

A REVISTA DE NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM BEBIDAS

Engarrafador[®]

MODERNO

www.engarrafadormoderno.com.br



Editora Aden
Ano XXVIII
Nº 329

EFICIÊNCIA E PRODUTIVIDADE COM

INSUMOS

Evitar desperdícios e melhorar a eficiência das linhas são questões cada vez mais importantes nas fábricas de bebidas e os insumos influenciam diretamente nesse processo

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
- ◆ Rotulagem e codificação
- ◆ Nível de enchimento, tampa e monitoramento de válvula.
- ◆ 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").



BERICAP Falcon



>180° opening angle

We listen | We solve | We accompany



Cap it? Snap it?

Nova experiência de consumo de água sem gás!

Nos próximos anos, tampas presas às embalagens estarão cada vez mais presentes nas nossas vidas. A SnapCap Falcon de 1,2g foi desenvolvida especificamente para garrafas PET com finish snap-on GME 30.32, para o mercado de água sem gás. De fácil e divertido manuseio, a tampa permanece firmemente presa ao gargalo após consumo, reduzindo o impacto ambiental ao não ser descartada acidentalmente. Falcon não é somente uma alternativa econômica, mas muito mais uma maneira elegante de diferenciação da embalagem no ponto de venda.

Cap it? Snap it!

Explore nosso portfólio de produtos para o mercado de bebidas.
www.bericap.com





10 PROCESSOS | EFICIÊNCIA

INSUMOS ADEQUADOS GERAM PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

Evitar desperdícios com perdas de insumos e melhorar a eficiência das linhas são questões cada vez mais importantes nas fábricas de bebidas



06

A embalagem tem que ser uma estratégia que permeie toda a organização

Entrevista com Luciana Pellegrino, Diretora Executiva da ABRE, aponta tendências do mercado nacional e mundial de embalagens



24

Plantio de lúpulo

Produtores e cervejarias trabalham para adaptar as variedades de acordo com as preferências dos consumidores

32

Muraro Bebidas completa 70 anos

Empresa investe em produção e na exportação



40

Consumo de alimentos orgânicos e naturais cresce no Brasil

A cada mil brasileiros, 360 se declaram consumidores de orgânicos



26

Grupo Petrópolis divulga Relatório de Sustentabilidade

Destaque para ampliação e intensificação da Cultura do Lúpulo

36

Britvic adquire Globalbev

Empresa britânica aposta no mercado de energéticos



48

Nova geração de QR Codes

Versáteis e práticos, suas aplicações conquistam os consumidores

EDITORIAL

Produtividade com insumos adequados

A busca por excelência operacional é um dos fatores de competitividade da indústria no mundo. E, para isso, os insumos são parte fundamental nesse processo.

Insumos de baixa qualidade causam lentidão, parada nas linhas e até mesmo problemas mais graves como danos em equipamentos, além de enormes prejuízos com desperdícios de tempo e de materiais.

Um bom relacionamento com fornecedores e um processo de homologação coordenado pelas áreas de Qualidade Assegurada e Suprimentos é ponto essencial para garantir insumos adequados ao processo produtivo.

Sejam os insumos primários ou secundários, ambos têm a mesma relevância quando o assunto é eficiência, ou seja, prejudicam da mesma maneira quando não estão dentro das características exigidas pelo fabricante de bebidas.

O trabalho em conjunto entre todas as partes envolvidas facilita e agiliza garantindo o sucesso das operações.

Afinal o que todos querem é uma linha operando com velocidade e disponibilidade altas e entregando produtos com qualidade e segurança aos consumidores.

Boa leitura!

Carlos Donizete Parra

A embalagem tem que ser uma estratégia que permeie toda a organização



O setor de embalagens no Brasil é movido por inovações e constantes mudanças buscando sempre atender às necessidades das marcas e dos consumidores. Num contexto de mudança de hábitos e comportamentos dos consumidores, a embalagem desempenha papel fundamental na geração de valor e facilitação das operações. Na entrevista abaixo, Luciana Pellegrino, Diretora Executiva da ABRE (Associação Brasileira de Embalagem), fala sobre esses assuntos, além de apontar tendências do mercado nacional e mundial de embalagens

Por Carlos Donizete Parra

Luciana Pellegrino, Diretora Executiva
ABRE - Associação Brasileira de Embalagem

Engarrafador Moderno: Quais os principais pilares da indústria de embalagens no Brasil?

Luciana Pellegrino: A indústria brasileira de embalagens tem que atender esse dinâmico mercado de consumo. Cerca de 70% das embalagens são destinadas para bens de consumo rápido. E a função da indústria de embalagem é permitir inovação às marcas com agilidade e rapidez. A indústria tem que possibilitar que a inovação chegue ao consumidor, sempre.

Para isso acontecer a indústria precisa ser bastante flexível, não é?

Luciana: A indústria tem que viabilizar pequenas tiragens e tornar isso acessível permitindo às marcas ampliarem seus portfólios constantemente. A flexibilidade permite à indústria oferecer alternativas diferentes de produtos aos consumidores, em volumes e formatos variados de acordo com a possibilidade e situação de consumo dos mais variados grupos da sociedade brasileira. O consumidor está com o bolso apertado, então a tecnologia viabiliza formatos menores e mais baratos de embalagens.

Então é aí que entra a tecnologia?

Luciana: A tecnologia torna a inovação acessível para extensões de marcas e novas linhas de produtos. Ela tem que permitir que a inovação chegue ao consumidor da melhor forma possível. A indústria de bebidas tem feito isso muito bem com a diversificação de produtos, como chás, águas saborizadas, refrigerantes, drinks prontos para o consumo, entre outros.

A sustentabilidade ganha cada vez mais relevância no lançamento de um produto no mercado?

Luciana: A sustentabilidade é presente não é mais visão de futuro. Ou a marca é sustentável ou ela vai se descolando cada vez mais da sociedade. E a sustentabilidade

não está só na embalagem, ela está em toda a cadeia de consumo, na distribuição etc. Quando falamos em embalagem ela tem que ser reciclável, retornável, reutilizável, além de permitir a eficiência do processo de distribuição, reduzir perdas no processo produtivo, enfim alguns atributos que não são visíveis ao consumidor mas que fazem toda a diferença.

Qual a próxima fronteira das embalagens?

Luciana: A digitalização contribuiu muito com as questões de rastreabilidade que evitam falsificações e adulterações. Mas, a digitalização também permite à embalagem chegar a uma nova fronteira que é a de ser uma plataforma de comunicação entre o consumidor e a marca criando um relacionamento mais dinâmico e interativo que permite a troca de todo tipo de informação, de forma mais inteligente e ampliada. O Lupinha, recentemente lançado pela ABRE, é uma plataforma de comunicação para o consumo consciente que será muito utilizada por todos os elos dessa cadeia. É um agente para viabilizar a circularidade das embalagens. A plataforma orienta e faz a curadoria para o descarte consciente dos consumidores e cooperativas de reciclagem permitindo que a circularidade aconteça.

As dificuldades para atingir essa circularidade ainda são muitas?

Luciana: Sim, mas eu vejo pelo lado positivo: temos muitas oportunidades com o uso de menos matérias-primas, eficiência nos transportes, melhor uso das embalagens pelo consumidor, retornabilidade das embalagens para a indústria, reciclagem, enfim ainda podemos ganhar em várias áreas. É evidente que tudo isso pressupõe investimentos mas também vai gerar ganhos de eficiência e isso alavanca a competitividade das empresas envolvidas nesses processos.

Quais os grandes desafios da indústria de embalagens no Brasil?

Luciana: Os desafios são grandes mas a indústria de embalagens tem ultrapassado esses desafios investindo em tecnologia e alta performance. Para mim o grande desafio que se apresenta agora é o de articular com toda a cadeia a redução da poluição ambiental. Isso demanda uma ação coordenada entre consumidor, Governo, indústria, catadores e outros.

Qual a situação do Brasil em termos de tecnologia quando comparamos com o mercado global?

Luciana: Em termos de tecnologia estamos iguais aos países mais desenvolvidos. As diferenças estão muito atreladas ao mercado de acordo com o poder aquisitivo das pessoas. O Brasil demanda tecnologias avançadas mas com um custo muito mais competitivo porque a pressão por custos no nosso mercado é bem mais forte. Isso é notado nas embalagens, por exemplo, o mundo usa o stand up pouch com zíper como uma solução de embalagem mais flexível na produção. No Japão, o filme dessas embalagens é mais robusto com

melhor acabamento e decoração muito atrativa. No Brasil essa embalagem é mais simples devido a necessidade de ter um custo menor que possa ser acessível ao poder aquisitivo dos nossos consumidores. O brasileiro é um dos mais sensíveis a preços no mundo. A indústria tem que fazer uma "mágica" para trazer essa inovação para o nosso mercado.

E a questão da reciclagem?

Luciana: Tem um movimento muito forte das indústrias buscando o potencial de reciclabilidade das embalagens. O material utilizado tem que ser reciclável. Ganham

participação os monomateriais que facilitam a reciclagem. Os materiais com várias camadas estão com mais dificuldades hoje em dia.

E o retornável vai ou não vai?

Luciana: O retornável não é um tema novo. O grande passo é criar infraestrutura para o consumo domiciliar. Em bares e restaurantes já é normal. As indústria de bebidas estão buscando alavancar as garrafas long necks nesse processo de retornáveis. A dificuldade é transformar comportamentos e hábitos. É um processo de educação que leva tempo e investimento por parte das empresas. Uma

outra forma de se fazer isso é através do incentivo econômico. Trocar o vasilhame por dinheiro ou algum outro incentivo financeiro. O consumidor brasileiro está muito atento a essas questões tanto que no último Observatório da Embalagem ficou muito claro que o consumidor não quer pagar, por exemplo, pela sustentabilidade. Ele acha que marcas tão poderosas é que têm que pagar e não ele. Ele aceita pagar por funcionalidade, praticidade e outros atributos. Ele quer marcas que viabilizem a sustentabilidade por meio das embalagens e que

no propósito da marca como um todo esteja a sustentabilidade, não só na embalagem. Isso é um passo que as marcas têm que dar em termos de proposta de valor em todo o processo produtivo.

Tem que ser uma estratégia de marca mais ampla?

