

economia



Observador

Affonso Ritter

aritter20@gmail.com

Novos videocasts Tramontina

A Tramontina apresenta em sua rede oficial nova campanha para divulgar as coleções de porcelanas, atualizando o convite “Porcelane-se” com o conceito “Todo dia merece mais”. A proposta é mostrar que as refeições cotidianas podem se transformar em momentos especiais de conexão, cuidado e celebração. Como principal iniciativa, a marca lança o Brunchcast Tramontina, uma série de videocasts, que explora diferentes composições de mesa. Os vídeos evidenciam as coleções com propostas estéticas variadas, permitindo que o público visualize aplicações reais dos produtos em ocasiões cotidianas de consumo.

CineDohms leva 7 prêmios

O Colégio Pastor Dohms venceu sete das nove categorias da 2ª Mostra Nacional de Vídeo Estudantil EducaVideo, realizada durante o 54º Festival de Cinema de Gramado. A escola também foi a mais indicada na categoria Ensino Médio. Entre os prêmios, está o de Melhor Curta-metragem, com “PSIC”, da estudante Valentina Elia. A produção é fruto do CineDohms, programa de formação audiovisual da unidade Higienópolis, em Porto Alegre.

Crédito próprio avança

O crédito próprio vem ganhando espaço nas estratégias do varejo brasileiro à medida que a transformação digital amplia a capacidade das empresas de conhecer seus consumidores, personalizar ofertas e integrar serviços financeiros à operação comercial. Mais do que uma ferramenta para viabilizar compras, o modelo passa a ser utilizado para fidelização, aumento da recorrência, geração de receitas financeiras e construção de inteligência sobre o comportamento dos clientes.

Envelhecimento da população

O envelhecimento da população já está transformando a sociedade, mas empresas e organizações ainda precisam se adaptar a uma realidade em que as pessoas vivem e trabalham por mais tempo. Esse foi um dos principais debates do primeiro dia do MaturiFest, festival dedicado à longevidade, que acontece até sábado, na Unibes Cultural, em São Paulo.

Stikadinho vira bombom

A Neugebauer acaba de ampliar a linha Stikadinho, criada em 1974, com o lançamento do Bombom Stikadinho. A novidade leva recheio sabor morango, cobertura de chocolate meio amargo e chega em versões display de 160g, bag de 440g e embalagem de 1,5 kg para confeitaria. A distribuição começou em julho, em São Paulo, e chega ao Rio Grande do Sul em agosto e às demais regiões do País a partir de setembro.

A chegada da 43ª Expoagas

A 43ª Convenção Gaúcha de Supermercados - Expoagas começa nesta semana no Centro de Eventos Fiergs, em Porto Alegre, com uma série de novidades. Promovida pela Associação Gaúcha de Supermercados (Agas) entre os dias 18 e 20 de agosto, o encontro deverá movimentar mais de R\$ 800 milhões em negócios ao longo dos três dias de evento, reafirmando o protagonismo como uma das principais plataformas de relacionamento, conhecimento e geração de negócios do varejo brasileiro. Na terça-feira, o presidente da Agas, Lindonor Peruzzo Junior, receberá a imprensa.

Força no mercado de cafeterias

Mesmo diante de um cenário econômico marcado por juros elevados, inflação pressionando o consumo e cautela para investir, o mercado de cafeterias mantém sua força no Brasil. Impulsionadas por um dos hábitos mais enraizados na cultura, as franquias especializadas em café se consolidam entre as principais portas de entrada para empreendedores que buscam negócios de menor complexidade operacional, investimento competitivo e demanda constante. O Brasil ocupa a posição de segundo maior consumidor de café do mundo, atrás só dos EUA.

