

FILMES BIORIENTADOS

Dotado de excelentes propriedades, como barreira a gases e umidade, resistência mecânica à tração e à alongação, entre outras, boa parte delas por conta do processo de estiramento em suas duas dimensões, o filme de polipropileno biorientado também agrega ótimo aspecto visual às embalagens, abrindo espaço para uma ampla gama de aplicações, em versões monocamadas ou em composições de variados tipos de estruturas. Em razão de suas características e apelo visual, esses filmes têm por principal endereço a indústria alimentícia, embora confirmem suas vantagens também a aplicações industriais, rótulos e etiquetas, entre diversos usos.

Mesmo com tantos benefícios, esse mercado avançou pouco nos últimos tempos. Após amargar um crescimento píffio, da ordem de 2% sobre 2012, a demanda brasileira de filmes de polipropileno biorientado (BOPP), estimada entre 140 mil e 150 mil toneladas no ano passado, deve acelerar a marcha em 2014, impulsionada pelos reflexos da realização da Copa Mundial de Futebol e das eleições.

O excesso de produtos importados, que tem castigado diversos segmentos da indústria do plástico, também dificultou os negócios de BOPP, consistindo numa das mais fortes razões para o seu desempenho aquém do esperado, como relata Davide Botton, diretor superintendente da Polo, uma das principais fabricantes brasileiras de filmes de BOPP, pertencente ao grupo Unigel.

Em sua opinião, o volume de filmes advindos do exterior equivale a uma fatia por demais generosa. “Em torno de 30% da demanda é suprida pelas importações, é um exagero”, lastima. Também a entrada no país de biscoitos, chocolates e outros produtos prontos, portanto já embalados, “rouba” mercado,



**ANO AGITADO COM AS ELEIÇÕES
E A COPA DE FUTEBOL PROMETE
REAQUECER AS VENDAS DO SETOR**

Maria Aparecida de Sino Reto

A Limer-Cart distribui bobinas com larguras de 24 mm até 2.100 mm

transferindo para o exterior esse consumo de filmes de BOPP.

Além disso, a oferta de produto nacional, que já superava bastante as necessidades domésticas com apenas dois competidores locais (Polo e Vitopel), sofreu uma remexida com a entrada de uma terceira produtora – a Videolar –, que iniciou as suas operações em janeiro de 2013, elevando o tom na disputa entre os concorrentes.

Para se ter uma ideia, só a fábrica da Polo, instalada em Monte Negro, no Rio Grande do Sul, nos arredores do polo petroquímico de Triunfo, comporta uma produção de 78 mil toneladas anuais de filmes de BOPP, volume capaz de suprir mais da metade das necessidades brasileiras.

A esse número somam-se os produtos processados pela Vitopel na planta brasileira, igualmente acima de 70 mil toneladas anuais, e os da caçula do mercado, que só da sua primeira linha em operação atinge mais de 32 mil toneladas anuais. A segunda linha, em processo de homologação, e a terceira, em construção, são dotadas de capacidades equivalentes.

“Trata-se de um mercado muito competitivo e de concorrentes muito competentes; então, com a oferta bem acima da demanda, todos nós estamos procurando um espaço no mercado e ninguém quer abrir mão de sua fatia”, adverte Botton.

Mas este ano promete ser melhor. Por entender que a Copa Mundial deva elevar as vendas de salgadinhos, chocolates, refrigerantes e outros alimentos, Botton vislumbra um crescimento entre 4% e 6% no consumo dessas películas em 2014. “Estou otimista, espero para este ano uma demanda melhor, porque uma parte dos nossos filmes será direcionada a produtos que são característicos desses eventos. Imaginamos que haverá muitas promoções e isso aju-

dará a impulsionar o nosso crescimento, principalmente no primeiro semestre”, aposta.

A indústria de alimentos ocupa a *pole position* entre os mercados consumidores dos filmes de polipropileno biorientado, empregado nas variadas composições de embalagens flexíveis que os acondicionam, muito embora o BOPP também seja encontrado em produtos diversos como sabonetes, CDs e DVDs, cigarros, em rótulos e etiquetas adesivas, entre outras aplicações.