Luciana: Isso mesmo, tem que haver um diálogo entre toda a empresa acerca da embalagem, não é só um problema do P&D ou do marketing. Tem que ser uma estratégia que permeie toda a organização. Esse é um dos grandes desafios dessas empresas no mundo.

O Brasil demanda tecnologias avançadas com custo muito mais competitivo. Algumas embalagens são mais simples no mercado nacional porque precisam ser acessíveis ao poder aquisitivo dos consumidores

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**

INSUMOS ADEQUADOS GERAM PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



EVITAR DESPERDÍCIOS COM PERDAS DE INSUMOS E MELHORAR A EFICIÊNCIA DAS LINHAS SÃO QUESTÕES CADA VEZ MAIS IMPORTANTES NAS FÁBRICAS DE BEBIDAS

Por Carlos Donizete Parra

A capacidade oculta na linha de produção é aquela potencial, porém escondida, por falta de dados, informações, conhecimento e gestão ineficiente dos processos. Essa capacidade provém de paradas evitáveis nas linhas de produção, má gestão de processos, baixa performance dos equipamentos e falhas da mão de obra.

De acordo com especialistas, a capacidade oculta na linha de produção faz a indústria brasileira desperdiçar cerca de R\$ 500 bilhões por ano, sendo que mais da metade desse montante vem do setor de alimentos e bebidas. Daí a necessidade de controles que possam contribuir para redução desse desperdício. O conceito de capacidade oculta se diferencia de outro mais difundido, o da capacidade ociosa. A oculta, conforme explica o fundador e CEO da Cogtive, Reginaldo Ribeiro, refere-se ao potencial produtivo “despercebido”, enquanto a ociosa é a identificada, porém não aproveitada. “A capacidade oculta deriva de ocorrências como paradas da linha de produção, má gestão dos processos, baixa performance dos ativos e problemas na alocação da mão de obra”, afirma.

Os insumos, se não utilizados de maneira correta, podem se tornar um grave problema para o desempenho operacional da linha de produção. Para resolver isso, é importante que a empresa tenha um bom planejamento de produção, estoques adequados e, principalmente fornecedores



alinhados às políticas industriais para evitar problemas que possam afetar a produção.

Para Gustavo Leoncini, Gerente de Embalagem do Grupo Petrópolis, os insumos têm relação direta com a performance e produtividade nas linhas de produção da empresa. “Com o aumento da tecnologia dos equipamentos de envase, os insumos tiveram que acompanhar este avanço. Como impacto positivo desse processo temos diversas situações onde

uma inovação do insumo permitiu aumento da velocidade nominal do equipamento. Acredito que no universo da embalagem nada é impossível. O lado negativo é que a qualidade ruim de um insumo pode levar anos de desenvolvimento em equipamentos para estaca zero. Esta é a importância do desenvolvimento conjunto entre equipamento e insumo, interagindo os limites dentro de cada processo”, garante Leoncini. Outro ponto destacado pelo executivo é o sistema de monitoramento dos fornecedores. Segundo ele o processo de homologação e definição das especificações deve ser robusto e atuante.

“ A má qualidade no insumo pode levar anos de desenvolvimento em equipamentos para estaca zero. Esta é a importância do desenvolvimento do equipamento x insumo andarem lado a lado, interagindo os limites dentro de cada processo. Outro ponto a destacar é o sistema de monitoramento dos fornecedores ”

GUSTAVO Leoncini,
Grupo Petrópolis



Os insumos são classificados de primários (garrafas, tampas, preformas, latas e outros) e secundários (paletes, filmes, separadores, lubrificantes etc.) e precisam de investimentos em uma cultura de dados que possibilite a coleta de informações essenciais para minimizar os impactos que esses produtos podem causar na produtividade e eficiência das fábricas. "Precisamos de dados específicos sobre todos os insumos para que possamos atuar de forma mais eficaz e com o controle devido que esse tema merece nas linhas de produção", explica Fausto Padrão, Gerente de Engenharia da Coca-Cola Andina.

A coleta e mineralização desses dados deve ser foco nas empresas para resolução desse problema e, atualmente com o desenvolvimento das ferramentas de Inteligência Artificial tornou-se mais fácil encontrar soluções (inclusive "de prateleira") que se adequem às necessidades das fábricas.

Padronização

Outro aspecto que pode auxiliar é a padronização, fator relevante para a repetibilidade dos processos na produção minimizando falhas e reduzindo custos operacionais. A padronização é ponto fundamental na conquista da tão sonhada excelência

operacional buscada pelas empresas. Ela permite a produção em larga escala com eficiência e qualidade, reduzindo o desperdício e a necessidade de retrabalhos.

Para Gilmar Trevine, Gerente Industrial da Newage Bebidas, a padronização é um impacto positivo que o insumo pode trazer à linha de envase. "Uma máquina é projetada



**SOLUTIONS
BEYOND
TOMORROW**

KRONES

“ Os insumos secundários têm participação muito grande nas paradas de linhas e isso não é tratado com a devida atenção causando prejuízos enormes à eficiência das fábricas. Em geral, a má qualidade dos insumos impede a boa eficiência da linha ”

FAUSTO Padrão,
Coca-Cola Andina

para aquele insumo com todas as suas características. Qualquer mudança mesmo que pequena, pode trazer reflexos na performance do equipamento. É importante que sejam desenvolvidos insumos com custos menores, mas isso deve ser testado e aprovado junto aos envasadores, para que tal mudança não impacte a produtividade”, explica o executivo.



Nessa questão, Fausto Padrão cita os paletes de madeira utilizados pelas indústrias como um problema nas linhas de envase devido à falta de padronização. Segundo ele, o problema já começa nas fábricas de bebidas. “É difícil a indústria que faz a amostragem desses paletes na entrada da linha. Então, um palete com algum dimensionamento mais largo ou mais estreito pode causar travamento na paletizadora ocasionando parada da máquina e até chamada de manutenção em casos mais extremos”.

Outro detalhe levantado pelo Gerente da Coca-Cola Andina é que falta informação, inclusive na literatura quanto à medida exata dos paletes disponíveis no mercado. “Fala-se em uma altura de “mais ou menos” 140 mm. A informação não apresenta uma medida exata e uma variação nessa altura pode também resultar em parada de linha. Inclusive, as máquinas possuem sensores para detectar esses problemas, mas para agilizar a produ-



ção em muitos casos esses sensores são desligados, o que pode provocar danos ainda maiores com parada da linha e quebra do equipamento”.

Soluções

Reduzir os desperdícios com insumos de baixa qualidade, assim como os custos com paradas de linhas é determinante para a excelência operacional. Dessa forma, independente do insumo, já que todos têm sua importância dentro do processo produtivo, é essencial que as áreas competentes dentro da empresa façam as devidas avaliações para que o impacto no processo seja cada vez mais positivo.

“Um ponto que considero de suma importância para a eficiência de uma linha de produção é que a empresa não avalie a cadeia de insumos somente pelo impac-

to financeiro. Dentro de uma cadeia de produção, uma fita adesiva pode causar o mesmo impacto de perda de eficiência que uma garrafa. A área de Qualidade Assegurada deve abranger todo o sistema de insumos com a mesma intensidade, rigor e parceria com fornecedores”, avalia Gustavo Leoncini, da Petrópolis.



PET, LATA E VIDRO?



**TANTO FAZ, NÓS TEMOS
A SOLUÇÃO!**



ZEGLA

DESDE 1982

Dessa forma, todos os insumos devem ser analisados pela área de Qualidade com o mesmo rigor já que um insumo secundário pode causar graves problemas tanto quanto os primários. Fausto Padrão lembra que os insumos primários são, normalmente, tratados com mais atenção que os secundários, já que são responsáveis diretos pela qualidade do produto final. “Esse é um erro porque os insumos secundários têm uma participação

muito grande nas paradas de linhas e isso não é tratado com a devida atenção causando prejuízos enormes à eficiência das fábricas. Em geral, a má qualidade dos insumos impede a boa eficiência da linha”.

Outro ponto que chama a atenção é quanto à tecnologia atual dos equipamentos. Quanto mais modernas e rápidas são essas linhas maiores são os danos causados por



“ A participação dos envasadores no desenvolvimentos de novos insumos, já é uma realidade com alguns fornecedores, onde cada parte está obtendo bons resultados. Pois ambos os lados acabam vendo situações que podem ser melhoradas ”
GILMAR Trevine,
Newage Bebidas



insumos de qualidade ruim. Os equipamentos atuais são mais sensíveis e necessitam de insumos de qualidade para entregar a eficiência projetada e compensar os investimentos alocados pelos fabricantes de bebidas. “Insumos primários como latas e tampas (alumínio e plástico) são críticos devido às altas velocidades em que são utilizados. Qualquer desvio gera uma micro parada ou até mesmo uma parada com intervenção mecânica”, explica Leoncini.

Evolução de um lado desafio de outro. O bom da história é que a evolução tecnológica, ao mesmo tempo que promove impactos positivos ao processo produtivo, apresenta desafios significativos aos fornecedores de insumos quanto à qualidade dos produtos que são oferecidos ao mercado. No final, todos têm que entregar com qualidade para que o resultado seja eficiência operacional e satisfação do consumidor com o produto final.

“Considerando os insumos relacionados a matéria-prima (pré-formas, rótulos, tampas, garrafas, xaropes, filmes...) que interferem diretamente na produtividade da linha, outras matérias primas com menores variações físico-químicas e dimensionais evitam ajustes operacionais constantes nos equipamentos e na qualidade do produto no mercado. Isso para garantir a qualidade e a conformidade da matéria prima e evitar maiores desvios padrão”, explica

Thyago Urzeda, Gerente de Produção da Coca-Cola Bandeirantes. Segundo ele, a equipe de qualidade faz análise e avaliação prévia no recebimento e durante todo o processo produtivo, aumentando a confiabilidade do processo. Além do impacto em produtividade, matérias-primas não conformes podem ocasionar danos em máquinas.

A instabilidade de energia elétrica, o ar comprimido contaminado e outros fatores de utilidades também podem trazer diversos impactos, causando sérios prejuízos financeiros.

“Considerando os insumos capitais (produtos e maquinário, estes devem estar calibrados e com manutenção preventiva ativa) e de trabalho (mão-de-obra qualificada), para garantir a produtividade e qualidade dos produtos produzidos, tudo isso somado traz uma melhor condição ao processo e conseqüentemente uma melhor produtividade”, explica Thyago Urzeda.