Apolo realiza investimento de R\$ 65 milhões na Serra

Empresa do Grupo Marcopolo projeta duplicar produção em Farroupilha

APOLO TECNOLOGIA/JC/DIVULGAÇÃO



Expansão fez a estrutura física aumentar significativamente, passando de 5 mil para 16 mil metros quadrados

/ INDÚSTRIA

Eduardo Torres

economia@jornaldocomercio.com.br

Com investimento de R\$ 65 milhões, a Apollo Tecnologia - braço de polímeros do Grupo Marcopolo - começa em setembro a operação plena de sua nova unidade de injeção de termofixos a baixa pressão, em Farroupilha, na Serra Gaúcha. A expansão fez a estrutura física aumentar significativamente, passando de 5 mil para 16 mil metros quadrados, e permitirá triplicar também a capacidade produtiva da empresa. Para sustentar o crescimento, a equipe de funcionários mais do que dobrará, atingindo 220 trabalhadores. A empresa já atua com injeção de termoplásticos.

Uma ampliação estratégica na busca por expansão de mercado estabelecida pela Marcopolo para a empresa de Farroupilha, avalia o diretor-executivo da Apollo, André Castilhos.

“A ideia é chegarmos, cada vez mais, a novos clientes nos setores de ônibus, caminhões, máquinas agrícolas e pesadas. Somos uma empresa que faz parte do grupo Marcopolo, mas independente em relação ao mercado, o que acaba gerando melhores resultados para o grupo todo”, explica Castilhos.

Somente no segmento de ônibus, a empresa produz 50 itens diferentes. Atualmente, a fabricante de ônibus de Caxias do Sul ainda é a principal cliente da Apollo Tecnologia, mas a meta, aponta o diretor,

é ter a Marcopolo como destino limitado a 30% das suas peças. Para isso, há pelo menos dez contratos firmados com grandes indústrias nacionais e internacionais do setor, principalmente para o fornecimento da nova tecnologia desenvolvida pela Apollo. Entre elas, a Caterpillar, que tem fábricas no interior de São Paulo. Caberá à empresa de Farroupilha fornecer peças para dois modelos de mini escavadeira e escavadeira.

Ainda neste mês de agosto, a Apollo participa pela primeira vez com estande próprio da Feira Latinoamericana do Transporte (LatBus), em São Paulo. Entre os produtos a serem expostos ao mercado, estarão, além dos injetados de alta e baixa pressão, peças obtidas a partir de impressão 3D.

“Desenvolvemos a tecnologia que torna possível obtermos produtos finais, e não apenas protótipos, a partir da impressão 3D. Considerando toda a tecnologia aplicada nessa ampliação da fábrica, hoje oferecemos aos clientes um nível internacional de produção e de produtos”, reforça Castilhos.

Para o desenvolvimento das novas linhas de termofixos, a empresa contou com parcerias da empresa do Canadá e dos Estados Unidos, especialmente em relação às soluções químicas para os polímeros. São dois tipos de produtos que, a partir de agora, sairão da indústria de Farroupilha. De um lado, os de poliuretano injetável, que são partes do painel e dos revestimentos de porta e teto

ou as partes mais macias destes componentes. De outro, os chamados DCPD (matéria-prima para resinas de alta resistência), usados em para-choques, grades frontais e traseiras.

A Apollo é atualmente a maior fabricante de peças em DCPD do Brasil e possui capacidade para produzir componentes de até 68kg e dimensões de 3,5 metros por 3 metros. A empresa também opera a única prensa rotativa de 300 toneladas da América do Sul destinada a esse tipo de aplicação. E aí está uma grande inovação a partir do ciclo de investimentos da empresa. “São polímeros de alta resistência com uma fração de borracha, que tornam esses componentes entre 30% e 35% mais resistentes, e permitem substituir componentes em aço ou fibra de vidro de maneira mais leve e eficiente”, detalha.

Criada em 2014 como uma joint venture da Marcopolo, ainda em Caxias do Sul, a Apollo Tecnologia foi adquirida integralmente pelo grupo em 2023 e, em seis meses, ergueu a fábrica em Farroupilha.

Ficha técnica

- **Investimento:** R\$ 65 milhões
- **Estágio:** concluído
- **Empresa:** Apollo Tecnologia (integrante do Grupo Marcopolo)
- **Cidade:** Farroupilha
- **Área:** Indústria