

Xnews

Uma publicação LANXESS

A orquestra LANXESS Young Euro Classic, que fará a abertura oficial do Ano da Alemanha no Brasil



Muito além dos negócios

Iniciadas há dois séculos, as relações entre Alemanha e Brasil extrapolam os interesses econômicos

TECNOLOGIA

LANXESS produzirá matéria-prima para pneus verdes em Triunfo/RS

ARTIGO

O mercado de cosméticos no Brasil e suas perspectivas

LANXESS
Energizing Chemistry

RESPONSABILIDADE ENERGIZED BY LANXESS
 Energizing Chemistry

A SA 8000 é uma norma internacional de responsabilidade social, que ajuda a administrar, auditar e certificar as relações de trabalho dentro das organizações. Atuando como um código voluntário de conduta, a norma se tornou uma das mais prestigiadas e importantes entre o meio empresarial. O certificado da SA 8000 é concedido a empresas socialmente responsáveis em conformidade com seus requisitos. Certificada desde 2007, a LANXESS reafirma seu compromisso com os princípios da SA 8000 ao conquistar mais uma vez a declaração de conformidade para 2013 em suas unidades de Porto Feliz, São Paulo, São Leopoldo e agora também Triunfo KEL. Saiba mais em www.lanxess.com.br

Norma SA 8000



Jeferson Fernandes

Gerente Executivo de Comunicação Corporativa para a América Latina

Gisele Ferreira

Coordenadora de Comunicação Corporativa

"Para nós da equipe editorial é um grande prazer receber de nossos leitores dicas, sugestões de reportagens e melhorias. Escreva para a revista Xnews sempre que desejar."

No mês de maio, tem início as comemorações de um evento especialmente importante para a LANXESS: o "Ano da Alemanha no Brasil". Como empresa de origem alemã presente em solo verde e amarelo desde o início de suas atividades, estamos sempre empenhados em fomentar as relações entre dois povos com culturas tão distintas, mas unidos por laços históricos e econômicos.

Terra das oportunidades: era assim que os primeiros grupos de imigrantes alemães que fincaram raízes por aqui, em 1818, enxergavam o Brasil. Hoje, quase 200 anos depois, há 1.300 empresas alemãs atualmente no Brasil – 800 delas só na cidade de São Paulo. O país europeu é o quarto maior parceiro comercial do Brasil.

Na LANXESS, o intercâmbio de conhecimento entre colegas alemães e brasileiros é enorme. Com o Ano da Alemanha no Brasil, esse mesmo intercâmbio será refletido agora na música. A abertura oficial do evento será no dia 13 de maio. Nessa data, será realizado um concerto da Filarmônica Jovem Alemã, a orquestra LANXESS Young Euro Classic, no Teatro Municipal de São Paulo, com a presença do presidente da Alemanha, Joachim Gauck. A LANXESS tem orgulho de ser a patrocinadora do espetáculo.

Além da matéria sobre as relações Brasil e Alemanha, esta edição da Xnews destaca, ainda, uma outra iniciativa da LANXESS no Brasil: a partir de 2014, a companhia começará a produzir em Triunfo, no Rio Grande do Sul, um tipo de borracha de alto desempenho, usada na fabricação de pneus verdes.

Para fechar, reforçamos nosso pedido para que você, leitor e parceiro da LANXESS, contribua com a revista Xnews sempre que desejar. É um grande prazer receber dicas, sugestões de reportagens e de melhorias. O e-mail para contato é o xnews@lanxess.com.

Boa Leitura!