O Gerente da Coca-Cola Bandeirantes reforça que os insumos primários que mais causam paradas de máquina são as rolhas plásticas que devido a variações dimensionais podem ficar presas no transporte unifilar de rolhas. “Além das tampas, as pré-formas de garrafas PET, causam instabilidade da garrafa e conseqüente perda ao processo. Já os insumos secundários que mais impactam uma linha de produção são os filmes termo-encolhíveis, rótulos, filme stretch, paletes e chapatex. Importante a atuação da Qualidade Assegurada nesse processo para garantir a produtividade e o menor desvio possível, nos aspectos custo e qualidade”, garante Thyago Urzeda.



“ Assim como o cliente precisa ter os equipamentos calibrados e com manutenção periódica, o fornecedor precisa garantir que em seu processo não haja variação na produção dos insumos. O insumo deverá chegar no padrão solicitado pelo cliente e proposto pelo fornecedor ”

THYAGO Urzeda,
Coca-Cola Bandeirantes

Lusin® Lub O 32 F: eficiência na rotulagem de PET.



O Lusin® Lub O 32 F é um lubrificante e coating antiestático de alta eficiência com aprovação da ANVISA que, quando aplicado na superfície externa das preformas ou garrafas, pode otimizar as zonas de deslocamento entre as embalagens PET com moldagem de sopro por estiramento, permitindo que as peças rodem umas contra as outras livremente, minimizando bloqueios e paradas de linha.

Sua ação lubrificante ainda permite que a rotulagem seja mais ágil e fácil. Seja por aplicação sleeve ou etiqueta, o lubrificante facilita o encaixe do rótulo e não cria barreira para adesão do papel!

O Lusin® Lub O 32 F agrega valor com qualidade e eficiência do início ao fim do processo!



a brand of
FREUDENBERG

FALE COM UM ESPECIALISTA

 **Chem
Trend**

Release Innovation™

Qualidade do fornecedor

A relação entre indústria de bebidas e fornecedor avançou muito nos últimos anos trazendo benefícios para ambas as partes. Assim como cresce a necessidade de processos cada vez mais eficientes cresce a importância dada à parceria entre comprador e seus fornecedores. É um elo determinante para o sucesso na cadeia de valor do produto. Para garantir que os fornecedores atendam aos requisitos de qualidade, segu-

rança, conformidade regulatória e outros padrões determinados pelas empresas, foram criados os processos de homologações vinculados, geralmente, às áreas de suprimentos e qualidade.

“Eu sempre acreditei no conceito de fornecedor – parceiro. A melhoria da qualidade vem com o trabalho em conjunto, com o fornecedor conhecendo os processos e as demandas da área produtiva. Ter indicadores e compartilhá-los com os fornecedores é fundamental em um processo de melhoria contínua. Em muitos casos, uma pequena alteração por parte do fornecedor traz uma melhora significativa nas paradas de máquina”, garante Simone Sayuri Nakazone, Gerente Industrial da Cia. Muller de Bebidas.

A partir desse bom relacionamento e de um monitoramento constante das entregas dos fornecedores é possível estender essa parceria com foco também no desenvolvimento dos produtos e da eficiência dos processos. “Permitir que os



“ Uma vez bem definida a especificação, existem oportunidades de melhoria particulares de cada processo que focam minimizar a interferência externa, melhorar a eficiência em custo e a geração de menos resíduos sempre num trabalho de parceria a 6 mãos (área industrial, qualidade e fornecedor ”
SIMONE Sayuri Nakazone,
Cia. Muller de Bebidas

envasadores participem e opinem no desenvolvimentos de novos insumos, além de conhecer e entender as dificuldades operacionais na aplicação de seus respectivos insumos no processo de envase é fundamental para a boa performance das linhas. Isso já é uma realidade com alguns fornecedores, onde cada parte está obtendo bons resultados. Ambos os lados encontram situações que podem ser melhoradas. Muito importante também são os treinamentos constantes da aplicação dos insumos para os colaboradores”, explica Gilmar Trevine, Gerente Industrial da Newage Bebidas.

O papel dos fornecedores é, portanto, cada vez mais crucial para uma boa performance na linha e precisa ser encarado como uma extensão de sua própria fábrica. “O grande papel do fornecedor é olhar o seu produto com o viés

de utilização e não como fabricação. Se olharmos juntos para a produtividade final do processo, ou seja, nas linhas de envase, iremos focar na diminuição dos limites de produção no fornecedor, utilizando as ferramentas de Six Sigma para entender as oportunidades”, explica Gustavo Leoncini.



Máquinas Envolvedoras e Filme Stretch da Valgroup

Segurança, eficiência e integridade

dos seus produtos durante toda a cadeia logística



Na Valgroup, entregamos a melhor solução para o seu negócio. Para isso, desenvolvemos uma linha completa de Máquinas Envolvedoras que atendem aos mais diversos tipos de cargas e desafios de nossos clientes, proporcionando **mais segurança para os produtos, eficiência nos processos e redução efetiva de custos**. Desta forma, promovemos nosso compromisso com a sustentabilidade em todas as etapas da operação logística.

 valgroup

Para saber mais sobre a Valgroup, acesse nosso site



www.valgroupco.com





Tecnologia e inovação como aliadas

O avanço das novas tecnologias e a digitalização já são fatores conhecidos e frequentemente utilizados pelas empresas na resolução desses problemas.

De acordo com Reginaldo Ribeiro, CEO da Cogtive, estancar desperdícios ocasionados pela capacidade oculta passa pela automação da gestão do processo produtivo. Ou seja, pela utilização de inteligência artificial, robotização e aprendizado de máquina. “Em outras palavras, passa pela transformação digital, que não pode ser entendida apenas como um diferencial. Ela é obrigatória para a sobrevivência dos negócios que envolvem manufatura.”

Assim, antes de investir na linha de produção, o combate à capacidade oculta exige aprimorar os processos de gestão dessa linha. “Tecnologias disruptivas ajudam as indústrias a aumentar a eficiência em uma planta fabril, na medida em que proporcionam aos gestores informações, dados em tempo real, fundamentais para a tomada de decisões rápidas, mas seguras, a fim de evitar paradas, perdas e outras ocorrências que interrompam a produção”, assinala Ribeiro.

A inovação é outra ferramenta a ser considerada por todos os envolvidos nes-

“ Tecnologias disruptivas ajudam as indústrias a aumentar a eficiência em uma planta fabril, na medida em que proporcionam aos gestores informações em tempo real, fundamentais para a tomada de decisões rápidas ”
REGINALDO Ribeiro,
Cogtive

se processo. Estudos mostram que a inovação representa um importante fator para o desenvolvimento de produtos e processos que promovam a competitividade e excelência operacional. “Em geral os insumos que estão diretamente ligados a performance de produção são os materiais de embalagem e os produtos químicos auxiliares como adesivos e lubrificantes de esteira. A inovação é uma oportunidade de melhoria de performance produtiva tanto em eficiência como em custos e pode gerar impactos positivos significativos. Novos materiais, maior personalização para cada linha de produção estão entre os pontos que podem ter destaque”, finaliza Simone Nakazone, Gerente Industrial da Cia. Muller de Bebidas.

COM AS SOLUÇÕES MULTIPET, SUA PRODUÇÃO NÃO PARA.

PRESENÇA CONFIRMADA NO 30º CONGRESSO BRASILEIRO DA INDÚSTRIA DE ÁGUAS MINERAIS NATURAIS.

De olho nas principais tendências do mercado de bebidas, estamos entre os expositores do evento realizado pela Associação Brasileira da Indústria de Águas Minerais (ABINAM) e pelo Sindicato Nacional da Indústria de Águas Minerais (SINDINAM).

No Estande **Multipet**, os participantes podem conferir todas as **vantagens oferecidas pela sopradora V-Blow** e nossas demais soluções para engarrafadores.

**ACOMPANHE-NOS
EM MAIS ESTE EVENTO:**

DE 12 A 15 DE SETEMBRO DE 2023,
NO CENTRO DE CONVENÇÕES
WINDSOR BARRA HOTEL,
BARRA DA TIJUCA – RJ.

Multipet
sopradoras

MULTISSOLUÇÕES

EM

EMBALAGENS

PET.



Plantio de lúpulo

O plantio de lúpulo vem ganhando representatividade no Brasil nos últimos anos tanto em escala como em qualidade. Produtores e cervejarias trabalham para adaptar as variedades de acordo com as necessidades dos consumidores

Por Michael W. Trommer

O lúpulo é Dioico, tem flores masculinas e femininas em pés separados, onde são apenas replantadas as plantas fêmeas que já passaram por duas colheitas.

O distanciamento das fileiras deve ser de 2,7 a 4,2 metros.

Entre as fileiras pode ocorrer erosão, assim deve-se plantar alguma vegetação, como por exemplo, o centeio. Assim, não só se elimina a erosão, como também existem outras vantagens, que são:

- Melhora a estrutura do solo, devido ao enraizamento da planta colocada entre as fileiras;
- Pela formação da massa orgânica, o teor de húmus aumenta no solo;
- Eleva a atividade microbiológica do solo.

Com o equilíbrio dos principais nutrientes como Cal, Fosfato, Potássio e Magnésio obtém-se um rendimento adequado do lúpulo, devido a isso é preciso monitorar o solo com análises frequentes.

O lúpulo necessita de elementos como o Boro e o Zinco, que são necessários em quantidades maiores. Eles podem ser borrifados sobre as folhas da planta.

O nutriente Azoto (componente essencial dos aminoácidos e dos ácidos nucleicos) é muito importante para o lúpulo. Com dosagem baixa, a planta sofre para se desenvolver. Quando em excesso o Azoto eleva o crescimento das folhas, a planta fica mais frágil a doenças e aumenta o nível de Nitrato no cone do lúpulo.

Colheita

O lúpulo não é colhido como o malte, no seu amadurecimento fisio-



lógico, e sim quando apresenta teor de água de 75% a 80% nas umbelas (BENDL et al., 202012).

O lúpulo imaturo de cor verde, passa para cor amarela até chegar a tonalidades marrom, onde é sinal de maduro, pronto para colheita.

O amadurecimento externo da Umbela e o alfa ácido não andam juntos. O alfa ácido chega no valor máximo no pico do amadurecimento do lúpulo e após o ponto máximo do amadurecimento o teor de alfa ácido começa a diminuir (o período de colheita, conforme a espécie pode variar de sete a quatorze dias).

