A REVISTA DE NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM BEBIDAS

Engarrafador Moderno®

www.engarrafadormoderno.com.br

Editora Aden
Ano XXVIII
Nº 328

Bebidas em Geral - Destilados - Vinho - Aguardente - Leite - Suco - Água Mineral - Refrigerante - Cerveja

EMBALAGEM
Um turbilhão de inovações

LÚPULO
A experiência do cultivo no Brasil

US$ 380 BILHÕES
É o que deve atingir o mercado de bebidas plant based até 2027

Grupo Sanmartin completa 75 anos de fundação

Com cinco unidades distribuídas no Brasil, Argentina e México, e mais de 1000 colaboradores, o grupo investe em tecnologia, inovação e novos negócios para consolidar a sua presença no mercado.

Fundado em 1948 na cidade de Mercedes, Argentina, o Grupo Sanmartin completa nesse ano 75 anos, como o maior fabricante de equipamentos para linhas de produção de bebidas da América Latina.

A celebração desta importante conquista acontecerá durante a Fispal Tecnologia 2023, maior feira de tecnologia para as indústrias de bebidas e alimentos da América Latina, que acontece do dia 27 a 30 de junho em São Paulo. Além de apresentar projetos inovadores, o grupo busca consolidar o compromisso com a excelência e a inovação, lançando novas soluções para linhas de produção cada vez mais eficientes.

De acordo com a empresa, a data reforça uma trajetória de conquistas pautadas em um modelo próprio de gestão, com foco na inovação, satisfação de seus clientes e colaboradores. "É com muito orgulho que vamos comemorar estes 75 anos de história junto com nossos clientes e apresentando nossos últimos desenvolvimentos para linhas de produção de alta velocidade e alta performance", salienta o Diretor Executivo da Sanmartin Brasil, Bernardo Sanmartin.

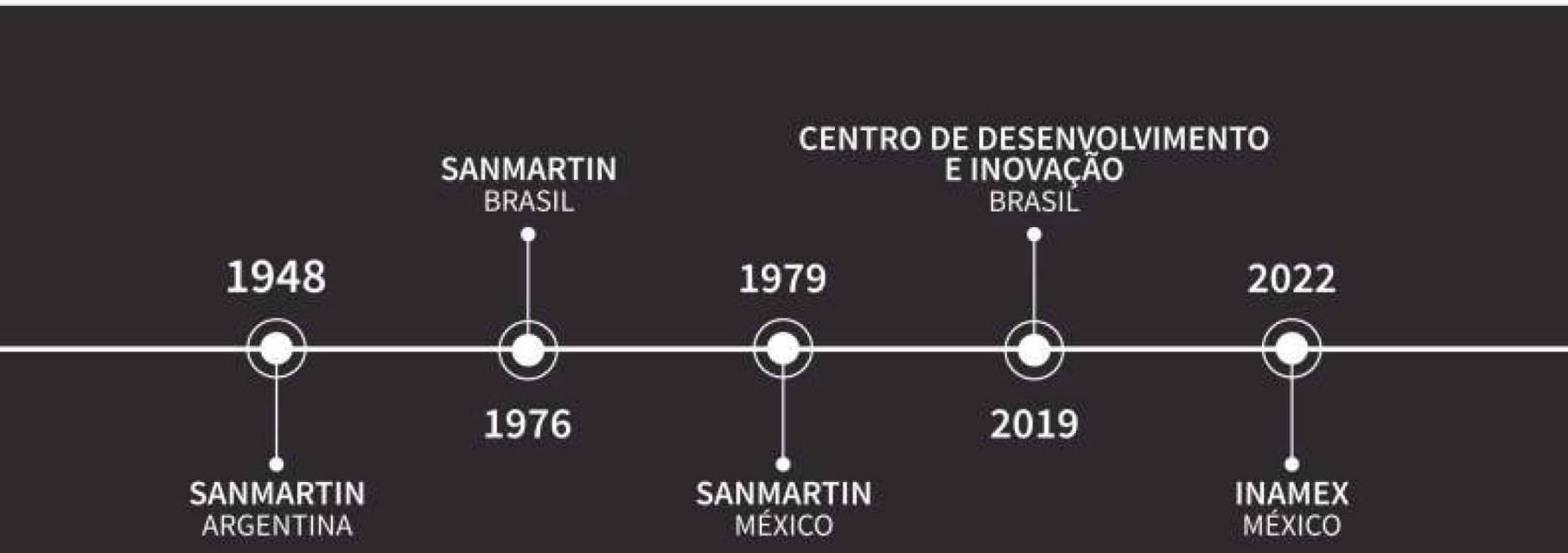
O Grupo Sanmartin

Atualmente, o Grupo conta com mais de 1000 colaboradores e cinco unidades fabris distribuídas no Brasil, Argentina e México que somam 70.000 m² de área construída.

Com destaque na excelência de suas operações, agilidade e flexibilidade, desenvolve projetos que atendem as reais necessidades de seus clientes. Através desses diferenciais competitivos, a empresa tornou-se líder na produção de equipamentos para a indústria de bebidas da América Latina.

O grupo conta com um amplo portfólio de produtos e soluções como lavadoras de garrafas e caixas, pasteurizadores, encaixotadoras, desencaixotadoras, paletizadoras, despaletizadoras, envolvedoras de pallets e uma ampla variedade de transportadores. Ao longo de sua trajetória, a Sanmartin forneceu mais de 6.000 soluções.

Em 2019, inaugurou o Centro de Desenvolvimento e Inovação Sanmartin (CDI), em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, com o objetivo de promover a cultura da inovação, pesquisa e desenvolvimento de soluções utilizando robótica em linhas de produção. Bernardo Sanmartin destaca a importância em seguir investindo em inovação para um cresci-



mento sustentável, “Nosso objetivo é expandir gradativamente a capacidade de produção de projetos disruptivos que proporcionem maior flexibilidade e eficiência para nossos clientes. Os investimentos no CDI já somam mais de 20 milhões”.

Outro grande investimento foi a aquisição da Inamex México em 2022, empresa com mais de 40 anos de existência, especializada na produção de lavadoras, pasteurizadores, tanques de combustível, silos e acessórios para locomotivas. Com uma área construída de 26.000 m², localizada estrategicamente na região metropolitana da Cidade do México, tem como objetivos o atendimento do mercado local e maior proximidade dos principais clientes, além de servir de base para desenvolvimento de novos mercados e expansão geográfica.

A empresa tem seus colaboradores como o maior patrimônio. Valoriza ações internas com foco na capacitação e no desenvolvimento pessoal e profissional, além de campanhas externas destinadas a promover a sua inserção na comunidade de forma responsável. “Para ter qualidade em cada detalhe, a simplicidade é fundamental, por isso ela está presente na nossa organização, no pensamento de nossos colaboradores, nos produtos, na gestão e na nossa história. A valorização profissional, a ética, a sustentabilidade e o compromisso com nossos clientes são o nosso legado e fazem do Grupo Sanmartin uma referência em seu segmento”, finaliza Bernardo Sanmartin.



Do esquerda para direita, Bernardo Sanmartin, Cesar Sanmartin (em memória) e Cesar Manuel Sanmartin.

> ***“Se você não sonha, você não se desenvolve. Sempre tem que olhar para frente!***
>
> ***Cesar Sanmartin***
> ***cofundador***
> ***Grupo Sanmartin***

Visite-nos na Fispal Tecnologia
São Paulo Expo | Stand I-036

75 anos
GRUPO SANMARTIN

LEGADO QUE MOLDA O FUTURO

SANMARTIN



06

ALTERNATIVAS SAUDÁVEIS E SUSTENTÁVEIS

O mercado de bebidas plant-based deve atingir aproximadamente 380 bilhões de dólares até 2027. A crescente demanda vem registrando aumento significativo no portfólio de produtos



20

Um turbilhão de inovações no mundo das embalagens

O setor de embalagens vive momentos de muita inovação com a certeza de que é impossível criar valor para a embalagem sem sustentabilidade

Engarrafador Moderno



24

Ambev produz edição limitada de cerveja com lúpulo fresco

A técnica que utiliza lúpulo fresco em flor garante maior impacto do aroma e sabor da cerveja



26

A experiência do cultivo do lúpulo na serra fluminense

Projeto já recebeu R$ 5 milhões em investimentos e está na sexta fase de desenvolvimento



30

Baobá apresenta microlote Semear e Acolher

Cafés são cultivados em terras vulcânicas com grãos com graduação acima de 84 pontos

Consumidor quer mudanças nas embalagens

A mudança de hábitos e comportamentos dos consumidores vem exigindo das indústrias novos modelos de negócios que possam atender às necessidades dessas pessoas.

As embalagens são protagonistas nesse contexto e, por isso, inovação e sustentabilidade ganham tanta relevância.

Na área de bebidas, a flexibilidade é fundamental para atender com eficiência e na velocidade que o mercado exige. É preciso ter capacidade de reação para resolver os problemas de demanda trazidos pelas equipes de vendas que estão em contato direto com o consumidor. Essa comunicação interna tem que ser rápida e precisa para a elaboração de planos de produção com informações e dados de mercado. São ações que podem gerar rentabilidade ao negócio.

No entanto, não podemos desconectar essas oportunidades de economias importantes que precisam acontecer com escala e redução de custos em geral. As embalagens necessitam de planejamento e design adequado para chegar “redondinha” no destino final.

Ponto vital para a geração de valor é a sustentabilidade. Impossível pensar e usar uma embalagem sem essa premissa.

A sustentabilidade pode não ser ainda o principal fator de decisão no momento de compra, mas ela vai chegar lá!

Boa leitura!

Carlos Donizete Parra

ALTERNATIVAS SAUDÁVEIS E SUSTENTÁVEIS

O MERCADO DE BEBIDAS PLANT-BASED DEVE ATINGIR APROXIMADAMENTE 380 BILHÕES DE DÓLARES ATÉ O ANO DE 2027. A CRESCENTE DEMANDA VEM REGISTRANDO UM AUMENTO SIGNIFICATIVO NO PORTFÓLIO E MARCAS DISPONÍVEIS AO CONSUMIDOR

Por Thais Martins



O movimento em direção a uma alimentação mais nutricional tem impulsionado uma transformação no setor. Segundo um estudo do Market Research Future de 2022, o mercado de bebidas plant-based deve atingir aproximadamente 380 bilhões de dólares até 2027. Produzidas a partir de ingredientes de origem vegetal, como frutas, vegetais, nozes, sementes e grãos,as bebidas são consideradas alternativas mais saudáveis e sustentáveis aos produtos lácteos e outros itens convencionais por serem geralmente livres de lactose, colesterol e conservantes artificiais.

Felipe Carvalho, diretor da A Tal da Castanha, analisa a crescente demanda com um aumento significativo no portfólio e marcas disponíveis ao consumidor. "Estamos presenciando uma verdadeira revolução no setor, com empresas adaptando seus parques fabris para atender a essa nova demanda, proporcionando uma nova fonte de negócios e diversificando o perfil de produtos em suas unidades", afirma. O empresário também ressalta que apesar dos avanços, há desafios a serem enfrentados no campo regulatório e tributário, que envolvem disseminar o conhecimento sobre o significado de plant-based.

