

Editora Aden Ano XXVIII Nº 333

## **TENDÊNCIAS**

Tecnologia, qualidade e experiência sensorial mudando os rumos do mercado de café

## NÃO ALCOÓLICOS

Fruki Bebidas comemora centenário com forte expansão

## MARCAS BUSCAM MELHORES ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Premium segue na mira das grandes marcas com aumento de vendas em valor e volume



SOLUÇÕES EM

## ROLHAS METÁLICAS

SAIBA MAIS:

www.pkgbrasil.com.br







#### 18 CERVEJA | MERCADO

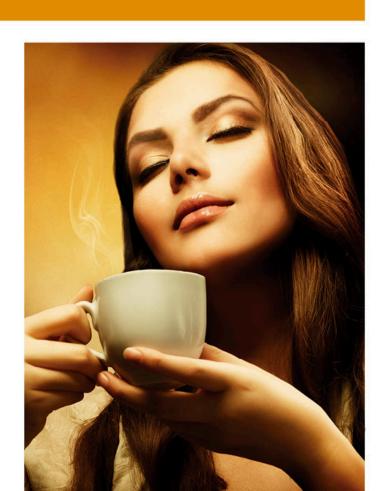
#### MARCAS BUSCAM MELHORES ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Premium segue na mira das grandes marcas com aumento de vendas em valor e volume

#### 06

#### Tecnologia, qualidade e experiência sensorial mudando os rumos do mercado de café

Com cerca de 10% do consumo nacional voltado para safras especiais, a segunda bebida mais famosa do mundo vem se transformando desde o cultivo até a xícara, destacando posição do Brasil no setor





24

#### Fruki Bebidas comemora centenário com forte expansão

Nova planta industrial deve suportar crescimento expressivo da empresa na região sul do Brasil

34

#### Lei de Rotulagem impacta consumo de alimentos e bebidas na América Latina

Estudo mostra que, quanto mais etiquetas de advertência um produto tiver, menos ele será comprado

40

#### Nestlé Brasil avança em Indústria 4.0, conectando cerca de 300 linhas de produção

Empresa combina uso de aplicações que envolvem IA, 5G, robótica autônoma e outras tecnologias para otimizar processos e obter mais eficiência, segurança e qualidade 30

#### Por que o envase é fundamental para a qualidade da água mineral?

Diversos fatores devem ser obedecidos para a entrega de um produto com a qualidade exigida pelos consumidores



36

#### Coca-Cola é a marca mais presente nos lares brasileiros

As top 5 marcas do ranking registraram recorde em penetração e frequência nos lares

44

#### Nespresso lança no Brasil tênis feito com borra de café

Seguindo os conceitos de upcycling, item comprova o compromisso da marca com a circularidade



**EDITORIAL** 

#### Produtos premium seguem com tendência de alta

Os produtos premium seguem influenciando as estratégias de crescimento e desenvolvimento de portfólio das empresas. E isso está baseado em dados que demonstram que os consumidores são fortemente influenciados por categorias indulgentes e produtos de melhor qualidade.

Seguindo essa linha, as cervejas especiais tornam-se a cada dia mais frequentes nas cestas de compras dos consumidores. Em bares e restaurantes essa tendência também é maior. Isso direciona cada vez mais os investimentos das grandes companhias como Ambev, Heineken e Grupo Petrópolis.

Com menor escala e menos capilaridade de distribuição, as cervejarias de menor porte enfrentam maiores dificuldades de expansão. Os preços também representam um desafio, especialmente em períodos de crise e da região a ser explorada. É preciso achar um equilíbrio para que essas empresas cresçam nesse mercado de muita competitividade, mas de grandes oportunidades.

O mercado de café segue em alta no cenário mundial atraindo investimentos de grandes players do setor. A Nestlé divulgou, recentemente, que investirá 1,2 bilhão de reais até 2026 com foco na fábrica de Nescafé localizada em Araras, interior de São Paulo. O café é uma das áreas prioritárias para a empresa e a companhia é uma das maiores compradoras de café no mundo.

De acordo com levantamento da Brainy Insights, o mercado de cafés especiais deve chegar a US\$ 152,69 bilhões até 2030, alcançando um crescimento de 12,32% nesse período. Cafés gelados e bebidas à base de café ganham força especialmente entre os consumidores mais jovens. O crescimento das cafeteiras no Brasil também acelera essa tendência por oferecerem receitas e produtos diferenciados.

Boa leitura!

Carlos Donizete Parra



#### Por Thais Martins

café, uma das bebidas mais apreciadas em todo o mundo, tem passado por uma transformação significativa impulsionada pela tecnologia e pela crescente demanda do público que preza por qualidade e experiência sensorial. Prova disso é que, de acordo com o Ministério da Agricultura e Pecuária, cerca de 5% a 10% de toda a produção brasileira já seja de safras especiais. O Brasil é o segundo maior consumidor, atrás somente dos Estados Unidos.

Desde o cultivo até o preparo, a tecnologia desempenha um papel fundamental na melhoria do produto. Celírio Inácio, Diretor Executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), destaca a cadeia de produção, que vai da seleção dessas sementes até o processo de torrefação. "Na lavoura, os avanços tecnológicos têm permitido práticas agrícolas mais eficientes e precisas, visando a excelência da mercadoria final. Máquinas de colheita seletiva, sensores de umidade e sistemas de moni-

> Na lavoura, os avanços tecnológicos têm permitido práticas agrícolas mais eficientes e precisas, visando a excelência da mercadoria final

CELÍRIO Inácio

toramento climático contribuem para a obtenção de grãos de melhor qualidade ainda", aponta.

Para Rodrigo Silveira de Oliveira, CEO do Café Supremme Agroempresarial, inovações como drones, sensores remotos e análise de dados são de extrema importância no processo de cultivo. "Essas tecnologias estão sendo utilizadas para monitorar e otimizar as condições de crescimento das plantações. Isso leva a um melhor controle da qualidade



dos grãos, garantindo que atinjam seu potencial máximo em termos de sabor e aroma", explica.

Além da evolução no campo, a indústria não fica de fora. De acordo com o diretor da ABIC, a automação e o controle de variáveis, como temperatura e tempo da torra, influenciam diretamente nas características do café. "A precisão nesse processo pode resultar em perfis sensoriais mais consistentes e personalizados", completa.

Anna Carolina Viana, CEO do Café Moinho Fino, enfatiza esse avanço de mercado. "Antigamente, o grão era totalmente torrado e, hoje, estamos ampliando o conhecimento, com novas formas de extração para aromas perfeitos. Tanto é que novas cafeterias estão sendo abertas, além do crescimento da profissão de barista".

#### Qualidade e diferenciação

De acordo com a ABIC, a demanda de mercado do café exige critérios minuciosos. "Por isso, nossas certificações são divididas em categorias: superior, tradicional, especial, gourmet e extraforte. Cada uma traz uma experiência diferente, resultado de um processo industrial que se inicia na compra da matéria-prima, passando pela torra, moagem e

Antigamente, o grão era totalmente torrado e, hoje, estamos ampliando o conhecimento, com novas formas de extração para aromas perfeitos

ANNA Carolina Viana

empacotamento. As embalagens também desempenham um papel importante, pois preservam as características do produto e mantêm sua qualidade no ponto de venda, sem contar a questão da sustentabilidade – menos impacto ambiental e maior comprometimento das marcas com o tema", diz Celírio.

Outro fator é a genética. "O aprimoramento das espécies gera grãos mais fortes. Além disso, o cultivo sustentável, a diminuição de químicos e a rastreabilidade do procedimento possibilitam uma maior eficiência e precisão na produção. Podemos mencionar a evolução como responsável por criar variedades resistentes e eficazes na fabricação, a sustentabilidade, que reduz a utilização de subs-

Crédito foto: Elyfas



Quanto aos aspectos sensoriais, a extração espresso, sob pressão, é a que oferece maior riqueza de aromas, mas isso é, também, uma questão de gosto pessoal

## FREDERICO Canepa illycaffè Sud America



tâncias químicas, o rastreamento do produto, que permite aos consumidores acompanharem a origem do café que estão consumindo, equipamentos de torrefação e moagem tecnologicamente mais avançados e máquinas de alta tecnologia que viabilizam uma exatidão na extração da bebida", complementa o executivo da ABIC.

Com tanta tecnologia e opções no mercado, a busca por uma qualidade sensorial elevada no café se faz presente. Com as máquinas automatizadas e diminuindo os erros de preparação mais comuns, o sistema Iperespresso é um exemplo que permite a qualquer pessoa, em casa e sem treinamento na área, produzir uma bebida espressa perfeita, com um resultado difícil de ser replicado até mesmo por baristas.

É o que garante o diretor-geral da illycaffè Sud America, Frederico Canepa. "Quanto aos aspectos sensoriais, a extração espresso, sob pressão, é a que oferece maior riqueza de aromas, mas isso é, também, uma questão de gosto pessoal: cada um dos vários sistemas de preparação conta com sua particularidade, suas vantagens e, como disse, a di-

fusão destes métodos, junto com a oferta de equipamentos mais adequados, tem permitido ao público experiências cada vez melhores".

O avanço na percepção sensorial da bebida não é aleatória. Cada processo é distinto e as qualidades da semente variam conforme a técnica empregada. Segundo Paulo Ricardo Lisboa, barista certificado pelo Senac, o mesmo produto, preparado com métodos diversos, adquire sabores, aromas e particularidades singulares. "Nas embalagens, podemos encontrar informações, como textura aveludada, doçura natural da própria fruta, acidez média, todas características das notas do grão, influenciadas pelo terroir do café, pela torra e por outros fatores. Novas abordagens auxiliam na melhor identificação dos aspectos sensoriais, ampliando assim o leque de extrações e sistemas", esclarece.

