Think Policy, consultoria de políticas públicas para organizações privadas.





LÉO BARRETO,
Sócio-Diretor da Think Policy

O próximo passo é ampliar esse potencial. Para isso, a indústria aponta a necessidade de melhorar a rastreabilidade dos materiais, criar condições para novos investimentos em reciclagem e logística reversa e aperfeiçoar instrumentos tributários, financeiros e regulatórios. Também é importante que políticas climáticas e industriais reconheçam os benefícios gerados pelo conteúdo reciclado e pela circularidade.

"A experiência brasileira com a lata de alumínio mostra que esse modelo não é apenas uma possibilidade: já existe uma cadeia estruturada sobre ele. O desafio agora é ampliar seus resultados e levar as lições para outros setores da economia. Nesse sentido, uma política industrial adequada surge quando você consegue identificar casos de sucesso e extrair lições importantes", reforça Barreto.

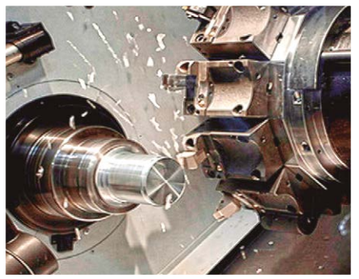
Foto: Divulgação Abralatas - Centro de Coleta de Sucata de Alumínio da Novelis em Brasília

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 serviços de usinagem sob desenho, especiais ou em série.

BUREAU VERITAS Certification





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

EXCELÊNCIA NÃO É APENAS ENGENHARIA. **É DNA DE ALTA PRECISÃO**





Na **Stolle Machinery**, precisão e inovação vão além de simples características. Elas fazem parte do nosso código. Estão presentes em cada etapa do processo, desde a conformação do metal até a entrega da lata pronta.

Nossas máquinas são desenvolvidas para produzir a lata ideal, com acabamento e cores impecáveis. O resultado é mais eficiência, mais qualidade e mais desempenho para nossos clientes.

Isso é compromisso.
Isso é excelência.
Isso é o DNA da Stolle Machinery

www.stollemachinery.com

STOLLE SUSTAINABILITY INITIATIVE

STOLLE MACHINERY



COMPROMISSO AMBIENTAL NA NOVA AGENDA TRIBUTÁRIA

Ao incorporar critérios objetivos de sustentabilidade, Brasil pode estimular soluções mais circulares, reduzir impactos ambientais e fortalecer a competitividade da indústria nacional.

A Reforma Tributária inaugura uma nova etapa para o sistema de tributação sobre o consumo no Brasil. Entre as mudanças está o Imposto Seletivo (IS), criado para influenciar padrões de produção e consumo de bens e serviços sob os aspectos de saúde e ambientais. Para as bebidas, sua regulamentação representa também uma oportunidade de discutir como políticas públicas podem estimular soluções mais sustentáveis e contribuir para uma economia de baixo carbono. A legislação estabelece que o IS incide sobre bebidas alcoólicas e açucaradas, enquanto a definição das alíquotas e de seus critérios é objeto de regulamentação específica.

Mais do que discutir simplesmente aumento ou redução de tributos, o desafio é construir um modelo que reconheça diferenças claras entre produtos e estimule soluções alinhadas aos objetivos ambientais do país. Em um setor tão relevante para a economia brasileira e que já enfrenta uma elevada carga tributária, como o de bebidas, a política pública pode contribuir para uma transição verde mais eficiente, reconhecendo soluções com melhores atributos de sustentabilidade e criando condições para a redução da carga tributária.

Nesse contexto, a circularidade ganha importância. Em vez de avaliar apenas o produto no momento de seu consumo ou descarte, é preciso considerar sua capacidade de permanecer em circulação, ser recuperado após o uso e retornar aos ciclos produtivos. É uma lógica que dialoga diretamente com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que estabelece a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e define a logística reversa como instrumento para viabilizar a reutilização ou reciclagem de materiais. A Política também, prevê instrumentos econômicos que podem servir para incentivar comportamentos sustentáveis e corrigir falhas de mercado.

UM CRITÉRIO QUE PODE SER MEDIDO

A discussão sobre critérios ambientais para a tributação não parte do zero. O próprio desenho do Imposto Seletivo já incorporou, no caso dos veículos, parâmetros relacionados à eficiência energético-ambiental, reciclabilidade e outros atributos de sustentabilidade para a graduação das alíquotas, inclusive no sentido de reduzi-las. A experiência mostra que características ambientais podem ser transformadas em critérios objetivos de política pública, desde que acompanhadas de parâmetros claros, verificáveis e passíveis de fiscalização.

Para as bebidas, a mesma lógica pode ser considerada a partir dos atributos de circularidade das soluções utilizadas. Não se trata de escolher um material em detrimento de outro, mas de estabelecer regras isonômicas, transparentes e rastreáveis, capazes de reconhecer resultados efetivamente alcançados.

Essa distinção é importante. Uma embalagem pode ser tecnicamente reciclável, mas isso não significa necessariamente que o material será coletado, separado, encaminhado à reciclagem e efetivamente reinserido em um novo ciclo produtivo. Por isso, critérios de circularidade precisam considerar não apenas a possibilidade teórica de reciclagem, mas a existência de sistemas capazes de fazer o material retornar ao ciclo.

É justamente aí que a estrutura de logística reversa ganha relevância. Sistemas com capacidade de coleta, triagem, transporte, recuperação e reinserção dos materiais em escala nacional permitem que a circularidade deixe de ser apenas uma característica potencial e se transforme em resultado concreto. A própria PNRS estabelece que a logística reversa seja estruturada considerando impactos ambientais e sua viabilidade técnica e econômica.

A rastreabilidade desses resultados é, portanto, fundamental. Quanto mais claras forem as informações sobre o que é colocado no mercado, o que é recuperado e o que efetivamente retorna aos ciclos produtivos, maior será a segurança para se implementar instrumentos econômicos que estimulem a circularidade.