Os números crescem

Apesar de ainda ser uma indústria modesta, as bebidas plant-based demonstram um crescimento impressionante. Raquel Casselli, Diretora de Engajamento Corporativo do GFI Brasil, informa que a venda de leites vegetais chegou a US $980 milhões em 2022, representando um aumento de 17% em relação ao ano anterior. Já a venda de iogurtes vegetais cresceu 21% em 2022, chegando a US$ 8 milhões. Enquanto isso, a venda de carnes vegetais chegou a US$ 271 milhões em 2022, representando um crescimento de 36% em relação a 2021. Os dados são de uma publicação do Stateof The Industry, publicado pelo GFI.

Com tanto potencial, uma questão que surge é: quais são os desafios na busca por novos ingredientes para este mercado? Para Luis Madi, Diretor de Assuntos Institucionais do Ital, há uma série de ingredientes que já vêm sendo utilizados como base das bebidas como o amendoim, o arroz, a avelã e o coco. "No entanto, para formulações, há uma série de potenciais novos ingredientes que possibilitam, por exemplo, a inclusão de



> "Apesar dos avanços, há desafios a serem enfrentados no campo regulatório e tributário, que envolvem disseminar o conhecimento sobre o significado de plant-based"
>
> FELIPE Carvalho e RODRIGO Carvalho
> A Tal da Castanha

> A venda de leites vegetais chegou a US$ 980 milhões em 2022, representando um aumento de 17% em relação ao ano anterior

RAQUEL Casselli
GFI Brasil



fibras, a redução de açúcares e sódio, a obtenção de aromas e sabores. Outro ponto de atenção é o approach junto ao consumidor como fonte de proteínas ou como alimento funcional", pondera.

Como acelerar o processo de plant-based no Brasil?

O Brasil é um país com uma grande variedade de opções naturais e oportunidades de negócios. Luiz Aguiar, gerente de marketing da Duas Rodas, afirma que os diversos biomas oferecem amplo potencial de plantas a serem exploradas pela categoria e que podem ajudar a promover uma transformação do plant-based no país. "Mas, é preciso também considerar que o hábito de consumir apenas o que já é conhecido é um fator limitante. O brasileiro é um povo muito fiel ao produto, o que é um desafio para as empresas do segmento, e uma dificuldade para se conseguir fazer um comparativo com outros países", explica.

> Há uma série de ingredientes que já vêm sendo utilizados como base das bebidas , mas é importante ter atenção também para o approach junto ao consumidor como fonte de proteínas ou como alimento funcional

LUIS Madi
Diretor de Assuntos Institucionais do Ital

Bebidas lácteas X Clean label

Existem diversas opções de bebidas lácteas plant-based no mercado. De acordo com o diretor da A Tal da Castanha, essas alternativas são geralmente feitas a partir de grãos, sementes ou leguminosas, e podem ser enriquecidas com vitaminas e minerais. "Algumas das opções mais comuns são leite vegetal de castanha de caju, amêndoas, aveia, coco ou castanha de caju com coco", enumera.

> “Os diversos biomas oferecem amplo potencial de plantas a serem exploradas e que podem ajudar a promover uma transformação do plant-based no país”
>
> LUIS Aguiar
> Duas Rodas

Já os produtos clean label são aqueles que contêm poucos ingredientes e não possuem aditivos químicos, como corantes, conservantes, estabilizantes e outros componentes artificiais. É um mercado recente e com muitas dúvidas, uma vez que está sendo estudado pelos órgãos regulamentadores e pelo fato de não haver uma legislação específica para esta categoria de produto no Brasil.





Ricardo Laurino, presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), sustenta que esses produtos trabalham em harmonia entre dois pontos, “que é encontrar equilíbrio entre o sabor, a experiência, o aroma e a textura da bebida, mas, ao mesmo tempo, manter o produto minimamente processado, industrializado, sem adição de corantes e de tudo aquilo que sabemos que quanto menos fizerem parte do processo melhor para mantê-lo mais saudável e mais natural possível”. Para ele, esse é o grande desafio de trabalhar com produtos clean label.

> “O grande desafio para os produtos clean label é manter o produto minimamente processado, sem adição de corantes e de tudo aquilo que sabemos que quanto menos fizerem parte do processo melhor para mantê-lo mais saudável e mais natural possível”
>
> RICARDO Laurino
> Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB)

Desafios

"Acreditamos que para acelerar a transformação plant-based precisamos analisar o papel da indústria, do estado e dos consumidores. Olhando do ponto de vista da indústria de alimentos e bebidas, ainda há oportunidade para as marcas apostarem em outras categorias além dos leites vegetais e os análogos cárneos, que hoje são os dois produtos que mais lideram lançamentos no Brasil", acredita Sarah Minami, Coordenadora de Design & Application da Mastersense.

Para ela, existe um desafio de desenvolvimento de produtos com experiências sensoriais, tais como as de origem animal. "Graças às tecnologias em ingredientes e aromas, já conseguimos entregar excelentes produtos à base de plantas, mas precisamos vencer a barreira de percepção do consumi-



> "Do ponto de vista da indústria de alimentos e bebidas, ainda há oportunidade para as marcas apostarem em outras categorias além dos leites vegetais e os análogos cárneos"

SARAH Minami
Mastersense



Bebidas plant-based com
+ sabor & textura

Plantzyme pode ser aplicada em diversos tipos de bebidas, com mais qualidade, saudabilidade e menos açúcar.

Consulte um de nossos especialistas:
contato@prozyn.com.br | 55.11.3732-0000 | www.prozyn.com.br

prozyn
biosolutions for life



> No caso dos leites vegetais, por exemplo, há uma diferença grande na tributação que faz com que eles saiam muito mais caros que os leites de origem animal, além disso, a escala de produção ainda é menor, o que também impacta no custo final

LAURA Matiola
Mastersense

dor, que entende que esses produtos podem não ser tão gostosos ou saborosos".

Já para a Coordenadora de Marketing de Categoria da Mastersense, Laura Matiola, outro desafio da indústria que impacta o avanço desse setor é o custo apresentado ao consumidor final. "No caso dos leites vegetais, por exemplo, há uma diferença grande na tributação que faz com que eles saiam muito mais caros que os leites de origem animal, o que envolve então um terceiro influente para esse avanço: o estado. Além disso, a escala de produção ainda é menor, o que também impacta no custo final".

No quesito consumidores, é preciso mobilizá-los cada vez mais sobre o impacto ambiental através de seus hábitos alimentares. "Hoje, no Brasil, a sustentabilidade tem menos peso que a saudabilidade. Já na Europa, vemos esse cenário diferente e uma maior mobilização em relação à sustentabilidade ambiental. As questões de ética social e sustentabilidade são cada vez mais relevantes para as gerações mais novas, como a geração Z. Portanto, em resumo, o avanço desse mercado no Brasil depende de diferentes atores, cada um deles pode impactar no outro, sendo um impulsionador dessa mudança", diz Laura.

> As bebidas lácteas vegetais têm uma pegada de carbono bem menor que os leites animais, as emissões são quase dez vezes menores do que as do leite de vaca

GIOVANA Meneghel,
Nude



por três motivos: a facilidade de sourcing no Brasil – uma vez que o país é um grande produtor do cereal, – tornando o insumo mais acessível e com melhor custo-benefício se comparado a outras matérias-primas como castanha e amêndoa; tem um ciclo de plantação mais curto, o que amplia a oferta no mercado; e, o mais importante, trata-se de um dos cereais mais nutritivos.

"Partindo da inovação, tecnologia e sustentabilidade, a companhia investiu mais de R$ 3 milhões em dois anos de pesquisas, desenvolvimento, produção, ajustes fabris, campanhas de comunicação entre outros ao lado de importantes parceiros nesta co-criação como a Pronutrition, foodtech de inovação aberta em alimentos e bebidas saudáveis que apoia empresas no desenvolvimento de novos produtos", revela o CEO da Natural One, Rafael Ivanisk. As bebidas vegetais chegam ao mercado brasileiro inicialmente em quatro sabores: Tradicional/Original, Cappuccino, Cacau e Frutas Vermelhas.





> "Partindo da inovação, tecnologia e sustentabilidade, a Natural One investiu mais de R$ 3 milhões em dois anos de pesquisas, desenvolvimento, produção, ajustes fabris, campanhas de comunicação para o lançamento das bebidas vegetais"
>
> RAFAEL Ivanisk,
> Natural One

Crédito Foto: Angelo Dalbo



Posicionamento empresarial

Fundada em 2020, a Nude é uma foodtech que desenvolve seus alimentos a partir da aveia. "Comprometidos com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e suas metas de mitigação climática, somos a primeira marca da América Latina a calcular todas as etapas da cadeia produtiva e estampar a pegada de carbono na embalagem. Fizemos isso, porque nosso objetivo é ajudar a indústria e o consumidor na transição para uma economia de baixo carbono", aponta a CEO e co-fundadora da marca, Giovanna Meneghel.

Além de ser composta por vários nutrientes, como proteínas, cálcio, fósforo, ferro, manganês, potássio, vitamina A, vitaminas do complexo B e vitamina E, a aveia tem uma performance ambiental extremamente interessante. "As bebidas lácteas vegetais têm uma pegada de carbono bem menor que os leites animais – as emissões são quase dez vezes menores do que as do leite de vaca, segundo os índices dos pesquisadores Poore e Nemecek. É muito mais do que plant-based", diz Giovanna.

A aveia também é a aposta da Natural One que lançou sua primeira bebida vegetal. A escolha se deu



Barentz.

Entregando sempre a melhor solução

Aromas naturais, concentrados e emulsões - Grasse Aromas

Aromas moduladores – Grasse Aromas

Blends de vitaminas e minerais

Concentrados para refrigerante

Corantes naturais e concentrados vegetais

Omega-3/ DHA extraído de algas

Extratos naturais de chás e cafés

Fibras insolúveis

Fibras solúveis: GoFOS®, Polidextrose e Promitor®

Fortalecimento do sistema imunológico - Wellmune®

Peptídeos bioativos de colágeno – Verisol®

Fortibone®, Body Balance® e Tendoforte®

Polióis: Eritritol, maltitol, sorbitol e xilitol

Proteínas lácteas especiais

Proteínas vegetais

Sistemas de adoçamento personalizados

Soluções naturais para redução de açúcar

Stévias

Sucralose



Tovani Benzaquen - Part of Barentz

Atendimento local com Portfólio Global.

Tovani Benzaquen - Part of Barentz • Av. Angélica, 2220, 9º andar • 01228-200 • Consolação • São Paulo • Brasil
T +55 11 2974-7474 • E suporte@tovani.com.br

Saudáveis e sustentáveis

O mercado de saudáveis movimenta mais de 100 bilhões de reais, considerando nesse total desde itens orgânicos aos produtos plant-based, segundo dados da Euromonitor International. Nos últimos anos, o varejo em geral recebeu uma enxurrada de lançamentos desses produtos, fazendo o faturamento crescer globalmente cerca de dois dígitos anualmente desde 2015.

Para a Gerente da Tovani Benzaquen Ingredientes, Cristina Mazzini, os processos de obtenção das proteínas evoluíram muito e, com isso, é possível obter ingredientes que contribuam para a funcionalidade, estabilidade e corpo das bebidas, e ainda entreguem o benefício do high protein associado ao apelo de 100% vegetal.