#### Desafios frente ao consumidor

Ao longo dos anos, o comportamento do consumidor de café sofreu importantes mudanças, por um interesse maior acerca das características e especi-

www.engarrafadormoderno.com.br

"

Novas abordagens auxiliam na melhor identificação dos aspectos sensoriais, ampliando assim o leque de extrações e sistemas

#### PAULO Ricardo Lisboa Barista

ficidades do produto. Uma pesquisa encomendada pela ABIC, em parceria com o Instituto Axxus, mostra a evolução desses hábitos, entre 2019 e 2023. Ao todo, foram entrevistadas 4.200 pessoas, sendo 55% mulheres e 45% homens, de diferentes classes sociais, faixas etárias e regiões do país. Confira os dados do estudo:

- Café é mais consumido na parte da manhã: o resultado da pesquisa aponta que 29% dos entrevistados ingerem mais de seis xícaras de 50 ml diariamente, enquanto 46% consomem entre três e cinco. Após uma redução de 5% dos que não consumiam entre 2019 e 2021; em 2023 o percentual se estabilizou em 3%. Dos que tomam a bebida, 97% preferem fazê-lo ao acordar, uma pequena diminuição em relação a 2021 (98%), já que 88% têm preferência pelo consumo durante o período matutino (em 2021, a taxa ficou em 89%);
- Consumo de café fora do lar: se em 2021 a casa era o principal local para se tomar a bebida, hábito motivado pela Covid-19, em 2023; no pós-período pandêmico, o trabalho voltou a ocupar a primeira posição, ao passo que a despesa no lar caiu para o segundo lugar. Em seguida, cafeterias, bares e res-



taurantes ficam na terceira colocação, enquanto a habitação de parentes e amigos aparece em quarto;

• Principais motivações: de acordo com o levantamento, 61% dos participantes tomam café pelo fato de melhorar o humor e a disposição. O dado mostra um crescimento desse fator, que em 2019 ficou em 56% e, em 2021, 57%. Outra tendência de comportamento observada pós-pandemia é o papel da bebida como uma oportunidade de interação entre as pessoas, um momento de socialização. Em 2023, 35% atribuem o consumo a esse objetivo. Em 2019, eram 42%, e em 2021, apenas 3%.

A crescente demanda por cafeterias especializadas e produtos de alta excelência também reflete uma mudança no comportamento do consumidor. Com o aumento do acesso ao conhecimento sobre café, as pessoas estão buscando experiências mais autênticas e informativas. É notável a proliferação de locais

### Barentz.

#### Confira nossas soluções personalizadas de alta performance que podemos oferecer para o mercado de bebidas

#### Acúcares

Dextrose

Maltodextrina

Aromas e Preparados de Frutas

Aromas líquidos e pós

Aromas moduladores

Emulsões e sistemas para bebidas

Preparados de frutas

#### Conservantes e Acidulantes

Ácido cítrico

Ácido sórbico

Benzoato de sódio

Citrato de potássio

Citrato de sódio

Conservantes naturais

Sorbato de potássio

#### **Corantes**

Corantes naturais líquidos, pó e encapsulados Concentrados vegetais

#### Edulcorantes e Polióis

Blend de edulcorantes naturais, artificiais e híbridos - WIS Sweet e WIS Nat Sweet

Maltitol Neotame

#### Espessantes e Estabilizantes

Celulose microcristalina coloidal - Tabulose® CMC (carboximetilcelulose)

Goma Arábica/Acácia

Goma Guar

#### Extratos de chá e café

Mate tostado Branco Verde Cold Brew Preto

#### Fibras Solúveis

Dextrina resistente

Fibra de milho - Nutriose™

Frutooligossacarídeos - GOFOS™

Inulina - Frutafit®

Polidextrose



#### **Funcionais**

Ácido hialurônico - Haplex® Plus

Agente anti-stress - Lactium®

Agente de imunidade - Beta glucana de

levedura - Wellmune®

Agente de imunidade - Lactoferrina -

Proferrin®

Agente para melhoria do sono - Gabarelax®

Beta-alanina - CarnoSyn®

Cafeína natural do chá verde - TEÍNA™

Coenzima Q10 - 98%

Controle de glicemia - Pep2dia®

Creatina - Creapure® & Creavitalis®

Extrato de cranberry - Cranpure®

Fosfatidilserina - Memree®

L-Carnitina - Carnipure®

Peptídeos bioativos de colágeno

- Saúde da pele, cabelo e unhas VERISOL®
- Saúde das articulações FORTIGEL®
- Saúde dos ossos FORTIBONE®
- Saúde dos tendões TENDOFORTE®
- Saúde muscular BODYBALANCE®

Saúde das articulações - Metilsulfonilmetano -

OptiMSM®

Trans-resveratrol natural - Veri-te™

Vitamina D2 de cogumelo - Earthlight®

#### **Proteínas**

Proteínas vegetais solúveis e funcionais (arroz, ervilha, grão de bico e soja)



brazil.barentz.com Always a better solution.

Barentz • Av. Angélica, 2220 • São Paulo • Brasil

Tel: +55 11 3823 8770 • E-mail: suporte\_brsao@barentz.com

Siga-nos nas redes sociais

in Barentz

■ Barentz | Human Nutrition — Solutions

em grandes cidades que oferecem uma variedade de mercadorias, acessórios e métodos de preparo, além de oportunidades para aprender mais sobre o assunto.

"O cliente está mais exigente, se informando sobre o que realmente precisa. A bebida com açúcar ficou para trás, e, atualmente, se observa a busca por sentir o aroma e o sabor único do grão. Essa procura pela qualidade fez com que houvesse um crescimento nas safras especiais, entre 2022 e 2023, de 1,67%, o que é justificado pela exigência em excelência", diz Anna Carolina Viana, CEO do Café Moinho Fino.

Oliveira, CEO do Café Supremme, cita o avanço no comércio eletrônico, que vai de encontro ao progresso no número de apreciadores do grão. "Há uma crescente de consumidores comprando online e assinando serviços que levam direto ao cliente. Atualmente, 80% das nossas vendas são realizadas em nosso ecommerce, com frete grátis acima de R\$ 200 e entrega em 24h para a Grande São Paulo, o que reforça essa tendência".

#### As ondas da bebida

Desde os grãos tradicionais de supermercado até os especiais de pequenos produtores, há uma variedade de opções para todos os gostos. As ondas do café, que marcam as diversas fases de evolução do consumo, refletem a diversidade e a riqueza do comércio atual. De acordo com o barista, Paulo Ricardo Lisboa, cada mercado e país têm um tempo de desenvolvimento diferente. "Por isso, existem aqueles que ainda estão na primeira fase, enquanto outros já atingiram a quarta. Uma não anula a outra, apenas divide a atenção dos amantes da bebida. Cada um vive o seu momento e a sua experiência".



A primeira onda foi marcada pelo aumento do consumo no mundo, no final do século XIX e início do século XX. Já a segunda veio como uma resposta para a falta de qualidade do produto, ainda na década de 60, quando surgem as cafeterias com ambientes aconchegantes. Na terceira, há o surgimento dos pequenos estabelecimentos com cafés exclusivos, técnicas de extração refinadas, torras mais claras, notas sensoriais e o barista se tornando um agente fundamental do mercado.

"No momento atual, continua Paulo Ricardo, a quarta onda tem a característica de adicionar valor a toda a cadeia do café por meio de uma comercialização mais ampla, bem como buscar, por meio da tecnologia e da ciência, o aperfeiçoamento dos atributos da bebida".

Canepa, da illycaffè, argumenta que essa fase trata da democratização do consumo considerado especial. "Ou seja, nada mais é do que o aumento da disponibilidade de métodos de preparação antes desconhecidos do grande público e do acesso a grãos de qualidade, algo que está, de fato, acontecendo e tende a aumentar cada vez mais".

# A NOSSA TECNOLOGIA DE ACIONAMENTOS MOVIMENTA O MUNDO.



BRASIL participa do desenvolvimento da indústria brasileira, oferecendo o que existe de mais completo e moderno em acionamentos e serviços. Sempre com a mesma dedicação e otimismo nos propomos a continuar trabalhando pelo crescimento da economia e da indústria nacional. Conte com nosso atendimento especializado 24 horas por dia, 7 dias por semana.



www.sew-eurodrive.com.br

0800 770 0496



A onda atual pode não ser acessível a todos, especialmente em regiões onde os recursos e a infraestrutura são limitados, de acordo com o CEO do Café Supremme. "Há desafios contínuos, como mudanças climáticas, preços voláteis e competição no mercado que precisam ser abordados para garantir um futuro sustentável para a indústria". Entretanto, segundo o executivo, o momento representa uma emocionante evolução na forma como o grão é produzido, preparado, apreciado e valorizado em todo o mundo, trazendo benefícios tanto para os consumidores quanto para os produtores, e promovendo uma maior conscientização sobre questões de sustentabilidade e equidade.

Já a CEO do Café Moinho Fino, conceitua o quarto momento como algo que a indústria ainda está definindo. "O primor vem de encontro à informação que o produtor tem hoje sobre a produção e preparo dos lotes. Com isso, a comercialização de qualidade fica mais acessível. A quarta onda emerge para o auge de plantação, consumo e extração. Há mais estudo e conhecimento", garante

#### As torras do café

A torra varia em diferentes níveis, desde muito

clara até muito escura, cada uma com suas próprias características distintas. Segundo a ABIC, naquela denominada como "clara", o grão preserva sua acidez cítrica, semelhante à do limão, e destaca as diversas fragrâncias presentes nos cafés refinados e suaves. Durante esse processo, os óleos essenciais são preservados, resultando em uma bebida com maior corpo e um sabor suave ao paladar.

Já na torra média, todos os elementos se equilibram: acidez, doçura, amargor e corpo. Durante esse processo, ocorre intensa caramelização dos açúcares e decomposição dos ácidos naturais, reduzindo a acidez pronunciada, aromas e sabores distintos. Em contrapartida, o café desenvolve um corpo mais presente, exibindo uma tonalidade marrom e avermelhada, e proporcionando uma bebida mais equilibrada, com um final doce prolongado na boca.

Por fim, na chamada "escura" o grão apresenta menos acidez, uma leve doçura e um amargor mais acentuado. Os grãos adquirem tonalidades escuras, lembrando o sabor do chocolate e do caramelo, e muitas vezes se assemelham a um café forte, sendo este o tipo mais apreciado pelo paladar brasileiro.

Essa diferenciação se mostra importante na demanda crescente por cafés torrados especiais de alta excelência. Inácio, diretor da ABIC, informa que a instituição lançou, em novembro de 2023, uma certificação para o grão torrado. "Além da qualidade sensorial do produto, esse reconhecimento garante as práticas sustentáveis da fazenda onde ele foi produzido. A sustentabilidade também está em evidência. O consumidor quer saber a origem daquilo que está comprando", completa.

O diretor-geral da illycaffè declara que há novas tendências, como a torra mais clara, mas não con-





firma que isto se configura como um método duradouro e generalizado. "De modo geral, e até por tradição, o consumidor brasileiro gosta dela mais escura, que gera um café de sabor mais marcado".

