

economia

Editor: Cristiano Vieira
economia@jornaldocomercio.com.br

Escassez de embalagens preocupa a indústria

Estão em falta garrafas de vidro, latas de alumínio e outros insumos utilizados pelos fabricantes de bebidas

/ BEBIDAS

Roberta Mello

roberta@jornaldocomercio.com.br

Se o leitor não abre mão de beber aquele vinho, espumante ou cerveja da sua marca preferida nas festas de final de ano, talvez seja hora de comprar enquanto a oferta é garantida. A indústria está com dificuldade para obter embalagens para esses produtos, o que acaba se refletindo nas prateleiras.

Produtores, fabricantes de embalagens e varejistas afastam a possibilidade de falta de mercadorias nos supermercados, bares e adegas. O que vai acontecer é uma acomodação tanto na cadeia produtiva quanto no varejo. Por exemplo: talvez a embalagem do produto esteja diferente ou o comprador tenha que levar para casa uma bebida de uma marca diferente daquela que está acostumado.

A dificuldade em obter matéria-prima suficiente para produção foi uma das grandes dificuldades vividas pela indústria, incluindo a gaúcha, este ano. Em muitos segmentos a demanda aumentou além do esperado e as fabricantes não estão conseguindo corresponder às necessidades do mercado. Nesse caso não é diferente. Com um pequeno detalhe: as fabrican-

tes de bebida estão dando conta do aumento, mas as de embalagens não. E a oferta de garrafas de vidro e latas de alumínio está reduzindo justamente na época em que as vendas crescem - com a chegada do verão e das festas de Natal e Ano Novo.

O fenômeno não é inédito. Pelo menos desde 2018 a produção nacional de embalagens não consegue acompanhar o crescimento da indústria cervejeira e vinícola. Mas em 2020 o quadro se agravou.

Os principais motivos apontados são a incerteza trazida pela pandemia de Covid-19 e a mudança nos hábitos do consumidor. Inseridos em um quadro completamente inesperado e ante um cenário futuro difícil de projetar, as fabricantes de bebidas colocaram o pé no freio em abril e optaram por não ousar nas encomendas de garrafas e latas para o segundo semestre. As produtoras de garrafas de vidro diminuíram a extração em seus fornos e as de latas de alumínio também resolveram sentir o ânimo do mercado.

O que elas não esperavam é que o consumo aumentasse e com características diferentes das que eram percebidas antes do novo coronavírus. As pessoas deixaram de beber em bares e restaurantes, mas não abriram mão de brindar.

As compras passaram a ser feitas em supermercados e, em vez de pedir a famosa garrafa retornável de cerveja na mesa do bar, a escolha passou a ser por latinhas e garrafas one way (descartáveis). Bebendo em casa, o vinho também passou a estar mais presente à mesa - ou no sofá, à frente do computador e da televisão. As produtoras de embalagens se viram saturadas pela demanda.

Depois, quando a cadeia estava começando a dar conta dessa nova demanda, em outubro, houve a reabertura de bares e restaurantes nas grandes cidades, explica o presidente da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), Paulo Petroni. E de uma hora para outra todos queriam voltar a comprar. Mais um desafio inédito foi lançado.

Na falta de bebidas prontas para suprir os estoques, esses estabelecimentos, inclusive, tiveram de realizar compras diretamente no varejo para retomar os negócios, lembra o presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas), Antonio Cesa Longo. Isso gerou mais uma pressão nas gôndolas. Porém, agora o varejo gaúcho está preparado e não vai faltar bebida para colocar no carrinho. "O cliente pode ter que abrir mão de alguma marca de sua preferên-



ANTONIO PAZ/ARQUIVO/JC

Demanda por vidro aumentou além do esperado neste ano

cia, mas as pessoas vão continuar encontrando produtos de qualidade", salienta.

"Novembro e início de dezembro serão, sem dúvida, meses de adequação dos estoques. Esperamos que quando começar o verão, no final de dezembro, tudo estará normalizado", complementa Petroni. O mesmo é projetado pelo setor de vinhos e espumantes.