"A Tovani Benzaquen tem como missão entregar soluções naturais, saudáveis e sustentáveis aos clientes, sendo a proteína de ervilha uma das soluções mais completas desse portfólio. E também é um produto que se enquadra perfeitamente nas questões ambientais que todas as indústrias necessitam para o bom desenvolvimento dos negócios. A proteína de ervilha é a que gasta menos água na cadeia de produção. Ela emite 19 vezes menos carbono na atmosfera do que a proteína de origem animal. Em termos nutricionais apresenta o aminograma mais similar ao da proteína animal. Além disso, é livre de gordura saturada, colesterol, lactose, alergênicos e possui maior digestibilidade. Atualmente, é possível desenvolver um produto plant-based usando apenas uma fonte de proteína vegetal que disponibilize a maioria dos nutrientes buscados pelos consumidores. No entanto, sempre há a necessidade de mantermos uma dieta balanceada e rica de micro e macronutrientes, como fibras, vitaminas, sais minerais e proteínas", destaca Cristina Mazzini.



> "Temos uma linha extensa de soluções para formulação de produtos plant-based, funcionais e clean label. Soluções naturais, saudáveis e sustentáveis para as necessidades atuais do mercado"
>
> CRISTINA Mazzini,
> Tovani Benzaquen Ingredientes

Bebidas de cereais

O mercado para produtos plant based no Brasil apresentou crescimento de mais de 70% apenas entre 2015 e 2020, chegando ao final deste período com um valor aproximado de US$ 83 milhões, segundo estudo divulgado pela Euromonitor. Para o mesmo intervalo de tempo, a ABIA (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos) apontou que o lançamento global de produtos dentro da categoria aumentou em 40%, estando o Brasil entre os países com mais opções de inovação no segmento plant based na América Latina.

Os produtos plant based, que inicialmente significavam uma alternativa de alimentos para consumidores veganos, hoje representam um movimento que engloba saudabilidade, dietas restritivas, bem-estar animal, assim como a segurança alimentar. Reforçando isso, a ProVeg International, uma organização não governamental que trabalha no campo da mudança do sistema alimentar ao redor do mundo, divulgou que, atualmente, quase 30% da demanda desses produtos é realizada por consumidores mais conscientes, que tentam reduzir o consumo de produtos de origem animal e/ou buscam uma alimentação mais saudável.

Dentre os produtos com maior destaque dentro desse segmento, estão as bebidas à base de cereais, que podem ser obtidas a partir de matérias-primas vegetais, tais como aveia, arroz, ervilha, amêndoa, coco, soja, entre outros. Elas apresentam alto valor nutricional e são compostas por vitaminas, minerais, proteínas, fibras, além de substâncias bioativas e antioxidantes, que variam de acordo com sua base vegetal e atuam na manutenção da saúde do consumidor.



"O grande desafio no desenvolvimento de bebidas à base de cereais está nas características sensoriais apresentadas pelo produto final, principalmente quanto à textura e ao sabor residual. Isso ocorre devido aos diferentes tipos de moléculas e tamanho das partículas presentes nas matérias-primas vegetais, que apresentam aroma e sensação desagradáveis durante o consumo, prejudicando a aceitação do produto pelo consumidor", explica Juliano Rost, Gerente Comercial da Prozyn Biosolutions.

Para auxiliar os clientes a inovarem dentro desse segmento, a Prozyn oferece soluções desenvolvidas para melhoria de qualidade sensorial de bebidas vegetais. A linha Stabmax Protein representa uma tecnologia clean label, à base de enzimas, que atua na melhoria de sabor e textura através da suavização do sabor residual, da redução do amargor e da melhoria do mounthfeel do produto, mesmo em bebidas com alto teor proteico, como aquelas derivadas de ervilhas. Já a linha Plantzyme foi desenvolvida para aportar mais sabor e fluidez em bebidas de cereais, por meio da atuação de enzimas que hidrolisam o amido, realçando o dulçor natural do vegetal e diminuindo a viscosidade do produto. A Prozyn ainda conta com a linha Greensugar, para quem busca inovação em produtos com zero adição de açúcares com uso de ingredientes naturais e sem sabor residual.

"O grande desafio no desenvolvimento de bebidas à base de cereais está nas características sensoriais apresentadas pelo produto final, principalmente quanto à textura e ao sabor residual"

JULIANO Rost,
Prozyn Biosolutions



> “Novas tecnologias, como a fermentação de precisão, estão vindo para elevar o segmento a “um novo patamar de sabor, mais próximo de suas referências lácteas, e de um custo cada vez menor no longo prazo”

RICARDO Martin,
Tetra Pak Brasil

Perspectivas para o futuro

Pode-se afirmar que a perspectiva das bebidas plant- based é animadora. Para Ricardo Martin, gerente de Marketing da Tetra Pak Brasil, novas tecnologias disruptivas no setor de alimentos e bebidas, como a fermentação de precisão, estão vindo para elevar o segmento a “um novo patamar de sabor, mais próximo de suas referências lácteas, e de um custo cada vez menor no longo prazo”.

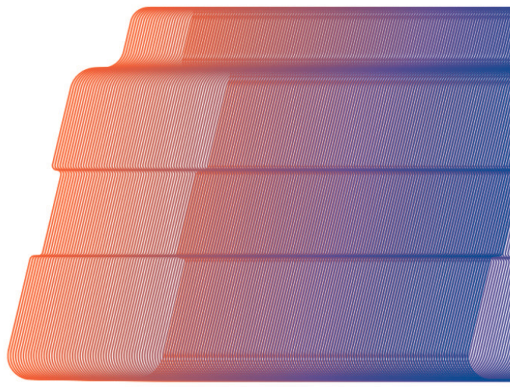
A indústria também pode investir no vegetariano, vegano, alérgico à lactose ou em busca de uma vida desconectada ao leite. “Cada vez mais estabelecida no Brasil, a demanda por produtos à base de plantas tem aumentado devido ao crescimento do consumo e à busca por mais opções. Com o mercado de bebidas, isso não é diferente. Esse tipo de alimento é uma alternativa para quem deseja reduzir, por exemplo, o consumo de lácteos tradicionais, e que foca na produção de bebidas à base de derivados de plantas”, finaliza Martin.



MULTIPET:
LÍDER DE VENDAS NO BRASIL, AGORA TAMBÉM EM TODA A AMÉRICA LATINA.

EXPO PACK Guadalajara

FISPAL TECNOLOGIA



Presença confirmada na Expo Pack Guadalajara e Fispal Tecnologia 2023.

Além de atuar em todo o Brasil, agora a Multipet está expandindo fronteiras. É por isso que a maior feira de food service da América Latina contará com a presença de inovações em equipamentos e soluções de embalagens PET Multipet.

CONFIRA AS DATAS E VENHA NOS VISITAR:

EXPO PACK GUADALAJARA: 13 A 15 DE JUNHO.

FISPAL TECNOLOGIA 2023: 27 A 30 DE JUNHO.

Multipet sopradoras

Um turbilhão de inovações no **MUNDO DAS EMBALAGENS**

O setor de embalagens vive momentos de muita inovação com uma grande certeza: impossível criar valor para a embalagem sem sustentabilidade

Por Carlos Donizete Parra

As crescentes demandas por sustentabilidade, custos e escala fazem o setor de embalagens permanecer em constante ebulição. Uma hora se destaca um tipo de material outra hora outro e, assim, vão se sucedendo lançamentos e inovações que movimentam toda a cadeia de supply.

O consumidor de alimentos e bebidas no Brasil é bastante sensível a preços, principalmente em momentos como o que vivemos agora de inflação e instabilidade econômica, sendo portanto o custo das embalagens um fator preponderante na decisão de lançamento de um novo produto. Tornando-se prioritário, inclusive, a questões tão fundamentais como a sustentabilidade. Algumas soluções precisam de adaptações ao nosso mercado para que possam surtir os efeitos desejados por todos os envolvidos na cadeia de consumo.

Fica claro que num contexto de mudança de hábitos e comportamentos dos consumidores, a embalagem tem papel fundamental na geração de valor e facilitação das operações e dos modelos de negócios.

Lata de alumínio atinge recorde de reciclagem

No Brasil, a reciclagem já apresenta índices altíssimos em materiais como a lata de alumínio que recentemente atingiu a marca histórica de 100% de reciclagem, segundo dados da Recicla Latas/Abal/ABRALATAS.

No ano passado, aproximadamente 31,85 bilhões de unidades de latas de alumínio foram recolhidas, totalizando cerca de 390,2 mil toneladas de sucata. Essa conquista do índice de 100% reflete uma evolução do país no setor, bem como uma atenção maior ao impacto ambiental que a produção de lixo possui. Esse processo também gera renda e empregos



para catadores - muitos que têm a reciclagem como única fonte de renda. Atualmente, o Brasil conta com 36 centros de coleta mantidos pelo setor, atendendo 100% do território nacional. Os locais garantem a destinação adequada de toda sucata para a reciclagem. Mais de 800 mil catadores de materiais recicláveis são beneficiados com o programa de logística reversa de latas de alumínio gerando renda de mais de R$ 5 bilhões por ano.

PET avança com resina reciclada pós-consumo

O avanço do uso do PET reciclado pós-consumo para contato com alimentos e bebidas traz ganhos extraordinários para a cadeia produtiva de bebidas, assim como representa benefícios valiosos para a economia circular.

O Brasil possui, atualmente, uma capacidade instalada de 1 milhão de toneladas de resina virgem de PET e capacidade de reciclagem de 480 mil toneladas de resina de PET.

Na questão da reciclagem, as dificuldades do PET ainda são inerentes à coleta e até mesmo à triagem dessas embalagens nos lixões.



De qualquer forma, o PET avança aumentando sua participação no mercado. Segundo dados da Abipet, o polímero cresceu 13% entre 2021 e 2022 e a chegada do PET PCR aumenta esse número para 32%.

Aumenta, portanto, a importância da reciclagem tanto na questão ambiental como comercial, afinal é mais uma opção de resina para o supply das empresas, especialmente as de bebidas.

Reutilizáveis e o refil

As embalagens reutilizáveis aparecem como uma solução rentável e sustentável tornando-se opção para a busca de um planeta mais possível de se viver. Elas ganham destaque, assim como o refil. No Brasil, nos últimos anos, estamos acompanhando um grande número de produtos utilizando-se do refil com resultados muito interessantes, destacando nessa onda os produtos de limpeza. Em alguns casos são produtos concentrados que podem ser misturados e preparados pelo consumidor que ganha no custo e benefício, tendo em casa um produto que pode ser preparado e utilizado de acordo com suas necessidades e conveniência.

A França lidera um projeto de embalagens reutilizáveis onde os

formatos são padronizados facilitando o uso na indústria. Até 2027, uma lei francesa determina que 10% das embalagens sejam reutilizáveis passando para 25% até 2030. Afim de estimular o cumprimento desses objetivos, o Governo francês concede benefícios fiscais e financiamentos para as empresas se adaptarem ao novo projeto.

Plásticos macios

Outro grande ponto de discussão e atenção são os plásticos macios (soft plastics), tradicionalmente utilizados no país para acondicionamento de açúcar, arroz, feijão, sorvetes e tantos outros produtos do setor alimentício. Na Austrália, as embalagens plásticas são coletadas separadamente de acordo com o tipo de plástico, inclusive a mesma embalagem pode ser descartada em locais diferentes, separando-se tampa e frasco por exemplo. Em algumas dessas cidades, os plásticos macios não podem ser descartados junto com o lixo e devem ser levados para lojas e pontos de coleta apropriados.



Papel é opção

O papel surge também como opção para diversas bebidas. Na Europa, uma embalagem de 5 litros para água mineral ganha espaço pela praticidade e o apelo sustentável. As garrafas de papel para cervejas e outras bebidas alcoólicas também são "testadas" em diversos países e em situações diferenciadas de consumo.