#### Brasil x Mundo

O mercado brasileiro é um dos mais influentes e significativos do mundo, tanto em termos de produção quanto de exportação, conhecido por produzir principalmente café arábica e robusta, com destaque para estados como Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo. O país também possui um comércio interno forte e crescente. Outros grandes produtores incluem países asiáticos, sul -americanos e africanos, cada um com suas próprias variedades, métodos de cultivo e tradições na forma de fabricação.

Rodrigo Silveira de Oliveira lembra que a variedade arábica é predominante em nosso país, representando a maior parte da produção, especialmente em Minas Gerais. "Colômbia e Etiópia também são especialistas. Quanto ao Canéphora, posso citar o Vietnã e Honduras", acrescenta o executivo do Café Supremme.

Para Frederico Canepa, da illycaffè, a grande diferença entre o mercado brasileiro e outros centros de consumo está no fato de sermos o maior produtor do mundo, enquanto que grandes nações, como os Estados Unidos e a Europa, não têm a matéria-prima. "Isso faz com que aqui seja muito mais fácil a proliferação de marcas distintas, tornando seu acesso mais acessível. Além disso, por sua extensão e diferenciação marcada entre as várias regiões, produz cafés de características

www.engarrafadormoderno.com.br

aromáticas bastante diferentes entre si, promovendo uma variedade à disposição do consumidor local: é como se houvesse vários países dentro de um só, o Brasil\*, finaliza.

#### Conquistas, desafios e as próximas tendências

Segundo Oliveira, o café funcional é uma das tendências. "Ele oferece benefícios adicionais à saúde, além do simples prazer de degustar a bebida. Isso inclui aqueles grãos enriquecidos com vitaminas, antioxidantes e ingredientes adaptogênicos. Atualmente, desenvolvemos um com colágeno para um cliente alemão, a 'Coffee Kolagen'. Também temos encapsulados com açaí, tudo para atender à essa crescente demanda".

Aromas específicos não vêm sendo tão requisitados, mas em contraponto, a exigência de qualidade vem crescendo. Na visão de Canepa, há uma maior curiosidade em experimentar novas preparações, origens e sabores diferentes. "Uma maior oferta de excelência acabou por criar um maior interesse", explica.

O executivo argumenta que o maior desafio para o mercado é a preservação do meio ambiente nas áreas cafeeiras, para que seja possível mantê-las produzindo perpetuamente sem exauri-las, o que pode ser conseguido pela agricultura regenerativa, sistema que acaba com o dilema entre a grande produtividade ou a conservação da natureza. "De fato, este sistema permite fabricar muito e, ao mesmo tempo, não só defender o solo como regenerá-lo e ao ecossistema que o circunda. A illycaffè lançou, no final de 2023, o primeiro produto certificado como 100% feito por agricultura regenerativa, o Arabica Selection Brasile Cerrado Mineiro, elaborado no Brasil e vendido globalmente".

Para Canepa, as próximas tendências tratarão do crescimento nas formas de se consumir, seja pelos vários métodos de preparação disponíveis, seja pela integração do café com outras bebidas e alimentos.

Há, também, as tendências que apontam para uma diversificação de estilos, a sustentabilidade como padrão e o crescimento do mercado online. "A integração de tecnologia à experiência do consumidor, como o QR Code nas embalagens, traz mais informações e torna esta uma grande propensão para os amantes do café", elucida o Diretor Executivo da ABIC.

Dentro do digital, há também o surgimento de dispositivos móveis que acabam por personalizar a experiência. Lisboa lembra que muitas marcas de café agora têm seus próprios aplicativos, nos quais os clientes podem criar e salvar suas preferências, facilitando o preparo sempre que necessário. "Os apps são uma grande fonte de pesquisa e informações sobre a bebida que está sendo preparada, como dados sobre a origem do grão, o perfil de sabor e até mesmo recomendações de alimentos para harmonizar a refeição".

O café transita por uma jornada empolgante, impulsionado por inovações tecnológicas, crescente valorização da qualidade e uma busca incessante por experiências sensoriais únicas. "O Brasil, como gigante do mercado, acompanha essa evolução com maestria, oferecendo uma rica variedade de grãos, métodos de preparo e torras para todos os paladares. No futuro, pode-se esperar um comércio ainda mais conectado, sustentável e personalizado, atendendo às demandas de um público cada vez mais exigente e ávido por novos sabores e aromas", finaliza Lisboa.



## Soluções para sua produção cervejeira

Seja uma produção de grande escala a microcervejarias, com cerveja ou hard seltzer, o objetivo é o mesmo. Uma bebida pura que mantenha suas características distintas de sabor. Aprimore sua fabricação de bebidas com parceiros que partilham do seu entusiasmo com a experiência em otimização.

Conheça nossas tecnologias visitando nossa página <u>aqui</u> ou pelo QR Code.



Simplifying Progress

SARTURIUS

# Marcas buscam melhores ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Premium segue na mira das grandes marcas com aumentos de vendas em valor e volume

Por Carlos Donizete Parra

erceiro maior consumidor de cerveja no mundo, o Brasil registrou um crescimento nas vendas da bebida no ano de 2023 com produção chegando a 15,3 bilhões de litros de cerveja, sendo o sudeste a região com o maior volume de produção, mais de 8 bilhões de litros ou 53,4% do total. Para 2024, a produção deve ultrapassar os 16 bilhões de litros.

No que se refere aos estilos e preferências dos consumidores, as cervejas puro malte ou 100% malte representam 29,2% do volume produzido, enquanto as cervejas sem álcool e com baixo teor alcoólico chegam a 1,1% do volume total. A Heineken lidera as vendas de cervejas sem álcool no país.

No Brasil existem 1847 cervejarias registradas o que representa um crescimento de 6,8% em comparação com 2022. São Paulo mantém a liderança como o estado com maior número de cervejarias.

O número de produtos registrados alcançou em 2023 a marca de 45.648 registros, um crescimento de 6,6% em relação ao ano anterior.

Essa variedade reflete a alta competitividade no mercado de consumo, dificultando as ações das cervejarias artesanais, principalmente





em pontos de vendas, como supermercados e varejo tradicional. Nos últimos anos houve um aumento
considerável de novos rótulos de cerveja no mercado,
o grande problema é vender, escalar e escoar esses
produtos. Com volumes pequenos e margens apertadas, as cervejarias artesanais e de pequeno porte
precisam encontrar saídas para superar esses desafios de competitividade. O bom desse mercado é que
ele não para de crescer e isso gera novas oportunidades. As cervejarias menores capitalizam esses movimentos com mais rapidez e flexibilidade conseguindo
responder prontamente às demandas do consumidor.

#### Domínio das grandes marcas

No Brasil, por enquanto, três cervejarias exercem um amplo domínio do mercado cervejeiro: Ambev, Heineken Brasil e Grupo Petrópolis. Uma pequena parcela restante se divide entre diversas cervejarias de pequeno porte espalhadas pelo país.



As três principais cervejarias dominam o mercado com 95% de participação



De acordo com dados da Nielsen, no acumulado do ano, a Ambev ficou na liderança, com 59,3% do mercado, seguida por Heineken Brasil (24,4%) e Grupo Petrópolis (11,3%). Cada 0,1 ponto percentual do mercado brasileiro de cerveja equivale a cifra de R\$140 milhões.

Considerando o período de dezembro/2022 e dezembro/2023, o Grupo Petrópolis foi a única a apresentar um crescimento no mercado cervejeiro. De 11,2% em dezembro de 2022, a cervejaria alcançou 12,1% no fim de 2023. No mesmo período, Ambev caiu de 59,1% para 58% e a Heineken de 24,8% para 24,6%.

Com o portfólio premium crescendo, as principais marcas de cerveja no Brasil enxergam oportunidades nessa faixa de consumo, especialmente em produtos de maior valor agregado. Na Ambev, as vendas de produtos do portfólio premium cresceram mais de 20% em 2022. A Heineken vem de anos seguidos com aumentos ao redor dos 20% nessa categoria e também com aumentos expressivos em share de mercado.

A briga das duas cervejarias torna-se cada vez mais acirrada com o lançamento de novos produtos e uma forte disputa por pontos de vendas, principalmente bares e restaurantes. Novas marcas, diferentes embalagens e em formatos variados formam um arcabouço de opções para agradar e conquistar os brasileiros nesse mercado gigante das cervejas.

### Cerveja não é a preferência dos Millennials

Estudo entre usuários brasileiros do aplicativo de relacionamento Inner

#### A guerra das verdinhas

Desde 2017 quando adquiriu a Brasil Kirin, o Grupo Heineken avança no mercado cervejeiro do país posicionando a operação brasileira como a maior do mundo. Com participação de mercado ao redor de 20%, a invasão das garrafinhas verdes pelo Brasil causou alvoroço entre as concorrentes que também passaram a usar mais o verde nas embalagens.

Tradicionalmente um mercado dominado pelas garrafas de vidro âmbar que, segundo os especialistas, protegem a bebida da luz e dos raios solares, de uns anos para cá, passou a contar com outras marcas de cerveja em garrafas verdes, sem falar é claro das latas seguindo a mesma cor e desbancando em muitos casos as cores amarelo e vermelho.

Oferecer novas opções que agradem os consumidores em todas as necessidades de consumo parece ser o grande desafio dessas empresas, principalmente no Brasil onde as diferenças regionais são grandes.



Circle revela tendência de valorização da qualidade e sofisticação nas escolhas de bebidas.

Preferência nacional, a cerveja não foi a escolha dos usuários e os resultados surpreenderam: o vinho é a bebida alcoólica apontada por 50% dos participantes, consolidando-se como a bebida de escolha entre os usuários. A cerveja ocupou o segundo lugar, sendo escolhida por 35% dos entrevistados. Os destilados, por sua vez, foram a opção de 15% dos usuários, ocupando a terceira posição na lista de preferências.

Além disso, o levantamento apontou que os principais fatores que influenciam as decisões dos usuários em consumir álcool são o relaxamento e a descompressão, eventos sociais, sabor e preferência pessoal.

Esses mesmos fatores também desempenham um papel importante na decisão de ter um "date". No entanto, quando se trata de sair em encontros, os usuários do Inner Circle também consideram interesses em comum e a compatibilidade de personalidade. É interessante notar como o consumo de





Pesquisa evidencia mudança nas preferências dos consumidores de bebidas alcoólicas e indica uma tendência crescente de valorização da qualidade e sofisticação nas escolhas dos usuários.

álcool muitas vezes se entrelaça com a busca por conexões sociais e relacionamentos significativos, servindo como um facilitador em encontros sociais, já que mais de 17% dos respondentes gostam de beber para ajudar o papo fluir.