SUSTENTABILIDADE ALIADA À COMPETITIVIDADE

Essa discussão ganha ainda mais relevância diante dos compromissos assumidos pelo Brasil para reduzir emissões e promover uma economia de baixo carbono. A reciclagem e a reinserção de materiais nos ciclos produtivos contribuem para diminuir a necessidade de extração de recursos primários e as emissões das cadeias produtivas.

O que importa para uma política pública é reconhecer sistemas que funcionam na prática: materiais que conseguem ser recuperados, retornar ao processo produtivo e permanecer em circulação. É essa capacidade de fechar ciclos que transforma sustentabilidade em eficiência econômica, ambiental e social.

Também existe uma dimensão de competitividade. Uma economia que consegue aproveitar melhor seus recursos, reduzir desperdícios e ampliar a recuperação de materiais tende a ser mais eficiente e menos dependente da disponibilidade de matérias-primas virgens. Para o Brasil, isso significa transformar sustentabilidade em vantagem competitiva e criar condições para que empresas invistam em soluções mais eficientes.

Como observa Lucas de Aragão, Sócio da Arko Advice, em levantamento realizado em parceria com a Abralatas, a discussão sobre sustentabilidade precisa estar conectada à competitividade e à capacidade de produzir resultados concretos para a economia. A pesquisa foi realizada em momento anterior à criação do Imposto Seletivo e ajudou a compreender a receptividade do Congresso Nacional à adoção de mecanismos tributários associados à sustentabilidade. O estudo apontou que 88% dos deputados federais apoiam tratamento tributário diferenciado para a reciclagem. “Falar da sustentabilidade sozinha pode não ser tão efetivo. A sustentabilidade precisa vir acompanhada de elementos de competitividade, que tragam conforto ao tomador de decisão de que ela não seja danosa ao erário público nem aumente custos. É mostrar que tem benefícios na cadeia e no emprego”.



LUCAS DE ARAGÃO,
Sócio da Arko Advice

CIRCULARIDADE ALÉM DOS MATERIAIS

A transição para uma economia de baixo carbono envolve produtos, serviços, processos produtivos, infraestrutura, energia, mobilidade e novas formas de utilização dos recursos. Em todos esses campos, as políticas públicas podem desempenhar um papel importante ao criar sinais econômicos capazes de estimular investimentos, inovação e eficiência.

O objetivo não é criar benefícios específicos para determinados materiais ou setores. É estabelecer condições para que soluções mais sustentáveis sejam reconhecidas de maneira objetiva e possam competir em condições adequadas, a partir de critérios conhecidos e verificáveis.

Essa abordagem também contribui para dar maior previsibilidade às empresas. Quando critérios ambientais são claros, mensuráveis e rastreáveis, o setor produtivo consegue antecipar tendências regulatórias, direcionar investimentos e desenvolver novas soluções com maior segurança, ficando menos exposto a fatores externos.

Além de mitigar riscos, a circularidade impulsiona o desenvolvimento econômico e social. Enquanto o sistema linear é intensivo em extração de recursos, a abordagem circular é “abundante em mão de obra, emprego e qualificação, gerando um retorno muito evidente em termos econômicos para as pessoas”. Para Pedro Prata, Gerente Sênior de Políticas e Instituições para América Latina da Fundação Ellen MacArthur, as mudanças no ambiente tributário espelham as necessidades de reformulações econômicas mais amplas: “precisamos de políticas públicas que tornem os negócios circulares mais vantajosos do que a economia linear”, defende.



> “Uma indústria que cria um ciclo fechado de embalagens, como a de alumínio, fica menos suscetível a mudanças de tributação ou de regulação. Ela consegue se resolver internamente em seu ciclo de negócios e fica menos dependente de fatores externos.”

PEDRO PRATA
Gerente Sênior de Políticas e Instituições para América Latina da Fundação Ellen MacArthur

RECICLAGEM COMO FONTE DE TRABALHO E RENDA

Expandir a reciclagem no Brasil depende tanto do engajamento dos diversos atores da cadeia produtiva quanto da existência de sistemas economicamente viáveis de coleta, triagem e recuperação de materiais. Nesse contexto, a atividade dos catadores e das cooperativas tem papel fundamental para fazer com que os materiais retornem aos ciclos produtivos. A capacidade de recuperação e o giro dos materiais contribuem para dar sustentabilidade financeira a essas organizações, fortalecendo uma cadeia que gera trabalho, renda e inclusão social.

Além de contribuir para a circularidade dos materiais, a reciclagem produz externalidades sociais positivas ao fortalecer as organizações de catadores e ampliar sua capacidade de atuação. Nesse processo, materiais com maior liquidez podem ajudar a sustentar a operação das cooperativas e viabilizar também a triagem e a comercialização de outros materiais, ampliando o alcance da reciclagem.

O Diretor de Logística Reversa da ANCAT, Anderson Nassif, explica o papel estratégico do material na ponta da cadeia: “pelo valor econômico, a lata é o carro-chefe das organizações de catadores. Nenhuma cooperativa tem dificuldade em fazer o giro rápido deste material”. A rapidez no retorno



ANDERSON NASSIF,
Diretor de Logística Reversa da ANCAT

financeiro dá sustentação operacional às entidades: “com um pequeno volume, você consegue gerar receita muito rápido. Algumas organizações utilizam os recursos da lata como salvaguarda para poder tocar suas operações”, completa.

UM CÍRCULO VIRTUOSO PARA O PAÍS

A regulamentação do Imposto Seletivo representa, portanto, uma oportunidade para avançar em uma discussão maior: como utilizar os instrumentos econômicos disponíveis para acelerar a transição para uma economia mais circular, eficiente e competitiva.

A resposta passa por critérios objetivos, transparência e capacidade de comprovação. Passa também por reconhecer que sustentabilidade não é apenas uma característica do produto, mas o resultado de sistemas capazes de recuperar recursos, reinseri-los na economia e reduzir impactos ao longo do tempo.