Os negócios da Polo acompanham esse perfil de mercado. Como conta Botton, 70% da sua produção abastece a indústria de embalagens voltadas para alimentos. Entre os outros mercados atendidos pela fabricante, destacam-se as fitas adesivas, a laminação sobre papel para livros, os catálogos e as embalagens de cigarros.

Aplicações consolidadas – A realidade do mercado de BOPP é que inexistem um potencial de crescimento em termos de novos usos. Sua evolução depende do aumento do consumo per capita, ainda considerado baixo no mercado brasileiro. “A migração da classe D para C nos ajuda bastante, porque as pessoas buscam itens de consumo de maior valor, um biscoito ou um chocolate diferente, o mercado de refrigerantes cresce”, exemplifica o diretor da Polo.

A única novidade, informa, diz respeito ao desenvolvimento, em sua empresa, de um material de alta barreira, desenhado para substituir algumas estruturas laminadas. Enquanto isso, Botton relata estar investindo mais intensamente no setor de etiquetas autoadesivas, com filmes transparentes, opacos e metalizados específicos para esse mercado. “É uma etiqueta sensível à pressão. Fazemos o filme base e nossos clientes aplicam a gravação e o adesivo”, pormenoriza.

Mas o cardápio serve com fartura a todas as necessidades do mercado, como assim entende o diretor da em-



Botton considera exagerada a parcela de produtos importados

presa. A família de produtos disponíveis compreende filmes transparentes, seláveis, não seláveis, metalizados com alta proteção, e opacos perolizados e mate (fosco). Muito versáteis, os filmes de BOPP permitem impressão, laminação com outros filmes de BOPP ou, ainda, com outros substratos. Destinam-se à fabricação de embalagens variadas e também com propriedades específicas.

Os filmes transparentes planos são constituídos, na Polo, de polipropileno homopolímero em todas as suas camadas. Saem da fábrica com tratamento superficial e servem principalmente como base para aplicação de adesivo para fitas de fechamento de caixas. Mas também se aplicam em composição com outros substratos na confecção de embalagens de café, balas, chocolates etc.

Os transparentes coextrudados, variedades mais procuradas pelo mercado de embalagens, possuem diferentes tipos de polipropileno em suas camadas. Carro-chefe da Polo, o filme pode ter até cinco camadas. Segundo explica o seu diretor, essa estrutura pode conferir diversas características, desde redução de

consumo de matéria-prima até propriedades independentes em cada camada – selagem, aspecto, barreira etc. Também recebem tratamento superficial para possibilitar a impressão e a laminação.

Os filmes coextrudados podem ser aplicados em monocamada, com espessuras mais grossas; laminados; ou utilizados sem impressão para fechamento e vedação de embalagens como cigarros, CDs, DVDs e caixas de bombons, e ainda como embalagens internas de biscoitos.

Há também opções de películas opacas, de aspecto branco perolizado ou metalizado (este tipo de filme é coberto por uma camada de alumínio, o que lhe atribui maior barreira ao vapor de água e ao oxigênio), que também podem ser utilizadas em monocamada ou laminado; e filmes foscos.

Quem sai na frente? – A bem da verdade, as tecnologias dos três fabricantes nacionais se assemelham. Então, o que difere de um para outro são as atualizações dos equipamentos e os controles de processo. Por essa linha de pensamento, a Videolar leva vantagem. Porém, Botton garante dispor de tecnologia de última geração. “Fizemos um grande investimento em 2011 para atualizar a nossa linha mais antiga e hoje temos três linhas de produção com tecnologia de ponta, todas de alta velocidade e elevada performance. Nós trabalhamos com altíssima eficiência e produtividade”, preconiza.

Um dos diferenciais ressaltados pelo diretor é o fato de as suas linhas produtivas se inserirem todas em um único local, o que atribui à empresa maior competitividade e eficiência, em sua opinião. “Temos funções unificadas, logística unificada, intercambiamos produtos entre linhas, o que nos propicia redução de custos; e assim nós ficamos mais competitivos.”