A pesquisa não apenas evidencia uma mudança nas preferências dos consumidores de bebidas alcoólicas, mas também indica uma tendência crescente de valorização da qualidade e sofisticação nas escolhas dos usuários. Esses dados são indicativos das tendências atuais de consumo e podem ser de grande relevância para a indústria de bebidas alcoólicas.

#### Bebidas Não Alcoólicas

Uma tendência vista na pesquisa é de que mais de 59% dos participantes apontaram já ter trocado a bebida alcóolica por uma não alcoólica ocasionalmente (31%) ou frequentemente (28%), sendo o energético o favorito com 48% dos respondentes, seguido por soda italiana (41%) e cerveja sem álcool (32%). Os principais motivos pela troca são: segurança (32%), para preservar a saúde e o bem estar (28%) e para evitar ressaca (13%).

## Em 2024 alcançamos uma grande marca em nossa história:

## 54 anos de P.E. LABELLERS





Desde o início, nossa jornada tem sido definida por escolhas corajosas e mudanças estratégicas. Estes 50 anos nos fazem refletir sobre o compromisso em manter a identidade e autenticidade **P.E. LABELLERS** em tudo o que fazemos.

Neste aniversário, estamos certos que o brilho nos olhos permanece e que grandes oportunidades estão por vir.

## anos de P.E. LABELLERS BRAZIL

Expressamos nossa consideração a todos que depositaram ao longo destes anos sua confiança em nós e contribuiram para que nos tornemos uma referência a nivel internacional no setor de rotulagem.

Avançaremos com determinação e visão, mantendo o compromisso com nossos clientes e parceiros com foco na excelência e inovação.



## Que este marco nos inspire a alcançar novos patamares de sucesso e a fortalecer ainda mais a nossa posição de excelência!













# FRUKI BEBIDAS COMEMORA CENTENÁRIO COM FORTE EXPANSÃO

Nova planta industrial deve suportar crescimento expressivo da empresa na região sul do Brasil

Fruki Bebidas comemora
100 anos vivendo seu melhor momento no mercado.
O momento especial foi coroado com
a recente inauguração da nova fábrica
de Paverama, no Rio Grande do Sul.
O investimento possibilita a ampliação
da capacidade produtiva e a manutenção do crescimento da empresa.

A recente divulgação do balanço de 2023 indica o melhor resultado da história da empresa. Os dados apresentam crescimento de 16% em faturamento, alcançando os R\$ 640 milhões, e 9% em volume de vendas na comparação com os 12 meses de 2022. Os números representam a operação total, compreendendo as atuações no Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

"A Fruki está vivendo um momento muito especial. Estamos comemorando 100 anos em uma fase de muita inovação, de muitas novidades e uma das principais obviamente é a nossa nova fábrica, em Paverama, a segunda planta industrial da empresa que começou a produzir em dezembro. Essa planta abre a possibilidade da empresa crescer muito mais e realizar nosso sonho de continuar a expandir", comenta Aline Eggers Bagatini, CEO da Fruki.

Após o vigoroso crescimento de 2023, a perspectiva da Fruki é de aumento de 18% em 2024. Levando-se em conta somente o Rio Grande do Sul, o aumento foi de 13% em faturamento e 5% em volume de vendas em 2023 na comparação com 2022, enquanto

em Santa Catarina os resultados foram muito fortes com crescimento de 41% em faturamento e 31% em volume. A previsão para 2024 é de crescimento de 30% em Santa Catarina.

"Hoje estamos muito fortes no Rio Grande do Sul, crescendo em Santa Catarina e a partir dessa planta se abrem novas possibilidades, uma delas é industrializar para terceiros, além da expansão geográfica. Santa Catarina mostra-se cada





vez mais importante para a Fruki. Em dezembro, abrimos na Grande Florianópolis o nosso segundo Centro de Distribuição no estado. Aliado ao aumento da capacidade produtiva que a fábrica de Paverama proporciona, o local propicia um atendimento cada vez melhor às demandas do mercado, dos clientes e dos consumidores catarinenses", acrescenta Aline.

A inovação é um dos diferenciais

da empresa refletida no lançamento constante de novos produtos. Recentemente chegaram aos pontos de venda as tradicionais versões da Água da Pedra com e sem gás na embalagem lata sleek, assim como as versões saborizadas com aromas naturais de limão e alecrim, frutas vermelhas e abacaxi com hortelã, que ganharam o público com vendas que superaram em 25 vezes a projeção para o período de calor, de novembro a março.

"Temos uma equipe de P&D muito qualificada e atenta às novas necessidades do mercado com muitos lançamentos previstos para o futuro. Acabamos de lançar a água saborizada em lata, o Frukaxi, o Fruki Berga, o Fruki guaraná 3 litros, enfim, muita coisa boa acontecendo, um ano especial numa empresa que viveu seu melhor momento em 2023, com o maior faturamento da sua história, o maior volume, o maior resultado e o que a gente vê pela frente

www.engarrafadormoderno.com.br

são só coisas boas para acontecer", comemora Aline Eggers Bagatini.

Entre as estratégias para seguir crescendo no mercado gaúcho, no qual a empresa é consolidada, está a ampliação de portfólio de produtos, em uma construção que atenda a todas as situações de consumo do dia a dia. Em 2023, foram diversas novidades que exemplificam essa preocupação, como Água da Pedra saborizada, Fruki Berga Zero, após o sucesso da versão tradicional, Elev Açaí e Coco e Frukaxi, terceiro refrigerante sazonal da empresa.

"Fruki Guaraná e Água da Pedra são referências reconhecidas pelo setor, e o papel dessas marcas é apresentar novidades, mostrar a viabilidade de ideias diferentes. Assim surgiram as linhas sazonais que aliam guaraná com abacaxi, no verão, e bergamota, no inverno, e as versões em lata de águas saborizadas. O mercado vem reconhecendo nosso olhar para o consumidor e a nova fábrica, em Paverama, nos dá mais liberdade para seguir inovando e fazendo novas parcerias", adianta Júlio Eggers, diretor Administrativo e de Marketing da empresa.

Para 2024, a Fruki Bebidas projeta a continuidade da expansão a partir dos impactos positivos com a inauguração da nova planta industrial, que aumentou em 50% a capacidade produtiva da empresa.

#### Fábrica de Paverama vai suportar crescimento para os próximos anos

Com investimento de R\$ 180 milhões, a fábrica alia alta tecnologia e sustentabilidade. A indústria tem capacidade de produzir 52 mil garrafas PET por hora na embalagem de 500ml ou 30 mil/hora na embalagem PET de 2 litros. A tecnologia também permite o envase de PET 3 litros, uma novidade que já está disponível no mercado desde o início do ano.

A nova unidade tem capacidade de produzir cerca de 200 milhões de litros por ano, que se somam aos 420 milhões da fábrica de Lajeado (RS),



"

Essa unidade foi concebida de tal forma que permite ampliar a capacidade produtiva em até 4 vezes, inclusive as áreas de energia e utilidades

"

JULIO Nascimento Fruki Bebidas O ano de 2024 é especial para a Fruki por marcar o centenário da empresa. E a melhor notícia para iniciarmos as comemorações é a de que seguimos conquistando recordes e expandindo o negócio de forma segura e sustentável. O resultado é fruto de um trabalho realizado por profissionais dedicados, comprometidos e atentos às demandas de clientes e consumidores

#### ALINE Eggers Bagatini

Fruki Bebidas



o que resulta num incremento de 50% na capacidade produtiva total da empresa. Esse aumento impulsiona o crescimento projetado para os mercados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

"A nova fábrica está equipada com o que tem de mais recente em tecnologia para o setor e marca o aniversário de 100 anos da empresa com muita qualidade, inovação, cuidado com as pessoas e com o planeta. A linha adquirida é uma solução completa com conceitos da Indústria 4.0, aumentando a eficiência energética e confiabilidade dos equipamentos", explica Júlio Nascimento, diretor

industrial da Fruki Bebidas.

Uma das tecnologias dessa nova linha está na etapa de preparação da bebida e carbonatação, que é realizada a uma temperatura de aproximadamente 20°C, reduzindo o gasto energético em até 30%. A sopradora de garrafas, além de oferecer uma economia no consumo de energia, permite o uso de embalagem mais leve, contribuindo para redução do uso de plástico em torno de 10%, mantendo a estrutura da embalagem.

"Essa planta nasce com o objetivo de capturar as oportunidades do mercado, ampliando a capacidade de produção da empresa. A nova fábrica de Paverama tem capacidade de produzir mais de duzentos milhões de litros de bebidas por ano numa área construída de 22.000 m² em um espaço de mais de 80 hectares, onde em um único platô temos mais de 8 hectares concebido para ser fácilmente duplicado nos próximos anos", explica Julio Nascimento.

A Fruki está equipada com o que existe de melhor em tecnologia no mercado de bebidas com equipamentos adquiridos da Alemanha, Itália e de parceiros brasileiros que também investem muito em pesquisa e desenvolvimento de tecnologia,

www.engarrafadormoderno.com.br



A nova planta já tem expansão prevista para uma nova linha de 72 mil garrafas por hora no formato de 500ml em um futuro bem próximo

produtividade e eficiência. "Isso nos permite uma produção com uma economia de 20% a 30% de energia por litro de bebida. Temos um índice de água captada para a produção de bebidas de 1,2 litro para cada litro produzido, nossas linhas estão equipadas com equipamentos de inspeção de última geração num sistema que possibilita a inspeção de 100% de preformas, tampas, brix e CO2, sempre com o objetivo de oferecer para os nossos clientes e consumidores produtos de alta qualidade", informa Julio Nascimento. A linha de envase conta com um bloco formado por enchedora de 140 válvulas, sopradora e tampadora em ambiente totalmente esterilizado, produzindo 31.000 garrafas por hora na embalagem de 2 litros e na embalagem 500ml, a produção é de 52.000 garrafas por hora.

Uma rotuladora de última geração tem capacidade para 66 mil garrafas por hora no formato de 500ml e de 37 mil garrafas por hora no formato de 2 litros. O equipamento opera com 2 agregados e permite ampliações futuras. Isso já projetando o crescimento dos negócios para os próximos anos.

A embaladora, por sua vez, possibilita o uso de filmes extremamente finos e reciclados para a criação dos pacotes. A operação de paletização utiliza quatro robôs, garantindo a flexibilidade do processo com alta produtividade, interligados com a linha por meio da automação.