Pode ocorrer que o ponto máximo de alfa ácidos e óleos seja atingido mas a aparência externa não apresente as características para colheita.

As videiras de lúpulo são arrancadas bem próximas ao solo, com um equipamento que puxa as videi-



ras dos andaimes para dentro de um transportador móvel e depois são levadas para um depósito. Nesse depósito são colocadas de cabeça para baixo, na máquina estacionária que separa a flor do resto da planta. Também são cortados pedaços de folhas e talos da planta, indesejados, que são separados na segunda etapa, por sucção e peneiramento da máquina de separar sobras das videiras. Essas sobras vão para compostagem e podem ser transformados em adubo orgânico.

Da colheita até a secagem, o processo deve ocorrer de forma rápida, para evitar perda de qualidade do lúpulo colhido (BENDL et al.,202012).

O tempo maior de espera para secagem pode provocar alteração de cor e aroma (BENDL et al.,202012).

No forno de secagem, a temperatura fica em torno de 65°C e a se-

cagem entre 9% e 11% de umidade (BENDL et al.,202012).

O centro da umbela retém água que não sai mesmo com a secagem, sendo necessário fazer a estabilização do Lúpulo (BENDL et al.,202012).

Estabilização do lúpulo

A maior parte do lúpulo colhido é transformado em pellet e extrato. Muito pouco é usado como lúpulo em natura (KUNZE,2011).

Segundo Kunzen (KUNZE,2011) e Hopfen ((BENDL et al., 2012) existem duas formas diferentes de fazer a estabilização do Lúpulo, ficando claro que ambas têm o mesmo propósito.

Segundo esses estudos, mesmo com a melhor técnica de secagem, não é possível uma secagem homogênea do lúpulo (parte central da umbela) e existe variação na secagem dentro do forno. Assim, é necessário uma etapa de estabilização da umidade do Lúpulo (BENDL et al., 202012).

É importante o ajuste da temperatura e umidade de estabilização, de acordo com as necessidades do processo.

Geralmente essas taxas são de

20°C a 24°C com umidade relativa do ar entre 58% até 65% (BENDL et al.,202012).

Seguindo esses requisitos é possível obter teor de umidade entre 9% e 10% nas umbelas do lúpulo em um período de aproximadamente quatro horas (BENDL et al.,202012).

Segundo KUNZE, o lúpulo colhido possui de 75% a 80% de água, sendo que nesta condição é impossível seu armazenamento. Por isso, o lúpulo necessita de secagem imediata.

A temperatura de secagem ocorre no máximo a 50°C levando o teor de água entre 8% e 12% (KUNZE,2011).

Depois da secagem, o lúpulo ainda não está estável o suficiente para ser armazenado, necessitando de uma compactação. Para que ocorra essa estabilização, o lúpulo é prensado e colocado em sacos, diminuindo a aeração e umidade. Logo após é armazenado em local refrigerado (KUNZE,2011).

Sem a compactação, com o tempo o lúpulo perde qualidade, com redução do amargor e outros pontos negativos.

Michael W.Trommer
MWTrommer Soluções em Bebidas

Grupo Petrópolis divulga Relatório de Sustentabilidade

Destaques para parceria com o SENAI/CNI; ampliação e intensificação da Cultura do Lúpulo; fomento à educação socioambiental no entorno das fábricas; estímulo ao intraempreendedorismo, e área de gestão de pessoas premiada por desempenho em bem-estar do colaborador pelo segundo ano consecutivo

O Grupo Petrópolis, companhia com oito fábricas de bebidas e mais de 160 unidades de distribuição próprias espalhadas pelo Brasil, divulgou pelo terceiro ano consecutivo seu Relatório de Sustentabilidade. Motivada por metas traçadas para o compromisso ASG 2030, a empresa traz como um dos destaques nesta terceira edição, a parceria com SENAI/CNI, que tem como foco o aumento da captação das embalagens de vidro pós-consumo. Também é destaque a realização de eventos e ações que fomentam a educação socioambiental e o empoderamento de mulheres, a exemplo do 'Ela nos Negócios', iniciativa que valoriza o protagonismo feminino no mercado de trabalho. Além disso, o documento mostra a participação do Grupo no lançamento da iniciativa

Conexão Circular na ONU, em Nova York, nos Estados Unidos, com o objetivo de integrar os projetos e ações da indústria em economia circular que, inclusive, culminaram na filiação ao Pacto Global, concretizada em 2023.

Atuando na eficiência das embalagens e unindo esforços para o cumprimento da legislação de logística reversa, as garrafas PET de 2 litros tiveram redução de gramatura (massa), além de algumas adequações nas embalagens de alumínio, que minimizaram o uso de metal. Além disso, as marcas Black Princess e Cacildis deixaram de usar shrink plástico e passaram a ter caixas de papel-cartão, o que evitou o uso de um total de oito toneladas de plástico em 2022.

"Temos a meta de aumentar gradativamente, até 2030, o conteúdo

reciclado nas nossas embalagens. Assim, aumentamos o valor do resíduo, incentivando o mercado da reciclagem e, conseqüentemente, minimizamos a extração de recursos naturais. Em 2022, adquirimos créditos em logística reversa para 17 mil toneladas de embalagens pós-consumo, impactando 55 cooperativas e operadores privados", destaca o gerente de Sustentabilidade e Melhoria Contínua do Grupo Petrópolis, Alaercio Nicoletti.

Matriz de Materialidade

Um dos primeiros passos da jornada de sustentabilidade do Grupo Petrópolis envolveu o mapeamento da materialidade de suas operações, que identificou o que é importante para a organização e suas partes interessadas, incluindo colaboradores, clientes, fornecedores e a sociedade, dentre





Crédito Fotos: Romeo Campos

outros. Para sua operacionalização, foram criados comitês para tratar os temas relacionados à sustentabilidade.

Após o levantamento, foi possível avançar com o foco nos temas da empresa e nos compromissos para 2030, que incluem questões sociais, ambientais e de governança, além de inovação, em consonância com as diretrizes de ASG & I e com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”, da ONU. Na sequência, foi definida a estratégia de ASG, apoiada em responsabilidade ambiental e social, tendo como base os compromissos assumidos pelo grupo, de forma a permitir a implementação de uma governança que proporcione transparência e mensuração dos resultados.

Gestão de Resíduos

A partir da valorização da cadeia e buscando eliminar o envio de qualquer tipo de resíduo a aterros sanitários, o Grupo Petrópolis reduziu 278 milhões de toneladas de resíduos em 2022, o que representa uma queda de 19% e aumento de 4% na receita.

Educação Ambiental

O Programa de “Educação Socioambiental” é uma iniciativa voluntária que atua no desenvolvimento social, cultural e ambiental da comunidade nas cidades próximas às unidades fabris. Em 2022, houve o lançamento do Projeto “Petra em Rotas Sustentáveis”, que incluiu Maragogi, em Ala-

goas, no programa como uma contribuição socioambiental ao município, e, em conjunto com as Secretarias Municipais de Educação, os temas “Uso consciente de energia elétrica” e “Mudanças climáticas”, tornaram-se conteúdos extras, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

O Lúpulo Brasileiro

O cultivo do lúpulo em solo brasileiro, iniciado em novembro de 2018 pelo Grupo Petrópolis, avançou em diversas frentes que compõem a cadeia, desde o cultivo até a disponibilização do produto para o mercado. Em viveiro próprio, na Fazenda São Francisco, em Teresópolis, Rio de Janeiro, foram produzidas 2.860 mudas e 108 toneladas de bokashi, um fertilizante orgânico feito do bagaço de cevada gerado no processo cervejeiro com o farelo de mamona. A etapa de processamento do lúpulo passou a contar com equipamento para a peletização dos cones, o que possibilitou a disponibilização do lúpulo também na forma de pellets, uma das versões mais demandadas pelo mercado, visto que reduz o espaço de armazenamento e, também, o volume nas operações logísticas.

“Demos mais um passo importante no aprendizado, ao introduzir

com sucesso a peletização em nossa cadeia. A venda do nosso lúpulo nesse modelo é um avanço para a indústria cervejeira local, já que estamos incentivando a produção nacional por meio do fácil acesso a um lúpulo de qualidade 'made in Brazil' com muito orgulho. O Grupo Petrópolis tem sido destaque, ao cultivar o lúpulo em território nacional e ao obter o termo de conformidade emitido com o aval do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), além da nota fiscal de origem das plantas, em parceria com o Viveiro Ninkasi", afirma Diego Gomes, diretor Industrial do Grupo Petrópolis.

A expectativa é que, ao longo do tempo, o Grupo Petrópolis contribua de maneira decisiva para a viabilização da cultura do lúpulo no Brasil e, por consequência, entre outros avanços, provoque a redução da emissão de gases do efeito estufa com transporte, ao encurtar as distâncias entre o ponto de origem desse insumo até as fábricas.

Projetos culturais, sociais e ambientais fazem parte da agenda de ESG do Grupo Petrópolis



SoulCode Academy

Por meio de sua marca TNT Energy Drink, a empresa manteve em 2022, pelo segundo ano consecutivo, a parceria com a SoulCode Academy – uma edtech brasileira que tem como propósito a educação tecnológica, iniciação e inclusão digital, impacto social, diversidade e empregabilidade.

Esta parceria visa atender alunos de várias idades (18 a 65 anos) com cursos de programação, que tem como principal propósito a educação

tecnológica. Os cursos têm em torno de quatro meses de duração e envolvem metodologia própria, com total de 800 horas/aula divididas no tripé soft skills, hard skills e inglês. Eles são 100% gratuitos e estão disponíveis para pessoas de todo o Brasil.

Diversidade

A diversidade está presente no quadro de colaboradores do Grupo Petrópolis, que criou em 2022, o Comitê de Diversidade, responsável pela definição de diretrizes, políticas, conexão entre áreas, acompanhamento de metas e priorização de temas com o time executivo. A partir de reuniões semanais, uma equipe de seis integrantes atua no desenvolvimento de um calendário que contempla quatro pilares: Etnia, PCDs, Gênero e Gerações. A ideia é discutir temáticas importantes, como Diversidade no Negócio, Equidade de Gênero, Respeito e Inclusão, Racismo Estrutural, entre outros.