É nessa perspectiva que a Abralatas vem participando das discussões sobre o desenho do Imposto Seletivo, em diálogo com diferentes atores da sociedade e do Poder Público. A defesa é por um modelo que seja tecnicamente fundamentado, isonômico e aplicável às diferentes soluções disponíveis no mercado.

Para o Brasil, a oportunidade é maior do que a definição de uma alíquota. Trata-se de criar mecanismos que ajudem a direcionar investimentos para soluções mais eficientes, reduzir impactos ambientais, fortalecer cadeias produtivas e ampliar a competitividade da indústria brasileira.

“É uma oportunidade de alinhar política tributária, desenvolvimento econômico e objetivos ambientais das empresas e do país”, sintetiza Guilherme Canielo, Gerente de Assuntos Corporativos da Abralatas.

> “Para nós, o Imposto Seletivo pode ser mais do que um instrumento econômico de tributação. Ele pode contribuir para a transição para uma economia de baixo carbono, desde que reconheça, com critérios objetivos e transparentes, resultados concretos de circularidade e sustentabilidade.”
>
> **GUILHERME CANIELO**
> Gerente de Assuntos Corporativos da Abralatas



KPI Engenharia
KNOW-HOW EM PROJETOS INDUSTRIAIS

ENGENHARIA QUE CONECTA IDEIAS A GRANDES RESULTADOS.

Projetos industriais para fábricas de latas de alumínio com metodologia BIM e atuação integrada em todas as disciplinas.

PROJETOS DESENVOLVIDOS EM TODA A AMÉRICA LATINA

PROCESSO
TUBULAÇÕES INDUSTRIAIS
ESTRUTURAS METÁLICAS
ELÉTRICA
INSTRUMENTAÇÃO E AUTOMAÇÃO
BIM E 3D SCANNING

(19) 3523-7091
contato@kpiengenharia.com.br
www.kpiengenharia.com.br
NOSSO SITE

Eu quero o ritual. Mas nem sempre o álcool.

O futuro das bebidas está mudando. Você está acompanhando?

Entenda onde o mercado está crescendo, antecipe tendências e identifique as reais necessidades do consumidor com a visão mais completa do varejo e do consumo.

Leia o QR Code para saber mais:

NielsenIQ

Inteligência que move o mercado.





CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE MOVEM NOVA GERAÇÃO DE BEBIDAS

O mercado brasileiro de bebidas está passando por uma mudança de comportamento, com consumidores ampliando a busca por opções de menor teor alcoólico, baixa caloria e benefícios funcionais. A NielsenIQ (NIQ), empresa de inteligência do consumidor, aponta que a cesta de bebidas encolheu em volume em 2025 e a penetração de bebidas alcoólicas caiu, enquanto cresceram os produtos zero ou baixa caloria, as cervejas sem ou com baixo teor alcoólico e as bebidas com algum benefício funcional. **As ocasiões de consumo têm sido remodeladas por prioridades novas: saúde, bem-estar, funcionalidade e prazer.**

Entre os consumidores mais jovens, o movimento já é expressivo: 60% da Geração Z consome pouco ou nenhum álcool. E a mudança não está restrita aos grandes centros ou à classe média — 86% da população brasileira já adota algum hábito saudável. O que varia é a maturidade da jornada: consumidores de maior renda e idade mais elevada apresentam engajamento mais profundo, enquanto os demais grupos têm sido motivados por benefícios mais acessíveis e cotidianos.

As opções ***No/Low* ganham espaço e já estão presentes em 12,4% dos lares brasileiros**, avançando em um ritmo mais de dez vezes superior ao da cesta total. Paralelamente, o conceito de *mindful drinking*, ou seja, o consumo de álcool mais consciente e intencional, é uma tendência em clara ascensão e já estratégica para o mercado nacional, embora a representatividade no segmento de cervejas ainda seja baixa.

Segundo a IWSR, líder global de dados sobre bebidas alcoólicas, entre 2022 e 2024, **o Brasil ganhou 13 milhões de consumidores de bebidas sem álcool ou com baixo teor alcoólico**. Até 2028, a consultoria prevê um crescimento que pode chegar a 18%.

O “zero” já não significa apenas ausência de açúcar, calorias ou álcool, é moderação e circunstância. Pode ser a escolha de uma cerveja sem álcool entre dois drinques alcoólicos, mesclar o refrigerante tradicional com uma versão de baixa caloria, experimentar uma água saborizada ou tomar uma bebida funcional antes ou depois do treino. A pergunta deixou de ser “beber ou não beber” e passou a ser “o que estou bebendo” e “por que estou bebendo”.

Essa mudança também mexe na dinâmica do mercado e coloca novos fatores impactando a decisão de compra. Segundo o Anuário da Cerveja, **a produção sem glúten aumentou mais de 400%, em 2025, no Brasil**. Foi o segmento que representou a maior variação de crescimento.

Segundo Gabriel Fagundes, Industry Insights Brazil Leader da NIQ, a saudabilidade é hoje o principal *driver* de compra, com a sustentabilidade ganhando força como diferencial. O consumidor paga mais quando enxerga benefícios claros de saúde, bem-estar e propósito. Até a embalagem passou a ter uma função que vai além de proteger o produto, somando conveniência, experiência e sustentabilidade. O ponto em comum é responder a um consumidor que quer mais opções para viver suas ocasiões de consumo.



GABRIEL FAGUNDES, Industry Insights Brazil Leader da NIQ



BERNARDO PERET, Criador e Fundador da Marca Brisa

MUDANÇA DE HÁBITOS

A transição para hábitos mais saudáveis não significa isolamento, nem o fim da confraternização. Pelo contrário: a indústria e as novas *startups* de bebidas perceberam que o consumidor busca combinar moderação e experiência social.