Os robôs trabalham de forma independente, cada um com seu controlador possibilitando maior flexibilidade com a montagem e arranjo de packs diferenciados. Todos os layouts ficam gravados para quando o operador quiser repetir a mesma montagem. Os robôs executam simultaneamente diferentes tarefas agilizando com segurança o processo final de movimentação de embalagem.

A montagem do pallet é feita conforme a necessidade da Fruki. Isso dá uma flexibilidade maior no processo, com tempos de trocas de máquina bem reduzidos porque os robôs têm movimentações diferentes, não tem uma troca mecânica. Toda a operação é monitorada por uma interface simples e muito amigável facilitando o controle com número mínimo de mão de obra. O operador não tem acesso à célula de produção garantindo segurança ao processo e aos profissionais da fábrica.

Em relação à economia de água, os efluentes gerados no processo serão destinados a Estação de Tratamento de Efluentes. Essa tecnologia atende os parâmetros adequados para reuso em processos menos nobres, tais como caldeira, torres de resfriamento, sanitários e irrigação. Para esses procedimentos, também será captada a água da chuva.

Com uma movimentação, em média, de 60 carretas por dia em uma área de 7 mil metros quadrados (expedição e estocagem), a logística foi projetada de forma a impedir o contra fluxo de caminhões agilizando o serviço de carga e o tempo de operação nessa área.

"Desde o início da construção civil até o start da linha e comissionamento dos equipamentos, foram dez meses. O plano diretor do projeto tem todas as áreas delimitadas para possíveis expansões nos próximos momentos de crescimento da Fruki. Hoje, todos os prédios têm sua área ociosa ao lado para uma possível ampliação e instalações de equipamentos", explica Jonas Lopes de

Vargas, coordenador de engenharia.

Desde a elaboração do projeto, a fábrica de Paverama foi planejada para conquistar a certificação FSSC 22000, internacionalmente reconhecida na área de segurança de alimentos e no setor de fabricação de alimentos e de bebidas. Toda tecnologia garante alta segurança nos processos, maior produtividade e controles automatizados. "Projetamos a fábrica já com a previsão de ampliação no futuro, podendo duplicar a área total", finaliza Julio Nascimento.

Soluções **completas**,

sustentáveis

inovadoras e

Há mais de 45 anos no mercado, a Dentro do portfólio, destacamos Valgroup se tornou referência na a tampa CSDT5, para o mercado produção, transformação e reciclagem de bebidas, projetada para o de plástico. Uma empresa consolidada, novo finish 26mm/3040, que alia que reforça o compromisso com a inovação e sustentabilidade inovação contínua, buscando trazendo **redução de gramatura** e constantemente maneiras de qualidade para o consumidor. impulsionar o setor de embalagens plásticas em direção a práticas mais sustentáveis e eficientes. Com sua última aquisição (unidade da Mirvi de Cabreúva-SP), a Valgroup se consolida como líder de mercado no segmento de bebidas e alimentos, ampliando o leque de produtos e mercados atendidos.

valgroupco.com

valgroupoficial in valgroup

# Por que o envase é fundamental para a qualidade da água mineral?

Diversos fatores
devem ser obedecidos
para a entrega
de um produto
com a qualidade
exigida pelos
consumidores



Por Junia Silveira Granconato

preocupação com a boa saúde vem transformando os critérios de escolha da água mineral natural que o brasileiro leva para casa. Tão importante quanto a procedência do produto e a proporção equilibrada de nutrientes, a qualidade do envase permite ao consumidor ter em mãos não apenas a prática garrafinha que se leva ao trabalho, à academia, ao show ou a quaisquer outros lugares. Para empresas como a Lindoya Verão, preocupada com a segurança e a integridade da água desde a fonte até consumo final, o envase constitui a aplicação de padrões rigorosos de higiene, o controle eficiente de qualidade e a conformidade regulatória vigente no Brasil.

Da mesma forma que a natural, a água mineral cumpre a função de saciar a sede. No entanto, por trazer em sua composição um aporte de nutrientes, a mineral desempenha um papel ainda mais efetivo na saúde. O produto comercializado pela Lindoya Verão desde 1951 é natural de fontes da Serra da Mantiqueira, no interior de São Paulo. Em cada garrafa de água, predominam nutrientes como bicarbonato, cálcio, sódio, magnésio, potássio.

Na preservação da qualidade da água mineral natural, todas as operações de envase devem cumprir regulamentações e normas governamentais relacionadas à produção de alimentos e bebidas. São estas exigências que nos orientam a investir em melhoria contínua para a manutenção de processos que definem, inclusive, materiais e procedimentos seguros em todas as etapas. Com a implantação de um sistema de rastreamento, a Lindoya Verão consegue ainda acompanhar cada lote do produto, garantindo transparência e responsabilidade sobre qualquer problema associado à qualidade.

Nos últimos anos, avanços significativos têm sido aplicados à tecnologia relacionada ao envase de água mineral natural, contribuindo para atitudes ambientalmente corretas e para um produto de qualidade superior.



O monitoramento em tempo real é um fator de segurança que favorece respostas rápidas a qualquer desvio nos padrões de qualidade

Com a automação de sistemas, há um controle mais preciso dos processos, reduzindo o risco de erro humano. O monitoramento em tempo real é outro fator de segurança que favorece respostas rápidas a qualquer desvio nos padrões de qualidade.

O desenvolvimento de materiais de embalagem mais avançados, e aqui estão incluídos plásticos recicláveis de alta qualidade e materiais biodegradáveis, converge para a preservação da qualidade da água mineral, evitando contaminação por substâncias indesejadas. Avanços na análise de água, com sensores sensíveis e métodos de detecção mais precisos, permitem uma avaliação minuciosa em todas as fases do processo de envase.

A qualidade da água mineral em uma garrafa bem envasada se mantém por um período considerável, desde que atendidas as condições de armazenamento e conservação informados nas embalagens. A água mineral gaseificada da Lindoya Verão conserva sua integridade por um período de seis meses; a água mineral natural, por dois anos. E esta também é uma condição aliada da boa saúde do consumidor que escolhe nosso produto.

Junia Silveira Granconato
Head de Qualidade na Lindoya Verão,
soma 17 anos de atuação no mercado
de Água Mineral Natural.
Formada em Química Industrial e
Engenharia de Produção (Unifia/Amparo), é pós-graduada em Gestão de
Pessoas e Educação Corporativa

www.engarrafadormoderno.com.br

#### GEA AromaPlus: Tecnologia de Desalcoolização Desfrute do Sabor, Livre de Álcool



Unidade de Desalcoolização por Membrana AromaPlus GEA.

 $\textbf{C}erveja\ com\ concentração\ alco\'olica\ em\ 0,05\%\ ABV,\ mantendo\ a\ qualidade\ original\ do\ produto\ e\ sem\ provocar\ stress\ t\'ermico$ 

Com o aumento significativo da demanda por cervejas sem álcool e consumidores cada vez mais exigentes, surgiu a necessidade de métodos de desalcoolização que preservem o sabor e a qualidade originais da bebida. Em resposta a essa tendência, a GEA desenvolveu o AromaPlus, um sistema inovador que utiliza membranas poliméricas especialmente desenvolvidas pela GEA para desalcoolizar bebidas.

Este sistema não só remove eficientemente o álcool, mas também mantém os compostos essenciais responsáveis pelo sabor e aroma, garantindo que a qualidade original da cerveja seja preservada.

Esta abordagem representa um avanço significativo na indústria de bebidas, garantindo resultados de alta qualidade enquanto mantém a autenticidade dos sabores. Segundo Ralf Scheibner, Especialista de Filtração por Membrana da GEA, "Investimos um esforço considerável no desenvolvimento do novo processo AromaPlus e estamos começando a observar que a demanda por cerveja não alcoólica está aumentando. Nossa solução tem sido bem recebida e é muito apreciada tanto pelas cervejarias quanto pelos consumidores".

#### So cold it's cool

O GEA AromaPlus representa um avanço significativo na tecnologia de desalcoolização de bebidas, destacando-se pela sua capacidade de operar em baixas temperaturas, ao contrário dos métodos convencionais que utilizam temperaturas mais elevadas, podendo comprometer o sabor final da bebida. O segredo por trás desse sucesso reside nas membranas especialmente desenvolvidas pela GEA, altamente seletivas para o etanol, aliadas à tecnologia empregada em todo o sistema. Ao operar em temperaturas abaixo de 15°C, o Aroma Plus garante a preservação das características fundamentais das bebidas, resultando em produtos que mantêm a autenticidade do produto original, mesmo após a remoção do álcool.

Além disso, o sistema permite alcançar concentrações de álcool de 0,5% até 0,05%, sem comprometer a qualidade sensorial.

A unidade de desalcoolização GEA AromaPlus é modular e montada em uma estrutura pronta para instalação, incluindo unidades de filtração, bombas de transferência, tubulações, unidade de limpeza no local (CIP) e tecnologia

de controle para operação automática. Com design flexível, pode ser facilmente adaptada ao teor alcoólico desejado e a outros fatores específicos da produção. A tecnologia também permite a reutilização do permeado, que sai do sistema com ideal teor alcoólico, como base para outras bebidas alcoólicas ou dentro da própria indústria.

As unidades GEAAromaPlus têm um layout padronizado e, dependendo do tamanho, são projetadas para processar em batelada de 30 a mais de 600 hL por dia. A GEA também oferece unidades de desalcoolização maiores para o processamento contínuo de mais de 50 hL/h.

#### Adaptação e Versatilidade em Tempos de Mudança

O GEA AromaPlus tem se destacado como uma escolha excepcional para as cervejarias que enfrentam uma redução na demanda por cervejas tradicionais com álcool, proporcionando uma solução inovadora para a diversificação de produtos. Em um momento em que os consumidores estão cada vez mais interessados em opções de bebidas com teor alcoólico reduzido ou mesmo sem álcool, a capacidade de adaptar rapidamente é essencial para manter a relevância e a competitividade no mercado.

Essa necessidade de adaptação e versatilidade ganha ainda mais destaque diante do cenário do mercado de bebidas não alcoólicas em crescimento. Bebidas como cervejas, vinhos e cidras sem álcool estão ganhando popularidade como alternativas saudáveis e estilos de vida.

#### Aplicações Diversificadas em Diferentes Indústrias

A tecnologia do GEA AromaPlus não se limita apenas ao setor de cervejas; ela estende seus benefícios a uma variedade de indústrias de bebidas, trazendo inovação e preservação de qualidade a cada aplicação.

