INDÚSTRIA DE ALIMENTOS

Mais e melhores produtos

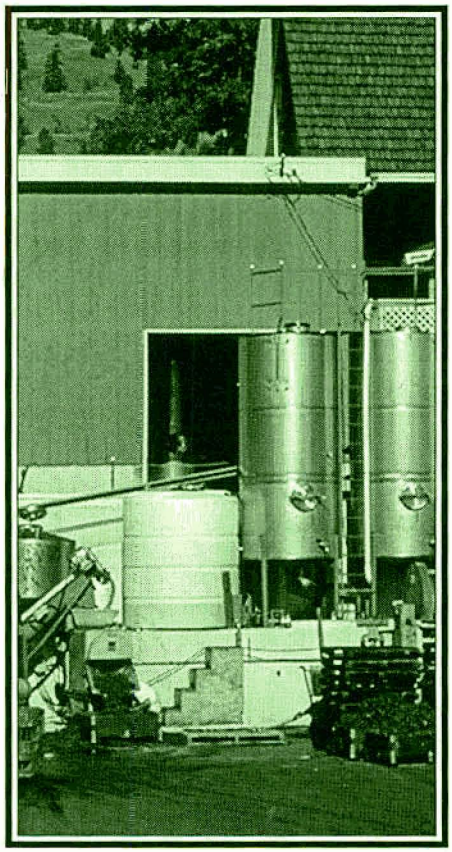
Suzana Borsghiver
Adelaide de Souza Antunes
José Vitor Bomtempo Martins

A abrupta queda da inflação em 1994 detonou uma certa folga nos orçamentos dos consumidores de maior poder aquisitivo, gerando maior interesse por segmentos e marcas mais sofisticados.

A indústria de alimentos[1] engloba um numeroso conjunto de pequenas, médias e grandes plantas industriais, pulverizadas por todo o território nacional, a maioria delas atuando em mercados regionais (normalmente as pequenas e médias) e poucas empresas operando em nível nacional (as grandes).

O segmento formado pela atividade é um parque industrial com cerca de 4,73 milhões de estabelecimentos, ocupando o primeiro lugar em número de fábricas na indústria de transformação, seguido pelos setores de vestuário, mecânica e metalúrgica. A região Sudeste responde por 52% do valor da produção de alimentos no país, segundo a Abia[2].

A indústria de alimentos é a primeira em geração de empregos e ocupa cerca de 775 mil pessoas, num universo de cerca de 4,73 milhões de postos de trabalho gerados pela indústria de transformação. Sua produção atingiu em 1996 cerca de US$ 56,8 bilhões e em 1997 deverá ter um aumento de 3,8%. O valor da produção dessa indústria entre 1990-95 contribuiu em média com 9,83% do valor do PIB e foi responsável por 17,04% do valor da indústria total.



Diversificação

De acordo com relatório das Nações Unidas de 1993, cerca de um terço dos ativos do setor privado no mundo pertence às corporações transnacionais. Dentre as 100 maiores, figuram pelo menos cinco com base tecnológica e comercial centrada no sistema agroalimentar. São elas Nestlé, Unilever, grupo Ferruzi-Montedison, Grand-Metropolitan, Procter & Gamble e McDonald's. A maioria dessas empresas se dedica a processamento de alimentos e diversifica sua atuação em outras áreas, como higiene, limpeza e produtos químicos. No Brasil, as 15 maiores empresas do ramo atuam basicamente no setor de alimentos.

Segundo estimativas o Brasil estaria dividido em três grupos básicos: um mercado rico – cerca de 50 milhões de pessoas – movimentando um mercado de consumo em torno de US$320 bilhões/ano; um mercado pobre, constituído por 60 milhões de pessoas, com um consumo em torno de US$150 bilhões/ano, e um mercado de cerca de 25 milhões de pessoas vivendo abaixo do limite de subsistência.

Estabilização

Os anos 90 foram marcados por dois planos de estabilização. Em 1992 e 1993, no governo Collor, paralelamente às crises políticas a inflação voltou a crescer atingindo dois dígitos ao mês, até junho de 1994 quando foi implementado o Plano Real.