Na França, a legislação proíbe a utilização, a partir de 2030, de embalagens produzidas com materiais não recicláveis. Uma tendência que deve ser acompanhada pela maioria dos países no mundo

Uma questão de hábito e persistência da indústria que pode gerar novas oportunidades para maior utilização desse material no setor de bebidas.

Soluções do dia a dia

Chamou nossa atenção recentemente um vídeo circulando no Tik Tok de uma linha de bags plásticos para água na África. É a indústria buscando soluções que possam atender as demandas daquele mercado específico. No Brasil, a indústria de água envasada também busca seus caminhos para tornar o produto viável economicamente e mais acessível ao consumidor. Um fabricante de Minas Gerais comercializa um stand up pouch de 335ml para água adicionada de sais destinada, principalmente, para eventos esportivos. Em outro

estado brasileiro uma envasadora comercializa bags de plástico de 12 litros para água como opção aos garrafões de 20 litros tradicionalmente encontrados por todo o país. Essas embalagens devem obedecer às exigências legais e regulatórias regidas pelas leis brasileiras.

Retornáveis

A garrafa de vidro retornavel é outro movimento fundamental nesse processo de redução de custos e sustentabilidade. Nas indústrias essa embalagem pode ir e voltar mais de 20 vezes garantindo economia de custo e redução de resíduos nas fábricas. Uma facilidade operacional com impacto direto no meio ambiente.

A Ambev acaba de anunciar uma operação conjunta com o Zé Delivery garantindo a troca das garrafas vazias na casa do consumidor. O objetivo é reconstruir esse hábito perdido há décadas no Brasil.

A tentativa é muito louvável já que o consumo de retornáveis é uma prática comum em bares e restaurantes, porém uma dificuldade no consumo dentro de casa, mas extremamente importante para a economia circular do vidro.

Fatores de decisão

Por fim, é fundamental entender que a sustentabilidade desponta como um dos pilares do mercado de bebidas e, por isso, aumenta cada vez mais a utilização de embalagens alternativas que poluem menos o meio ambiente e que atendam os desejos do consumidor. No entanto, o custo ainda aparece como fator decisivo para consumidores e indústrias o que torna essencial a pesquisa e a inovação para que se possa encontrar alternativas razoáveis para as demandas desse mundo sempre mais complexo e inusitado.





Ambev produz edição limitada de cerveja com lúpulo fresco

A técnica que utiliza lúpulo fresco em flor garante maior impacto do aroma e sabor da cerveja

As cervejarias Bohemia, Ho cus Pocus, Colorado, Wäls, Goose Island e a Fazenda de Lúpulo de Santa Catarina da Ambev se uniram para produzir uma cerveja com um frescor diferenciado: a 27 horas Fresh Hop Lager, que utiliza lúpulo fresco em flor na receita, retém mais óleo essencial por não ter sido processado, o que resulta em um maior impacto do aroma e sabor da cerveja. Ela possui aroma de notas cítricas e herbais, remetendo a casca de limão, corpo médio-baixo, médio amargor, sabor cítrico e um bom drinkability.

A nova cerveja ganhou o nome de 27 horas Fresh Hop Lager porque esse foi o tempo entre a colheita e o momento do uso do lúpulo fresco na receita. Esta matéria prima viajou de Santa Catarina, onde a Ambev mantém a produção do ingrediente, até a cervejaria Goose Island, na região de Pinheiros em São Paulo, onde a cerveja foi produzida.

"Nós estamos muito animados com esse lançamento. Produzir uma cerveja utilizando lúpulo fresco é algo pouco frequente no Brasil e nós cer-

A 27 horas Fresh Hop Lager ganhou esse nome porque esse foi o tempo entre a colheita e o momento do uso do lúpulo fresco na receita



vejeiros amamos testar novas receitas e brincar com as possibilidades que as diferentes formas de preparo nos permitem. Os consumidores vão perceber ao provar a 27 horas que o uso do lúpulo em flor e fresco garante um sabor e aroma bem diferenciado a bebida", afirma Marina Pascholati, cervejeira da Ambev na Goose Island.

Sobre o processo de fabricação da cerveja, Marina explica que após a etapa de fervura do mosto, eles transferiram o mosto cervejeiro de volta para a tina de clarificação, que possui um fundo falso com uma peneira. "Fizemos uma cama de lúpulo em flor por cima da peneira e recirculamos o mosto para que ele tivesse contato com o lúpulo fresco. Depois disso, voltamos o líquido para a tina de fervura e fervemos por mais alguns minutos. Depois, na etapa do whirlpool – processo que realiza uma filtragem na cerveja -, colocamos em imersão alguns bags com o lúpulo em flor e deixamos em contato por alguns minutos. Utilizamos o lúpulo fresco nessas várias etapas do processo de produção, garantindo o sabor especial da cerveja".

A 27 Horas Fresh Hop Lager será comercializada na Goose Island Brewhouse e na Hocus Pocus em São Paulo.

A experiência do **cultivo do lúpulo** na serra fluminense



Projeto iniciado em 2018, em Teresópolis, já recebeu cerca de R$ 5 milhões em investimentos e está na sexta fase de desenvolvimento

Por Diego Gomes

Iniciamos o Programa do Lúpulo no Grupo Petrópolis em novembro de 2018, com o objetivo de desenvolver e fomentar a cultura da produção de lúpulo nacional. Atualmente, temos nossa plantação na Fazenda São Francisco, em Teresópolis, RJ, com 13.175 plantas em uma área de 5,85 hectares, com 15 cultivares diferentes.

Decidimos, desde o início desta jornada, ter uma participação ativa entre os pilares que consideramos que serão capazes de propiciar o sucesso dessa cultura no Brasil, ou seja, a atuação conjunta entre setor privado, universidades e poder público. Nossa abordagem abraça toda a cadeia desde o cultivo, passando pelo processamento e o fomento da produção de cervejas que possam ser desenvolvidas com base nessa experiência tropicalizada.

Foi assim que também tivemos a satisfação de desenvolver e disponibilizar, por meio do nosso canal de comercialização Bom de Beer, a cerveja Black Princess Braza Hops, que foi a primeira produzida com o lúpulo cultivado em nossa fazenda, em um trabalho conjunto com o Centro Cervejeiro da Serra, em 2020. A Braza Hops é uma German Pilsner, estilo elaborado em 1870, na Alemanha. Como tal, apresenta cor dourada, coberta por um colarinho branco e duradouro. No aroma e paladar, o lúpulo se sobressai ao malte, e nesta receita em especial utilizou-se a variedade Comet, que confere aroma e amargor à cerveja.

O lúpulo Comet foi adicionado na receita da Braza Hops ainda fresco, em flor, para otimizar seu potencial aromático e ressaltar ainda mais suas características de frescor, por meio de notas cítricas, florais, com suave herbal e picância. No paladar a Braza apresenta corpo, amargor, sa-

bor e refrescância na medida certa, próprios para uma Pilsner.

A primeira edição da Braza Hops foi um sucesso e esgotou rapidamente em nosso e-commerce. O público que degustou pedia muito uma reedição e ela foi feita em julho de 2022. O público poderá matar a saudade do sabor do lúpulo da serra fluminense, que se destaca na bebida. A segunda edição do rótulo Braza Hops teve envase de 2 mil long necks.

Desde 2021 o nosso lúpulo em flor também passou a ser comercializado em nosso site, em embalagens de 100g. Este ano demos mais um passo à frente nesta jornada e estamos trabalhando para disponibilizar para venda on-line o lúpulo peletizado, formato em que é colhido, seco em estufa, triturado inteiro e comprimido em formato de pellets.

Em nosso projeto de cultivo do lúpulo, somos muito precisos nas avaliações dos resultados de cada ciclo vivido, para determinar o próximo passo a ser dado. Por isso, o projeto está subdividido em diferentes focos, para que a gente seja capaz de acumular distintos conhecimentos simultaneamente e, assim, acelerar o processo de aprendizado e disseminação da cultura.





Fases do projeto e cultivo

A Fase 1 é uma área voltada para pesquisa e desenvolvimento, em parceria técnica com a UFRRJ e a Embrapa. Por meio dessas pesquisas, conseguimos desenvolver novos métodos de manejo do solo e identificar as cultivares que melhor se adaptam à região e ao clima. Além disso, produzimos internamente um fertilizante orgânico feito do bagaço de cevada, gerado no processo cervejeiro, junto ao farelo de mamona, o bokashi, parte do Programa de Economia Circular do Grupo Petrópolis. Com ele, o Grupo teve redução de custo com compra de fertilizantes industrializados e melhoria da estruturação física, química e biológica do solo. O bokashi é produzido na Fazenda Santa Rosa, localizada ao lado da fazenda São Francisco, onde fica nossa plantação de lúpulo. Em 2021 foram produzidas 105 toneladas deste fertilizante natural.

Na Fase 2, já tivemos três safras e aplicamos constantemente todos os estudos realizados na Fase 1, voltados para manejo do solo, suplementação luminosa e irrigação, com o objetivo de aumento de produção e produtividade.

As fases 3, 4 e 5 são áreas de expansão do programa que espelham experiências acumuladas nas fases 1 e 2, porém em uma área com características desafiadoras e que representam o relevo predominante da região serrana.

Vale lembrar que uma nova área piloto foi aberta nas dependências de nossa fábrica em Uberaba-MG em junho de 2021. Esse novo experimento oferece a oportunidade de avaliar o comportamento da cultura do lúpulo em uma região com características de relevo e clima completamente diferentes da região serrana do Estado do Rio. Em novembro de 2021, foi realizada a colheita das cultivares plantadas, com resultados que contribuíram para a decisão de expandir o cultivo na região.

O processamento após a colheita é um capítulo especial, em que trabalhamos com determinação, para que os cones que chegam do campo tenham suas características preservadas. Estamos empenhados em, aos poucos, identificar e destacar as propriedades advindas da tropicalização. Aqui, também avaliamos que se encontra o principal elo entre os pequenos produtores e o escoamento da produção, por existir a possibilidade de se transformar em unidade centralizada e otimizada de recursos, capaz de acolher e processar a produção da região.

A safra de 2023, por sua vez, é o resultado dos aprendizados que conquistamos em nossa jornada, onde a 1ª colheita da fase 06 teve uma produtividade 500 kg de lúpulo seco por hectare com uma qualidade surpreendente. Os frutos dos nossos esforços já começam a serem colhidos e foram reconhecidos na última Copa Brasileira de Lúpulos, realizada na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), onde três de nossas variedades da última safra, conquistaram duas medalhas de ouro e uma de bronze!



O Brasil é protagonista na história da cerveja do mundo. Queremos criar uma cultura de engajamento com produtores locais para fomentar o cultivo de lúpulo no País. Como parte de nosso escopo para a propagação e o fortalecimento da cadeia, também temos promovido atividades periódicas de intercâmbio, como foi o Dia da Colheita, em março de 2020, e o Dia de Campo, em novembro de 2021, quando reunimos muita gente que demonstra interesse em fazer parte desta cadeia de cultivo, para apresentação de informações e compartilhamento de experiências que são trazidas por outros produtores, especialistas e representantes dos três pilares: setor privado, universidades e poder público.