O cultivo do lúpulo em solo brasileiro avançou em diversas frentes, desde o cultivo até a disponibilização do produto para o mercado



We listen | We solve | We accompany



The Cap Fits

Quando a pressão está alta, nossas tampas dão conta!



GME 30.40
neck finish



7049



7051



7055

Refrigerantes carbonatados são apreciados mundo afora, especialmente em climas quentes e úmidos. Iniciativas para reduzir o impacto ambiental, ao reduzir o peso da embalagem, podem comprometer o desempenho da tampa. Não com a Bericap! Familiarize-se com nossa ampla gama de tampas para o mercado de bebidas carbonatadas. São vários designs para o gargalo GME 30.40, com pesos variando de 1,56g a 1,95g. Qualificadas para carbonatação até 10 gCO₂/L nas mais adversas condições climáticas, também são ideais para envase asséptico e enchimento a quente. Adaptações das embalagens e das respectivas linhas de envase geralmente são triviais e pouco complexas. Então relaxe! Deixe nossas tampas aguentarem a pressão!

Explore nosso portfólio de produtos para o mercado de bebidas.
www.bericap.com



Bierland lança linha de energéticos

A Glamm estará disponível em quatro sabores: Original, Frutas Vermelhas, Tropical e Maçã Verde

As bebidas energéticas apresentam uma das maiores taxas de crescimento do mercado de soft drinks no Brasil. De acordo com pesquisa divulgada pela Euromonitor, o mercado de energéticos deve crescer mais de 50% até 2025.

De olho nesta tendência, a Cervejaria Bierland, de Blumenau (SC), aposta agora na marca Glamm, uma nova opção no mercado de energéticos e coolers gaseificados. De acordo com Eduardo Krueger, sócio da cervejaria, as receitas são desenvolvidas exclusivamente pela Bierland. "Pensamos em todos os detalhes, desde sabores equilibrados, ingredientes de alta qualidade e saúde, afinal, nossos energéticos possuem 30% menos açúcar que os disponíveis no mercado", conta.

Serão quatro sabores de energéticos: Ori-



ginal, Rubi (frutas vermelhas), Tropical (frutas amarelas) e Maçã Verde. Outra novidade é o Glamm Cooler sabor uva, uma combinação de vinho com suco de uva, com teor alcoólico de 5%.

Krueger revela que, inicialmente, o intuito é lançar o primeiro lote com 72 mil latas dos produtos em Santa Catarina. "Estamos em busca de novos distribuidores, nosso plano é aumentar gradativamente a oferta. Nossa capacidade de produção é de 4 mil latas por hora, ou seja, 640 mil latas por mês", conta.

Mercado de energéticos e ready to drink

Segundo a Mintel, empresa global de pesquisa de mercado, 24% dos consumidores brasileiros de bebidas não-alcoólicas estavam comprando mais bebidas para dar energia após 2020. Dessa forma, o foco e a energia são funcionalidades cada vez mais procuradas num mundo onde a produtividade segue altamente valorizada.

Na esteira desse crescimento, grandes cervejarias do mercado brasileiro estão apostando nas bebidas ready to drink e energéticos. O sócio da Bierland explica que essa estra-



Bierland lança a marca Glamm, uma nova opção no mercado de energéticos e coolers gaseificados

tégia tem como intuito acompanhar tendências de mercado, bem como atender às novas demandas dos consumidores, estar mais próximo de um público jovem, além de ampliar as ocasiões de consumo.

A Bierland está no mercado de bebidas há 20 anos, sempre explorando o mercado cervejeiro, em diferentes formatos. "A cerveja é uma bebida muito presente na vida das pessoas, mas há momentos que se busca consumir uma bebida não-alcoólica, com um sabor diferenciado e de qualidade. Nós também gostá-

ríamos de estar presente na vida das pessoas com bebidas soft drinks, por isso lançamos a Glamm, diversificando nossa gama de produtos e apostando no mercado ready to drink", revela.

A opção de drinks prontos também está em alta. Seguindo isso, a empresa lança também o Glamm Cooler. "É uma bebida mais sofisticada, que possui teor alcoólico mais baixo. Nosso intuito com esse lançamento é alcançar um público mais exigente no que se refere a drinks", conta Krueger.



Muraro bebidas completa 70 anos com investimentos e foco na exportação

A empresa produz mais de 50 tipos de bebidas de 20 marcas diferentes, entre elas as tradicionais vodka Popokelvis, Taiga e o whisky Green Valley



Créditos fotos: Cesar Paludo

Oferecer novos produtos e marcas que acompanhem as tendências de consumo no Brasil e no exterior e consolidar-se como referência em seu segmento. Estes são alguns dos propósitos que impulsionam as comemorações dos 70 anos da Muraro Bebidas, empresa fundada em Flores da Cunha (RS) em 1953 pelo

imigrante italiano Ernesto Gaetano Muraro e seu filho Claudio Muraro. As celebrações das sete décadas, na verdade, já se iniciaram com a expansão de novas linhas de engarrafamento e armazenamento que vão ampliar a produção e o faturamento da empresa, em um investimento que soma R\$ 5 milhões ao longo deste ano.

A conquista de novos mercados no Brasil e no exterior é uma constante na Muraro Bebidas que, atualmente, produz mais de 50 tipos de bebidas de 20 marcas diferentes, entre elas as tradicionais vodka Popokelvis, Taiga, whisky Green Valley, coquetéis Taimbé e licor Free Afrika e ainda aperitivos Valverde e RTD Easy Drink.

"Uma das principais alavancas do nosso crescimento é a renovação e a modernização permanente da fábrica e dos processos, sempre buscando qualidade, segurança e produtividade. Trata-se de profissionalizar cada vez mais a empresa, valorizando nossos colaboradores e incentivando novos talentos. Assim, certamente vamos chegar aos 100 anos", destaca Renato Muraro, diretor da empresa e neto de seu fundador.

Instalada em duas unidades que somam 12.500 m² de área construída e com capacidade de estoque para

10 milhões de litros, a Muraro Bebidas mantém processos produtivos internacionalmente certificados (ISO 22000 e FSSC 22000) e em constante aprimoramento. Essa estrutura possibilitou que a empresa se tornasse fornecedora das principais redes varejistas do Brasil, além de exportadora de destilados para mais de 25 países da América do Sul, América Central e África. "Empreender, por si só, é um desafio. Estar no mercado há sete décadas, então, é uma prova de resiliência, paixão e inovação", comenta Renato.

Investimento

Entre as ações da Muraro Bebidas para celebrar seus 70 anos estão também a instalação de uma nova linha de envase e a ampliação da capacidade para mais 500 mil litros de tancagem. A empresa também prevê o lançamento de cachaça e rum alusivos ao aniversário, além de novidades comerciais no segmento de aperitivos e licores. Institucionalmente, estão programados o lançamento de novo vídeo institucional e livro com resgate histórico, além de eventos com su-

Building on tradition. Processing Your Future.

Desde 1852 que nossos **excepcionais funcionários** desenvolvem e fornecem soluções inovadoras para o aperfeiçoamento de sua produção.

Nosso principal objetivo é sermos os melhores a nível mundial no que respeita a processos seguros, eficientes e sustentáveis.

Com nossas **tecnologias inovadoras**, disponibilizamos soluções personalizadas para o seu sucesso.

Fornecemos o que prometemos

ziemann-holvrieka.com



permercadistas e colaboradores - 51 funcionários diretos e 40 indiretos - e participação em feiras, entre elas a Anuga, na Alemanha.

Maestro com vocação para os negócios

Ernesto Gaetano Muraro, fundador da Muraro Bebidas, era filho de imigrantes italianos e ajudava no sustento da família trabalhando na agricultura num pedaço de terra nas barrancas do Rio das Antas em Flores da Cunha. Nas horas de lazer, atuava como maestro do coral da Igreja, o que o tornou popular na cidade. Com o passar dos anos envolveu-se com o cooperativismo, que despertou sua vocação para os negócios. Em 1953, incentivado por



Renato, Frederico e Claudio Muraro - 3 gerações

sua esposa, Margarida, fundou com alguns amigos e parentes a Muraro & Cia Ltda em um pequeno galpão de pouco mais de 400 m² e algumas poucas pipas de madeira.

Logo chegaria para auxiliar o fundador seu filho Claudio, recém-egresso do serviço militar, cheio de ideias e com muita vontade de fazer o negócio prosperar. Nos anos 60 foi adquirido o primeiro destilador, com o qual se extraía a aguardente, produto precursor da linha de bebidas destiladas. Na década de 70, a Muraro iniciou a produção de vodka e ampliou o parque fabril, tançagem e produção. Já nos anos 80 foi construída a fábrica 2, maior e mais moderna, mesma época em que o filho de Claudio, Renato, começou a compartilhar com o avô e o pai os ensinamentos de gestão, produção e comercialização das bebidas. Em 2014, ingressa na empresa Frederico, filho de Renato, que hoje, juntamente do pai e do avô, lidera a expansão do negócio.



A conquista de novos mercados no Brasil e no exterior é uma constante na Muraro Bebidas que, atualmente, produz mais de 50 tipos de bebidas de 20 marcas diferentes, entre elas a vodka Taiga

Conversão de formato inteligente: KHS aumenta eficiência de sistemas de embalagem para latas de bebidas

Maior eficiência, agilidade e confiabilidade no processo de embalagem de latas de bebidas: KHS automatiza o processo de alimentação do produto e definição de formato de seus sistemas de embalagem da série Innopack Advanced e paletizadoras Innopal PB com a adição de um sistema robótico de agrupamento. Em relação ao processo manual, a troca de formato para embalagem de novos produtos é agora muito mais rápida e fácil. O sistema permite obter uma economia de tempo de até 30 minutos a cada conversão de formato. Ao mesmo tempo, a reprodutibilidade aumenta devido a uma precisão de ajuste constante na troca.

No âmbito das dinâmicas tecnologias da indústria de bebidas, cresce a cada dia os requisitos das empresas de envase em termos de tempos de resposta mais rápidos no ajuste de embalagens primárias e secundárias. E aumentam também a complexidade das embaladoras devido à ampliação das opções de configuração e o uso de peças de formato. A KHS faz face a esses desafios com um conceito de automação que não apenas reduz o esforço envolvido nas conversões da máquina para outros produtos ou tipos de embalagem, como também torna essas trocas mais confiáveis e eficientes.