Desde o anúncio do Plano Real, o setor de alimentos estabilizou os preços, aumentando a concorrência, fazendo com que os brasileiros passassem a comprar mais e melhor. No primeiro ano do Plano, percebe-se o crescimento do consumo para alimentos de maior valor agregado (ver gráfico). O ano de 1995 é marcado por um impressionante dinamismo nos ramos de produtos mais supérfluos (derivados de trigo, chocolates, doces e laticínios), mas no ano seguinte essa expansão se reduz, ficando em apenas 3,9%. Uma das explicações é a oferta de crédito ao consumo, que favoreceu a venda de bens duráveis, comprometendo a renda disponível e conseqüentemente reduziu o consumo de alimentos menos essenciais. Outras razões podem ser apontadas: o custo Brasil, correspondente a um emaranhado de impostos, taxas, burocracia e ineficiência da infra-estrutura; o esfriamento da demanda reprimida de cerca de 30 milhões de novos consumidores que adquiriram poder de compra nos últimos dois anos e a liberação das importações acirrando a concorrência.

A invasão dos importados, em particular, exigiu uma tomada de posição da indústria. Para as multinacionais, o mercado brasileiro está em expansão e continua muito

Brasil: Distribuição regional da indústria de alimentos e da indústria geral por valor da produção, 1995

	Indústria de alimentos %	*Indústria geral* %
Região Sudeste	51,73	70,63
Região Sul	30,46	16,65
Região Nordeste	11,95	8,88
Região Norte	1,39	2,4
Região Centro-Oeste	4,47	1,44

Fonte: Abia, 1996.

Brasil: Participação percentual da indústria de alimentos no PIB e no total da indústria de transformação, 1990-95

	1991	*1992*	*1993*	*1994*	*1995*	*Média*
Participação no PIB	9,98	10,17	10,45	10,22	8,93	9,23	9,83
Partic. na indústria total	17,20	17,95	17,28	16,69	16,36	16,71	17,04

Fonte: Abia, 1995.

As 15 maiores empresas da indústria de alimentos no Brasil, 1996

Receita operacional líquida (R$ 1.000)

Empresa	*Atividade*	*Receita operacional líquida*
Nestlé	Conglomerado	2.355.287
Ceval Alimentos	Conglomerado	1.674.489
Santista Alimentos	Conglomerado	1.527.885
Sadia Concórdia	Conglomerado	1.337.496
Cargill	Conglomerado	1.288.097
Parmalat Brasil	Conglomerado	920.000
Perdigão Agroindústria	Conglomerado	903.883
Milho Brasil	Conglomerado	626.268
Kraft Suchard Kibon	Sorvetes	529.694
Fleischmann Royal	Conglomerado	456.163
J. Macedo Alimentos	Moinhos	406.010
Garoto	Chocolates	398.035
Quaker	Conglomerado	367.472
Braswey	Óleos e vegetais	333.964
Chapecó Alimentos	Conglomerado	324.326

Brasil: Produção da indústria de alimentos – % sobre o ano anterior

	1993	*1994*	*1995*	*1996*
Alimentos – total	3,1	4,7	7,2	3,9
Massas e confeitos	4,1	10,5	14,9	4,4
Cadeia do trigo	3,3	10,3	13,7	-0,5
Cadeia do chocolate, cacau e balas	4,0	12,8	18,8	-4,8
Cadeia de cereais, café e açúcar	3,8	-5,8	5,9	7,1
Conservas vegetais e sucos	-4,7	14,6	1,6	0,9
Laticínios	14,3	10,6	23,4	2,7
Cadeia de proteína animal	2,1	3,1	5,1	8,1
Cadeia da soja	1,3	8,4	3,7	-4,2
Indústria – total	7,6	7,7	2,0	1,3

Fontes: Abia e IBGE. *Gazeta Mercantil*, 3 fev. 1997.

atraente. Para muitos empresários brasileiros, parcerias tecnológicas com sócios estrangeiros e fusões passaram a representar a melhor saída e os dois últimos anos (1996 e 1997) foram pródigos nessas associações.