Além das linhas de produção dos filmes, a fabricante possui metalizadas de última geração, com tratamento a



Pereira quer acrescentar ao seu portfólio filmes planos de PP

plasma, o que, segundo informa Botton, reforça a capacidade da empresa de desenvolver filmes de alta barreira e com elevada qualidade na impressão. Além de suprir o mercado doméstico, a Polo exporta seus produtos, volume que o diretor prefere não revelar, principalmente para a América Latina, Estados Unidos, Europa e África.



Capacidade da Papion chega a 600 toneladas mensais

Sentimentos da distribuição – Tanto a Limer-Cart, de Limeira-SP, como a Papion, da capital paulista, ambas com mais de vinte anos de atuação como distribuidoras de filmes, em âmbito nacional, enxergam a caminhada do BOPP em câmera lenta. Gerente de marketing da empresa interiorana, Elio Rebechi Junior admite que o mercado anda devagar, com crescimentos baixos, aquém das expectativas, mas compartilha as esperanças do diretor da Polo de melhorar os negócios por conta dos reflexos da Copa e também das eleições no país.

Dono da Papion, Marco Antonio Cortez Pereira observa uma evolução vagarosa para o mercado dos filmes biorientados nos últimos anos. “Há cerca de seis ou sete anos não vejo crescimento expressivo no consumo”, relata.

Mais otimistas, os diretores da Replas, os irmãos Marcos e Marcelo Prando, enxergam um bom potencial de crescimento no mercado brasileiro de filmes de BOPP, que nas estimativas deles evoluiu a taxas entre 4% e 6% ao ano. Mas pode melhorar já que o consumo per capita ainda é muito baixo. No Brasil é de 780 gramas, inferior ao de países como

Argentina, Chile e Estados Unidos, que apontam índices per capita de 1.095 gramas, 933 gramas, e 1.600 gramas, nessa ordem.

As opiniões dos distribuidores dão força ao ponto de vista do diretor superintendente da Polo. Para ele, a expansão da demanda dos filmes de BOPP está diretamente atrelada ao aumento do consumo per capita brasileiro.

Mas, como constata o dono da Papion, esse perfil não evoluiu nos últimos anos. Segundo ele, a participação de sua empresa no mercado cresceu bastante, mas confessa que foi por tomar parcela de outros. “Houve mais troca de mãos do que crescimento expressivo do mercado.” Distribuidor autorizado da Videolar, Pereira planeja expandir a linha de filmes e incluir no portfólio o tipo CPP – película de polipropileno casting –, também fabricado por sua representada.

Os irmãos Prando pensam como Davide Botton e acreditam que as mudanças econômicas que estão favorecendo a subida de degraus das classes C e D nos últimos anos devem alavancar o consumo per capita. “Esses índices terão um considerável aumento, elevando o Brasil ao patamar de grande consumidor de BOPP”, apostam.

Negócio novo – Eles, que já distribuíam o poliestireno produzido pela Videolar, incorporaram ao portfólio também os filmes de BOPP, distribuídos com exclusividade, desde que a fabricante entrou em operação nesse ramo, em janeiro de 2013. Disponibilizam ao mercado a linha completa de filmes produzidos pela Videolar: transparentes, metalizados e perolizados. A Replas ainda atua com a importação de polietilenos e polipropilenos. “Temos uma carteira de clientes em que o BOPP se encaixa muito bem.”

Hoje, os filmes biorientados de polipropileno representam uma fatia de 5% nos negócios da distribuidora, que atua em âmbito nacional, mas os planos contemplan elevar essa porcentagem para



Replas investiu em uma nova área para acomodar o negócio de BOPP

15%, ainda neste ano ou pelo menos até meados do próximo. “2013 foi um ano de investimentos e aprendizagem deste novo segmento em nossa empresa. Agora, já estruturados, acreditamos que poderemos atingir nossa meta de crescimento no negócio em relação ao ano passado”, esperam animados.

