

JORNAL DO

acrílico

Uma publicação do INDAC - Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico

janeiro/fevereiro de 2010

#46

Patrocinadores Indac



Recipientes de alimentos

O mercado reconhece que o acrílico é o material perfeito para dar forma, brilho e cor aos alimentos

Estratégia

A escolha do método de produção significa atuar em setores de diferentes dimensões

Mercado

O que não faltam são oportunidades para investir no setor de alimentos



Um prato cheio para o acrílico

Todo grande mercado, como o Pão de Açúcar ou Carrefour, possui uma área para produtos vendidos a granel, sem embalagens. São azeitonas, grãos e nozes, frutas secas e cristalizadas e azeitonas, entre outros. Armazenados e expostos dentro de grandes recipientes transparentes, os produtos saltam aos olhos dos clientes, que nem sempre percebem estar diante de uma peça feita de acrílico. “Olhando de longe, parece vidro”, conta a cliente de uma loja Pão de Açúcar no bairro Klabin, zona sul de São Paulo.



dentro das residências e, principalmente, em estabelecimentos comerciais, a escolha pela utilização de recipientes de acrílico seria natural se suas principais características fossem de conhecimento dos consumidores. Seja para armazenar alimentos em casa ou também servir como expositor do conteúdo em lojas, o que empresários, compradores e donas de casa procuram são recipientes transparentes, atóxicos, fáceis de limpar e resistente contra choques e arranhões e que proporcionem um visual belo e agradável.

“Há muitos anos o setor cerealista utiliza os recipientes em acrílico para demonstração dos produtos, como grãos, farináceos e grãos integrais”, afirma César Ricardo Diniz Costa, proprietário da loja Casa de Saron, localizada na região central de São Paulo. “O acrílico dá uma visualização melhor do produto, o que atrai os olhares dos clientes. Além de ser atóxico, mais fácil de limpar e mais seguro”, diz César, que utiliza o material desde a inauguração da loja, há um ano e meio. Os argumentos são os mesmos utilizados por Wagner Costa, proprietário da loja Empório Roots, também na região cerealista de São Paulo, que tem cerca de 10 anos de experiência nessa atividade e, conseqüentemente, em recipientes de acrílico. Para Wagner, que costuma trocar os recipientes da loja a cada três anos, é possível que algumas pessoas até questionem o uso do acrílico por ser um pouco mais caro que as outras opções. Mas ele também diz que os benefícios do produto superam a concorrência em qualquer comparação. “Apesar de mais caro, o acrílico dá uma boa aparência ao produto, não passa e não retém o cheiro dos alimentos e, se cuidado da forma adequada, dura anos”, afirma o empresário.

Fontes Consultadas

Casa de Saron
(11) 3313.8067
www.casadesaron.com.br

Empório Roots
(11) 3227.3020
www.emporiroots.com.br

O custo é relativo

se beleza, praticidade, leveza e durabilidade são os maiores aliados dos recipientes em acrílico, qual será o maior inimigo? O custo, afirmam com a resposta na ponta da língua os produtores das peças. Porém, os valores se tornam uma referência relativa. Para os consumidores, o excelente custo benefício fica bastante óbvio no dia-a-dia. Para os produtores das peças, é uma questão mais complexa que apresenta outras duas perguntas. A peça será produzida por qual método? Qual será a quantidade da produção?

Os recipientes em acrílico podem ser obtidos por injeção ou por meio de transformações de chapas. "No processo injetado, a resina acrílica é aplicada no molde e, depois de endurecida, dá forma ao objeto", afirma Gian Franco Staurengi, gerente de relacionamento da Bérkel, empresa associada ao Indac. "Já no sistema de transformação, as chapas são aquecidas para depois serem moldadas uma a uma, em um processo praticamente artesanal."

Para Humberto Polli, gerente da área de desenvolvimento e assistência técnica da Unigel Plásticos, empresa associada ao Indac, a produtividade na fabricação da peça é o que faz a diferença no preço. "O processo de injeção é muito mais rápido e econômico", afirma. A escolha de quem vai produzir as peças precisa ser estratégica. Se a empresa desenvolver produtos que podem ser comercializados em grandes escala, o processo por injeção certamente será a melhor escolha. De acordo com Carlos Aurelan Perreira Santos, sócio da Acriplanos, empresa distribuidora e transformadora de chapas

acrílicas, a produtividade restrita é responsável pela diferença no preço. Para Carlos Rodriguez Coto Gomez, sócio-diretor da Acrilabor, apesar de mais caro, o processo feito a partir de chapas tem qualidades únicas. "Os recipientes fabricados por transformação permite que a peça preencha exatamente o espaço que o cliente quiser, em altura e volume", diz Gomez. "Entretanto, esses recipientes precisam ter uma colagem de boa qualidade."