O enólogo e membro da Associação Brasileira de Enologia, Darci Dani lamenta a dificuldade principalmente entre os pequenos fabricantes de espumantes. Mas, assim como espera o presidente da Federação das Cooperativas de Vinho do Rio Grande do Sul, Hé-

lio Marchioro, acredita que é momento para buscar saídas, "como o uso de garrafas escuras, para dar conta de escoar a produção. "Está longe de ser o ideal, porque o consumidor não está acostumado. Vamos ter de contar com a compreensão", avisa Marchioro.

A dica para aqueles varejistas que estão com receio de ficar sem mercadoria para reposição é diversificar o mix de fornecedores. No Rio Grande do Sul, isso pode significar dar preferência aos pequenos produtores locais com produtos armazenados, tirando proveito da proximidade com o polo cervejeiro artesanal e com as pequenas empresas de vinhos e espumantes.

Indústria de latas quer ampliar fatia de mercado

A situação das fabricantes de latas de alumínio é um pouco diferente das de vidro. Os investimentos têm sido feitos e o aumento na produção está acontecendo. A surpresa foi que, neste ano, a demanda por latinhas cresceu muito acima do esperado, de acordo com o presidente da Associação Brasileira de Produtores de Lata de Alumínio (Abralatas), Cátilo Cândido.

O preço do alumínio, cotado

na Bolsa de Metais de Londres, e o valor do maquinário, adquirido no mercado internacional, têm influência sobre a produção brasileira. Mas as 24 fábricas de latinhas instaladas no País têm conseguido crescer, acompanhando o desejo do consumidor por esse formato de embalagem.

O setor cresceu 8,5% em 2018 ante 2017 e 13,7% em 2019 em relação ao ano anterior. Em 2020, a

ABRALATAS/DIVULGAÇÃO/JC

expectativa é manter-se em alta. "Abril foi um mês de observação. A partir de maio começou um crescimento forte e teve grande aumento de demanda. Crescemos dois anos em dois meses entre maio e julho", comemora Cândido.

Antes da pandemia, as latas de alumínio representavam pouco mais de 50% do envasamento total das cervejas brasileiras. No final deste ano, este percentual deve se aproximar de 70%.

Os investimentos para ampliação do parque industrial em 2020 se aproximam de R\$ 1 bilhão. "Já foram anunciadas duas novas fábricas e a expansão de linhas de produção", comenta Cândido.



Cátilo Cândido diz que o setor investiu R\$ 1 bilhão em ampliações

Dólar alto impede ampliação na produção de garrafas de vidro

A alta do dólar tem impacto direto nas fabricantes de garrafas de vidro no Brasil. Além de tornar inviável a importação de matéria-prima, o interesse em ampliar a produção cai por terra quando as fábricas examinam os custos.

O presidente-executivo da Abividro, Lucien Belmonte, lembra que o investimento não pode ser feito apenas com base na demanda. "Para investir tem que ter retorno sobre o investimento. Com a volatilidade do dólar, o preço do gás e a dificuldade em repassar esse aumento ao preço da garrafa, não tem como", analisa Belmonte.

O real foi a moeda que mais se desvalorizou em relação ao dólar este ano e o poder de compra do brasileiro é incapaz de assimilar mais uma alta no preço final desses produtos. "O resultado estamos vendo: falta alumínio, falta aço para a construção civil e falta vidro", sintetiza. "Onde está o senhor (ministro da Economia) Paulo Guedes que não está olhando para isso?", questiona.

METROPLAN
Fundação Estadual de Planejamento Metropolitano e Regional

A Fundação Estadual de Planejamento Metropolitano e Regional, no uso de suas atribuições legais, conforme o Art. 62 do Decreto nº 39.185/98, informa que à zero hora de domingo, 22/11/2020, será reajustada a tarifa da Travessia Hidroviária entre Guaíba e Porto Alegre, para R\$ 12,90 (doze reais e noventa centavos), de acordo com a Resolução Decisória RED nº 601/2020, do Conselho Superior da AGERGS, de 17 de novembro de 2020.

Porto Alegre, 19 de novembro de 2020.

Escolha
#oPIX
unicred

pix