A entrada no novo segmento exigiu a construção de um outro prédio dentro da Replas e ainda investimentos em maquinários adequados à novidade. Com a aquisição de seis máquinas de corte, a empresa oferta ao mercado bobinas desde 31 mm até 2.100 mm de largura.

As embalagens estruturadas com filmes de BOPP se destacam pela excelente propriedade de barreira contra gases e umidade, o que permite manter o frescor, a integridade e a qualidade dos alimentos e outros produtos nas prateleiras, além de conferir às embalagens uma ótima apresentação dos produtos nos pontos de vendas.

“O seu tratamento superficial e as aditivações proporcionam facilidades nos processos de impressão e laminação; e as suas capacidades de selagem e de deslizamento garantem alto rendimento em máquinas de empacotamento automático, além de ser 100% reciclável”, apontam Marcos e Marcelo

Prando. Mais focada nos convertedores, hoje a Replas prospecta outras frentes de atuação como adesivos, descartáveis e rótulos.

A Videolar iniciou sua produção de filmes de BOPP entre o final de 2012 e o início de 2013 e, segundo estima Marco Antonio Cortz Pereira, da distribuidora Papion, hoje a fabricante opera com uma capacidade da ordem de 2.700 toneladas mensais, volume equivalente a só uma das três linhas que devem compor o parque da fabricante, cada uma delas com capacidade semelhante, possibilitando um total de 8.100 toneladas mensais de filmes de BOPP.

Ele conta que a segunda unidade está em fase de homologação do equipamento, que antecede o sinal verde para o início da produção. A produção de CPP deriva de uma quarta planta. “A Videolar prima pela bandeira, pela distribuição oficial”, ressalta Pereira. A distribuição oficial garante aos clientes prestação de serviços de qualidade e constante.

Com respeito ao volume de filmes de BOPP importado, ele estima uma fatia de 25% do mercado, da qual metade se refere a produtos sem similar na oferta nacional. “São filmes especiais, que não justificam os investimentos lo-

cais. Trata-se, em geral, de segmentos mais antigos de mercado, que perduram até hoje, mas que não justificam fabricação nacional pela baixa escala”, opina.

Sem falsa modéstia, ele atribui vantagens aos produtos da Videolar, não por diferenças tecnológicas, mas por ela dispor de equipamentos mais novos, portanto, modernos e atualizados. “Assim, são capazes de manter maior estabilidade e qualidade na produção, assegurando um processo constante.”

Com atuação em todo o território nacional, ele estima distribuir uma média de 300 toneladas mensais, mas sua capacidade chega ao dobro disso. Seu parque fabril dispõe de dez máquinas de corte e rebobinadeiras, o que lhe permite ofertar filmes desde 28 mm até 2.100 mm. “Tenho planos de abrir filiais só com foco comercial”, revela. Além dos filmes da Videolar, a Papion possui uma pequena participação no mercado de BOPET – filmes de poliéster biorientado, cerca de 2% do seu negócio.

Além do BOPP – Também a Limer-Cart concentra seu foco no BOPP, mas a sua fatia do BOPET é maior, absorve em torno de 20% dos negócios. A empresa é distribuidora da Terphane, a única fabricante brasileira do produto. “Começamos a focar mais o BOPET no ano passado, quando começou a aumentar a consulta por esse tipo de produto, que naturalmente já tem um volume menor que o de BOPP”, comenta Rebechi Junior.

De acordo com suas informações, os filmes de poliéster se endereçam a apli-

cações bem específicas, tais como embalagens do tipo *stand up pouch* e para PET food. Isso porque a resina confere barreira à gordura, atribui maior rigidez à embalagem e ainda suporta temperaturas mais elevadas em relação ao polipropileno biorientado. “O BOPET se destina a embalagens que demandam uso em autoclave e entram em contato direto com gordura”, explica. Outro exemplo: só esse material atende o segmento de assados (sacos para acomodar carnes para assar em fornos domésticos), por causa de sua resistência à alta temperatura. São várias as opções, mas ele aponta os transparentes e metalizados como os mais demandados pelo mercado.