Fusões e aquisições

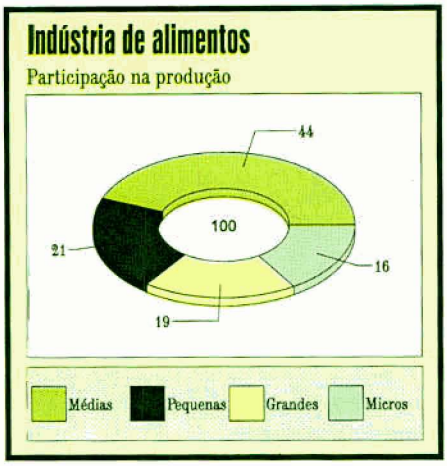
O setor de alimentos também tem sido marcado por movimentos de fusões e incorporações. Só o ano de 1996 registrou 52, a maioria comandada por poderosos grupos estrangeiros, destacando-se os dos Estados Unidos, da Argentina e da Itália[3]. Os números de 1996 até março de 1997 mostram que dessas 52 fusões e aquisições 12 foram lideradas por grupos da Argentina, 12 dos Estados Unidos,11 por empresas brasileiras e nove da Itália. Do total de aquisições, 14 (26,9%) foram realizadas por grupos alimentícios diversificados como Nestlé e Unilever, sete no segmento de laticínios (13,5%), quatro no de moinhos (7,7%) e quatro na área de preparados e congelados (7,7%).

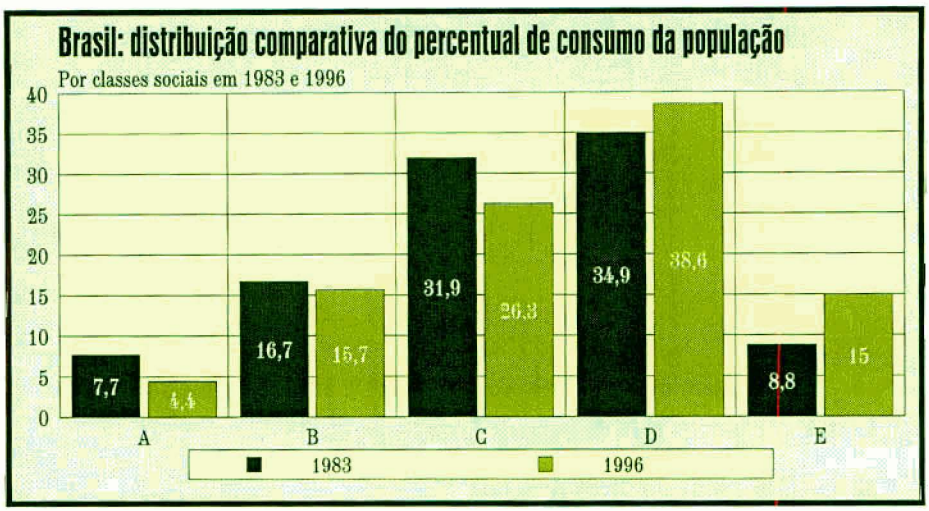
A tônica desses movimentos é a adoção de estratégias que permitem aliar redução de custos a busca de novos mercados – considerando-se aqui tanto o lançamento para públicos específicos quanto a expansão territorial. O que significa a realocação de esforços e recursos antes destinados ao aumento de produção, para logística e distribuição.

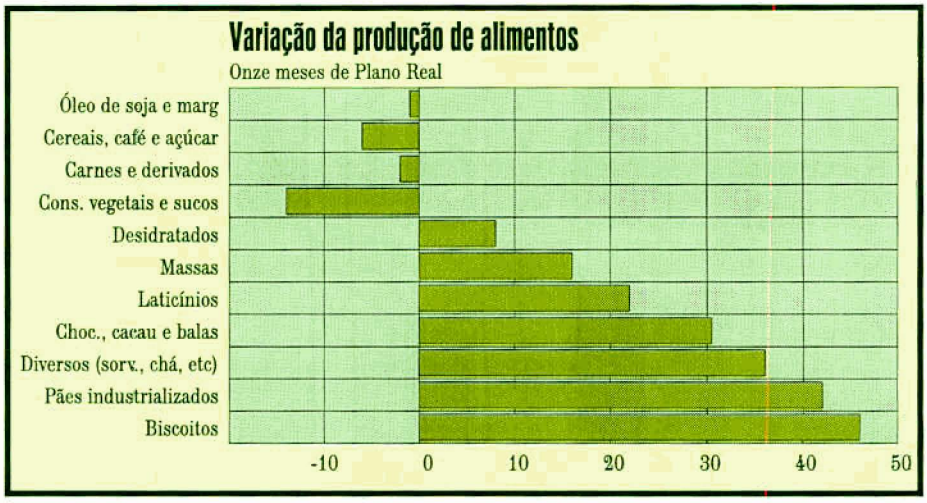
Sofisticação

As novas exigências do consumidor, com o uso crescente de alimentos industrializados, prontos ou semiprontos, revelam novos padrões de consumo. Nesse contexto, a indústria e o comércio procuram responder com produtos e processos cada vez mais econômicos e requintados.