Foi essa percepção que guiou Bernardo Peret na criação da Brisa, marca de bebidas gaseificadas e saudáveis. Antes de fundar a marca, Peret trabalhou 10 anos no mercado de bebidas e conta que a ideia inicial girava em torno do conceito americano de *healthy sodas*, mas logo encontrou espaço no *on-trade* e em eventos:

“Quando a gente criou o produto, a ideia era transformar isso em um refrigerante saudável. Mas, pelo meu relacionamento com o mercado de eventos e restaurantes, comecei a ver a oportunidade de trabalhar essa bebida também como um *mocktail*, porque vi pessoas que estavam saindo e querendo beber menos, ou misturando com álcool para fazer um drink mais leve. A Brisa acabou entrando como um ótimo substituto até para a água com gás depois do almoço, atendendo a quem quer consumir algo gostoso e leve, sem a carga calórica ou de açúcar”, conta o Fundador da Brisa.

Peret destaca que, num momento em que a busca por funcionalidade pode virar pressão para o consumidor, existe também demanda por consumo sem culpa e sem complicação. “As pessoas começam a olhar mais os rótulos. O futuro é o consumidor entender o que realmente está consumindo: se tem conservantes, corantes ou excesso de açúcar. A Brisa veio para ser uma bebida democrática, saudável de verdade e sem a obrigação de performar”, completa.

OCASIÕES DE CONSUMO

No segmento de hidratação, o cenário também mudou. Bruno Alves, Diretor de Marketing da Socorro Bebidas, empresa que tem a Acquíssima, marca de água mineral e saborizada, em seu portfólio, vê essa transformação como definitiva, não como modismo.

“Nós vemos essa transformação como uma mudança estrutural. Não é uma tendência passageira, pois afeta o comportamento global do consumidor. Nós, como indústria, temos que estar preparados para esse público focado em bem-estar, saúde e produtividade, mas que não abre mão do prazer”, avalia Bruno Alves.

Alves lembra como o *mindful drinking* dialoga com a estratégia da empresa nos mercados alcoólico e não alcoólico. Com projeções de crescimento fortes para cervejas *low carb*, de baixa caloria e zero álcool, ganha espaço o *zebra striping*, comportamento que intercala bebidas com e sem álcool ao longo de um evento.



“A pessoa consome uma cerveja tradicional e, no intervalo, opta por uma bebida não alcoólica, um *mocktail* ou uma água saborizada. A água deixou de ser apenas um item para matar a sede e virou estilo de vida. A água saborizada flutua entre a água tradicional e o refrigerante: é refrescante, funcional, sem calorias, açúcar ou corantes”, diz Alves.

CONSTRUÇÃO DE COMUNIDADE

As formulações *clean label* (rótulos com lista curta e compreensível de ingredientes) conquistam o paladar, mas em um mercado disputado a forma de construir e comunicar a marca é avaliada como um diferencial competitivo diante dos gigantes do setor.

Na Dane-se, marca que nasceu nas redes sociais com foco em hidratação e bebidas saudáveis antes mesmo de ter produto nas prateleiras, o Fundador Gregório Machado aponta a autenticidade e a comunidade como fatores decisivos:

“Hoje vivemos em um mundo onde o varejo oferece mais de 40 mil produtos competindo pela atenção do consumidor. A gente percebeu que a autenticidade vende. As pessoas estão cansadas de fotos perfeitas de inteligência artificial; elas se apaixonam pela história, pela jornada real da empresa”, diz Machado.

Ouvindo a comunidade nas redes para definir novos portfólios, a Dane-se lançou uma linha de energéticos saudáveis e sem açúcar que virou líder de vendas em canais digitais como o TikTok Shop. “Produtos podem ser copiados ou ter preços rebaixados pela concorrência, mas a conexão com a marca e a jornada que construímos com a comunidade são únicas”, afirma.



A LATA DE ALUMÍNIO COMO PROTAGONISTA

Nessa nova equação do consumo consciente, a embalagem deixou de ser detalhe logístico e passou a ter peso estratégico. Para as marcas que lideram a era da saudabilidade, a lata de alumínio se firma como o recipiente ideal por unir percepções de valor, segurança e proteção ao meio ambiente.

Para a Brisa, a lata foi premissa desde o início do projeto. "O principal pilar na escolha da lata foi a sustentabilidade e a oportunidade de apresentar um produto mais *premium* no mercado. O alumínio tem um apelo de saúde e sustentabilidade infinitamente superior a outras embalagens. Além disso, a lata traz um apelo estético mais *cool*, minimalista e leve, alinhado ao nosso posicionamento", avalia Bernardo Peret.

Na Acquíssima, pioneira na fabricação de água em lata desde 2022, a embalagem ajudou a remodelar o consumo do produto no país e ganhou espaço em redes hoteleiras e grandes eventos.



BRUNO ALVES,
Diretor de Marketing
da Socorro Bebidas

"A lata agrega *design*, status e praticidade. A rede hoteleira hoje busca a lata de alumínio para entregar um diferencial de sustentabilidade. Além da alta taxa de reciclagem do alumínio no Brasil, a lata proporciona um resfriamento mais rápido e uma experiência moderna para o consumidor", destaca Bruno Alves.

Gregório Machado, da Dane-se, reforça que a escolha pela lata fortalece o compromisso sustentável de forma prática, direto no ponto de venda. "Além do recurso ambiental inevitável, *o design* da lata funciona como a nossa principal ferramenta de comunicação visual no ponto de venda, capturando a atenção do consumidor na gôndola", conclui Machado.



GREGÓRIO MACHADO,
Fundador da Dane-se

supernova

soluções eficientes

Há mais de duas décadas, desenvolvendo soluções que contribuem para tornar a indústria de embalagens metálicas mais eficiente.

NOSSOS DIFERENCIAIS

ESPECIALIZAÇÃO
Foco exclusivo em sacos de papel kraft para tampas metálicas e bobinas de papel kraft sinuoso.

AUTOMAÇÃO
Processos automatizados que asseguram produtividade, padronização e qualidade.

PERSONALIZAÇÃO
Projetos personalizados em diferentes medidas, especificações e cores.