SUMÁRIO

CURTAS 04

- LANXESS obtém faturamento recorde
- Respeito em primeiro lugar
- Companhia lança perfil oficial no Facebook
- SENAI aposta na inovação
- Mercado de fitness anda a todo vapor

CAPA 06

- Iniciadas há 200 anos, relações entre Brasil e Alemanha vão muito além dos negócios

TECNOLOGIA 10

- LANXESS viabiliza produção de pneu verde no Brasil

ARTIGO 11

- O mercado de cosméticos no Brasil e suas perspectivas

EXPEDIENTE

A Xnews é uma publicação bimestral da LANXESS Indústria de Produtos Químicos e Plásticos Ltda. Coordenação: Comunicação Corporativa. Editores-chefe: Jeferson Fernandes e Gisele Ferreira. Edição: Juliana Borges. Reportagem: Rogério Ferro. Diagramação: Moai Comunicação. Impressão: Colorsystem Gráfica Digital e Offset. Jornalista Responsável: Juliana Borges. Colaboraram nesta edição: Diego Duarte, Pedro Bojacá, Marcus Moutinho, Alexandre de Castro, Carolina Pilon, Humberto Lovisi.

RESULTADO

Desempenho da LANXESS em 2012 bate novo recorde

Em 2012, a LANXESS teve o maior crescimento de sua história. As vendas do grupo alemão aumentaram 4% em relação a 2011, fechando em um total de 9,10 bilhões de euros. Segundo a empresa, o resultado positivo foi impulsionado principalmente pelo foco nos mercados emergentes, a demanda sólida para agroquímicos, as contribuições satisfatórias das aquisições e a estratégia de preço antes de volume. "A eficácia do nosso modelo de negócio foi mais uma vez comprovada", disse Axel Heitmann, CEO global da LANXESS.

Em 2012, o EBITDA – sigla correspondente ao lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações – melhorou 7% (1,22 bilhões de euros) em relação a 2011. Já o lucro líquido e o rendimento por ação aumentaram em torno de 2% em 2012 em relação ao ano anterior: para 514 milhões de euros e 6,18 milhões de euros, respectivamente.

Regionalmente, a EMEA, bloco composto pela Europa – excluindo a Alemanha –



Vendas globais somaram 9,1 bilhões de euros

O Oriente Médio e África registrou o maior faturamento (2,5 bilhões de euros), seguida de Ásia-Pacífico (2,2) e América do Norte (1,6).

Entretanto, já no primeiro trimestre de 2013, uma leve queda foi registrada. "As condições podem ser mais turbulentas no momento, mas continuamos otimistas graças à nossa sólida estratégia e às megatendências", disse Heitmann. A empresa está planejando investimentos de curto prazo de até 700 milhões de euros. ><

RELACIONAMENTO

Respeito em primeiro lugar

Reforçando seu compromisso com a transparência, a LANXESS acaba de lançar o site e atendimento telefônico do Canal Aberto. Trata-se de uma ferramenta que permite que colaboradores, parceiros ou qualquer pessoa relatem irregularidades e comportamentos considerados antiéticos ou que violem o Código de Conduta da empresa e a SA 8000. Seja por telefone ou internet, os contatos são seguros, confidenciais e, caso o usuário prefira, pode ser feito de forma anônima.

Com o Canal Aberto, a LANXESS espera inibir irregularidades como a discriminação, violação às leis, fraudes e o uso indevido de informações. Além disso, a intenção é que o ambiente ético, a confiança, transparência da empresa, de seus colaboradores e parceiros, seja fortalecida, preservando e melhorando resultados individuais e coletivos. Para utilizar, basta acessar o site da LANXESS (www.lanxess.com.br) ou ligar para 0800 721 3280. ><

MAIS COMPETITIVIDADE

Indústria brasileira aposta na inovação

Até 2014, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) vai aplicar R\$ 654,8 milhões para criar 23 unidades de ensino e pesquisa em 14 estados do país. Trata-se do Instituto Senai de Inovação (ISI), que pretende formar mão de obra capaz de ampliar a inovação tecnológica nacional. Para isso, o ISI vai oferecer ao mercado brasileiro serviços e soluções locais com valor tecnológico agregado, combatendo assim um dos maiores entraves à competitividade da indústria nacional.