#### Vinhos de Baixo ou Zero Teor Alcoólico

No setor vinícola, o GEA AromaPlus é uma verdadeira revolução. A tecnologia permite a produção de vinhos com baixo ou zero teor alcoólico minimizando impactos sensoriais ao produto ofereçam uma experiência sensorial autêntica e rica, atraindo consumidores que buscam opções mais saudáveis sem abrir mão da qualidade.

A demanda por vinhos de baixo ou zero teor alcoólico está crescendo rapidamente, impulsionada por um aumento na conscientização sobre saúde e bem-estar. A capacidade do GEA AromaPlus de manter o perfil sensorial do vinho original permite que as vinícolas atendam a essa tendência crescente, expandindo seu portfólio de produtos e alcançando novos mercados.

#### Produção de Cidras Sem Álcool

A tecnologia também se mostra eficaz na produção de cidras sem álcool. O GEAAromaPlus mantém o frescor e a



vivacidade da bebida original, garantindo que as cidras desalcoolizadas conservem seu sabor característico e atrativo. Este processo a frio evita a degradação dos compostos aromáticos voláteis, que são cruciais para o perfil sensorial da cidra, resultando em um produto final que é quase indistinguível da versão alcoólica.

Os produtores de cidra podem, assim, oferecer uma gama de produtos que atendem à crescente demanda por bebidas sem álcool, ampliando seu mercado e atraindo consumidores preocupados com a saúde que procuram alternativas às bebidas alcoólicas tradicionais.

#### **Bebidas Mistas e Hard Seltzers**

A flexibilidade do GEA AromaPlus permite a utilização do permeado alcoólico gerado durante a desalcoolização. Este subproduto, pode ser utilizado como base para a criação de bebidas mistas e hard seltzers, que estão ganhando popularidade entre os consumidores mais jovens.

A possibilidade de reaproveitar este subproduto não apenas maximiza a eficiência dos recursos, mas também abre novas oportunidades de receita para as empresas, permitindo-lhes diversificar suas linhas de produtos e responder rapidamente às tendências do mercado.

#### Conclusão

A tecnologia de desalcolização do GEA AromaPlus está redefinindo o padrão de produção de bebidas sem álcool.

Sua capacidade de ser aplicada para diferentes tipos de bebidas, combinada com a eficiência do processo, torna-a uma tecnologia indispensável para empresas que buscam se destacar em um mercado competitivo e em constante evolução. Ao preservar o sabor enquanto remove o álcool, o GEA Aroma Plus está estabelecendo um novo padrão de excelência na indústria de bebidas, proporcionando uma experiência sensorial autêntica e satisfatória.

Mais informações você encontra em:

www.gea.com



## Lei de Rotulagem impacta consumo de alimentos e bebidas na América Latina

Estudo mostra que, quanto mais etiquetas de advertência um produto tiver, menos ele será comprado

rgentina, Brasil, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru e Uruguai já contam com a chamada Lei de Rotulagem para alimentos e bebidas. Trata-se de uma norma que implementa selos de advertência nutricional na parte frontal das embalagens de diversos produtos, cujo objetivo é informar o consumidor a respeito de ingredientes que podem ser prejudiciais à saúde.

A medida vem ao encontro do fato de que a América Latina tem uma taxa de obesidade 11% acima da média global – 24% contra 13%, respectivamente. Os dados são da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO).

"Há uma década, assistimos à introdução gradual de regulamentos sobre rotulagem na América Latina. Com a experiência adquirida por cada país da região, chegamos a



conclusões interessantes sobre esta política e sua influência no consumo de alimentos e bebidas", comenta Marcela Botana, Market Development Director Latam da Kantar. Um desses dados aponta que, quanto mais etiquetas de advertência um produto tiver, menos ele será comprado. No Chile, por exemplo, três selos juntos – açúcar, sódio e





gordura – levam a uma queda de 70% no volume de vendas. No México, há uma perda de 8% no número de compradores de itens com quatro rótulos.

Os selos também surpreendem os latino-americanos por advertir a respeito de categorias que parecem saudáveis, mas não são. O chá pronto para beber, por exemplo, sofreu queda no consumo após a rotulagem: -16% em volume no Equador (segundo trimestre de 2014 vs. 2013) e -5% em penetração no México, o que significa mais de 1 milhão de compradores (quarto trimestre de 2020 vs. 2019).

Por outro lado, a Lei da Rotulagem abriu oportunidade para a tendência de comprar produtos que podem ser mais saudáveis. Em toda a América Latina, os refrigerantes light substituíram a fórmula tradicional, com alta de 16% em penetração nos últimos cinco anos – o que significa mais de 5 milhões de domicílios.

As informações compiladas pela

Kantar mostram que a norma tem mudado o comportamento dos latino -americanos – e de maneira positiva. Prova disso é que, no Equador, 69% dos consumidores prestam atenção aos rótulos de advertência. No Chile, o número é ainda maior: 74%.

E válido destacar que o Brasil é o mais novo entre os países latino-americanos que iniciaram o processo de rotulagem. A legislação é de outubro de 2022, embora os produtos sem selos pudessem ser vendidos até outubro de 2023. Apenas os fabricados a partir dessa data devem sair da indústria com as etiquetas.

"As tendências que detectamos com a experiência na região são comuns entre os países. Sendo assim, podemos acompanhar esse movimento no Brasil também à medida que as ações avançam", conclui Marcela.

www.engarrafadormoderno.com.br

#### ORIGINAL

## Coca-Cola é a marca mais presente nos lares brasileiros

As top 5 marcas do ranking registraram recorde em penetração e frequência nos lares

relatório Brand Footprint 2024, desenvolvido pela Kantar, revela a força da retomada do consumo dentro do lar em 2023. O estudo, que mede a presença das marcas de bens de consumo massivo dentro dos lares brasileiros, apontou a Coca-Cola como líder do ranking pelo 12º ano consecutivo. As top 5 marcas tiveram avanços recordes seja estando mais presentes, seja encontrando novos momentos para crescer (aumentando frequência) nos lares.

O volume de compras do brasileiro aumentou, atingindo o maior patamar no último trimestre do ano desde
o pré-pandemia – foi registrado incremento de 20% no consumo dentro e
fora do lar na comparação com o 1º
trimestre de 2020.

"Este novo relatório mostra a força da retomada do consumo no país. Cerca de 63% das marcas analisadas cresceram, com destaque para o avanço da penetração nos lares. O brasileiro gastou, em média, 14,6% a mais do que em 2022, a cada vez em que foi ao mercado, e as compras de abastecimento voltaram a ganhar espaço. Também notamos um importante avanço da classe DE, experimentando e se predispondo a comprar mais marcas", comenta Elen Wedemann, CEO da Kantar Worldpanel.

O Brand Footprint mede a presença das marcas dentro dos lares em escala local, através de uma métrica original batizada de Consumer Reach Point (CRP), que mensura quantas famílias estão comprando produtos de determinadas empresas e com que frequência isso ocorre.

Esta foi a primeira vez na história do estudo que as top 5 marcas do ranking avançaram tanto os CRPs. Só a líder Coca-Cola registrou 10% de crescimento em um ano. Entre as 50 marcas que mais se destacaram no ranking 2024, 17 grandes marcas souberam trabalhar a sua predisposição a mais compradores ao serem mais escolhidas (frequência) no momento da compra e

cresceram por meio de submarcas ou subcategorias. Cinco dessas marcas cresceram por meio de ganho de novos compradores e 14 delas avançaram ao conquistar mais frequência e presença nos lares brasileiros.

#### E-commerce

O e-commerce teve grande destaque no segmento de bens de consumo massivo no ano passado, principalmente entre marcas que ganharam penetração. A pandemia foi o grande impulsionador desse canal, com compradores fiéis. Em 2019 sua penetração na cesta de consumo massivo era de 7,9% e em 2023 alcançou os 22,2%.

Em relação ao número de lares compradores, foram 13 milhões, sendo 640 mil novos em 2023 versus 2022, liderados pela classe AB no avanço da penetração, e pela classe C em Sites/Apps de Varejistas. Houve mais recompra também em 2023: 47,9% compraram mais de uma vez no canal online (+9 p.p.).



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

Lançamento 2022 - 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").







+55 (11) 5044 - 4535

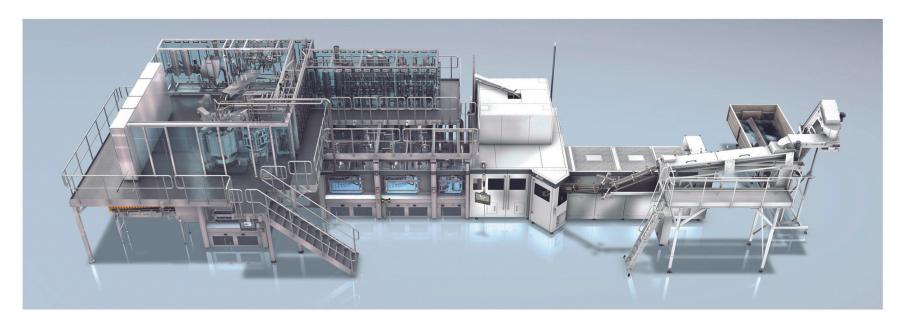


www.mcpack.com.br



mcpackequipamentos

# Novo bloco asséptico KHS com esterilização das garrafas



Se a máxima segurança é a principal preocupação no envase de bebidas sensíveis em garrafas PET, as enchedoras assépticas lineares da KHS já provaram seu valor no mercado. E a empresa apresenta agora uma enchedora asséptica rotativa para capacidades mais altas, cujas propriedades higiênicas estão estabelecendo novos padrões. Neste caso, a KHS está focada na esterilização da garrafa que, ao contrário da esterilização de preformas, também pode ser combinada com o sistema de revestimento KHS FreshSafe PET que fornece proteção adicional à embalagem para bebidas sensíveis.

Com este procedimento, as embalagens são esterilizadas imediatamente antes do processo de enchimento. Isso garante mais flexibilidade e maior disponibilidade na troca de formatos do que na esterilização das preformas, onde a esterilidade do bloco é interrompida quando os moldes de estiramento e sopro são trocados. Além disso, a esterilização das garrafas permite um manuseio fácil e cuidadoso de embalagens leves.

#### Novo design da enchedora

A nova enchedora rotativa Innofill PET ACF-R foi combinada com a sopradora por estiramento InnoPET Blomax Série V eficiente em termos de energia. Comparado às enchedoras lineares, que podem processar até 14 mil garrafas por hora, o bloco asséptico InnoPET BloFill ACF-R atinge atualmente

uma produção de até 36 mil garrafas de 1 litro por hora. No futuro, o bloco ainda estará disponível com uma capacidade de produção de até 48 mil garrafas de 500 ml por hora. Além disso, a nova solução consegue, dentro do recipiente, um nível de esterilidade correspondente ao Log 6 — o que corresponde a uma redução de germes em 99,9999 por cento.