Quanto aos filmes de BOPP, o seu portfólio é amplo, e oriundo de fornecedores variados. O volume distribuído desses produtos equivale a 80% do total entregue pela Limer-Cart aos seus clientes. Atualmente, o gerente de marketing estima movimentar um total em torno de 650 toneladas mensais, mas, com apenas um turno, a sua capacidade pode chegar a 800 t mensais.

“Distribuímos cerca de oito mil toneladas em 2013, que foi um ano atípico, com a acomodação da entrada da Videolar, mas fizemos a lição de casa e mantivemos o volume projetado para o ano”, diz Rebechi Junior, que considera a Limer-Cart a maior distribuidora de BOPP e de BOPET do país.

A empresa possui uma filial em Canoas-RS, e considera a possibilidade de abrir outra no Nordeste. Sua sede ocupa uma área de 23.300 m², com 8.800 m² construídos. Entre cortadeiras e rebobinadeiras, a empresa opera 23 equipamentos em Limeira, e mais cinco na filial gaúcha, que permitem oferecer ao mercado bobinas desde 24 mm até 2.100 mm. “Só por volta de 10% da produção é comercializada no formato adquirido do produtor”, ensina, e também explica que os cortes são otimizados a fim de evitar refiles. ■

MASTERBATCHES ESPECIAIS PARA BOPP

Listada entre as principais produtoras nacionais de masterbatches, a Cromex disponibiliza para o mercado de BOPP um portfólio de concentrados de alto desempenho técnico, especialmente desenhados para esse segmento da indústria, e elaborados de acordo com as necessidades dos clientes.

Entre os destaques, a produtora menciona as formulações de brancos, de aditivos e de aditivos minerais. Como informa o gestor de projetos e produtos, Juliano Barbosa, os concentrados brancos BOPP-BA 2018 e BOPP-BA 11241 asseguram excelente dispersão, tonalidade azulada, alto poder tintorial e opacidade, com indicação especial para filmes brancos sólidos.

Para a fabricação de filmes com efeito opaco perolado, ele recomenda os produtos BOPP-CG 5852 e BOPP-CG 12894. Para obtenção do efeito opaco branco, o gestor sugere o uso dos concentrados BOPP-BL 2616 e BOPP-BL 2435. Também há opções para a produção de filmes com efeito opaco branco de baixa densidade, alcançado com os produtos BOPP-BL 12620 e BOPP-BL 13348.

O gerente de assistência técnica Claudio Marcondes acrescenta que a Cromex dispõe de uma tecnologia de aditivação com um ativo mineral inorgânico de características especiais, que, agregada à biorientação, confere efeito perolado às embalagens de BOPP.

Os produtores de BOPP ainda contam com uma ampla família de concentrados de aditivos migratórios e não-migratórios que atribuem ao filme uma diversidade de propriedades, tais como coeficiente de atrito, bloqueio, dissipação de cargas estáticas, entre outras. Destacam-se nesta família: BOPP-AB 13155, BOPP-DL 13148, BOPP-DL 13190, BOPP-AE 5357 e BOPP-AE 13215. “Temos também a opção do concentrado de aditivo na forma combinada, isto é, quando há uma mistura sinérgica de dois ou mais aditivos para obtenção simultânea de diferentes propriedades”, informa Marcondes.

Também é ofertada ao cliente a possibilidade de desenvolvimentos personalizados, de acordo com as suas necessidades. “Isso flexibiliza o processo, já que as opções atuais são todas importadas. Além disso, o estoque local facilita a logística”, explica Barbosa.

É bom ressaltar que os concentrados para BOPP são contraindicados para filmes biorientados de PET ou de PA. “Se o cliente necessita de propriedades semelhantes, fazemos um novo produto. O princípio ativo pode ser o mesmo, porém o veículo pode comprometer a performance do máster, logo, há a necessidade de um novo produto, com veículo compatível com PET ou PA”, conclui Marcondes. Além de suprir o mercado doméstico, a Cromex exporta toda essa linha de produtos para BOPP para mais de 60 países. ■