O ISI vai oferecer tecnologia de ponta e profissionais especializados em serviços tecnológicos, consultoria e pesquisa aplicada em oito áreas de conhecimento: produção, materiais e componentes, engenharia de superfície e fotônica, microelétrica, tecnologia de informação e de comunicação, tecnologias

construtivas, energia e defesa.

A LANXESS vê essa iniciativa do SENAI com bastante interesse. "Poderemos usar a infraestrutura e capacitação técnica dos ISI para desenvolver os projetos de P&D

de interesse de nossa empresa e, no futuro, poderemos também recrutar jovens talentos treinados nos ISI para compor nosso corpo técnico", afirma o gerente de Technical Marketing da Unidade PBR da LANXESS Marcus Moutinho.

A verba para a criação do ISI será fornecida pelo Programa de Apoio à Competitividade da Indústria Brasileira, do governo federal, que vai financiar também o Instituto Senai de Tecnologia. O investimento total é de R\$ 1,9 bilhão, sendo R\$ 1,5 verba do governo federal e o restante, recursos próprios do Senai. A iniciativa conta com a parceria de instituições de referência mundial em pesquisa e desenvolvimento, como o Massachusetts Institute of Technology (MIT), dos Estados Unidos, e da Sociedade Fraunhofer, da Alemanha. ><



Senai abrirá 23 novas unidades de ensino no país

REDES SOCIAIS

Eu curto a LANXESS

Funcionários, clientes, parceiros, e até mesmo futuros interessados em uma vaga de emprego na LANXESS podem se comunicar com a empresa pelas redes sociais. A LANXESS, que está hoje presente no Facebook, Twitter e YouTube, abre suas portas para o diálogo virtual, além de manter os usuários atualizados com curiosidades gerais e novidades do setor químico. "A mídia social é um marco na era digital. Assegurar uma interação produtiva com os públicos estratégicos é muito importante para a LANXESS e por isso estes canais já fazem parte do dia-a-dia da empresa", observa Jeferson Fernandes, líder da área de

Comunicação da empresa na América Latina.

Uma equipe global de comunicadores especializados cuida do perfil da empresa na rede. São eles que compartilham com o mundo as novidades através de posts no Facebook, Twitter, além de vídeos no YouTube.

Jeferson acredita que a presença da marca nas redes sociais também fortalece a integração entre os diversos públicos. "Nosso objetivo é criar um ambiente empresarial novo, no qual funcionários e clientes de diversas partes do mundo possam se comunicar de forma mais eficiente e descontraída". Faça parte das nossas redes! ><



Facebook: www.facebook.com/LANXESS

Twitter: @LANXESSnews

YouTube: LANXESS TV

SAÚDE

Mercado de fitness anda a todo vapor

O Brasil já é o segundo país do mundo com mais academias, atrás apenas dos Estados Unidos. Hoje, cerca de 7 milhões de pessoas fazem atividades físicas em quase 24 mil estabelecimentos dedicados à malhação, segundo o International Health, Racquet & Sportsclub Association e o Instituto Fitness Brasil. O mercado de fitness e bem-estar é um dos que mais cresce no país. No ano passado registrou uma expansão de 10%, alcançando um faturamento de 2,45 bilhões de reais. Já o número de estabelecimentos aumentou 30%.

O crescimento do mercado de fitness impulsiona, também, outros setores, como o de bebidas isotônicas. De olho nesse mercado, a LANXESS tem em seu portfólio

um produto chamado Velcorin®, um estabilizante microbiológico para bebidas não alcoólicas. A diferença entre o Velcorin® e os processos de engarrafamento comuns é que o produto da LANXESS pode ser aplicado no envase a frio (cold fill), reduzindo a quantidade de energia gasta no processo e também o plástico necessário na garrafa. Além disso, durante o envase a frio, o líquido é exposto ao calor somente por um período curto de tempo, o que significa que o conteúdo de vitamina e o aroma da bebida são muito menos afetados", explica Pedro Bojacá, gerente de vendas para América Latina de tecnologias para bebidas da unidade de negócios Produtos para a Proteção dos Materiais (MPP) da LANXESS. ><



Em 2012, número de academias aumentou 30% no Brasil

Colônia, Alemanha: a cidade receberá a nova sede da LANXESS em setembro de 2013. Hoje, 1.300 empresas alemãs atuam no Brasil - 800 delas na cidade de São Paulo.