Liberado para alimentos

O acrílico recebeu a designação de material atóxico na segunda metade do século passado. Esta foi uma das grandes notícias para o mercado de acrílico naquele período. Produtores do material e processadores de chapas voltaram seus olhos para todos os mercados que antes não eram aceitos, como os setores hospitalar e alimentício. No primeiro, passou a ser utilizado em próteses humanas e aplicado em aparelhos de hemodiálise e de cirurgias cardíacas. Quem investiu no setor alimentício passou a produzir embalagens, recipientes e utensílios. Porém, não basta que o acrílico seja atóxico. É de extrema importância que o produtor da peça também escolha a cola correta e realize a colagem adequada.

De acordo com Fábio Fiasco, da Sinteglas, empresa especializada em colas para peças de acrílico, alguns cuidados são necessários para garantir a atoxicidade das peças obtidas a partir de chapas. "A produção de caixas ou tubos colados exige o manuseio adequado da cola para que resulte em uma junta inerte, inodora, insípida e com baixo teor de monômero residual", afirma Fiasco. "A garantia de uma junta atóxica está diretamente ligada ao tipo de cola utilizada e a técnica ou método de colagem escolhido."

Para realização de testes de atoxicidade de recipientes de alimentos, o Indac recomenda o contato com o CETEA - Centro de Tecnologia de Embalagens de Alimentos, entidade que realiza pesquisas e desenvolvimento, assistência tecnológica, diagnóstico de problemas e avaliação e controle de qualidade em embalagens de alimentos. Trata-se de um instituto de pesquisa, desenvolvimento e assistência tecnológica ligado à Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado de São Paulo.

Fontes Consultadas

CETEA
(19) 3743.1900
www.cetea.ital.org.br

Acrilabor
(11) 4137.1649
www.acrilabor.com.br

Acriplanos
(71) 3384.3559
www.acriplanos.com.br

Bérkel
(11) 4361.1080
www.berkel.com.br

Unigel Plásticos
(11) 4176.2770
www.unigel.com.br

Sinteglas
(11) 2412.4490
www.sinteglas.com.br

Acrílico à mesa

Há 10 anos, a Kaballa apostou alto ao investir em utensílios domésticos de acrílico. Hoje, é líder neste mercado e referência no desenvolvimento de linhas exclusivas para hotéis e para o lar.



ao falar de produtos em acrílico atóxicos

para utilização com alimentos, o principal mercado é o de recipientes, mas o setor de utilidades domésticas desponta como uma grande oportunidade. Quem vem investindo no setor há dez anos é a Kaballa, empresa gaúcha associada ao Indac que desenvolveu um portfólio amplo e vistoso para conquistar clientes de todo o Brasil. Porta-copos, porta-guardanapos, saladeiras, copos, taças, canecas e jarras. Há uma infinidade de utensílios em acrílico para uso doméstico. E todos estão no catálogo da Kaballa. Jones Pellini, diretor de marketing da empresa, conta que só trabalha com peças injetadas. A opção por esse processo é determinante, uma vez que a proposta da Kaballa é trabalhar com a comercialização de grandes quantidades a custos bastante interessantes. "Elegemos o acrílico para esse tipo de aplicação por causa do brilho, formas, possibilidades de cores, fácil higienização e segurança, qualidades que não encontramos em nenhum outro material", afirma Jones, que ressalta a importância da durabilidade dos produtos. "Eles não são descartáveis, como muitos pensam, e podem durar até seis anos, se bem conservados." O consumo em residências é um ponto forte da empresa, reforçado pelas ações de vendas no mercado hoteleiro e alguns bares e restaurantes.

O sucesso da Kaballa não está baseado apenas na escolha do mercado, mas também na estratégia de atuação comercial, na qualidade dos produtos e no investimento em comunicação e marketing. Hoje, é praticamente impossível alguém dizer que nunca viu um produto Kaballa. Desde a segunda edição Big Brother, a empresa fornece os copos e taças utilizadas pelos participantes do reality show da Rede Globo.



Fontes Consultadas

Kaballa
(54) 3292.4823
www.kaballa.com.br

Oportunidade para crescer

Ainda pouco explorado, o mercado de recipientes de alimentos em acrílico pode crescer, e muito, no Brasil. Quem afirma e garante são especialistas no mercado acrílico para alimentos.



"quantos lojistas ainda não utilizam o acrílico para disposição e armazenamento de seus produtos?", pergunta Lidia Maria Schuskel, diretora da Socitec, empresa associada ao Indac. Milhares, talvez milhões seria a resposta se fosse possível contabilizar o comércio de todo o Brasil. Sem uma resposta concreta, é a própria Lidia que dá a dimensão da oportunidade. "É um mercado que consumiria milhares e milhares de toneladas de acrílico", ela afirma. Não se trata de exagero, mas de um fato confirmado por Daniel Irigoyen, proprietário da Oficina do Acrílico. De acordo com Daniel, a Oficina atende todas as redes de supermercados e sorveterias do Espírito Santo, além de muitas padarias e lojas de conveniência. Só em 2009, ele fabricou cerca de 2.300 cubas. "O mercado de alimentação é um dos que mais crescem e por isso torna-se uma excelente forma de prospecção e vendas", afirma o empresário que, ao lado de Lidia, não despreza a oportunidade de investir neste mercado, quase sempre desprezado por outras empresas do setor.