Nosso programa do Lúpulo mantém a fidelidade e compromisso com o espírito de ser uma casa acolhedora para a pesquisa e, com o conhecimento acumulado, disseminar as experiências bem-sucedidas para que possam ser adotadas, reproduzidas e multiplicadas em diferentes escalas e ambientes de cultivo pelo País. Nossa expectativa é de que, ao longo do tempo, contribuiremos de maneira decisiva para a consolidação da cultura do lúpulo no Brasil e, como consequência, entre outros avanços, provocaremos a redução da emissão de gases com transporte, ao encurtar as distâncias entre o ponto de origem desse insumo e as nossas fábricas.

Diego Gomes
diretor Industrial do Grupo Petrópolis

TRANSFORME TAMPAS TETHERED EM UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS



A solução de embalagem certa para o seu produto é essencial para a aceitação e apelo do consumidor. Com os especialistas da Sidel, você pode ajustar sua linha para melhorar a lucratividade a longo prazo e atingir suas metas de economia circular sem sacrificar a eficiência.

sidel.com

Performance through Understanding

Sidel



Baobá apresenta microlote Semear e Acolher

Cultivados em terras vulcânicas e grãos com graduação acima de 84 pontos, os produtos adicionam notas mais intensas e consumo responsável à experiência do café

A marca de cafés especiais Baobá lança os microlotes "Semear" e "Acolher", duas novas seleções de cafés com graduações acima de 84 pontos. Ambos os produtos fazem parte da linha Microlotes Baobá, que carregam características tanto do processo produtivo quanto de atributos e notas destacadas pelos Q Graders.

Os microlotes "Semear" e "Acolher" são cafés 100% arábica, cultivados em regiões de altitude elevada, onde as condições climáticas favorecem o desenvolvimento de um grão com sabor e aroma notáveis. O cultivo é feito em altitudes de 1.050 e 1.110 metros, respectivamente, na região de São Sebastião da Grama, no estado de São Paulo.

O microlote certificado Semear tem notas de tangerina, rapadura e floral, acidez cítrica e corpo médio/alto. Os grãos são da variedade Tupi, cultivado em talhão sombreado, onde o plantio acontece em lugares de sombra, aumentando a qualidade da bebida devido a sua maturação lenta. A fim de proporcionar uma bebida mais delicada e suave, a produção foi feita usando o processo honey, no qual a casca é retirada da polpa da fruta.



Cultivado na variedade Obatã amarelo, o microlote certificado Acolher oferece uma bebida de alta qualidade, com processo de fermentação totalmente natural e secagem realizada no terreiro 100% de cimento. A bebida tem notas frutadas e damasco, acidez cítrica, mel e corpo médio/alto.

Os microlotes "Semear" e "Acolher" são uma seleção especial e limitada, disponível na versão em grãos, em embalagens de 250 gramas. Ambos os produtos são cultivados em solo vulcânico, rico em minerais e nutrientes, o que pode resultar em um café mais complexo e com notas mais intensas. Além disso, a altitude elevada, aliada às temperaturas amenas e à umidade do ar, contribui para um amadurecimento mais lento dos grãos, o que pode resultar em um sabor mais equilibrado e uma acidez mais acentuada.

Engarrafador Moderno



SOLUÇÕES COMPLETAS EM LATA E VIDRO

DO MALTE AO PACKAGING: LATA E VIDRO? TANTO FAZ



ZEGLA
DESDE 1982

WWW.ZEGLA.COM.BR @zeglabr

Poty lança água mineral em lata

Levity chega ao mercado em lata de 269 ml



A Poty Cia de Bebidas lança a Levity, água mineral com gás em lata de 269 ml. Essa nova versão da marca é a novidade da empresa que vem investindo em embalagens de materiais renováveis. A Levity terá em breve também a lata de 350 ml nas versões com e sem gás. Atualmente é envasada em galão premium de 20 litros, garrafas PET de 1,5 litro, 510ml, 310ml e o copo de 200ml. A garrafa de 1,5 litro tem leitura em braille em sua embalagem.



A Levity terá em breve também a lata de 350ml nas versões com e sem gás

"A Levity é uma água de qualidade superior, naturalmente alcalina. Com essa versão em lata seguimos o conceito de inovação, em um modelo de embalagem reciclável, seguindo a tendência mundial de sustentabilidade", afirma José Luiz Franzotti, presidente da Poty.

De acordo com a gerente de marketing e comunicação da Poty, Sandra Franzotti Gubolino, as bebidas em lata entram no conceito de economia circular e agregam às marcas e consumidores mensagens de sustentabilidade. "Essa é uma tendência que muda o comportamento das pessoas em prol de um planeta mais saudável. No Brasil cerca de 95% das embalagens em lata são recicladas, sem prejuízo ao meio ambiente."

equipamentos mcpack

SOLUÇÕES INOVADORAS E TECNOLÓGICAS PARA SUA EMPRESA

DOSADOR DE AROMAS

O Dosador de Aromas, modelo Flavor Doser, da MCPack é um equipamento dosador de soluções líquidas, tais como aromas, corantes, sais minerais, etc, aplicado às linhas de envasamento que possuem como produtos finais águas saborizadas, produtos de limpeza, entre outros.

Sua função é dosar uma pequena quantidade de aroma concentrado no interior de uma embalagem dando aroma e sabor a ela.

A ideia é poder criar um produto único como uma água aromatizada sem necessidade de uma xaroparia.





SISTEMA DE INSPEÇÃO - FILTEC

Sistemas eletrônicos de inspeção de qualidade para toda a linha de envasamento.

Inspeções:

- Latas e garrafas vazias
- Nível de enchimento, tampa e monitoramento de válvula.
- Rotulagem e codificação
- Caixas vazias e completas

Lançamento 2023 - Omnivision 4

A evolução do inspetor de garrafas vazias. Altíssima resolução das inspeções, com software moderno, confiável e amigável.

DOSADOR DE NITROGÊNIO

O sistema de dosagem de nitrogênio é ideal para linhas de envase de produtos não carbonatados, tais como água, sucos, chás, etc. O equipamento é instalado entre o envase e o fechamento da embalagem.

Suas principais funções:

- **Inertização do head space** (garantia da qualidade).
- **Pressurização da embalagem** (redução de gramatura da embalagem e aumento de "top load").



equipamentos mcpack

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA
Rua Antônio José Borges, 470 - SP
www.mcpack.com.br
(11) 5044-4535

@mcpack_equipamentos
mcpack
EquipamentosMcPack

CD 4.0 prepara Ypê para o futuro



Ypê investe em tecnologia para implantação de um dos mais modernos centros de distribuição da América Latina

Por Carlos Donizete Parra

Uma visita ao novo CD da Ypê é muito mais que um evento corporativo. É um exercício futurístico incrível. O CD 4.0 está instalado no Complexo Industrial da Ypê, um espaço composto por 9 fábricas que produzem desde óleo vegetal, passando por embalagens até chegar aos produtos de higiene e limpeza entregues a milhões de lares brasileiros e que fazem o sucesso da empresa no mercado nacional. O atendimento carinhoso dos anfitriões (Ypê e E80 Group) combina com o cenário do CD tomado por robôs e LGVs, deixando o ambiente com a cara de cidadezinha do interior onde está instalada a fábrica, em Amparo, a cerca de 120 kms de São Paulo.

Os produtos da Ypê estão presentes em 94% dos lares brasileiros em 23 categorias diferentes com um portfólio amplo e crescente. Pela terceira vez foi eleita como a marca mais escolhida no universo online. São 6 unidades industriais, 28 unidades logísticas, mais de 3000 clientes atendidos em 1900 municípios brasileiros. Entregar um serviço de qualidade ao cliente e aos consumidores exige da distribuição enorme capilaridade e agilidade.

Com esses objetivos, a Ypê iniciou lá em 2018 o projeto de ampliação e modernização do seu Centro de Distribuição culminando no mais moderno CD da América Latina e que vai gerar mais competitividade contribuindo para a liderança da empresa no setor de limpeza. "Trata-se de um projeto de grande ousadia e que nos coloca em posição de destaque para enfrentar os desafios do presente e do futuro que toda empresa na área de consumo tem pela frente", garante Waldir Beira Júnior, Presidente Executivo da Ypê.

Eficiência e segurança ao processo

Instalado em uma área construída de 50 mil metros quadrados, o Centro de Distribuição dispõe de uma estrutura com 43 mil posições de paletes de armazenamento, 58 docas de expedição, 6 esteiras de recebimento e 318 colaboradores responsáveis pela movimentação de cerca de 500 carretas por dia.

> "Esse projeto nos coloca em destaque para enfrentar os desafios do presente e do futuro"
>
> WALDIR Beira Jr.,
> Presidente Executivo da Ypê

São 72 AGVs/LGVs de três tipos, que executam tarefas diferentes de acordo com a necessidade do CD, sendo que dois desses LGV's ficam sempre em manutenção preditiva. Os LGVs garantem ao sistema uma disponibilidade superior a 99%. Através da tecnologia de picking por camadas, os robôs montam os paletes de acordo com a necessidade dos clientes permitindo a colocação de diferentes sku's. Esse sistema traz mais agilidade na preparação das remessas aos clientes que necessitam de paletes com produtos e camadas diferentes.

Todo o recebimento é automatizado, realizado por esteiras que agilizam o sistema permitindo o descarregamento de um caminhão cheio em menos de 5 minutos. Toda a solução é gerenciada pela plataforma software SM.I.LE80 desenvolvida pelo E80 Group que permite que sistemas e fluxos dentro do CD sejam coordenados e monitorados em tempo real, garantindo maior eficiência e rastreabilidade das operações.



O CD 4.0 trabalha de forma autônoma garantindo o máximo de eficiência e segurança ao processo. Eficiência, agilidade e produtividade que já apresentam inúmeros resultados. Antes da implantação do CD 4.0, o tempo médio de carregamento de 1 caminhão na Ypê girava em torno de 9 horas, esse tempo caiu para algo em torno de 4h20 minutos com uma taxa de erro perto de 0,06%.

Benefícios já conquistados

- Melhoria do nível de serviço ao cliente;
- Melhoria da eficiência operacional;
- Redução de mais de 50% no tempo dos caminhões dentro do pátio da empresa. São quase 500 caminhões por dia dentro da Ypê;
- 0,06% de erro no carregamento de caminhão;
- Rastreabilidade de 100% dos processos no CD;
- Melhoria exponencial na segurança do trabalho
- Gestão online de todo o processo do CD

"A tecnologia da E80 possibilitou um diferencial competitivo que lá na frente vai fazer a diferença em relação aos nossos concorrentes. Além disso, a pegada de carbono, a sustentabilidade com redução do consumo de energia e outros insumos só é possível com essa tecnologia. Com esse processo totalmente lean, digital e automatizado fornecido pelo E80 Group conseguimos obter uma confiabilidade maior, entrega mais veloz, uma adaptabilidade às mudanças do mercado. Hoje conseguimos estar mais alinhados com nossos clientes, garantir que as expectativas deles sejam atendidas e, com isso, vamos aumentar a parceria e crescer junto com eles", explica Eduardo Beira, Diretor de Engenharia e Manutenção da Ypê.