Muito além dos negócios

Iniciadas há dois séculos, relações entre Alemanha e Brasil vão muito além dos interesses econômicos

A antiguidade, os números e as cifras das relações comerciais entre o Brasil e a Alemanha destacam o país germânico entre os que contribuíram para a industrialização do Brasil, transformando este último em uma das maiores economias do mundo. Há quase dois séculos, o capital alemão é aplicado principalmente nas indústrias cafeeira, farmacêutica, química e automobilística, todas vitais para o fortalecimento da economia brasileira. Hoje, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), a Alemanha é o quarto maior parceiro comercial do Brasil, atrás apenas da China, Estados Unidos e Argentina. Mesmo com a União Europeia em crise, a Alemanha mantém suas apostas por aqui. Nos últimos cinco anos, o país germânico investiu mais de 250 bilhões de dólares no Brasil, o que o torna responsável por 10% do Produto Interno Bruto (PIB) industrial brasileiro.

E a tendência é melhorar, conforme já declarou recentemente a chanceler alemã Angela Merkel. "A história de sucesso que liga nossos países justifica nossa determinação em manter o foco no Brasil". O momento atual não poderia ser melhor: este ano, o governo brasileiro anunciou que até 2016 vai investir quase R\$ 500 bilhões em infraestrutura, inclusive para a Copa de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. A Alemanha, que já organizou os dois eventos, está contribuindo com sua experiência. "Este cenário sinaliza para uma contínua ampliação das relações", disse Ricardo Castanho, diretor de Comércio Exterior e Feiras da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha.

De acordo com a Câmara, já na década de 1950, o capital alemão chegou a representar 12% do total dos Investimentos Diretos (IED) no Brasil, perdendo apenas para o norte-americano. Hoje, atuam no Brasil mais de 1.300 empresas alemãs, 800 delas só na cidade de São Paulo, razão pela qual a cidade é considerada o "maior polo industrial germânico no mundo". Ao todo, essas empresas empregam cerca de 250 mil funcionários e, além disso, 15 dessas companhias estão entre as 180 que mais exportam a partir daqui.

Terra das oportunidades: era assim que os primeiros grupos de imigrantes alemães que fincaram raízes por aqui enxergavam o Brasil. Desembarcaram na costa baiana em 1818 e, dez anos depois, outros chegaram pelo porto de Santos, em São Paulo. "Eram principalmente camponeses e artesãos que, aliados pelo império brasileiro, procuravam aqui condições para progredir", explica o historiador Wolfgang Bader, diretor executivo do Goethe Institut de São Paulo, entidade que divulga a cultura germânica pelo mundo. "Como o império não oferecia muita coisa além da terra para cultivo, eles começaram do zero, participando efetivamente da for-

mação da nação brasileira".

Desse grupo, destacaram-se os que investiram na cultura do café. Entre eles o jovem Theodor Wille que, segundo Bader, em 1844 se tornou o maior exportador nacional transformando Santos no principal porto de café do Brasil. Este e outros negócios >>



Nos últimos cinco anos, a Alemanha investiu mais de 250 bilhões de dólares no Brasil



Gramado, RS: tradição alemã em solo verde e amarelo.

>> prosperaram a ponto de, nos primeiros anos do século 20, o Deutsche Bank e o Dresdner Bank, duas das principais instituições financeiras germânicas da época, abrirem filiais no Rio de Janeiro, então capital federal.