PIONEIRISMO
Primeira empresa do Brasil a desenvolver sacos para linhas automatizadas com aplicação hot melt.

PARCERIA
Relacionamento próximo, suporte técnico e desenvolvimento conjunto de soluções.

INOVAÇÃO
Investimento contínuo em tecnologia e desenvolvimento.

Há mais de 20 anos, a **Supernova** desenvolve soluções em papel kraft para transporte e proteção de tampas metálicas, contribuindo para mais eficiência, segurança e produtividade na indústria.

Desde sua fundação, em 2002, como empresa do Grupo Arpel, a **Supernova** investe continuamente em tecnologia, automação e desenvolvimento de processos.
Esse compromisso permitiu à empresa tornar-se referência em soluções personalizadas para fabricantes de tampas metálicas, atendendo às necessidades específicas de cada operação.

PIONEIRISMO QUE IMPULSIONA EFICIÊNCIA

Pioneira no Brasil no desenvolvimento de sacos para linhas automatizadas com aplicação de adesivo hot melt nos sistemas slot e helicoidal, a **Supernova** também oferece soluções para linhas manuais, atendendo fabricantes de tampas de duas e três peças com alto padrão de qualidade, desempenho e confiabilidade.

Mais do que fornecer embalagens, a **Supernova** atua como parceira da indústria, desenvolvendo soluções que agregam eficiência aos processos produtivos e acompanham a evolução do setor.

Fale com a gente
comercial@grupoarpel.com.br
81 99201-2202



Henkel

Henkel Adhesive Technologies
Pioneering solutions. Shaping industries.

INOVAÇÃO
PARA A INDÚSTRIA DE
LATAS DE ALUMÍNIO.

UM NOVO CENTRO
PARA FAZER ACONTECER.

A Henkel inaugura o Inspiration Center Jundiaí, seu primeiro centro tecnológico na América Latina, consolidando o Brasil como um hub estratégico de Pesquisa e Desenvolvimento para a região.

Com investimento de **R$ 232,5 milhões** e **mais de 20 laboratórios** de ponta, o espaço reúne tecnologia, conhecimento e colaboração para desenvolver soluções que tornam os processos industriais cada vez mais eficientes e sustentáveis.

No segmento de latas de alumínio, essa inovação também se traduz em resultados.

O BONDERITE C-IC 72003 Stage 1 Precleaner melhora a remoção de óleo na primeira etapa da limpeza, permitindo operar em temperaturas mais baixas, entre 43°C e 49°C.

Na prática, isso contribui para **reduzir o consumo de gás natural,** além de **diminuir a carga de óleo** nas etapas seguintes e o **consumo geral de água e produtos químicos.**

Mais tecnologia. Mais eficiência. Mais possibilidades para a indústria de latas.





A NOVA ROTA DO INVESTIMENTO EM RECICLAGEM

CAMPANHA IMPACTO CIRCULAR TRANSFORMA RECURSOS EM IMPACTO NA CADEIA PRODUTIVA

R$ 3 bilhões. Esse foi o volume de investimentos em projetos submetidos à Lei de Incentivo à Reciclagem (LIR), segundo dados apresentados pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA) em abril de 2026. O número ajuda a dimensionar a virada de uma agenda que ganha escala à medida que a LIR avança para se tornar permanente. Se no primeiro ciclo, 952 projetos de 26 estados buscaram R$ 2,2 bilhões em recursos, o novo patamar mostra que a sustentabilidade deixou de ser uma agenda do futuro para se tornar uma corrida por financiamento no presente.

Nesse cenário de expansão, a Associação Brasileira da Lata de Alumínio (Abralatas) lança a segunda edição da campanha Impacto Circular. Com apoio institucional da Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (ANCAT), da Incentive e do MMA, a iniciativa conecta o setor produtivo diretamente à base da cadeia da reciclagem. Na prática, as empresas associadas à Abralatas **encontram na Impacto Circular uma forma mais simples e segura de investir em reciclagem por meio da LIR**. A campanha seleciona e apresenta projetos aprovados pelo MMA, desenvolvidos por organizações especializadas, para que as empresas possam escolher iniciativas alinhadas às suas estratégias de sustentabilidade. Além de direcionar recursos para projetos que fortalecem a cadeia da reciclagem, **os investimentos também podem contribuir para os indicadores de circularidade e sustentabilidade das empresas.**

Foto: Divulgação Abralatas - Centro de Coleta de Sucata de Alumínio da Novelis em Brasília

Lançada em 2025, a campanha não se limita à seleção dos projetos. A Abralatas também oferece suporte técnico ao longo do processo, desde a escolha da iniciativa até o acompanhamento do investimento. Assim, a Impacto Circular reduz o esforço das empresas para identificar e acompanhar projetos e ajuda a direcionar o investimento para iniciativas alinhadas aos seus objetivos de sustentabilidade.

Guilherme Canielo, Gerente de Assuntos Corporativos da Abralatas, acredita que a campanha "representa a continuidade do trabalho institucional que desenvolvemos há anos em defesa da economia circular. Participamos ativamente da construção do ambiente que viabilizou a LIR, sua aprovação e regulamentação. Com esse marco consolidado, entendemos que era nosso papel liderar a próxima etapa: organizar uma iniciativa do setor de latas de alumínio para mobilizar investimentos das nossas associadas e transformar o potencial da lei em benefícios concretos para a reciclagem e para a sociedade", contou.



GUILHERME CANIELO, Gerente de Assuntos Corporativos da Abralatas

RECURSO DIRECIONADO AO PROJETO CERTO

Um dos desafios para a consolidação da LIR está na ampliação do conhecimento sobre o mecanismo e sobre as possibilidades de direcionamento de recursos para projetos de impacto socioambiental. Embora exista interesse crescente por iniciativas alinhadas a essas agendas, muitas empresas ainda estão se familiarizando com a legislação e com os caminhos para identificar projetos aderentes aos seus objetivos de investimento. O Presidente do Instituto Lixo Zero Brasil (ILZB), Rodrigo Sabatini, traz um dado ilustrativo dessa dificuldade. "Em Santa Catarina, somente 10% das empresas que poderiam incentivar de fato fazem isso. Ou seja, apenas 10% das empresas que têm recursos, que têm imposto a pagar e poderiam incentivar, efetivamente incentivam", explica.