A complexidade do projeto, bem como o crescimento e os requisitos de qualidade de entrega apresentados pela Ypê, colocaram desafios consideráveis. "Com o objetivo de implementar uma solução sob medida para o centro de distribuição da Ypê, a aplicação do software de simulação de eventos discretos, SmartDesigner, teve um papel fundamental, permitindo a realização de testes em ambiente simulado e controlado. Dessa forma, foi possível obter resultados antecipadamente, antes da implantação da solução, e estabelecer investimentos, fazendo as alterações necessárias. Através da utilização da ferramenta, foram



"Hoje estamos mais alinhados com nossos clientes, atendendo suas expectativas e, com isso, vamos aumentar a parceria e crescer junto com eles"

EDUARDO Beira,
Diretor de Engenharia e Manutenção da Ypê

> Com a utilização das tecnologias apropriadas foi possível identificar a solução intralogística mais eficiente, com 95% de confiabilidade, respondendo a aumentos de produção ou mudanças de mercado

LUCA Guidetti,
Head of Sales & General Manager
do Grupo E80 no Brasil



simulados os fluxos da fábrica, avaliando todos os cenários operacionais, atuais e futuros, garantindo assim o desenvolvimento de um cenário realista. Assim, foi possível identificar a solução intralogística mais eficiente, com 95% de confiabilidade, respondendo a aumentos de produção ou mudanças de mercado", explica Luca Guidetti, Head of Sales & General Manager do Grupo E80 no Brasil.

Outro grande desafio é que esse CD foi implantado durante a pandemia. Segundo o diretor de operações logísticas da empresa, Iclacir Mascarello, a equipe realizou as operações do dia a dia em meio às mudanças de implantação do Centro de Distribuição. " Foi um grande desafio não perder faturamento na principal unidade da empresa e não prejudicar as obras. Outro desafio foi capacitar a equipe e fazer essa transição de um modelo tradicional para esse projeto totalmente automatizado e digital. A equipe se adaptou muito bem e com isso mantemos nosso propósito de desenvolver e manter nossos colaboradores na empresa", comemora Iclacir.



> Um grande desafio foi capacitar a equipe e fazer a transição de um modelo tradicional para esse projeto totalmente automatizado e digital

ICLACIR Mascarello,
Diretor de Operações
Logísticas da Ypê

Empresa familiar e 100% brasileira, a Ypê participa de diversos projetos sociais que mostram sua preocupação com as pessoas e comunidades, principalmente no entorno de suas unidades. Uma das maiores empresas de produtos de limpeza do Brasil, o Projeto CD 4.0 é fundamental para a estratégia de crescimento e posicionamento no mercado. A companhia é referência em qualidade de entrega e atendimento aos clientes garantindo a competitividade necessária para o futuro.

Solução robótica pioneira: Nova paletizadora de alto desempenho da KHS aumenta a eficiência da linha

Com a ajuda da robótica moderna, a KHS traz a paletização com entrada baixa para alto desempenho – independentemente de se tratar de latas, PET ou vidro. Para os fabricantes de bebidas, isso significa operação mais fácil, mais eficiência e maior disponibilidade. O ponto de partida para o desenvolvimento da nova paletizadora Innopal PLR de alto desempenho da KHS foi a ideia de combinar as vantagens das máquinas de entrada baixa com o desempenho das paletizadoras de entrada alta. A principal questão na sala era como aumentar a eficiência em comparação com as máquinas convencionais.

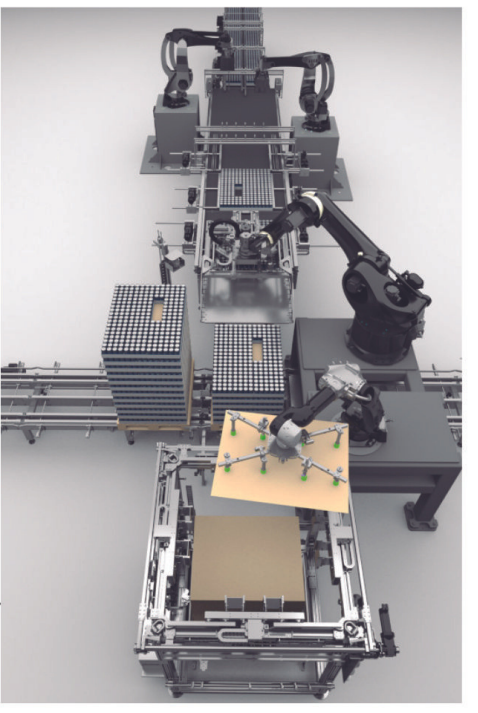
Até agora, na paletização com uma entrada baixa, o transportador transversal, que deposita os pacotes da correia transportadora no palete estacionário, move-se para cima a cada camada adicional, começando na altura da entrada e voltando novamente para agarrar a próxima camada. Percorrer longas distâncias resulta em uma capacidade limitada de cerca de 360 camadas por hora se nenhuma outra medida for tomada. Maiores resultados podem ser alcançados, por exemplo, reduzindo o tempo de troca de paletes. É o caso, por exemplo, da paletizadora KHS Innopal PB NF, que pode colocar até 500 camadas por hora.

Por outro lado, se você precisa de uma produção ainda maior, deve optar por uma paletizadora com entrada alta. Aqui, em vez do transporte cruzado, apenas o palete se move. No início da deposição das camadas, ele fica na altura da entrada – geralmente em torno de três metros acima do piso do galpão. Com cada camada acabada, o palete desce gradualmente em sua altura. Isso reduz enormemente as distâncias e o tempo de ciclo, de modo que é possível uma produção de até 750 camadas por hora, como com o KHS Innopal PB HSS. Quando o palete estiver cheio, ele deve ser retirado da máquina antes que o novo palete possa ser trazido de volta à altura da entrada.

Robótica em vez de padrão

Por uma série de razões, no entanto, as paletizadoras com entrada alta estão se tornando cada vez mais impopulares no mercado.

Uma razão para isso é que eles exigem dois níveis operacionais – abaixo para transporte de paletes e acima para transporte de embalagens. Isso requer uma plataforma que, com os conhecidos riscos para a segurança do trabalho, pode ser acessada por uma escada. Se o operador estiver no topo, ele geralmente não tem ideia do que está acontecendo abaixo. Além disso, os recipientes devem ser levados até a altura da entrada. Isso pode ser feito por meio de um transportador longo ascendente ou em espiral. Como a própria plataforma, ambos causam custos consideráveis e são relativamente demorados em termos de instalação e comissionamento.



Robô de almofada de camada
Fonte: Jan Schwerdtfeger

“Neste cenário, nossos clientes estão cada vez mais expressando desejo por paletizadoras com entrada baixa, a fim de reduzir o volume de investimento e aumentar a segurança”, afirma Christoph Wiesenack, gerente de produtos de paletização da KHS. Nesse contexto, a maioria dos concorrentes está otimizando a tecnologia convencional para aumentar seu desempenho. Isso inclui, por exemplo, o uso de um segundo transportador transversal para desacoplar o caminho vertical do horizontal e, assim, reduzir o tempo de espera na troca de paletes.

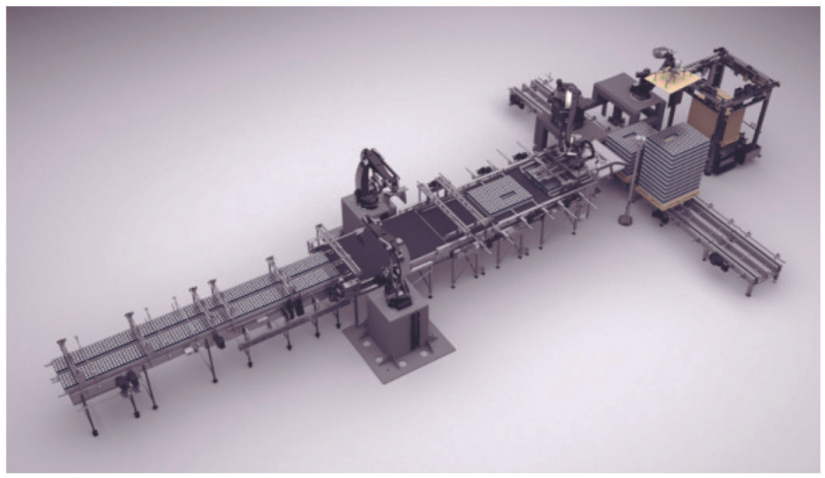
Com sua nova paletizadora Innopal PLR de alto desempenho, a KHS está conscientemente adotando uma abordagem diferente, confiando inteiramente na robótica: “Até agora, os robôs têm sido usados principalmente para tarefas especiais que as paletizadoras convencionais não podem realizar com eficiência”, explica Wiesenack. “Eles não estavam realmente associados a alto desempenho.” A equipe de desenvolvimento criou as condições para paletizar até 625 camadas por hora – isso corresponde a uma capacidade nominal de até 135.000 latas por hora – dependendo do diâmetro. “Para fazer isso, posicionamos todos os elementos dentro da célula de paletização de forma que o robô possa se mover de maneira ideal. Por outro lado, as descrições de movimento recém-definidas permitem velocidades mais altas. Além disso, ocorre a afinação do movimento com um segundo robô que utiliza camadas intermediárias.”

Foco na rapidez e eficiência

Para que a Innopal PLR também possa ser utilizada em linha de PET ou vidro, a KHS desenvolveu cabeçotes para garrafas PET e vidro, que podem processar até 600 camadas por hora, além do cabeçote destinado às latas no final do braço do robô. Elas são mais altas para acomodar os recipientes maiores e cargas mais pesadas.

Obviamente, o fato de o foco geral estar na eficiência e no desempenho não prejudica os formatos que podem ser processados com a Innopal PLR. A paletizadora é projetada para todos os tamanhos comuns – de paletes Euro e meio palete até os paletes industriais internacionais mais comuns. A mudança de formato é realizada pelo ajuste totalmente automático dos sistemas de centragem, que envolvem firmemente as camadas e garantem que elas não se movam durante o transporte ou quando são colocadas e que sua formação não se dissolva.

“Comparado às paletizadoras clássicas, onde a camada é empurrada apenas por trás, este sistema permite uma aceleração mais rápida e, portanto, maior desempenho”, diz Wiesenack com satisfação.



Paletizadora Innopal PLR de alto desempenho KHS
Fonte: Jan Schwerdtfeger

Excepcionalmente robusto

O especialista da KHS vê a confiabilidade operacional como a vantagem mais importante da solução de robô: “Durante o processo de desenvolvimento, pudemos nos concentrar totalmente em pegar e assentar as camadas com nossos novos cabeçotes de uma forma suave para o produto”, enfatiza ele. Além disso, são máquinas extremamente robustas, com poucas paradas e baixos custos de manutenção.

Ao eliminar superestruturas na mesa ou uma grande estrutura na paletizadora, o operador tem uma boa visão geral de toda a área de paletização. Isso significa que a Innopal PLR pode ser facilmente operada por apenas uma pessoa.

Para solução de problemas descomplicada, a nova paletizadora está preparada para conexão com o sistema de diagnóstico remoto KHS ReDiS.

Wiesenack se orgulha de usar a robótica no setor de alto desempenho: “Até agora, tratava-se principalmente de soluções altamente flexíveis e específicas do cliente na faixa de potência mais baixa. Agora a KHS pode mostrar que podemos otimizar totalmente nossos robôs para alta velocidade e integrá-los em uma solução padrão fortemente voltada para as necessidades do mercado.”