Durante o desenvolvimento, foi dada especial atenção à enchedora asséptica, que recebeu um design totalmente novo. Uma característica fundamental foi a limitação de até 4 estrelas menores para a introdução de peróxido de hidrogênio (H2O2), bem como para ativação e secagem com ar estéril. Elas são usadas no lugar do grande carrossel anterior. As vantagens desta tecnologia simplificada são menores valores de consumo e, devido ao design modular e menor necessidade de espaço, instalação e manutenção mais econômicas. A área estéril deve ser isolada da sala de engarrafamento.

Para carrosséis grandes, é necessária uma barreira líquida para separá-los do ar ambiente. Mas isso não é necessário para a versão KHS com estrelas pequenas, o que torna a máquina muito mais fácil de configurar e operar.

#### Altos padrões de higiene

O InnoPET BloFillACF-R está distribuído em dois

níveis: no nível do solo há uma máquina de estiramento e sopro, um módulo de esterilização, um carrossel de enchimento e uma tampadora de 2 vias. A tecnologia de processo com módulo de serviço, preparação de H2O2, produção de ar comprimido estéril, esterilização de tampas e válvulas manifold estão organizados na plataforma superior.

As garrafas PET passam por esterilização externa e interna antes de chegarem à sala asséptica da enchedora. Em seguida, os produtos sensíveis são envasados e depois selados na capsuladora.

Na área de higiene, um excesso de pressão mensurável é criado usando ar estéril gerado pelo próprio bloco. Isso cria um fluxo de ar estéril tanto no sentido da esterilização das garrafas, bem como através da tampadora e transporte através de uma câmara de ar. As embalagens são então verificadas por um inspetor de vazamento e nível e de enchimento antes de seguirem para a parte seca da linha.

Um grande número de bicos fixos evita a formação de sombras de pulverização na esterilização externa da embalagem. Quando as embalagens são transferidas para esterilização interna, a região do gargalo das garrafas também é esterilizada individualmente. A particularidade do esterilizador é que a KHS dispensou as estrelas padrão entre as várias estrelas de processamento. "Para que isto funcione, a construção foi feita de tal forma que não são necessárias estrelas intermediárias, mas sim uma malha direta. Para evitar colisões, a KHS também forneceu lanças para esterilização interna com guia controlada. Isto é garantido por braços móveis que mergulham as lanças pulverizadoras nas garrafas PET e as retiram novamente. Como resultado, as inovações garantem uma pequena zona asséptica e um elevado padrão de higiene. Juntamente com o número reduzido de estrelas e acionamentos, isto reduz significativamente a área total de instalação. Outra característica de qualidade da esterilização das garrafas é que após 24 horas resta menos de 0,5 ppm de H2O2 residual na garrafa", enfatiza Manfred Härtel, filling product manager for KHS.

#### Máquina limpa

Barreiras líquidas no carrossel da enchedora protegem a sala de higiene fechada do ambiente externo. O H2O2 líquido é usado em uma concentração de cerca de 30% bem como água adicional para evitar que o peróxido de hidrogênio seja liberado na atmosfera, em benefício da segurança ocupacional. Além disso, não há mais necessidade de luvas de lavagem ou tampas CIP, pois toda a sala asséptica é limpa com a mesma soda cáustica e/ou ácido para limpeza interna e externa. Este último serve, por exemplo, para remover resíduos minerais que poderiam levar à formação de depósitos críticos para a esterilidade. O processo adaptado reduz significativamente o tempo de CIP. Para minimizar o consumo, a mídia é coletada e devolvida ao sistema para ser novamente apurada antes da próxima limpeza CIP.

Graças à sua flexibilidade, a enchedora asséptica modular foi projetada para vários sistemas de engarrafamento PET atualizados da KHS. Estes variam a velocidade de acordo com a respectiva fase de enchimento e determinam o nível de enchimento através da medição de vazão. O padrão atual são válvulas com sistema de jato livre para as bebidas não carbonatadas utilizadas em assépticos. Alternativamente, podem ser utilizados sistemas que possam processar fibras e polpas. No futuro, também será possível engarrafar produtos carbonatados como, por exemplo, spritzers de suco de frutas, de forma estéril.

#### **Destaques**

Assim como o carrossel da enchedora, a tampadora, que também funciona em atmosfera asséptica, é equipada com dupla barreira de gases para obter o melhor isolamento possível. No caso da esterilização das tampas, elas são empilhadas em fileiras e transportadas para a área asséptica compacta. Aqui, a esterilização com H2O2 vaporizado por dentro, por fora e por todos os lados, bem como a ativação e secagem ocorre em uma espécie de "sistema revólver". Em seguida, as tampas são alimentadas na tampadora em um alimentador fechado.

Outro destaque do novo bloco rotativo são as trocas automáticas de formato, que, desde que o gargalo permaneça o mesmo, elimina a necessidade de intervenção manual do operador mantendo a esterilidade interna. Isto evita a necessidade de limpeza e esterilização completas do módulo de enchimento. Ao pressionar um botão na HMI, vários servomotores ajustam, por exemplo, curvas na entrada e saída da enchedora, a guia do fundo da garrafa na tampadora e as grades em apenas 3 minutos. Para manter a esterilidade, são utilizados foles e barreiras de vapor. Se o diâmetro da boca da garrafa precisar ser alterado, isso poderá ser feito opcionalmente com a mão.



www.khs.com

# NESTLÉ BRASIL avança em INDÚSTRIA 4.0, conectando cerca de 300 linhas de produção

Empresa combina uso de aplicações que envolvem IA, 5G, robótica autônoma e outras tecnologias para otimizar processos e obter mais eficiência, segurança e qualidade

entre as inovações, todas as pessoas envolvidas nas operações nas fábricas têm acesso em tempo real às informações da linha de produção via plataformas digitais amigáveis.

A Nestlé Brasil vem acelerando os investimentos em iniciativas para conectar, monitorar e extrair dados em tempo real das cerca de 300 linhas de produção que operam em 14 fábricas da empresa espalhadas pelo país. A iniciativa parte da premissa de que, quanto mais informações coletadas e depuradas de maneira customizada nesse ecossistema tecnológico, maiores as chances de obter mais eficiência, mais segurança, mais qualidade e mais inovação – tanto de processos, como de produtos. A expectativa da empresa é atingir cerca de 90% do parque fabril brasileiro conectado até o final deste ano.

Atualmente, são mais de 24.000 instrumentos instalados nas linhas de produção da Nestlé (como sensores de diversos tipos, transmissores de pressão, câmeras com diferentes funcionalidades, entre outros), que produzem um alto volume de dados tratados e transformados por softwares robustos e customizados para análise de informações, como a quantidade de energia utilizada no dia ou no mês e a comparação com períodos anteriores.



Tecnologias como Data Analytics e Inteligência Artificial realizam as correlações mais complexas dos dados para identificar padrões de funcionamento de equipamentos, por exemplo, gerando insights, como predições de manutenção preventiva a partir da previsão de falha de uma peça, por exemplo. Neste ponto, as tecnologias já são capazes de ajustar automaticamente certos controles de automação, isso significa que o equipamento pode ajustar suas configurações por conta própria, ante-

cipando-se a oscilações de processo com base em modelos de inteligência artificial.

Na prática, isso significa que a empresa tem as informações mais importantes sobre o desempenho e o





funcionamento de cada linha conectada. E tudo em tempo real e formato amigável, para que todas as pessoas envolvidas na operação - da área de gestão à linha operacional - visualizem e tomem rapidamente as melhores decisões. A conectividade não só permite mostrar quantas unidades de um determinado produto foram produzidas e se estão dentro do tempo planejado, mas também disponibiliza dados que são necessários para a construção de modelos preditivos para alterações no comportamento da linha, antecipando respostas e indicando causas prováveis.

A transformação digital das fábricas envolve a implementação de diversas camadas de tecnologia e um cuidadoso planejamento para orientar os resultados potenciais que cada projeto pode oferecer ao negócio. Esta jornada está redefinindo como as pessoas trabalham, além de aumentar a eficiência e retroalimentar a

inovação em todo o espectro da operação brasileira – que encerrou 2023 como a terceira maior em vendas da companhia pelo segundo ano seguido, atrás apenas dos Estados Unidos e da China.

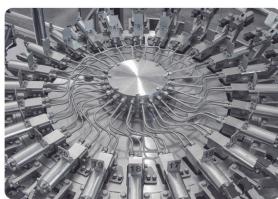
"Os esforços da Nestlé Brasil para inovar e avançar com a digitalização do parque produtivo geraram resultados notáveis, como a redução de 30% das paradas não planejadas nas linhas de produção em 2023, na comparação com 2019. Uma parada inesperada implica em perdas, tempo ocioso e, consequentemente compromete a produtividade", afirma Gustavo Moura, gerente executivo de Automação e Transformação Digital da Nestlé.

O executivo explica, ainda, que houve um aumento de 23% da flexibilidade das linhas de produção (de 2019 para 2023) – para que uma mesma linha possa produzir formatos

o planejamento de parada. Aqui, é preciso explicar que, para mudar o produto de uma linha, é necessário parar a produção em andamento, realizar limpezas, alterar formatos de máquinas e matérias-primas, para, só depois, retomar a atividade. Em 2023, houve, portanto, quase um quarto a mais de trocas de formatos nas linhas da Nestlé Brasil, na comparação com 2021.

Isso possibilita a entrada de novos produtos para atender à crescente demanda dos consumidores por variedade e novidades sem que haja impacto na eficiência da operação. As automações industriais permitiram reduzir o tempo de troca de formatos e o uso de IA vem auxiliando para determinar o melhor momento para parar uma linha para limpeza, por exemplo. Por fim, foi detectado aumento de produtividade de 7% na média das fábricas localizadas no Brasil, desde 2019.