Esses eventos coincidiram com o ápice da imigração germânica no Brasil, que ocorreu entre 1920 e 1930, ou seja, entre as duas grandes guerras, o que mudou o perfil dos imigrantes. “Desta vez veio gente escolarizada, com enorme capacidade técnica, mas que fugiam ou das tensões e perseguições políticas ou do desemprego”, explica o historiador. Só nessa época, aproximadamente 75.000 alemães encontraram no Brasil – especialmente nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina, – uma “pátria que os acolheu como filhos legítimos”. Em 1930, 20% dos habitantes destes estados eram imigrantes alemães e, hoje, essas regiões concentram as maiores comunidades germânicas no Brasil, são um “verdadero reduto da cultura alemã no Brasil”.

“O Brasil deu oportunidade a famílias alemãs com poucas ou

nenhuma chance de sobrevivência na sua terra natal. Quando os investimentos financeiros começaram a chegar, culturalmente os dois povos já haviam se aproximado para sanar questões mais imediatas e humanas” analisa Dalmo Vieira Filho, professor do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Superintendente do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em Santa Catarina.

DA CULTURA DO CAFÉ À INDÚSTRIA DO AUTOMÓVEL

A partir de meados da década de 1930, com a diversificação setorial dos investimentos estrangeiros no Brasil, a indústria do automóvel passou a se destacar com a produção de carros de passeio, ônibus e caminhões. “Entre 1960 e 1980, mais de metade dos carros produzidos no Brasil estava a cargo da marca alemã Volkswagen”, segundo um estudo feito pela Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica (Sobeet). Enquanto cliente de >>

PRINCIPAIS PRODUTOS DA BALANÇA COMERCIAL BRASIL-ALEMANHA

Exportações do Brasil para a Alemanha	Importações da Alemanha para o Brasil
Café cru em grão	Medicamentos
Minério de ferro e seus concentrados	Peças para veículos automóveis e tratores
Automóveis de passageiros	Automóveis de passageiros
Farelos e resíduos da extração de óleo de soja	Compostos químicos
Aviões	Instrumentos e aparelhos de medida
Minérios de cobre e seus concentrados	Cloreto de potássio
Fumo em folhas	Bombas, compressores, ventiladores e suas partes
Partes de motores para veículos automóveis	Rolamentos e engrenagens
Óleos brutos de petróleo	Partes de motores para veículos automóveis
Soja triturada	Máquinas e aparelhos de impressão topográfica

Fonte: Câmara de Comércio e Indústria Brasil – Alemanha

>> autopeças, a Volkswagen atraiu para o Brasil empresas germânicas de autopeças, entre elas a Bosch, fortalecendo ainda mais a presença do país na autoindústria brasileira.

Desde então, outras empresas alemãs da cadeia produtiva da autoindústria vem se estabelecendo no Brasil. Entre elas, a LANXESS, líder mundial em especialidades químicas e uma das maiores fornecedoras de soluções inovadoras para a mobilidade sustentável, que está no Brasil desde sua fundação. Animada com o bom desempenho dos negócios no Brasil, em março deste ano a LANXESS anunciou o investimento de cerca de R\$ 200 milhões para produzir a borracha usada na fabricação de “pneus verdes” no Polo Petroquímico de Triunfo, no Rio Grande do Sul. São pneus que, por meio de um selo, informam ao consumidor final sua capacidade de oferecer, entre outros benefícios, maior eficiência energética aos automóveis.

A partir do segundo semestre de 2016, esses pneus passarão a ser obrigatórios no Brasil. “Mais uma vez a LANXESS está se antecipando para responder positivamente a mais uma etapa do longo desafio rumo à mobilidade sustentável”, diz Werner Breuers, membro do conselho de administração da LANXESS.