Maior eficiência com embaladoras KHS

A troca de formato semiautomatizada pode ser facilmente implementada em praticamente todos os sistemas de embalagem da série Innopack Advanced. Em seu desenvolvimento, os especialistas da KHS concentraram-se inicialmente nos módulos do processo de alimentação do produto e definição de formato, que geralmente demandam bastante trabalho de ajuste do operador. Um exemplo: na entrada da máquina, os vasilhames são conduzidos através de corredores com trilhos até a estação de embalagem. Na conversão de formato, o usuário deve soltar e ajustar de 30 a 50 pontos de regulagem dos trilhos do corredor, dependendo do diâmetro das latas. Com o conceito de conversão de formato semiautomatizada, todo o ajuste acontece com o apertar de um botão, restando ao operador apenas certificar-se de que não haja vasilhames na entrada no momento da troca. Além disso, a operação das unidades de ajuste agora é motorizada e automatizada.



Paletização totalmente automatizada

Nas paletizadoras Innopal PB com sistema robótico de agrupamento, a KHS já chegou a uma conversão de formato totalmente automatizada. Agora, formatos complexos também podem ser trocados com o simples apertar de um botão. Além dos sistemas automatizados já disponíveis, os sistemas de centralização em todos os modelos da série Innopal PB agora podem ser equipados com servomotores. Com eles, você economiza tempo durante a conversão e obtém máxima precisão ao coletar e depositar os fardos agrupados no palete. Graças à automatização da troca das garras de fixação dos robôs agrupadores, ao ajuste da largura da corrediça e ao ajuste automatizado das guias, não é necessária nenhuma intervenção manual nas máquinas de paletização. Com isso, aumenta-se a segurança operacional.

Mais informações você encontra em:
www.khs.com

Britvic adquire Globalbev mirando no mercado de energéticos

Empresa britânica assina contrato de aquisição da Globalbev apostando no mercado de energéticos com a marca Extra Power



A Britvic adquiriu as ações da Globalbev S.A. e, consequentemente, a distribuição das marcas de bebidas Extra Power, Flying Horse, Juxx e Amazoo. O acordo está sujeito a condições suspensivas usuais, bem como à aprovação das autoridades regulatórias. A divisão de alimentos da Globalbev Bebidas e Alimentos S.A. não faz parte do negócio.

O acordo veio no 8º ano da empresa no Brasil com o objetivo de expandir a presença de mercado em diferentes categorias e regiões.

A Dona da Maguary agregará ao seu portfólio de mais de 12 marcas, Extra Power Energy Drink, a primeira marca de energéticos produzida no Brasil com alta representatividade na região do Centro-Oeste e liderança de vendas em Goiás, além da marca Flying Hor-

se da mesma categoria, o suco Juxx e smoothie de açaí, Amazoo.

“Estou muito feliz com essa aquisição que nos permite entrar na categoria de energéticos no Brasil. Em linha com a nossa estratégia de acelerar e expandir a presença no país, vamos acessar uma categoria em ascensão, expandir nossa presença regional e entregar eficiência para nossa cadeia de suprimentos. Estou confiante que esse movimento vai acelerar nossa trajetória de crescimento em um dos nossos mercados foco, gerando valor para o negócio”, comenta Simon Litherland, CEO Global da Britvic.

Hoje, a multinacional britânica conta com quatro unidades fabris: Araguari e Astolfo Dutra – Minas Gerais, Aracati – Ceará, Flores da Cunha – Rio Grande do Sul e centros de distribuição em

São Paulo e Rio de Janeiro. Com esse movimento de mercado, a companhia terá o apoio de mais um centro de distribuição em Brasília e ampliará sua presença em todo o território nacional.

Impulsionados pela estratégia global da companhia de ter o Brasil como foco de expansão, e ainda, atuando no mercado de energéticos globalmente, a assinatura do contrato de aquisição trará força de vendas para a multinacional em todo o território nacional. “Essa é a segunda vez que fazemos um movimento de mercado como esse no Brasil. Em 2017 adquirimos a Bela Ischia, e agora, estamos ampliando nossas categorias para o segmento de energéticos e sucos premium com as marcas Extra Power, Flying Horse, Juxx e Amazoo”, comenta Pedro Magalhães, CEO da Britvic no Brasil.



Acesse nosso site!



SOLUÇÕES EM

ROLHAS METÁLICAS

SAIBA MAIS:

www.pkgbrasil.com.br



Solenis adquire Diversey por US\$ 4,6 bilhões



Negócio combina dois líderes do setor em mercados adjacentes, mas altamente complementares

A Solenis, uma das principais fabricantes de produtos químicos especializados, concluiu a aquisição da Diversey Holdings, Ltd., com vigência a partir de 5 de julho, em uma transação em dinheiro, com o valor da empresa de aproximadamente US\$ 4,6 bilhões.

A Diversey é uma das principais fornecedoras de produtos de limpeza e higiene, prevenção de infecções e tecnologia.

Com a aquisição, a Solenis agora é uma empresa que opera em mais de 130 países, com 71 instalações

de fabricação e mais de 15.000 funcionários. Com sede em Wilmington, Delaware, a Solenis foi adquirida pela Platinum Equity em 2021. A Bain Capital, acionista majoritária da Diversey, manterá uma participação minoritária na Solenis como resultado desta transação.

“Esta fusão torna a Solenis uma empresa mais diversificada, com escala significativamente maior, alcance global mais amplo e a capacidade de oferecer um pacote de soluções completas e abrangentes que atendem à demanda do cliente e abordam problemas de gerenciamento de água, limpeza e higiene em uma base global”, disse John Panichella, CEO da Solenis. “Juntos, temos uma base da qual podemos continuar a alavancar nossas fortes parcerias com os clientes, inovação de ponta e serviços de valor agregado para impulsionar a trajetória de crescimento agressivo da Solenis. Com o apoio contínuo da Platinum Equity, estamos confiantes de que maximizaremos as oportunidades promissoras que temos pela frente”.

Panichella afirmou que a adição da linha Diversey de produtos e tecnologias de limpeza e higiene ajudará a criar oportunidades de vendas cruzadas que fará da Solenis um par-



ceiro ainda mais valioso para seus clientes. “Agora temos capacidades bastante aprimoradas para ajudar nossos clientes a enfrentar desafios críticos de sustentabilidade, reduzir seu impacto ambiental e ajudar a criar um mundo mais limpo e seguro”, disse ele.

“Esta é uma oportunidade de transformação para reunir duas empresas inovadoras que têm desenvolvido soluções para muitos dos desafios mais urgentes do mundo há mais de 100 anos”, disse o Co-Presidente da Platinum Equity, Jacob

Kotzubei. “Ao unir forças, elas estarão mais bem posicionadas para acelerar o ritmo do progresso em uma gama mais ampla de mercados finais em alto crescimento”.

“Nós estamos entusiasmados em criar uma plataforma maior e mais expansível, que permitirá que a Solenis tenha ainda mais oportunidades de crescer organicamente e por meio de aquisições adicionais nos mercados principais e adjacentes daqui para frente”, acrescentou Nathan Eldridge, Diretor Administrativo da Platinum Equity.

Consumo de alimentos orgânicos e naturais cresce no Brasil

A cada mil brasileiros, 360 se declaram consumidores de orgânicos

O Instituto Organics apresentou durante o 7º Fórum Internacional de Produção Orgânica e Sustentável, realizado na BioBrazil Fair e Naturaltech, os resultados da pesquisa “Panorama do Consumo de Orgânicos no Brasil 2023”.

O estudo revela que a cada mil brasileiros, 360 se declaram consumidores de orgânicos e aponta um crescimento de 16% no consumo deste tipo de alimento no país, entre 2021 e 2023.

Hoje em dia, quase 46% da população brasileira consome alimentos orgânicos, o que demonstra uma crescente conscientização sobre os benefícios desses produtos para a saúde e o meio ambiente. Além disso,

a pesquisa apresenta detalhes demográficos estratégicos sobre os consumidores de alimentos orgânicos e os “não consumidores”. Os resultados fornecem um panorama estratégico para produtores e interessados no tema a conduzirem seus negócios.

Distribuição regional

Feito com consumidores de todo o Brasil, uma das surpresas neste estudo está no Nordeste. A região apresentou o aumento mais significativo no consumo de orgânicos no país, de 32% em 2021 para 45% em 2023. Em segundo lugar, aparece o Centro Oeste com 42% na pesquisa atual, contra 39% na anterior. Seguido pelo Sudeste, registrando aumento de 26% para 30%.



A região Norte teve aumento de 1% entre as pesquisas de 2021 – 15% – para 16% em 2023. O Sul manteve os 39% nas duas edições.

Consumidor mais atento

Um dos principais motivos para o aumento no consumo de alimentos orgânicos é a associação direta com uma opção mais saudável. “Os consumidores estão buscando alimentos livres de agrotóxicos e priorizando uma alimentação equilibrada e nutritiva”, revela Cobi Cruz, diretor executivo da Organics e responsável em apresentar a pesquisa.

Além da saudabilidade, a crescente conscientização sobre o meio ambiente, principalmente entre a po-



Quase 46% da população brasileira consome alimentos orgânicos, o que demonstra uma crescente conscientização sobre os benefícios desses produtos para a saúde

pulação mais jovem, que busca produtos – alimentos, bebidas e outros itens, como vestuário e cosméticos, mais naturais, sem conservantes e aditivos químicos, sem crueldade animal e produzidos por empresas atentas a todas as questões de ESG, como inclusão social, a geração de novos negócios, o desenvolvimento econômico de diversas áreas e a sustentabilidade do nosso planeta.

Sendo assim, a embalagem se tornou um fator relevante na decisão de compra para os consumidores mais engajados, que procuram adquirir alimentos de empresas comprometidas com a reciclagem e gestão de resíduos.

Os alimentos orgânicos mais consumidos no Brasil são a banana, a batata e a alface. O principal local de compra é o supermercado, mas

83% dos compradores preferem ver esses produtos em gôndolas ou seções específicas. O reconhecimento dos produtos pelo selo de certificação orgânico também se mostrou importante para 13% dos consumidores.

Desafios do setor

A pesquisa aponta também a necessidade de divulgar e ampliar a variedade de produtos orgânicos disponíveis, como carnes, leite e derivados, vinhos, óleos, farinhas, matinais, grãos e açúcar, inclusive em suas versões industrializadas.