RINSER ROTATIVO DE DUPLO ESTÁGIO



VÁLVULA PILOTADA SEM PISTÕES PARA MOVIMENTOS DE GARRAFAS



CONTROLE DE ROTAÇÃO INDEPENDENTE NO CABEÇOTE TAMPADOR



**DESDE 1982** 



# **Nespresso** lança no Brasil tênis feito com borra de café

Seguindo os conceitos de upcycling, item comprova o compromisso da marca com a circularidade



Nespresso uniu-se à startup francesa de moda upcycling Zèta, conhecida por sua proposta vegana e zero desperdício, e traz para o Brasil o Tênis RE:GROUND, feito com borra de café e outros materiais reciclados. Em edição limitada, a novidade comprova que com criatividade é possível dar uma nova vida a qualquer material. Disponível apenas na cor Latte, o lançamento será comercializado exclusivamente no site da Nespresso, para clientes Ambassadors.

Resultado de um ano de pesquisa da Zèta, o Tênis RE:GROUND é vegano e pet friendly. Confeccionados em uma oficina familiar em Portugal, cada par é feito com 80% de itens reciclados e sustentáveis. como: material vegetal de cereais sem pesticidas na parte superior; cadarços de plástico reciclado; palmilha removível de borra de café e cortiça reciclada, sola de borra de café e borracha reciclada e cola produzida com látex recuperado. Sua embalagem é de saco de juta recuperado e o flyer com todas as informações do produto é de papel reciclado e resíduos orgânicos de café.

"Temos buscado parceiros estratégicos ao redor do mundo e alinhados aos nossos propósitos, como a Zèta, para dar uma segunda vida aos nossos resíduos e mostrarmos aos consumidores o que acontece na prática com as cápsulas que eles levam para reciclar", comenta Fernanda Gobbo,

responsável por Sustentabilidade da Nespresso Brasil.

#### Programa de Reciclagem

A Nespresso tem em prática um robusto programa de logística reversa, garantindo que os consumidores brasileiros tenham acesso a pontos de coleta de cápsulas, seja por meio das Boutiques e lojas pop-up da marca ou parceiros de serviço postal gratuito.

Depois de coletadas, as cápsulas são enviadas a um centro de reciclagem, em Osasco (SP), onde o alumínio é descaracterizado e transformado em lingote, utilizado na fabricação de outras peças, como jaquetas, relógios, canivetes, enfeites para árvore de Natal, entre outros.

# **CADA GARRAFA RECICLADA VIRA UMA NOVA GARRAFA**



Você sabia que o Vidro é 100% e infinitamente reciclável? É isso mesmo, cada garrafa de vidro corretamente descartada e que volta ao processo industrial, dá origem a uma outra garrafa, com as mesmas dimensões.

Essa é a magia do encantador processo de fabricação do Vidro.

Lider europeia e a terceira maior produtora mundial de embalagens de vidro para alimentos e bebidas, a Verallia lançou, em 2021, o programa Vidro Vira Vidro, um programa criado com o objetivo de aumentar a reciclagem do vidro no Brasil e fortalecer a educação ambiental, mostrando para a sociedade a importância do descarte correto do vidro. Já são mais de 600 PEVs, os Pontos de Entrega Voluntária, espalhados por cidades do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Distrito Federal. Em 2023, foram coletadas mais de 3.700 toneladas de vidro que foram reciclados e reinseridos na cadeia produtiva. Uma economia significativa de matéria prima e energia, contribuindo para a redução da emissão de CO<sub>2</sub>. Mas o Vidro Vira Vidro é mais do que isso! É um trabalho que visa a conscientização da sociedade sobre a importância de realizar ações sustentáveis que assegurem a preservação de recursos naturais.

Além disso, o programa traz benefícios econômicos para as cidades participantes, reduzindo o custo da gestão dos resíduos. É um compromisso da Verallia em avançar cada vez mais na agenda sustentável com ações de impacto ambientalmente positivas em favor de toda a comunidade.



A forma como as pessoas consomem produtos no dia a dia e os resíduos que geram são um desafio para a nossa sociedade. A Verallia acredita que a reciclagem do vidro ajuda na construção de um mundo melhor a partir do incentivo à economia circular. Por isso, tem um propósito: "Reimaginar o vidro para um futuro sustentável". Venha participar também dessa transformação. Prefira Vidro. Escolha Verallia.









# **Natural One** estreia na categoria de bebidas funcionais



Empresa aposta no Yacon para entrar no mercado de bebidas funcionais. Novos produtos são 100% naturais, não possuem adição de açúcar, conservantes ou aditivos, e são feitos apenas com frutas e vegetais

novidade chega ao mercado, inicialmente, na embalagem de 900ml nos sabores Suco Verde e Beterraba Mix, substituindo os atuais Veggies Limão e Veggie Beterraba. Ambos são 100% naturais, não possuem adição de açúcar, conservantes ou aditivos, e são feitos apenas com frutas e vegetais.

A empresa investiu, ao todo, 3 milhões de reais em quatro anos de pesquisa, desenvolvimento, produtividade no campo e na fábrica para garantir extrair ao máximo todos os benefícios do yacon e chegar em uma mixologia que unisse sabor, saudabilidade e funcionalidade nutricional.

"O grande objetivo da Natural One desde sua fundação é construir uma marca global de bebidas saudáveis e naturais. Fomos pioneiros em investir no yacon como ingrediente principal das nossas bebidas funcionais, o que

demandou muitos estudos e testes para chegar ao resultado final, além de uma logística no plantio do alimento. Estamos apostando nessa novidade no mercado brasileiro, que trará beneficios funcionais para os consumidores, sempre em linha com a nossa preocupação em oferecer produtos saudáveis e naturais", afirma Gustavo Siemsen, CMO da marca.

Conhecido pelo seu alto valor nutricional, o yacon vem ganhando destaque no mercado de produtos naturais graças aos mais diversos beneficios que oferece ao corpo, principalmente em relação à saúde intestinal, já que é fonte de fibras. Além disso, auxilia no controle da glicemia no sangue e na reconstrução muscular. O ingrediente é uma raiz nativa das regiões montanhosas e altas da Cordilheira dos Andes, e foi adotado, há mais de sete séculos, pelas civilizações antigas da região,

que consumiam o alimento como uma fruta ou na forma de suco.

Por ser um tubérculo ainda pouco conhecido e com baixo plantio em terras brasileiras, a Natural One fechou uma parceria com Fischer Frutas, empresa produtora de maçãs, para o estudo e o plantio do yacon no país, em Santa Catarina, o que já vem sendo realizado nos últimos três anos.

Pensada para atender à demanda cada vez mais crescente dos consumidores por hábitos de vida mais saudáveis, a novidade traz, ainda, importantes diferenciais entre os demais produtos da categoria já disponíveis no mercado, como ser rico em fruto-oligossacarídeos, ou FOS, um tipo de açúcar que o organismo humano não metaboliza. Ou seja, ao consumir alimentos ricos em FOS, a taxa de açúcar no sangue permanece a mesma.



Garanta a sua participação no WORKSHOP DA INDÚSTRIA DE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS que debaterá sobre mercado, tecnologias, gargalos, logística, produção e muito mais!

# 3° EDIÇÃO

Único evento dedicado exclusivamente à indústria de bebidas não alcoólicas.

Negócios, networking e MUITO conteúdo!

NÃO PERCA TEMPO, FAÇA A SUA INSCRIÇÃO AGORA MESMO

Informações pelo Whatsapp



Para saber mais, visite o site softdrinkstech.com.br

































MIDIA OFICIAL



# **Heineken** inova nos bares com robô que auxilia garçons

#### Robô Hei destaca os diferenciais de sabor de Heineken

Heineken acaba de anunciar o Hei, o auxiliar de garçons feito com inteligência amigável. A marca apostou nessa tecnologia para promover a interação social. Além de ser programado com simpatia e diversos assets para ajudar o garçom, ele proporciona uma experiência única no atendimento ao cliente e ainda revela todos os segredos de Heineken. Inicialmente, atração estará disponível nos bares Quintal de Carmen, de Santo André.

A ação faz parte da campanha "Sabor de Heineken, Só Heineken", que evidencia as credenciais da cerveja, tais como: água, malte, lúpulo, a exclusiva levedura A, fermentação em tanques horizontais e a produção da cerveja com energia renovável. O objetivo é enfatizar o sabor da marca para consumidores que que estiverem na dúvida de qual cerveja vão escolher.

"A Heineken está empenhada em sempre proporcionar as melhores experiências para o seu público, oferecendo bons momentos para os consumidores e com o Hei não é diferente. A iniciativa inovadora permite uma interação do robô com clientes no momento mais esperado por eles: de consumir uma Heineken", conta William Mazzucatto, Manager Trade Marketing da Heineken no Brasil



# Inovações em ingredientes para toda a indústria de alimentos e bebidas



# Construindo o sabor do amanhã

## Garanta seu ingresso









f @fisouthamerica in Fi South America www.fi-events.com.br



Canal de Conteúdo Oficial



Parceiro Estratégico



Filiado à



Promoção e Organização





8º Encontro das Indústrias de Bebidas 22 e 23 de Outubro | São Paulo

### A indústria do amanhã. Agora!

O desafio da indústria é incorporar novas tecnologias e adaptar-se aos processos de sustentabilidade em tempos de transformações e ritmo acelerado.

> 2 dias + de 30 palestrantes + de 20 horas de conhecimento 8 trilhas de conteúdo

Inovação Supply Chain Fábrica Conectada Novas Tecnologias Indústria Sustentável Negócios em Expansão Eficiência e Produtividade Gestão e Liderança

**APRENDIZADOS QUE ACELERAM AVANÇOS!** 



#### Participe do Beverage Day 2024

www.engarrafadormoderno.com.br/beverageday-2024 T. 11 96523-2007

ORGANIZAÇÃO:







#### **LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY**





30. EDIÇÃO

12-15 novembro 2024 Fiera Milano (Rho) Italia







# O PRINCIPAL CANAL DE COMUNICAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DE BEBIDAS

#### **REDES SOCIAIS**

Instagram e Linkedin com informações — sobre a cadeia produtiva de bebidas

#### **BEVERAGE DAY**

Muito conhecimento e networking para os fabricantes de bebidas

#### PARCEIRO DE MÍDIA

das principais
feiras e eventos
nacionais e internacionais
Fispal, Drinktec, Simei
Brasil Brau, Brau Beviale,
Envase Brasil, Interpack e
Festival da Cerveja



# AS MAIS IMPORTANTES EMPRESAS DO SETOR

Presentes em nossas plataformas impressa, digital e eventos

#### **PORTAL NA WEB**

Notícias e artigos sobre as diversas etapas da produção de bebidas

EDIÇÃO IMPRESSA E DIGITAL com milhares de visitas mensais

#### BOLETIM INFORMATIVO ENGARRAFADOR MODERNO | NEWS

Uma seleção de notícias e artigos disparados para os profissionais do setor de bebidas