A dinâmica das relações comerciais entre Brasil e Alemanha em que o primeiro assumia a função de fornecedor de matérias-primas para o segundo ficou para trás. Com a crescente industrialização do país latino-americano e a expansão do mercado interno, as duas economias tendem a se relacionar de forma mais igualitária. É o que pensa Vera Vieira e Mello, professora de relações internacionais da Universidade de Campinas. “Hoje, já há vários produtos manufaturados e com valor agregado saindo do Brasil para a Alemanha e para o mundo. Ao serem confeccionados aqui, eles geram empregos e fortalecem o PIB brasileiro”. ><

A CULTURA TAMBÉM ESTÁ NA PAUTA

As baixas temperaturas e as terras férteis do sul do Brasil foram determinantes para atrair os alemães no Brasil, para os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Em cidades como Canela, Gramado e Blumenau continua viva a cultura alemã: seja na arquitetura germânica com suas construções de tijolos e madeira aparentes, ou na tradicional festa alemã que celebra a cerveja – a Oktoberfest – realizada há mais de 30 anos em Blumenau.

Para reforçar esses laços culturais, uma iniciativa entre os dois países promete espalhar ainda mais a cultura alemã por diversas cidades brasileiras: trata-se do “Ano da Alemanha no Brasil”. O evento, que se estende de maio deste ano até o mesmo mês de 2014, acontece sob o tema “Quando as ideias se encontram”. A abertura oficial das festividades está marcada para o dia 13 de maio com um concerto da Filarmônica Jovem Alemã, a Orquestra LANXESS Young Euro Classic, no Teatro Municipal de São Paulo. O espetáculo tem o patrocínio da LANXESS e contará com a presença do presidente

da Alemanha, Joachim Gauck. “A Alemanha vê o Brasil como um parceiro. Este ano será importante para fortalecer os projetos existentes entre os países, além de criar outros”, diz Claudio Struck, coordenador geral do “Alemanha + Brasil 2013 - 2014”.



LANXESS Young Euro Classic: orquestra alemã se apresenta em solo brasileiro

“São dois povos muito diferentes, mas com uma relação muito forte. Por isso, um evento como esse vai possibilitar trocas e aproximações culturais”, opina o brasileiro Alexandre de Castro, gerente executivo de tecnologia de informação da LANXESS no Brasil. A partir da sua vivência de dois anos na Alemanha, Alexandre acredita que os dois povos precisam se relacionar mais para equilibrar as diferenças com ganhos para ambos. “Em casa ou no trabalho, quando se propõem a alcançar determinado objetivo, os alemães usam melhor o tempo e os recursos disponíveis. Já nós, experimentamos mais, exploramos todas as possibilidades possíveis. Gastamos mais, mas em contrapartida podemos conquistar resultados acima dos esperados”, pondera Alexandre.

PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS DO BRASIL EM 2012

País	Valor (em bilhões de dólares) das trocas comerciais com o Brasil em 2012	(%) de participação na balança comercial brasileira em 2012
1. China	75,4	16,2
2. Estados Unidos	59,0	12,6
3. Argentina	34,4	7,4
4. Alemanha	21,4	4,6
5. Países Baixos (Holanda)	18,1	3,9

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC)

Produção de “pneus verdes” no Brasil ganhará ainda mais força

LANXESS investe R\$ 200 milhões no país para produzir borracha de alto desempenho

Apenas em 2012, o Brasil produziu mais de 62 milhões de pneus, segundo a Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos (Anip). A boa notícia é que, a partir de 2014, essa indústria terá maior disponibilidade no mercado nacional da borracha de estireno butadieno em solução (S-SBR) – a matéria prima dos pneus de alto desempenho, os chamados “pneus verdes”. Isso será possível porque a LANXESS, líder mundial na fabricação de borrachas sintéticas, decidiu fazer a conversão de sua fábrica em Triunfo (RS), para a produção deste tipo de borracha especial.