A indústria de biscoitos, extremamente competitiva, é um exemplo clássico dessa tendência de sofisticação. O consumidor não quer só biscoitos de água e sal ou de maizena, em embalagens econômicas de 500g. Quer biscoito recheado, *waffers, cookies*, importados com chocolate suíço, em pacotes coloridos e diferenciados. Dados da Associação Nacional da Indústria de Biscoito mostram que há quatro anos os biscoitos tipo água e sal, *cream cracker* e água (os mais baratos) tinham 34% das vendas. Atualmente respondem por apenas 24%.







Novas tecnologias foram introduzidas no país, como as aplicadas em congelados, edulcorantes, conservantes, além de maior atenção com a conservação do produto e a defesa do consumidor. Além disso a crescente globalização dos mercados e da indústria surge como fenômeno a ser devidamente considerado nas ações de planejamento, forçando as empresas cada vez mais a oferecerem produtos de melhor qualidade e com menores preços, exigindo, por conseguinte, o aumento da competitividade.

Mais consumo

A tendência de consumo resultante da queda abrupta da inflação a partir de 1994 foi objeto de estudo por diversas instituições. De maneira geral, as pesquisas convergem para duas conclusões: o aumento de consumo de alimentos pelas classes mais baixas e a sofisticação do consumo da classe média.

Uma avaliação quantitativa das mudanças no perfil do consumidor pode ser obtida em *Brasil em foco 96 – índice de potencial de consumo Target* [4] . Na verdade, o escopo dessa pesquisa é muito mais amplo do que apenas o período pós-Plano Real, na medida em que confronta dados de consumo das populações urbanas do ano de 1983 com projeções para 1996. Mesmo assim, trata-se de um retrato interessante das modificações ocorridas no período, podendo-se imaginar a grande influência que as conseqüências do Plano Real tiveram sobre as previsões para o ano em curso.

Houve segundo o estudo um aumento da importância das classes de menor renda no consumo total. O crescimento do poder aquisitivo gerou mais produtos especificamente direcionados a essas classes, cuja demanda até então estava reprimida.

Maior poder aquisitivo

A abrupta queda da inflação detonou uma certa folga nos orçamentos dos consumidores de maior poder aquisitivo, gerando maior interesse por segmentos e marcas mais sofisticados. Por último, atingindo igualmente todos os tipos de consumidores, a estabilização dos preços tornou mais transparente a relação custo/benefício dos diversos produtos, além de acentuar a busca pelo maior valor agregado.

Assim, existirá maior necessidade de mais e melhores produtos nacionais, impulsionando o desenvolvimento de novas tecnologias que possibilitem o surgimento de novos produtos. A qualidade, o aroma, a consistência e o sabor; associados a maior *shelf-life,* são itens primordiais para que a indústria de alimentos adquira competitividade.

Trecho da tese de mestrado intitulada Análise Técnica Econômica e de Tendências da Indústria de Aditivos para Alimentos no Brasil.

Engenheira química, M.Sc em Tecnologia em Processos Químicos e Bioquímicos da Escola de Química da UFRJ, pesquisadora de Desenvolvimento Tecnológico Industrial (DTI) de Recursos Humanos em Área Estratégica (RHAE)/MCT.
Os dois co-autores são doutorados em Tecnologia em Processos Químicos e Bioquímicos da Escola de Química da UFRJ.

[1] A denominação alimentos inclui também as bebidas não abordadas neste artigo.

[2] O Mercado Brasileiro de Alimentos Industrializados. Esse dado não surpreende pois acompanha a tendência de concentração regional da indústria em geral no Brasil

[3] *Gazeta Mercantil*, 25 ago. 1997.

[4] Elaborado por Target Pesquisas e Serviços de Marketing, o estudo se baseia em respostas a 400 entrevistas realizadas aleatoriamente nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Campo Grande e Juiz de Fora (100 para cada cidade).