De acordo com o Presidente do ILZB, o custo de contratar um profissional para fazer a seleção e gestão de projetos de reciclagem para direcionar doações não compensa para muitas empresas de médio porte. É nessa lacuna que a campanha Impacto Circular atua como um catalizador de investimentos em reciclagem. "A iniciativa oferece suporte para atender uma demanda social. É uma grande ação porque se tornou um *bureau* de projetos, substituindo parte do esforço individual que cada empresa teria para selecionar, acompanhar e destinar recursos a iniciativas qualificadas" complementa.

A Abralatas simplifica o processo ao realizar a curadoria técnica de iniciativas aptas à captação. Essa inteligência de mercado permite transformar o uso estratégico de um incentivo fiscal em investimento socioambiental mensurável, gerando também um valor reputacional para as empresas.

"A campanha Impacto Circular nos permite acompanhar resultados concretos dos projetos apoiados, trazendo mais clareza sobre os impactos gerados para cooperativas, comunidades e para a cadeia da reciclagem como um todo", afirma Eliane Rigolo, Diretora de Gente e Desenvolvimento Humano na Crown Embalagens. "Na Crown, essa frente complementa o que já desenvolvemos por meio de outras leis de incentivo, em uma agenda diretamente conectada à atividade da empresa e ao propósito de fortalecer a circularidade do alumínio", complementa.



ELIANE RIGOLO, Diretora de Gente e Desenvolvimento Humano na Crown Embalagens

PROFISSIONALIZAÇÃO DE CATADORES

Nesse sentido, a relação entre empresas incentivadoras e catadores de materiais recicláveis vem ganhando novos contornos: a transição para a gestão profissionalizada que consolida a agenda ESG na cadeia de reciclagem. "Investir em uma organização de catadores significa trazer resultados reais no campo do ESG, com destaque para o 'S' dessa sigla. O que faz diferença para a cadeia de reciclagem é trabalhar junto às cooperativas para que elas se tornem cada vez mais profissionais no mercado da economia circular", defende Roberto Rocha, Presidente da Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (ANCAT).

O impacto real da campanha se materializa em projetos que transformam a vida de quem está na ponta. O Empreendedoras da Reciclagem, iniciativa da so+ma, é o primeiro programa da América Latina com esse recorte de gênero. Claudia Pires, sócia fundadora da so+ma, explica que as mulheres são maioria da força de trabalho na catação e enfrentam extrema exclusão social. "Nosso papel é destravar o potencial dessas mulheres



ROBERTO ROCHA, Presidente da ANCAT

para que se sintam donas do negócio e criem redes de comercialização conjunta, acessando a indústria com melhores valores", afirma.

A iniciativa foi desenhada a partir de uma escuta ativa para entender e acolher as reais necessidades desse público, buscando impulsionar e transformar a realidade dessas profissionais sob a premissa de levá-las "de catadoras para empreendedoras". Para promover essa emancipação, o projeto oferece mentorias gratuitas voltadas



Foto: Mentoria de Comunicação do projeto Empreendedoras da Reciclagem, 4ª edição, em 2026, no Sebrae Amazonas.



CLAUDIA PIRES,
Sócia Fundadora
da so+ma

tanto ao desenvolvimento pessoal quanto ao profissional. Em setembro, o programa finalizou sua quarta edição, em Manaus (AM), que registrou recorde de participação, com mais de 120 empreendedoras inscritas e oito encontros com especialistas, que compartilharam conhecimentos, experiências e conteúdos voltados ao fortalecimento das participantes e de seus negócios.

A experiência do Empreendedoras da Reciclagem se soma a outro projeto apoiado na primeira edição da Impacto Circular: o Paraísos Lixo Zero. Juntos, os investimentos realizados por Ardagh e Crown, associadas da Abralatas, viabilizaram mais de R$ 700 mil para as duas iniciativas em Manaus (AM), beneficiando mais de 300 catadores. Enquanto o Empreendedoras da Reciclagem atua no fortalecimento e na geração de oportunidades para mulheres da cadeia da reciclagem, o Paraísos Lixo Zero, iniciativa do ILZB, trabalha em outra frente essencial: a transformação de territórios turísticos em espaços de educação ambiental, mudança cultural e cidadania.



RODRIGO SABATINI,
Presidente do Instituto
Lixo Zero Brasil (ILZB)

Em Manaus, a iniciativa irá selecionar 10 comunidades flutuantes para integrar o projeto, que reúne ações de mobilização comunitária, educação ambiental e fortalecimento da gestão de resíduos. Entre as atividades previstas estão a formação de consultores e embaixadores, a certificação de estabelecimentos e o fortalecimento das cooperativas de catadores.



Ao aproximar comunidades, gestores públicos e outros atores locais, o Paraíso Lixo Zero busca promover mudanças nas práticas de gestão de resíduos e ampliar a conscientização sobre a preservação ambiental.

Foto: “Histórias Inspiradoras”, com Bia Diniz, palestra de abertura do projeto Empreendedoras da Reciclagem, 4ª edição, em 2026, na Assembleia Legislativa de Manaus.

RESPONSABILIDADE COMPARTILHADA

A Lei de Incentivo à Reciclagem ganha ainda mais potência quando deixa de financiar ações isoladas e passa a apoiar processos de transformação territorial, articulando empresas, poder público, cooperativas e comunidades em torno de resultados permanentes.

A Diretora de Sustentabilidade da Ardagh Metal Packaging para a América do Sul, Elisangela Matos reforça que ter dados claros e mensurar os impactos gerados são aspectos centrais para os negócios. “Por meio da campanha Impacto Circular, vemos ampliar a oportunidade de investir em projetos conectados à agenda ESG que entregam benefícios socioambientais comprovados”, afirma.