A troca da tecnologia representa um investimento de 200 milhões de reais e vai permitir manter a capacidade de produção que é de 110 mil toneladas métricas por ano. “É uma iniciativa louvável. Precisamos reconhecer qualquer esforço empresarial que contribua para o desenvolvimento sustentável e, no final, esse investimento responde à busca pela mobilidade sustentável”, declara Paulo Itacarambi, vice-presidente do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

As tecnologias da indústria química já têm se mostrado fundamentais para um futuro promissor. Para se ter uma ideia da performance destes novos elastômeros, é preciso saber que os pneus são responsáveis por 24% das emissões de CO₂ dos veículos e por 20% a 30% do consumo de combustível. Com menor resistência ao rolamento proporcionada pelos pneus verdes produzidos com estas borrachas de alto desempenho, pode haver a redução de combustível em até 7%. Além disso, esses “pneus verdes” proporcionam uma melhor aderência ao piso molhado, aumentando a eficiência da frenagem e conseqüentemente, a segurança do veículo e de seus passageiros. Dados da LANXESS indicam que, se todos os pneus no mundo fossem produzidos com borracha de alta performance, haveria uma economia anual de 20 bilhões de litros de combustíveis e uma redução da emissão de CO₂ para a atmosfera de aproximadamente 50 milhões de toneladas. Previsões de mercado indicam que o consumo de pneus de alto desempenho deve crescer cerca de 80% no mundo até 2015.

“Isto significa que o consumidor pode não só economizar dinheiro,

mas também contribuir para a construção de um planeta mais saudável”, disse Werner Breuers, membro do Conselho Administrativo da LANXESS. “Queremos oferecer aos nossos clientes a melhor tecnologia que eles merecem, a fim de cumprir seus planos de expansão neste mercado importante”.

De acordo com Breuers, o crescimento global do mercado deste tipo de borracha de alta performance é estimado em cerca de 10% ao ano até 2017, à medida em que os consumidores mudem para os “pneus verdes”, com maior eficiência de combustível e ecologicamente corretos.

Com o projeto, até 500 trabalhadores temporários serão necessários durante a fase de conversão. A LANXESS vai manter o fornecimento regular da borracha para pneus padrão a partir da unidade de Duque de Caxias (RJ), que tem capacidade produtiva suficiente para atender a toda a demanda

de ESBR do mercado brasileiro.

CRESCE ADESÃO À ROTULAGEM OBRIGATÓRIA DE PNEUS

O aumento do poder aquisitivo da classe média na Ásia e América Latina tem impulsionado a megatendência da mobilidade sustentável e, com isso, a demanda por “pneus verdes”. Além disso, a obrigatoriedade da rotulagem de pneus continua se expandindo pelo mundo. Funciona assim: os pneus são classificados de A (melhor desempenho) a G (pior desempenho), de acordo com sua eficiência de consumo de combustível, e de A a F de acordo com a sua aderência em piso molhado e o ruído gerado pelo atrito do pneu com o solo. A lógica é a mesma dos selos encontrados em geladeiras e máquinas de lavar.

Em novembro de 2012, entrou em vigor a etiquetagem obrigatória de pneus na União Europeia. No Brasil, o governo já anunciou que vai implementar a rotulagem obrigatória a partir de outubro de 2016. No Japão e Coréia do Sul este programa também já está em vigor, enquanto na China e nos Estados Unidos, o assunto está tomando forma. ><



Fábrica de Triunfo, no RS, está sendo modernizada



O mercado de cosméticos no Brasil e suas perspectivas

Em pouco mais de 500 anos de história, os brasileiros construíram uma cultura que valoriza o corpo, o bem-estar, a beleza e a saúde. Esse fator cultural, aliado às profundas transformações

sociais e econômicas que incluíram quase 50 milhões de pessoas no mercado consumidor nacional na última década, contribuiu para que o país chegasse ao posto de terceiro maior mercado para cosméticos no mundo, atrás apenas de Estados Unidos e Japão – dois países já muito desenvolvidos. Com cerca de 10% do faturamento global, o Brasil é líder mundial em categorias como desodorantes e perfumaria, além de vice-líder em protetores solares e cuidados masculinos.