Mais informações você encontra em:
www.khs.com

COCA-COLA é a marca preferida dos brasileiros

Top 5 tem ainda Ypê, Perdigão, Seara e Italac



A edição 2023 do Brand Footprint, da Kantar, aponta que a Coca-Cola continua sendo a marca preferida dos brasileiros, seguida por Ypê, Perdigão, Seara e Italac. Além disso, o estudo identificou mudanças significativas de comportamento: devido à diminuição do poder de compra em consequência da inflação nos preços de bens de consumo massivo (alimentos, bebidas, artigos de limpeza e itens de higiene e beleza pessoal), o consumidor foi mais vezes ao ponto de venda para comprar menos itens por viagem como estratégia para equilibrar os gastos.

Diante desse cenário, marcas que diversificaram pontos de venda e repassaram menos aumento de preço ao consumidor entraram em mais lares em 2022.

Realizado anualmente, o relatório Brand Footprint mede a presença das marcas dentro dos lares em escala local. Para isso, é usada uma métrica batizada de Consumer Reach Point (CRP), que mensura quantas famílias compram produtos de determinadas empresas e com que frequência isso ocorre. Nesta edição, foram analisadas 350 marcas no Brasil com inclusão de três novas categorias: carnes suínas, mortadelas e salsichas.

As cinco mais escolhidas pelos brasileiros continuaram as mesmas de 2021. Coca-Cola lidera, com 555 milhões de CRPs, mesmo com uma queda de 14 CRPs frente ao ano anterior, queda puxada, principalmente, pelo aumento de preço acima da média da categoria e queda na frequência de compras. Em seguida, quase empatada, com 552 milhões de CRPs, vem Ypê, com um avanço de 14 CRPs em relação ao ranking anterior, que pode ser explicado pela maior presença em variados

canais de compra. Em seguida aparecem Perdigão, com 443 milhões de CRPs e um aumento de 26 CRPs em relação ao anterior; Seara com 398 milhões de CRPs (+ 17 CRPs); e Italac, com 379 milhões de CRPs (+27 CRPs), essas últimas utilizando a estratégia de maior mix de canais e menor repasse de preços.

Entre as 50 marcas que mais se destacaram no ranking 2023, 15 perderam CRPs e 33 ganharam CRPs, sendo que, dessas, 23 apresentaram repasse de preço abaixo da média da categoria. O crescimento de CRPs em 2022 foi muito superior aos anos anteriores, de 8 a 15 pontos de penetração (p.p.), enquanto no passado chegavam a, no máximo, 11 p.p., algo nunca visto. Cerca de 46% do faturamento dessas marcas mais escolhidas vieram da estratégia de mix de mais de oito canais.



Das 10 marcas que mais ganharam penetração nos lares em 2022, seis aumentaram mix de canais e fizeram ajuste de preço abaixo da média da categoria

Com a diminuição do poder de compra em consequência da inflação nos preços de bens de consumo massivo, o consumidor foi mais vezes ao ponto de venda para comprar menos itens por viagem como estratégia para equilibrar os gastos

O novo relatório mostra ainda que o brasileiro desembolsou cerca de 17% a mais por produto e 19% a mais no total da conta em 2022, na comparação com 2021, e aumentou em 11% a frequência de compra, levando cerca de 9% a menos em unidades. Cerca de 27% desses compradores visitaram oito ou mais canais de compra (em 2021 esse percentual foi da ordem de 19%), enquanto 56% foram a de cinco até sete canais (em 2021 eram 55%), e 17% visitaram até quatro canais, 8 pontos a menos do que em 2021.

"O brasileiro vem comprando de maneira diferente. Ele visita mais canais ao longo do mês e compõe os carrinhos de compra de outra forma. Adquire menos itens por viagem e está mais aberto a experimentar novas marcas para driblar a alta dos preços e equilibrar os gastos. As marcas que prestaram atenção a isso e diversificaram o ponto de venda, sem repasse de preço, se beneficiaram e conquistaram mais lares em

O cenário econômico e a capacidade das marcas de aproveitarem o momento, via crescimento de categorias (proteínas), indulgência (biscoitos, pães e bolos) e marcas consolidadas + acessíveis

1	Coca-Cola	=	11	Soya	-1	21	Sazón	+4	31	Liza	-3	41	3 Corações	+1
2	Ypê	=	12	TANG	+2	22	OMO	-4	32	FANTA	+4	42	Frimesa	+7
3	Italac	=	13	VITARELLA	-1	23	Quero	-1	33	HELLMANN'S	+4	43	natura	+2
4	PERDIGÃO	=	14	itambé	+2	24	Tixan Ypê	=	34	Fugini Alimentando a Vida	+12	44	NIVEA	=
5	Seara	+6	15	Qualy	-2	25	VIGOR	-2	35	ASSOLAN	+3	45	Rexona	-11
6	Piracanjuba	=	16	Bauducco	+5	26	Marilan	-7	36	PALMOLIVE	-1	46	seda	-3
7	Sadia	=	17	Nestlé	+3	27	SORRISO	-1	37	BOM BRIL	-8	47	Minuano	=
8	MARATÁ	+1	18	PANCO	+9	28	Brilhante	+5	38	NINHO	-6	48	LUX	+6
9	Colgate	-4	19	NESCAU	-4	29	Guaraná Antarctica	+2	39	Dove	+1	49	TIROL	-1
10	NISSIN	-2	20	aurora	-3	30	Elegê	+9	40	Limpol	-10	50	Maggi	+14

Fonte: Kantar, Brand Footprint 2022, Filtro Brasil | CRP | Ano Móvel Outubro 2021 vs Ano Móvel Outubro 2020

2022", analisa Elen Wedemann, CEO da divisão Worldpanel da Kantar.

Marcas mais escolhidas em 2022

Em um ano onde o consumidor experimentou mais marcas, dez marcas passaram a ter mais de 50% de presença nos lares brasileiros: Natura, Ninho, Delícia, Visconti, Garoto, Yoki, Intimus, Elegê, Close-Up, Dona Benta e Vitarella.

Das 10 marcas que mais ganharam penetração nos lares em 2022, seis aumentaram mix de canais e fizeram ajuste de preço abaixo da média da categoria. Foram, nessa ordem, Downy, com +15,3 pontos de penetração (p.p.); Flor de Ypê com +12,9 p.p; Above com +10,5 p.p.; O Boticário, com +10,1 p.p.; Garoto com +10 p.p; Monange com +9,6 p.p.; Ninho com +9,1 p.p.; Visconti +8,9 p.p.; Natura com +8,7 p.p.; Pepsi com +8,3 p.p.; Crystal com +8,3 p.p. e Elseve com +8% p.p.

É importante destacar que no ano passado 192 marcas ganharam presença (CRPs) nos lares brasileiros, 10 a mais do que 2021, o que revela que o consumidor está mais aberto a experimentação e variação. Em 2019 o brasileiro comprava 24 marcas e hoje compra 27.

"Este é um momento de retomada do consumo. O consumidor está disposto a trocar de marcas e testar novas. As marcas que estiverem atentas às constantes mudanças no comportamento de compra do brasileiro conquistarão e fidelizarão mais consumidores", completa Wedemann.



Serviços Tetra Pak

Conheça os serviços personalizados da Tetra Pak para apoiar as principais necessidades da indústria de alimentos e bebidas

Para a indústria de alimentos e bebidas, o funcionamento de uma fábrica precisa acontecer de forma eficiente, padronizada e integrada. Esses fatores são essenciais para um bom desempenho e para uma entrega de qualidade do produto. E para manter a fábrica em pleno funcionamento, algumas iniciativas são necessárias para otimizar os custos, trazer melhorias para todas as etapas do processo e garantir a segurança dos alimentos e bebidas.

Com um vasto portfólio de serviços, apoiamos diretamente o setor, garantindo qualidade e excelência, além de propor as melhores soluções. Conheça alguns dos principais serviços oferecidos pela Tetra Pak:

Serviços de Manutenção
A Tetra Pak oferece, com equipe treinada e regionalizada, todo o tipo de serviços de manutenção para garantir a confiabilidade dos equipamentos do seu portfólio. Com grande foco nas atividades preventivas, oferecemos Soluções de Manutenção de Equipamentos, que trazem previsibilidade de custos e melhor gestão de paradas para eventos de manutenção.

Peças
A empresa tem como compromisso garantir que os clientes tenham todas as peças originais de alta qualidade que precisam. Nosso centro de distribuição e logística, localizado na cidade de Monte Mor, possui diversos itens em estoque, e opera 24/7.

Consumíveis
A escolha correta dos adesivos, lubrificantes e outros insumos é importante para um bom desempenho de toda a linha de produção. Por isso, a Tetra Pak desenvolveu e selecionou uma variedade de insumos que contribuem para a redução da manutenção, das interrupções não planejadas e do consumo.

Serviços de Treinamento
Os serviços de treinamento têm como objetivo oferecer capacitação técnica, com o objetivo de apoiar as empresas a aumentarem o engajamento e competências dos funcionários, além de aprimorarem o desempenho operacional. Além dos treinamentos formatados, oferecemos a possibilidade de customizá-los, dependendo das necessidades das equipes.

Serviços especializados
Com a área de serviços especializados, é possível avaliar, medir e comparar o desempenho operacional da indústria para ajudar os negócios a não saírem dos trilhos. Além disso, as empresas podem contar com toda experiência e preparação para suportar os clientes na introdução da metodologia *Total Productive Maintenance (TPM)*, conferida pelo *Japan Institute of Plant Maintenance (JIPM)*.

Componentes de Plantas
Também fornecemos aos nossos clientes componentes de planta, criados e aperfeiçoados para cada processo de produção. O nosso portfólio possui mais de 30 mil itens, selecionados e testados por nossos especialistas e parceiros voltados para a tecnologia na indústria de alimentos e bebidas.

Serviços de digitalização e de automação
Com os serviços digitais e de automação, que incluem, por exemplo, a implementação de relatórios digitais e online para o processo produtivo, possibilitamos um monitoramento online de indicadores e pontos críticos para uma melhor tomada de decisão e gestão.

Na Tetra Pak, acreditamos que oferecer um serviço de qualidade não significa apenas consertar algo. Nosso intuito é de prevenir quebras, prever falhas, proteger investimentos e cuidar de todas as necessidades dos nossos clientes. A Tetra Pak é para você!

Acesse agora o site oficial da Tetra Pak e conheça os serviços oferecidos: https://www.tetrapak.com/pt-br/solutions/services

Tetra Pak®
PROTEGE O QUE É BOM

SEW cresce e planeja expansão

Com crescimento acima dos resultados do mercado, a SEW projeta a continuidade do ciclo de investimentos em capacidade produtiva, inovação e desenvolvimento de novos produtos



Por Carlos Donizete Parra

Presente em 52 países com 15 fábricas e 77 montadoras, a SEW-Eurodrive, multinacional alemã com faturamento de 4,2 bilhões de euros, planeja a continuidade da expansão dos negócios no Brasil com investimento de 450 milhões de reais nos próximos anos.

Enquanto o setor de máquinas e equipamentos experimentou queda em 2022, a filial brasileira da SEW fechou o ano com crescimento de 20% em comparação com 2021. Com faturamento acima de 1,4 bilhão de reais, a SEW Brasil vem alcançando resultados acima do mercado em todos os setores de atuação demonstrando a força de seus produtos e das estratégias escolhidas pela Companhia.

"Em mercados que estão crescendo, nossa participação cresceu igual ou ainda mais, como no agro, mineração e energia. Em mercados que não cresceram, como a indústria alimentícia, registramos crescimento de participação em cima da concorrência. Em vários casos, substituímos produtos importados com aqueles fabricados na SEW de Indaiatuba", diz o Diretor Geral Latam da SEW, Alexandre dos Reis.