Quem chama a atenção para a oportunidade é Felisberto Travassos, gerente comercial da CastCril, fabricantes de chapas acrílicas e associada ao Indac. Segundo Felisberto, a quantidade de chapas destinada a esse setor ainda é pequena. "A expansão desse mercado exige uma ação dos transformadores de peças", diz Travassos. "Em qualquer supermercado é possível

ver o acrílico sendo usado, mas, geralmente, como ponto-de-venda porque eles não sabem que, além de exibir, o material tem a propriedade de armazenar o alimento." Rodrigo Cataldi, proprietário da Tudo em Acrílico, admite que falta empenho nas vendas para o setor. "É um mercado muito interessante, que representa cerca de 15% da nossa produção e se mantém estável", ele afirma. "Ainda trabalhamos somente sob encomenda." Quem oferece uma luz para os interessados em desbravar esse mercado é Luís Vargas, gerente comercial da Unigel Plásticos. Para ele, o grande trabalho está na conscientização do usuário deste tipo de produto, que precisa conhecer melhor o acrílico e suas propriedades. Vargas estima que o atual mercado brasileiro para esta aplicação seja em torno de 250 toneladas por ano em chapas acrílicas. Em outras palavras, ainda há muito o que explorar.

Fontes Consultadas

CastCril
(11) 3062.0199
www.castcril.com.br

Oficina do Acrílico
(27) 3226.6170
www.oficinadoacrilico.com.br

Socitec
(11) 3625.0314
www.socitec.com.br

Tudo em Acrílico
(11) 3782.1688
www.tudoemacrilico.com-

Unigel Plásticos
(11) 4176.2770
www.unigel.com.br

Enfim, 2010 começou

Com o fim da crise financeira, a indústria nacional está otimista e espera crescimento em 2010. Confiante, o setor do acrílico aposta na expansão dos setores onde o material se destaca e investe na divulgação do produto em importantes eventos para o mercado.

a grande atração deste ano será a segunda edição do Salão do Acrílico, realizada no final de julho, no Centro de Eventos São Luis, em São Paulo. Com um espaço três vezes maior do que a primeira feira, os organizadores esperam dobrar o número de expositores e participantes.

Entre as novidades reservadas para a próxima edição do salão, está o Guia do Acrílico. "É um guia oficial da feira com a relação de todos os participantes e, inclusive, das empresas associadas que não estiverem presentes no evento", afirma Adhemar José de Freitas Filho, da Craft Desing, empresa organizadora do Salão do Acrílico. "O documento trará também todas as características do acrílico e exemplos de aplicações do material, não só para orientar e informar os visitantes, mas também para servir como fonte de pesquisa posteriormente."

Para que as possibilidades de utilização do acrílico não fiquem só no papel, a Componenti, transformadora de peças e associada ao Indac, prepara para a feira uma loja conceito. "A idéia é criar o que seria uma entrada de uma loja", afirma Alexandre Lazzarotto, diretor da Componenti e presidente do Indac. "Vamos definir uma marca e um produto para mostrar nesse espaço conceitual todas as possibilidades do acrílico para o mercado, aproveitando para trabalhar o máximo de cores, texturas e formatos possíveis". Juntamente com a segunda edição do salão será realizado o Fórum

do Acrílico, que este ano será dividido por temas: meio ambiente, aplicações e processamento, debatidos respectivamente nos dias 30 e 31 de julho e 1º de agosto, antes do horário de abertura do Salão.

Em julho, o Indac marca presença também na Serigrafia & Sign, a maior feira de comunicação visual e sinalização das Américas. Em outubro, participa da Fesqua, Feira Internacional de Esquadrias, Acessórios e Componentes.

Não perca

• 2º Salão do Acrílico e 10º Fórum do Acrílico

De 29 de julho a 01 de agosto
no Centro de Eventos São Luis, em São Paulo.
www.salaodoacrilico.com.br



• Serigrafia & Sign

De 21 a 24 de julho
no Expo Center Norte, em São Paulo
www.gruposertec.com.br/eventos-serigrafia-sign

• Fesqua

De 20 a 23 de outubro
no Centro de Exposição Imigrantes, em São Paulo
www.fesqua.com.br



Expediente



O Jornal do Acrílico é o órgão oficial de divulgação do INDAC - Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico.
www.indac.org.br • indac@indac.org.br • 11.3171.0423

DIRETORIA EXECUTIVA GESTÃO 2009-2011

Diretor-presidente: Alexandre Lazzarotto
Vice-presidente: Luis Vargas
Diretores: Ralf Sebold, Salvatore Iannelli, Rosana Maradini e Sergio Sanches
Consultor executivo: João Orlando Vian

PRODUÇÃO EDITORIAL

Edição: André Ciasca
Texto e reportagem: Milene Rios
Revisão: Carla Ciasca
Direção de arte: Manoela Tourinho
Jornalista responsável: André Ciasca, mtb 31.963
Gráfica: Coan



take-a-coffee Comunicação
www.take-a-coffee.com
Fone: 11.3571.5353
Skype: take.a.coffee