Embora o preço ainda seja um ponto relevante entre os compradores, eles reconhecem as razões para os valores mais elevados des-



“Os consumidores estão buscando alimentos livres de agrotóxicos e priorizando uma alimentação equilibrada e nutritiva”, Cobi Cruz



A maioria – 43% dos consumidores – está disposta a pagar em torno de 20% a mais pelos alimentos orgânicos em relação aos convencionais

ses produtos. A maioria – 43% dos consumidores – está disposta a pagar em torno de 20% a mais pelos alimentos orgânicos em relação aos convencionais, porque avaliam que esses itens vêm de uma produção sem agrotóxico, mais lenta e em menor escala, com o produtor focando na qualidade ao invés da quantidade.

Novidades da indústria

Como alternativas veganas ao leite em pó comum (animal), o Mundo Verde apresenta aos consumidores as bebidas vegetais de tapioca e de arroz. A bebida de tapioca é fonte das vitaminas B12 e D e contém cálcio em sua composição. Já a de arroz é fonte das vitaminas B12, C, D e K e o cálcio também não fica de fora, além de ser fonte de fibras.

Os lançamentos estão disponíveis em pó, em embalagem de 200g, e não contêm glúten, leite, soja, ovos, alimentos considerados alérgenos alimentares, nem produtos de origem animal.

A bebida de Tapioca possui um sabor mais neutro, sem aroma e sem adoçantes. Já a bebida de Arroz é adoçada com stévia e no sabor baunilha.

Suplementos proteicos

A Sanavita apresenta sua nova linha de suplementos proteicos de alta concentração. Body Up, desenvolvido com proteína hidrolisada com tecnologia Bodybalance, Whey Up, combinação de proteína do leite com aminoácidos e Vegan Up, composto de proteínas 100% vegetais.

Indicados como aliados de treinos e performance física, os suplementos proteicos funcionam como uma alternativa para aumentar a ingestão diária de proteína e, conseqüentemente, para a manutenção ou preservação da massa magra. A suplementação,

segundo Andrea Dário Frias, coordenadora do Centro de Pesquisa Sanavita e PhD em nutrição, também é indicada em dietas de emagrecimento, para pacientes bariátricos e mulheres na pré e pós menopausa, que apresentam redução nos níveis de estrogênio e, conseqüentemente, uma maior perda de massa magra e acúmulo de gordura corporal.

Com alta digestibilidade, absorção e zero lactose, Body Up apresenta como vantagem sua composição hipoalergênica, uma alternativa interessante aos sensíveis às proteínas do leite, proteínas vegetais e intolerantes à lactose, que muitas vezes apresentam desconfortos digestivos como distensão abdominal, sensação de estufamento e o surgimento de acne. O suplemento, desenvolvido com 15g de proteína por porção na forma de peptídeos bioativos de colágeno com tecnologia Bodybalance, também é fonte natural de aminoácidos essenciais importantes para formação da massa muscular, como os BCAA (leucina, isoleucina e valina), e apresenta alta concentração de zinco, selênio e vitamina C.



Bebidas destiladas

Com mais de 75 anos, a Weber Haus possui em seu portfólio mais de 70 produtos entre cachaças, gins e rum. A Weber Haus possui as certificações orgânica e de rastreabilidade concedidas pelo Inmetro. A marca produz a Cachaça Weber Haus Envelhecida Gold Camisa 8, uma bebida armazenada por dois anos em barris de amburana, madeira tipicamente brasileira, e canela sassafrás.

Outro produto da Weber Haus é o Gin Antiqua, um autêntico Botanic Gin, elaborado com o tradicional zimbro e outras sete especiarias naturais, o que o torna suave e aromático. Já o Antiqua Tropical Gin é a versão refrescante do Antiqua Botanic Gin. Sua infusão é feita com menor graduação alcoólica, o que enfatiza as características sensoriais de aroma e sabor. Também fabrica o Vinagre de Caldo de Cana Orgânico

Os suplementos proteicos funcionam como uma alternativa para aumentar a ingestão diária de proteína e, conseqüentemente, para a manutenção ou preservação da massa magra



Antiqua. Produzido com caldo de cana-de-açúcar orgânico através de fermentação natural, sem conservantes, aromatizantes, álcool ou aditivos químicos, ele ajuda no controle da gordura corporal e do nível de açúcar no sangue, e na perda de peso devido às propriedades do ácido acético, que diminui o apetite.

“O mercado de produtos orgânicos e naturais cresceu muito no Brasil, pois os brasileiros estão cada vez mais preocupados com a saúde e com a composição dos produtos que eles consomem, e nós sempre tivemos essa preocupa-

ção de oferecer produtos de qualidade e desenvolvidos pensando no bem-estar de nossos clientes”, afirma Evandro Weber, diretor da Weber Haus.

Bebidas vegetais

A Natural One dá seu primeiro passo no mercado de bebidas vegetais, com o lançamento da linha composta inicialmente de quatro sabores: Original, Cappuccino, Cacau e Frutas Vermelhas, sendo que este último blend é o primeiro para um portfólio mais amplo com a futura inclusão de novos sabores com frutas, mixologia já dominada pela empresa. Assim como os sucos da marca, os produtos passaram pelo mesmo processo de pasteurização, envase asséptico a frio e embalagens com proteção contra raios UV e sequestrante de oxigênio, características que garantem um shelf-life de oito meses.

O lançamento da empresa tem como base a aveia, um dos cereais mais nutritivos e que tem grande facilidade de sourcing no Brasil, o que



Linha Antiqua é produzida com ingredientes naturais pensando nas demandas dos consumidores relacionadas à saúde e meio ambiente

torna o insumo mais acessível e com melhor custo-benefício se comparado a outras matérias-primas como castanha e amêndoas. Além disso, os novos produtos trazem importantes diferenciais, como ser rico em cálcio – uma preocupação constante dos consumidores ao optar pela versão vegetal em substituição à animal –, não ter adição de açúcar nem conservantes e ser 100% natural, apenas com frutas, vegetais, cereais e minerais, ser refrigerado – ficando assim nas gôndolas onde os consumidores encontram produtos mais frescos e ao lado dos leites tradicionais mais premium e dos iogurtes prontos para beber –, ser comercializado em uma embalagem transparente – o que permite que os compradores visualizem o produto –, e preço competitivo, além de ser saboroso, funcional e nutricionalmente um bom substituto para o leite de origem animal.

“O grande objetivo da Natural One



A nova linha tem como base a aveia, um dos cereais mais nutritivos e que tem grande facilidade de sourcing no Brasil, o que torna o insumo mais acessível e com melhor custo-benefício se comparado a outras matérias-primas

desde sua fundação é se firmar como um dos grandes players globais na produção de bebidas saudáveis e saborosas, feitas apenas com ingredientes naturais, para os mais diferentes consumidores. Optamos por dar nosso primeiro passo neste longo caminho com os chamados “leites vegetais” por se tratar de uma categoria ainda muito nova no Brasil, representando cerca de 0,3% no total de leite de origem animal, e queremos ajudar a desenvolver a ca-

tegoria no país, fazendo jus ao nosso DNA de inovação aliado à tecnologia e saudabilidade”, afirma Rafael Ivanisk, CEO da Natural One.

Vinhos

Novidades no universo dos vinhos, rótulos biodinâmicos, naturais, orgânicos e veganos representam a constante evolução da categoria e a responsabilidade junto à sociedade e ao meio ambiente.

Segundo Priscilla Dal Lago, embaixadora da Domno Wines, importadora do Grupo Família Valduga, os vinhos orgânicos não utilizam em sua elaboração nenhum tipo de agrotóxico como pesticidas, fungicidas e bactericidas. O processo de vinificação não precisa ter distinção do convencional, porém não são utilizados compostos para aumentar a rentabilidade, já que a motivação deste sistema, além da sustentabilidade,



“Leites vegetais” representam uma categoria muito nova no Brasil e queremos ajudar a desenvolvê-la no país, fazendo jus ao nosso DNA de inovação aliado à tecnologia e saudabilidade”,
Rafael Ivanisk, CEO da Natural One

é garantir que o vinho não leve nenhum resíduo agroquímico, podendo ou não ter certificação, a depender de cada país de origem.

Já os vinhos biodinâmicos são conhecidos por utilizarem a antroposofia em seu cultivo, ou seja, o conhecimento do ser humano de técnicas ancestrais aplicadas tanto no cultivo das uvas, quanto no funcionamento da vinícola. Estes rótulos também são orgânicos, porém – nesta categoria – além de não ser utilizado nenhum tipo de composto químico na cadeia produtiva do vinho, a agricultura se aproveita inteiramente de alimentos proporcionados pela natureza, como o uso de preparações à base de uvas e minerais, chás para auxiliar na mineralização do solo ou a técnica em que o engarrafamento é feito seguindo os ciclos lunares.

O vegano, por sua vez, não leva insumos de origem animal no seu processo de elaboração, como a albumina (proteína do ovo) e a caseína (proteína do leite), utilizadas na etapa de clarificação do vinho. Estes rótulos também não têm perdas aromáticas e estruturais, que afetam a degustação.

A denominação de vinhos naturais é um pouco mais ampla, uma vez que não há norma ou regulamentação para esta variedade. Normalmente, são considerados naturais

os vinhos que utilizam fermentação espontânea – isto é, não têm adição de conservantes ou nenhum outro artifício químico para corrigir acidez ou taninos. Desta forma, vinhos naturais são orgânicos e podem também ser biodinâmicos, caso utilizem as regras necessárias.

A Domno Wines traz em seu portfólio o Argento Single Vineyard Agrelo Malbec, considerado o “Melhor Malbec Orgânico do Mundo” – pelo Guia Descorchados e 92 pontos do James Suckling – produzido pela Bodega Argento.

Bebida cafeinada

A Vida Veg possui um portfólio composto por mais de 40 produtos, todos com origem 100% vegetal. Entre eles, queijos, leites, manteigas e iogurtes. O lançamento mais recente é o Vida Coffee, uma bebida cafeinada zero açúcar feita à base de coco e aveia e equivalente a 1 expresso e meio de café (tem 150ml de cafeína). Por ter base de coco, contém TCM (triglicerídeo de cadeia média) que fornece energia, podendo ser usado como pré-treino, ou em momentos da rotina em que a pessoa precise de mais energia ou foco.