Investimentos

O investimento programado de R$ 450 milhões será direcionado para produção e sofisticação tecnológica dos produtos, além de inovação e expansão da fábrica que deve receber um novo prédio para produção de inversores, componentes eletrônicos e automação industrial, em sintonia com o crescimento da Indústria 4.0. Nessa linha, já foi definida, ainda para este ano, a produção em Indaiatuba, de veículos autônomos de logística. Os AGV's são robôs de transporte logístico que deverão substituir as empilhadeiras em fábricas e centros de distribuição.

"O paradigma industrial de hoje exige a flexibilidade dos sistemas de automação da Indústria 4.0. O mercado está pedindo isso e é exatamente aí que

nossa fábrica de Indaiatuba está fazendo a diferença", comenta Alexandre Reis.

Fábrica é referência no mundo

Com investimento de 300 milhões de reais, a fábrica da SEW de Indaiatuba possibilita o atendimento com mais eficiência e qualidade dos segmentos tradicionais, além de possibilitar o desenvolvimento de novos mercados.

O novo complexo industrial de Indaiatuba conta com 100 mil metros quadrados de área construída em um terreno de 300 mil metros quadrados. "A fábrica foi concebida com os melhores fluxos produtivos possíveis. Os processos foram divididos em células de trabalho alocados em seus respectivos prédios: usinagem, tratamento térmico, usinagem de ferro fundido, retífica, motores elétricos, montagem e distribuição", explica Hiram Andreazza de Freitas, Diretor Industrial e de Desenvolvimento da SEW- Eurodrive.

"O paradigma industrial de hoje exige a flexibilidade dos sistemas de automação da Indústria 4.0. O mercado está pedindo isso e é exatamente aí que a fábrica de Indaiatuba está fazendo a diferença", **Alexandre Reis**





"A inovação da SEW é dividida em duas áreas: uma para o dia a dia e a outra para o futuro, permitindo que os projetos avancem em benefício do crescimento da empresa", **Hiram Andreazza de Freitas**

Construída seguindo modernos padrões de sustentabilidade, a fábrica possui pé direito de 12 metros e layout que prioriza áreas amplas com iluminação natural e bem ventiladas, reduzindo o uso de energia elétrica e proporcionando bem-estar aos colaboradores no ambiente fabril. Um projeto de captação de água da chuva permite o reaproveitamento desse recurso e sua utilização em atividades apropriadas.



O investimento será direcionado para produção e sofisticação tecnológica dos produtos, além de inovação e expansão da fábrica que deve receber um novo prédio para produção de inversores, componentes eletrônicos e automação industrial

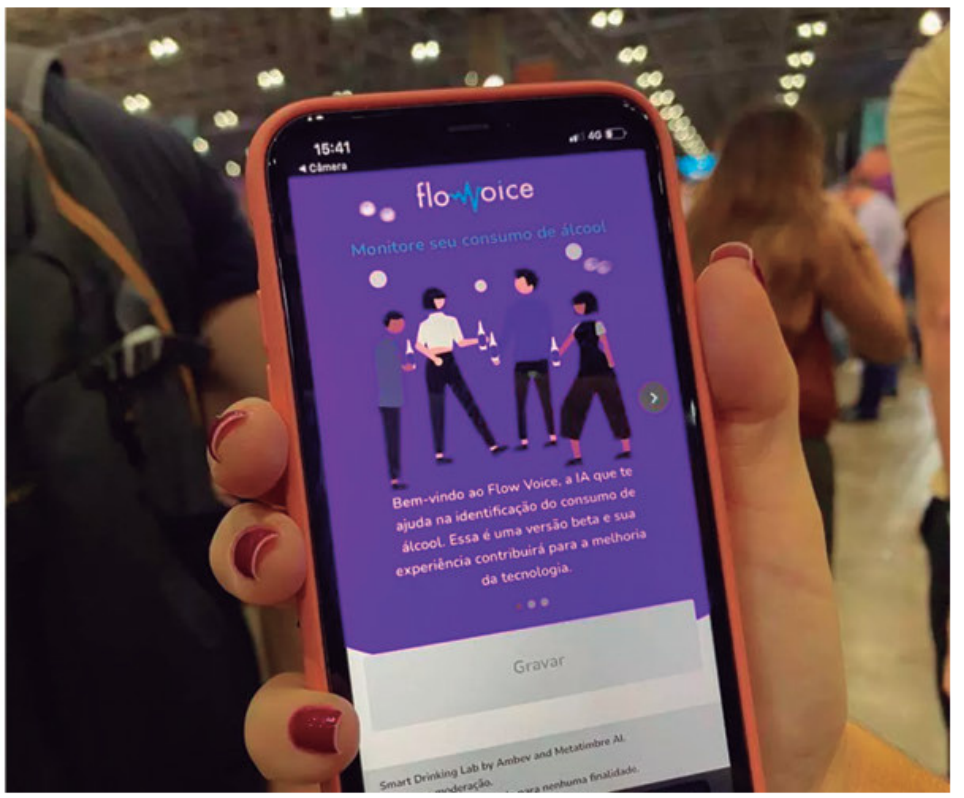
A fábrica está equipada com painéis indicativos e interligados que permitem uma gestão integrada em tempo real. "Essa prática traz mais agilidade na tomada de decisão pela equipe operacional que tem todas as informações necessárias para o controle e monitoramento das ações no dia a dia da fábrica", explica Hiram.

Os prédios dispõem de áreas de controle de qualidade independentes para realização de análises com equipamentos e instrumentos de última geração de acordo com as necessidades específicas do processo industrial daquela área. Também merece destaque o nível de automação empregado na fábrica ressaltando que todas as ferramentas de robotização e automação foram desenvolvidas pela equipe da SEW que conta com um laboratório específico de pesquisa e desenvolvimento de robótica dentro da fábrica para agilizar e melhorar os processos industriais.

"A inovação da SEW é dividida em duas áreas: uma para o dia a dia e a outra para o futuro, permitindo que os projetos avancem em benefício do crescimento da empresa", complementa Hiram Andreazza de Freitas.

A SEW-Eurodrive possui 17 mil funcionários no mundo, sendo 1600 no Brasil onde conta ainda com duas montadoras (Rio Claro e Joinvile), 16 regionais de vendas e 16 centros de serviços operando 24 horas em todo o Brasil. A empresa é líder em diversos segmentos com um amplo portfólio que inclui redutores, motoredutores, inversores de frequência, motores elétricos, AGV's entre outros.

Tecnologia identifica consumo de álcool pela voz



O Flow Voice é um dos projetos do pipeline de inovação da Ambev que conta com outras soluções e produtos em diferentes etapas de desenvolvimento, desde pesquisas, prova de conceito, teste clínico e pilotos em curso

Flow Voice é uma tecnologia lançada pela Ambev que irá auxiliar os consumidores com orientações e dicas para um consumo responsável

A Ambev lança o Flow Voice, inteligência artificial que consegue identificar o consumo de álcool pela voz.

A expectativa é que no futuro a tecnologia auxilie as pessoas a tomarem melhores decisões para um consumo responsável, e que seja também utilizado por empresas e em políticas públicas para promover segurança nas estradas.

"A partir do lançamento, o Flow Voice vai passar por uma série de testes e hipóteses de uso para entender qual a melhor forma de explorar seu potencial, que vão desde sistemas de segurança veicular: permitindo o bloqueio da partida caso seja identificado sinal de álcool consumido na voz, contribuindo para a segurança viária, até em dispositivos vestíveis (smartwatches e pulseiras): para fornecer informações em tempo real sobre o nível de embriaguez do usuário, contribuindo para o con-

sumo responsável", afirma Rodrigo Moccia, Diretor de Relações Institucionais na Ambev.

Para realizar o teste, o usuário do Flow Voice deverá gravar áudios seguindo as frases indicadas na plataforma. A IA analisa mais de 120 aspectos da voz humana para identificar se há presença de álcool no organismo. A partir da análise, ele dá dicas de ações para um consumo moderado, sugerindo a indicação para a pessoa beber água ou comer algo, por exemplo.

A novidade é um lançamento do Smart Drinking Lab, área da Ambev que tem como objetivo disruptar a forma de fazer e promover o consumo responsável, utilizando a inovação para traduzir os conceitos de consumo responsável em produtos. "Como uma empresa que tem a bebida no centro do seu negócio, incentivar e promover a moderação é algo fundamental e necessário. Sabemos que a tecnologia pode contribuir muito para um bem maior, por isso estamos investindo em soluções que irão promover mudanças e incentivar o consumo responsável. O Flow Voice é um dos projetos que temos no nosso pipeline de inovação, que conta com outras soluções e produtos em diferentes etapas de desenvolvimento, desde pesquisas, prova de conceito, teste clínico e pilotos em curso", afirma Moccia.



A tecnologia promete auxiliar os consumidores para um consumo responsável de bebidas alcóolicas e que poderá também aumentar a segurança nas estradas e em locais públicos



"A IA analisa mais de 120 aspectos da voz humana para identificar se há presença de álcool no organismo", Rodrigo Moccia, Diretor de Relações Institucionais na Ambev, e Lucas Lima, Gerente de Relações Institucionais e Consumo Responsável na Ambev

A tecnologia do Flow Voice foi desenvolvida em parceria com a Metatimbre AI, startup curitibana acelerada pela Ambev em 2021 através do programa Social Lab, na temática de iniciativas inovadoras para consumo responsável. "Estamos muito contentes de poder lançar a nossa solução em parceria com a Ambev, sabemos que temos no Flow Voice o potencial de impactar a vida de milhões de pessoas promovendo mais segurança e incentivando o consumo responsável", afirma Cassiano Ferreira Novo, CEO e fundador da Metatimbre AI.

HÍBRIDA

Fi South America

08 a 10 de agosto 2023

São Paulo Expo, SP - Brasil

Construindo o sabor do amanhã

O palco de inovações para as indústrias de ingredientes, alimentos e bebidas



Credenciamento online **gratuito**

fi-events.com.br

@fisouthamerica Fi South America

Canal de Conteúdo Oficial

FOOD CONNECTION

Parceiro Estratégico

ABIAM

Filiado à

UBRAFE
União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios

Promoção e Organização

informa markets

Brau Beviale '23

28–30 November 2023
Nuremberg, Germany



We unite variety.

www.braubeviale.de/en

NÜRNBERG MESSE

P.E. LABELLERS™ BRAZIL

2025

Mais de 80 profissionais - meta 2025
50 profissionais hoje em P.E. Labellers Brazil

100% Serviço de Assistência e Teleassistência do Brasil
8 técnicos altamente especializados

3.500 mq a maior fábrica de rotuladoras do Brasil

65.000 BpH Velocidade de produção alcançável com máquinas P.E.

5 principais setores atendidos: Alimentos, Bebidas, Cosmético, Higiene e Limpeza, Químico

Mais de 1.000 máquinas produzidas desde 2008
Mais de 900 máquinas instaladas no Brasil

2008

P.E. Brazil inicia a atividade produtiva com 3 pessoas

1° fabricante de rotuladoras do Brasil

P.E. Labellers Brazil alcançou o sucesso com foco em três conceitos-chave: Tecnologia, Qualidade, Serviço

No centro de tudo está VOCÊ.

Visit us at
FISPAL TECNOLOGIA
BOOTH F064



DL
DECORATIVE LABELING