ELISANGELA MATOS,
Diretora de Sustentabilidade da Ardagh Metal Packaging para a América do Sul



Além disso, na visão da diretora, a consolidação da economia circular no Brasil ainda enfrenta desafios complexos e estruturais, que não podem ser resolvidos de maneira isolada. É necessária uma “colaboração radical”, priorizando a confiança, a transparência e a corresponsabilidade entre todos os elos da cadeia. “Cada ator tem um papel: as empresas entram com o investimento, as cooperativas trazem o conhecimento operacional local e o poder público sedimenta as melhorias em políticas perenes”, destaca Matos.

Essa visão de responsabilidade compartilhada sempre orientou a Abralatas. “Nenhum ator promove a transformação sozinho e a atuação coordenada é o que garante escala e soluções permanentes”, defende Canielo.

Com a campanha Impacto Circular, o setor consolida um modelo de mobilização capaz de inspirar outras cadeias produtivas.
O legado é provar que a circularidade é o caminho para negócios mais éticos e economicamente viáveis e eficientes.

Foto: Divulgação Abralatas - Centro de Coleta de Sucata de Alumínio da Novelis em Brasília

CARTONPLAST

LIMPEZA E DESINFECÇÃO EFICAZES. PARA A MÁXIMA SEGURANÇA ALIMENTAR

A **CARTONPLAST** estabelece altos padrões de higiene para as embalagens de transporte reutilizáveis. Com processos validados, controles microbiológicos e tecnologias de lavagem avançadas, garantimos uma limpeza eficaz, comprovável e uniforme em todos os nossos centros de serviço.

HIGIÊNICO
CONTROLADO
CERTIFICADO

Otimize agora sua cadeia de suprimentos

FALE COM A CPL
comercial@cartonplast.com
Tel. +55 12 3878-4334

www.cartonplast.com

POR DENTRO DAS NOVAS ASSOCIADAS



Fortalecer a integração entre os diferentes elos da cadeia produtiva e estimular o avanço contínuo do setor de latas de alumínio no Brasil são compromissos centrais da Abralatas. Ao aproximar fabricantes, fornecedores e parceiros estratégicos, a Associação impulsiona um ambiente de inovação, eficiência operacional e sustentabilidade, conectando empresas que compartilham a visão de um mercado cada vez mais forte, competitivo e alinhado aos princípios da economia circular.

É com esse propósito de somar expertises e ampliar os debates sobre o futuro da indústria que a Abralatas dá as boas-vindas às suas quatro novas associadas: **KPI Engenharia**, **COIM Group**, **Intermarket Group** e **Lar Plásticos**. Conheça, a seguir, os diferenciais, as principais realizações e as contribuições que cada uma traz para o nosso ecossistema.

KPI ENGENHARIA

A KPI Engenharia é especializada no desenvolvimento de projetos de engenharia industrial multidisciplinar, consultoria e soluções personalizadas que aliam excelência técnica, segurança e visão estratégica, contribuindo para uma indústria mais eficiente e sustentável. Com atuação no Brasil e em outros países da América Latina, como Argentina, Chile, Peru e Paraguai, a KPI Engenharia está trabalhando para expandir sua presença a novos mercados internacionais.

Em 2026, a empresa iniciou seu Plano Diretor 2026-2030, avançando na profissionalização da gestão, investindo em inovação, tecnologia e qualidade para ampliar a sua capacidade de atendimento e preparar a empresa para uma nova etapa de crescimento. Entre os marcos do ano estão a ampliação do portfólio, com a incorporação de serviços de automação industrial, o uso de novas tecnologias BIM (sigla em inglês para Modelagem da Informação da Construção), Inteligência Artificial e integração de informações, além da construção da nova sede, que irá contar com uma estrutura moderna e sustentável.

Para Wilson Missono, Diretor Comercial da KPI Engenharia, a Abralatas tem um papel importante na integração das empresas que fazem parte da cadeia de produção de latas de alumínio. “Queremos compreender os desafios e as necessidades do setor e contribuir com nossa experiência em discussões sobre inovação, modernização de plantas industriais, eficiência energética, otimização de recursos e novas tecnologias”, diz.



WILSON MISSONO,
Diretor Comercial da
KPI Engenharia



FERNANDA SANTOS,
Gerente de Negócios da COIM Group

COIM GROUP

Empresa italiana com mais de 60 anos de atuação, a COIM Group tem presença internacional. Especializada na fabricação de resinas de poliéster e poliuretano, a empresa atende a diversos segmentos industriais com soluções de alta performance.

No Brasil, atua no mercado de embalagens metálicas com uma linha aplicada em tintas, esmaltes e vernizes utilizados nas latas de bebidas, a METALEXTER®.

A companhia tem investido cada vez mais na estruturação e consolidação dessa linha. De acordo com Fernanda Santos, Gerente de Negócios da COIM Group, a empresa também está desenvolvendo a capacidade técnica local para acelerar novas tecnologias, buscando atender demandas específicas dos clientes com agilidade, por meio de soluções verticalizadas, e reduzir a dependência de produtos importados. “A linha METALEXTER® passou a contemplar soluções para B&B cans (sigla em inglês para latas de cerveja e bebidas) e outras aplicações em embalagens metálicas. Além disso, investimos em equipamentos e em infraestrutura para o desenvolvimento, dispersão, moagem e caracterização dos produtos”, diz.

A executiva afirma, ainda, que a associação à Abralatas irá contribuir para aproximar a COIM Group dos fabricantes de latas, convertedores e demais *players* da cadeia, estimulando a troca de conhecimento entre fornecedores e fabricantes e a compreensão das necessidades técnicas e tendências do setor.

INTERMARKET GROUP

A Intermarket Group é distribuidora *master* da Toray na América Latina desde 1989, somando 37 anos de atuação no fornecimento de tecnologias e soluções para o mercado de embalagens cilíndricas e latas de bebidas. Com forte foco em inovação, a empresa atua na aproximação entre fabricantes e grandes marcas para agregar valor e eficiência produtiva ao setor.