Para as empresas do setor de consumo – em particular, de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal –, o Brasil é atrativo pela dimensão de seu mercado interno e também pelo potencial de crescimento que oferece: o país é um dos que mais crescem dentre os 10 principais polos mundiais para essa indústria, segundo dados da Euromonitor. Além disso, ainda é baixa, por exemplo, a penetração domiciliar de categorias como fraldas para adultos (apenas 10%), esmaltes (36%) e coloração (48%), com grandes oportunidades adiante.

Essa expectativa de crescimento acelerado está ligada ao aumento real e consistente da renda média da população e ao baixo desemprego, hoje no menor nível já registrado no país. Esses dois fatores, mais que outros, vêm permitindo que a crescente classe média, que já corresponde a mais de 75% da população brasileira, compre produtos em categorias antes inacessíveis (mas que hoje crescem a taxas de dois dígitos), ou opte por produtos mais sofisticados dentre aqueles que já eram parte de sua cesta de consumo, como shampoos, hidratantes e desodorantes.

Essa busca por produtos de maior valor agregado dentro de uma mesma categoria, ou em categorias relacionadas, produz uma tendência no Brasil: hoje, a principal fonte do crescimento do setor de cosméticos não é a expansão em volume, mas sim o aumento em valores – com contribuição relevante desse componente de *trade up* para a expansão do mercado acima da inflação e da média da economia nacional (vale lembrar que essa indústria já responde por cerca de 2% do PIB nacional).

Em meio a esse movimento de *trade up*, as empresas do

setor se veem diante do desafio de entender esses novos consumidores, seus hábitos e desejos, para oferecer produtos adequados às necessidades e aspirações específicas dos brasileiros. Empresas nacionais que investem constantemente em tecnologia, conhecimento do consumidor e novas parcerias com fornecedores importantes, como a indústria química, levam vantagem nessa corrida.

É justamente isso que buscamos na Hypermarcas hoje. Investimos fortemente na consolidação de nossas operações, com a construção, em 2012, de uma nova fábrica de cosméticos, em Senador Canedo (GO), e de um novo centro de distribuição, em Goiânia, confiantes nas tendências de longo prazo para o Brasil. Também criamos nosso Centro de Estudos com o Consumidor e Inovação, para pesquisa e desenvolvimento de produtos voltados para os brasileiros, a partir do entendimento das aspirações de nossos consumidores.

Além disso, estamos reforçando o relacionamento com nossos fornecedores, para acelerarmos o ritmo de introdução de inovações relevantes no mercado – seja uma nova funcionalidade, seja uma nova fragrância –, e garantir que o consumidor sempre encontre produtos adequados ao nível crescente de exigência por mais benefícios a preços acessíveis. Incorporar novas tecnologias a custos competitivos é hoje um ponto chave para os fabricantes de produtos de beleza e cuidados pessoais.

A Hypermarcas, como maior empresa nacional de produtos de marcas de Saúde e Bem-Estar, é um dos parceiros

prioritários para grandes fornecedores com tradição em soluções inovadoras. Com escala de produção, marcas fortes e níveis crescentes de serviço a clientes, a empresa é uma das principais fontes para captura do crescimento brasileiro na cadeia de produtos de consumo. ><



Fábrica de cosméticos em Senador Canedo/GO

Nicolas Fischer é Presidente da Divisão de Consumo da Hypermarcas



© Young Euro Classic Kai Brenert

LANXESS

Energizing Chemistry

A **Xnews** é uma publicação bimestral da **LANXESS**
Indústria de Produtos Químicos e Plásticos Ltda,
elaborada pela Comunicação Corporativa.

O que você gostaria de saber sobre a **LANXESS**?
Mande sua sugestão para xnews@lanxess.com