

# APÓS A TAMPA DE FÁCIL ABERTURA, UMA INOVAÇÃO QUE PROMETE REVOLUCIONAR O MERCADO DE CERVEJAS ENLATADAS

Desde sua criação nos anos 30, a lata para cerveja tem sido um dos segmentos mais inovadores no que se refere à embalagem para bebidas. No início, o produto apresentava um sabor metálico e a lata requeria um abridor para a retirada da tampa. Avanços na área dos vinhos, na qualidade das cervejas e na lata propriamente dita (atualmente um recipiente fabricado em duas peças, com baixo peso e com uma variedade de tampas de fácil abertura) têm proporcionado todas as condições para a cerveja tornar-se um excelente produto para a comercialização em lata.

Poucas inovações no setor de embalagens para bebidas, após a criação da tampa de fácil abertura, deram um estímulo tão grande ao mercado de cervejas quanto o desenvolvimento, no Reino Unido no final da década passada, de uma variedade de dispositivos internos ("widgets") para a lata, com a finalidade de possibilitar mudanças na aparência da cerveja, tornando-a mais atraente e espumante no momento de servir, tal como o "chopp".

O dispositivo interno pioneiro consiste basicamente de uma câmara plástica contendo um pequeno orifício. A câmara é mantida presa ao fundo da lata e é preenchida com nitrogênio sob pressão. Como a cerveja é envasada também sob certa pressão, após o fechamento da lata, as duas pressões entram em equilíbrio permitindo que determinada quantidade de cerveja penetre na câmara através do orifício tornando-a parcialmente cheia. Quando o anel da tampa de fácil abertura é puxado, o interior da lata sofre uma queda de pressão e força a saída do gás e da cerveja para fora da câmara através do pequeno orifício. Esse processo cria uma bebida com característica mais espumante que a cerveja comum. A Figura 1, mostra uma linha de montagem do dispositivo no fundo da lata e envase da cerveja.

O produto já está sendo comercializado em mais de 50 países e o sucesso dessa recente tecnologia tem gerado inúmeros modelos de sistemas internos, pois cada fabricante de cerveja procura desenvolver o próprio sistema.

Outro exemplo de sistema interno emprega uma chapa fina de fibra de polietileno "non-woven" dobrado na forma de uma espécie de sanfona. O material é de natureza hidrofóbica e é próprio para a tecnologia do aprisionamento de bolhas. Essa tecnologia explora o fenômeno físico de formação de espuma quando a cerveja é passada através de papel de filtro.

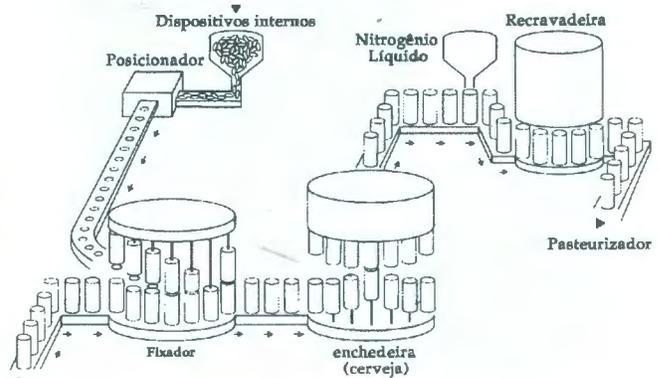


FIGURA 1. Esquema de uma linha de montagem do dispositivo no interior da lata e envase da cerveja.

O acessório fica fixo no interior da lata por um anel plástico que garante a sua não flutuação e a conseqüente subida até o topo bloqueando a abertura no momento em que a cerveja estiver sendo retirada.

Ao ser aberta, a lata permite a entrada de ar e as microbolhas que estavam sob pressão são liberadas provocando a geração de espuma. As microbolhas retidas no dispositivo são de gás carbônico e de nitrogênio que também é adicionado ao produto. Este dispositivo, representado pela Figura 2, permite que o conteúdo de líquido seja de 480ml numa lata convencional com capacidade para 500ml enquanto os outros modelos de dispositivos internos só admitem 440ml.

Também existe uma variedade de dispositivos internos que são ativados na etapa de pasteurização aproveitando-se da elevação da temperatura que permite o desprendimento de gases dissolvidos na solução e o conseqüente aumento da pressão interna da lata.

Com estes desenvolvimentos, a indústria cervejeira britânica criou um novo e crescente segmento no mercado de cervejas enlatadas e agora está exportando sua bem sucedida inovação tecnológica para todos os continentes. Há também os fabricantes que admitem a possibilidade de exportar apenas a tecnologia como forma de baratear o custo do produto. Há ainda que se considerar outras aplicações nas quais os dispositivos internos para latas, bem como a adequação dos equipamentos para a sua implantação às linhas de produção já existentes



**FIGURA 2.** Exemplo de acessório ("widget") que usa a tecnologia do aprisionamento de bolhas.

sejam apropriados.

No mercado norte-americano onde os lançamentos no setor de refrigerantes estão tornando-se vitais, os fabricantes de bebidas têm demonstrado grande interesse nessa tecnologia que já se encontra numa situação bem definida.

"Guinness Brewing Worldwide", primeira indústria cervejeira a lançar essa tecnologia no mercado do Reino Unido, garante que seu acessório passou por todos os rigorosos critérios estabelecidos pelo FDA (Food and Drug Administration) aos produtos estrangeiros que se pretende comercializar nos EUA.

Atualmente no Reino Unido, uma em cada três latas de cerveja do tipo "bitter" comercializada contém o dispositivo interno.

Estima-se que o mercado, em 1994, tenha vendido dois terços a mais do produto que em 1993, apesar de uma queda esperada no consumo global de cerveja, nesse ano, só comparável à queda ocorrida em 1970.

Sabe-se que tecnologias inovadoras sempre oferecem a oportunidade de expansão de mercados mesmo para aqueles com parâmetros pre-estabelecidos. Esse dispositivo interno para latas tem demonstrado esse fato e, julgando-se pelo seu crescimento explosivo, em curto espaço de tempo, ele deverá ter se espalhado por quase todos os países.

#### LITERATURA CONSULTADA

WIDGETS rule in UK beer market. *The CANNER*, p.28-33, March, 1994.

WORLDWIDE widgets. *The CANNER*, p.24-27, Feb, 1995.

GATTI, J.A.B.