Em 2026, a empresa destacou-se pelo lançamento da chapa de impressão PRIXIA™, nova tecnologia da Toray voltada para a impressão de alta definição em latas de bebidas. A novidade combina ganho de produtividade com benefícios ambientais, operando com processamento à base de água, o que reduz o uso de produtos químicos, e permitindo a diminuição no consumo de tintas. Outra novidade do ano foi a expansão do portfólio com a linha ENDURA, marca própria da Intermarket Group focada em equipamentos para processamento de chapas.

De acordo com Juvenal Oliveira, Diretor de Packaging Films, ao integrar o ecossistema da Abralatas, a Intermarket busca transformar inovações em projetos concretos. “Oportunidade importante para aproximarmos a Intermarket, Toray e ENDURA dos fabricantes de latas, bebidas e demais participantes da cadeia, além de participar das discussões sobre como a cadeia pode reduzir desperdícios, consumo de recursos e impacto ambiental, mantendo competitividade e qualidade”, avalia.



JUVENAL OLIVEIRA, Diretor de
Packaging Films da Intermarket Group



PEDRO ABREU,
Diretor Comercial da Lar Plásticos

LAR PLÁSTICOS

Com atuação destacada na transformação de resíduos e na economia circular, a Lar Plásticos é referência no fornecimento de soluções para movimentação de cargas, acondicionamento e coleta seletiva. A empresa opera no fortalecimento de parcerias industriais e participa ativamente do avanço de políticas públicas que alinham alta performance fabril e impacto socioambiental positivo.

Em 2026, a companhia atingiu marcas históricas no volume de reciclagem de plásticos de engenharia e pós-consumo (PCR), além de investir na modernização de sua fábrica, com foco em eficiência energética e automação. O período foi marcado pelo avanço no mercado de soluções como o *Flex Pallet* e o *Light Pallet*, desenvolvidos para otimizar a logística reversa e a movimentação de cargas com leveza e resistência.

Para o Diretor Comercial da companhia, Pedro Abreu, associar-se à Abralatas alavanca os debates sobre governança ESG, metas de logística reversa e transição energética. “Pretendemos evoluir nessas pautas estratégicas de braços dados com a Abralatas, elevando o repertório técnico conjunto e tirando do papel projetos estruturantes. Queremos mostrar, na prática, como setores industriais diferentes, como o alumínio e o plástico, podem trabalhar em perfeita sintonia para revolucionar a gestão de resíduos e acelerar a sustentabilidade no Brasil”, afirma.

HÁ QUASE QUATRO DÉCADAS, OTIMIZANDO, MODERNIZANDO E EVOLUINDO OPERAÇÕES DE LATAS EM TODO O MUNDO.

A Roeslein é parceira dos principais fabricantes de latas para bebidas na busca por mais eficiência. De **novas fábricas e projetos turn-key** a avaliações de planta, melhorias de processo e implementação de novas tecnologias, desenvolvemos soluções que maximizam o desempenho de cada operação.

Modernizamos equipamentos e prolongamos a vida útil dos seus ativos, com serviços especializados e peças de reposição que mantêm a sua fábrica produtiva e em constante evolução.

Com experiência em milhares de projetos ao redor do mundo, nossas equipes integradas de engenharia, fabricação e serviços combinam conhecimento técnico e vivência de campo. Identificamos oportunidades, desenvolvemos soluções e as implementamos com eficiência, confiabilidade e segurança operacional.

Mais eficiência. Mais tecnologia. Mais segurança.

CONTATO

vendas@roeslein.com | roeslein.com | parts.roeslein.com

ROESLEIN



Avenida Takara Belmont, 500 / Centro, Industrial de Arujá - Arujá /SP - CEP 07411-710

Alguns dos nossos principais equipamentos, parte de um portfólio completo com fabricação no Brasil.

UVBC LED



Elevadores a Vácuo



Acumulador Spiral



SOF - Sistema de Filtração de Óleo



REVISTA DA LATA

Novembro de 2026

CONSELHO EDITORIAL

Thais Fagury, Maria Luísa Dias
e Sophia Spielkamp

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Juntos | Approach — approach.com.br

REVISÃO

Catalisando Conteúdo

IMPRESSÃO

Athalaia Gráfica e Editora

A Revista da Lata é uma publicação da Associação Brasileira da Lata 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 Adobe Stock.

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

ABRALATAS

SAUS Quadra 01 Bloco M – Sala 1202 Ed. Libertas
CEP: 70070-935

Telefone: (61) 3327-2142

E-mail: abralatas@abralatas.org.br

www.abralatas.org.br

Instagram: /abralatas

YouTube: /abralatas

Facebook: /abralatas.lata

LinkedIn: /company/abralatas



SunChemical®
a member of the DIC group
DIC Color & Comfort

Embalagens Metálicas Transformadas

Transforme embalagens metálicas em declarações impactantes com nossas soluções de tintas líderes de mercado. De inovações de classe mundial à excelência regulatória, ajudamos você a desenvolver embalagens vibrantes, seguras e sustentáveis, sem comprometer a eficiência. Além disso, contamos com um serviço técnico especializado e incomparável, reconhecido como referência no mercado, oferecendo suporte personalizado em cada etapa para ajudar você a alcançar os resultados esperados e máximo desempenho.

Descubra como podemos ajudar você a transformar suas embalagens metálicas

Experience.
Transformation.



PRESERVANDO O SABOR

Os produtos valPure® sem BPA oferecem a proteção que você pode confiar e representam o futuro dos revestimentos para embalagens metálicas.

Inovação Transformadora

Excelência em Serviço Técnico

Especialização Regulatória

valPure® | Non-BPA Coatings

Saiba mais em: **packaging.sherwin.com**

Entre Em Contato Conosco

SHERWIN-WILLIAMS®

©2024 The Sherwin-Williams Company