“Trata-se de uma bebida energética natural, super prática e limpa, uma inovação na categoria. Por

Vida Coffee é uma bebida cafeinada zero açúcar feita à base de coco e aveia e equivalente a 1 expresso e meio de café (tem 150ml de cafeína)



exemplo, às vezes na correria do dia não dá tempo de parar e tomar um café quente, ou fazer um expresso. O Vida Coffee está 100% pronto para consumo, qualquer hora do seu dia, garantindo energia e foco para enfrentar a rotina com disposição”, diz Álvaro Gazolla, sócio fundador e diretor comercial da empresa.

O mercado de alimentos plant-based cresce ano a ano e pode representar até 7,7% do mercado global de proteínas até 2030, segundo estudo do Boston Consulting Group. “Nosso crescimento surge de uma demanda latente no mercado brasileiro. E além de atender ao público que opta ou não pode consumir alimentos de origem animal, nossos produtos também são diferenciados do ponto de vista ambiental, pois temos a preocupação de manter equilíbrio entre o meio ambiente com o sabor e a nutrição vegetal”, diz Gazolla.



NotCo desenvolve tecnologia que simula o processo gastrointestinal

Ferramenta ajuda a entender como funciona a digestão de nutrientes e os benefícios de uma alimentação à base de plantas, permitindo o desenvolvimento de novos produtos

A NotCo, foodtech global referência em alimentos à base de plantas, criou um aparelho que simula o processo gastrointestinal humano, com as suas reações bioquímicas e enzimáticas: o SHIGAD (Simulador Humano Gastrointestinal Dinâmico, em tradução do espanhol), que permite uma análise detalhada da digestão desses alimentos e entrega amostras para estudar como são absorvidas pelo corpo humano, gerando dados importantes para a produção de soluções ainda mais nutritivas.

Em desenvolvimento desde 2021 e agora em pleno funcionamento, o digestor dinâmico in vitro é usado em um laboratório de Nutrição Molecular, localizado na sede da marca, no Chile. Criado por uma equipe liderada pelas cientistas Ana Batista e Sofia Estrugo, o projeto nasceu com o objetivo de expandir os horizontes da indústria alimentícia para além da comercialização, compreendendo como novas ferramentas inovadoras podem ajudar o público a ter uma rotina alimentar melhor.

“A forma como os alimentos são digeridos constitui um importante aspecto nutricional, uma vez que determinará em que medida os nutrientes serão efetivamente absorvidos pelo corpo. Aplicando esse procedimento aos NotProdutos, temos a possibilidade de obter cada vez mais informações para mostrar aos consumidores o real impacto para a saúde da adoção de alimentos plant-based, que contribuem para criarmos produtos ainda mais nutritivos, sustentáveis e saborosos com a ajuda da nossa Inteligência Artificial (IA), o Giuseppe”, explica Batista.



SHIGAD - Simulador Humano Gastrointestinal Dinâmico



Como funciona o SHIGAD

O SHIGAD é composto por dois compartimentos principais - um recipiente que simula o estômago e outro o intestino delgado - e vários complementares. Dentre esses últimos, estão sensores, sondas, válvulas, entradas, saídas e um software criado internamente, o qual permite a monitorização e controle do processo, bem como o funcionamento do sistema.

Os dois copos de vidro que imitam os órgãos são ligados por uma bomba peristáltica, que move o material do estômago para o compartimento intestinal. Ao fazê-lo, o equipamento é capaz

de simular fatores dinâmicos importantes durante a digestão, como o esvaziamento gástrico e as alterações de acidez que ocorrem no estômago. Assim, é possível recolher amostras para serem analisadas e, por fim, gerar dados relevantes sobre a ação digestiva.

A experiência é dividida em três etapas principais: em primeiro lugar, a amostra de alimento que se pretende estudar é misturada com soluções que simulam a saliva, constituindo a fase oral; em seguida, esta mistura, denominada bolus alimentar, é adicionada ao compartimento do estômago e os fluidos enzimáticos e eletrolíticos

são progressivamente incorporados, dando lugar à fase gástrica; logo depois, através da bomba peristáltica, o conteúdo do compartimento gástrico passa para o compartimento intestinal, onde se mistura com os fluidos enzimáticos e eletrolíticos intestinais, ocorrendo a fase intestinal.

Para Estrugo, cada etapa foi planejada com o objetivo de fornecer o máximo de detalhamento possível sobre o aspecto nutricional da digestão dos NotProdutos. "As novas ferramentas tecnológicas são aliadas de praticamente todos os segmentos, inclusive, e principalmente, do alimentício. Por isso, temos a intenção

de desenvolver mais soluções inovadoras como essa no futuro, que ajudem a potencializar ainda mais o segmento plant-based", finaliza.



Nova geração de QR Codes trará mais praticidade, segurança e inclusão aos pagamentos digitais



Por Mauro Tozzi

Extremamente versáteis, os QR Codes - abreviação para Quick Response Code – estão em todo lugar e já são amplamente utilizados pelos brasileiros. Seja para visualizar o cardápio em seu restaurante preferido, ou acessar o site de algum produto ou serviço que você está vendo na TV, basta abrir a câmera do celular e apontar para ele para que “a mágica aconteça”.

Uma das aplicações mais relevantes deste tipo de código está na praticidade que oferecem na realização de pagamentos. É verdade que a implementação do PIX no Brasil alavancou e muito esta tecnologia, proporcionando a geração de códigos por parte de pessoas e empresas para receber valores na modalidade “peer-to-peer”, mas não é só isso. Diferentes serviços (como varejistas, delivery de comida, etc), que contam com carteiras digitais, disponibilizam a estabelecimen-

tos parceiros os chamados QR Codes estáticos. E é neste ponto em que há uma revolução a caminho.

Embora práticos, estes QR Codes não oferecem a segurança necessária ao vendedor em relação a fraudes. Pouca gente sabe, mas a tecnologia utilizada em uma transação por meio dos QR Codes estáticos é semelhante àquelas feitas em e-commerces

QR Codes são versáteis, práticos e suas aplicações conquistam consumidores em todo o país



A nova geração de QR Codes deve ganhar força no Brasil a partir do segundo semestre. Ela tem como base tecnológica o protocolo EMV 3D Secure que proporciona que transações em ecommerce feitas com cartão não presente tenham a mesma segurança daquelas feitas com cartão presente



com poucas ferramentas de proteção. Sendo assim, uma pessoa mal-intencionada que paga usando o código pode simplesmente ligar em seu banco alegando que não fez tal compra. Nestes casos, o cliente é ressarcido e o prejuízo fica com o vendedor.

A nova geração de QR Codes padrão EMV, que vêm sendo desenvolvidos junto às grandes bandeiras de car-

tões de crédito e devem ganhar força no Brasil a partir do segundo semestre, têm como base tecnológica o protocolo EMV 3D Secure, padrão seguido por elas para a venda no comércio eletrônico – que proporciona que transações em ecommerce feitas com cartão não presente tenham a mesma segurança daquelas feitas com cartão presente.

Nesse formato, quando se faz uma compra, a própria “maquininha” (ou “smartphone”, ou “checkout”) gera um EMV QR Code dinâmico na tela especificamente para aquela transação, que já conta com recursos avançados de segurança. Já o comprador, aprova a compra em seu próprio dispositivo autenticado por instituição financeira ou de pagamento. Nesse caso, a compra acontece como se fosse com seu cartão de crédito ou débito presente (CP), o que diminui consideravelmente as chances dos fraudadores e dá segurança ao lojista.

Outro benefício dos novos códigos é a interoperabilidade. Enquanto nos códigos estáticos, a compra só pode ser paga por uma carteira digital específica, limitando muito as opções para o consumidor, nesta nova geração os pagamentos poderão ser feitos pelos aplicativos de qualquer instituição financeira ou de pagamento, tendo as bandeiras de cartões como os facilitadores deste serviço.

Em um país em desenvolvimento como o Brasil, onde a maioria das pessoas ainda não contam com smartphones com tecnologia NFC – que possibilitam os pagamentos por aproximação -, QR Codes mais modernos, seguros e amigáveis gerarão, no fim das contas, uma maior possibilidade de inclusão da população menos favorecida aos pagamentos digitais.

Mauro Tozzi

Chefe global de vendas da HST, especializada em soluções de segurança para o ecossistema de pagamentos



O que irá impactar a **indústria de bebidas** nos próximos 2 anos?

BEVERAGE ²⁰²³ DAY

7º Encontro da Indústria de Bebidas



- Eficiência e Produtividade
- Uma Indústria Sustentável
- Impactos e Benefícios das Novas Tecnologias
- Negócios em Expansão
- Inovação

+ 20 horas de conteúdo

+ 25 palestrantes

+ 20 palestras

Temas relevantes e atuais

Participe e ajude sua empresa a **gerar resultados mais eficientes**

8 e 9 de novembro de 2023 - São Paulo

Inscriva-se:

www.engarrafadormoderno.com.br/beverageday

Patrocínio:



Realização:



Brau^{'23} Beviale

28-30 November 2023
Nuremberg, Germany



We unite variety.

www.braubeviale.de/en

NÜRNBERG / MESSE

SIMPL-CUT

Simpl-Cut™ é uma solução de rotulagem revolucionária, com sistema de corte e transferência dos rótulos que reverte os princípios tradicionais das máquinas *Roll-fed*.

Equipamento 2 em 1: máquina rotativa para aplicar rótulos Bopp envoltivos com cola quente ou rótulos Bopp pré-adesivados, podendo trabalhar alternadamente para uma flexibilidade inigualável.

Máxima eficiência: sem paradas causadas por resíduos de cola no tambor, sem necessidade de solventes, redução de custos de energia, redução de carbono, trazendo soluções para o ambiente na prática e aumentando a performance da linha.



ROLL LINE

Roll Line é uma máquina linear para aplicar rótulos Bopp envoltivos com cola quente em embalagens cilíndricas, cheias ou vazias.

A melhor performance da categoria, proporciona significativa redução de gastos devido aos baixos custos de manutenção e o desempenho otimizado graças a rápida troca de formatos, fazem da Roll Line uma excelente solução para aplicações até 22.000 unidades por hora.



P.E. LABELLERS BRAZIL

Estrada Kaiko, 11 - Maria Auxiliadora
CEP: 06843-195 - Embu das Artes - SP (Brazil)
+55 11 3744-1430 - +55 11 4788-1420
PEBrazil@ProMachBuilt.com