Brasil Econômico - SP
Indústria do atum vive briga de peixe grande em 2011
Caderno: Empresas - Página: 18 e 19
Publicado: 25-01-2011

Coqueiro, Crusoe e Gomes da Costa brigam para ser líder em atum

Mercado de peixes em lata, dominado pelas duas empresas brasileiras, acaba de ganhar o concorrente espanhol, que espera concluir seu primeiro ano de atuação com 3% das vendas. ➡ P18

Reproduzido conforme o original, com informações e opiniões de responsabilidade do veículo.

IDEIAFIXA
GESTÃO DE INFORMAÇÃO

Brasil Econômico - SP
Indústria do atum vive briga de peixe grande em 2011
Caderno: Empresas - Página: 18 e 19
Publicado: 25-01-2011

Indústria do atum vive briga de peixe grande em 2011

Espanhola Robinson Crusoe chega às gôndolas e movimenta mercado dominado atualmente por Coqueiro e Gomes da Costa

Françoise Terzian
fterzian@brasileconomico.com.br

Tem espanhol querendo ser peixe grande no bilionário mercado brasileiro de atum e sardinha em conserva. Estes mares, contudo, são dominados pela Coqueiro, marca brasileira criada há 73 anos e pertencente à americana Pepsico desde 2001, e pela Gomes da Costa, nascida em 1954 como processadora de pescados no Rio de Janeiro. Muito conhecidas dos brasileiros, as duas têm por volta de 75% de um mercado que cresceu 7,5% no ano passado e movimentou cerca de R$ 1 bilhão. Este império, contudo, será posto à prova com a chegada às gôndolas, a partir deste trimestre, da marca Robinson Crusoe, da recém-criada companhia Crusoe Foods, que pertence ao grupo espanhol Jealsa-Rianxeira, um dos maiores produtores de pescados em conserva do mundo.

A holding composta por 24 empresas aportou no Chile há seis anos, a partir da aquisição da Pesquera Trans Antartic e hoje detém 55% de participação daquele mercado. No Brasil, contudo, a missão de Sidnei Rosa, diretor-geral da Crusoe Foods, não será fácil. A meta para este ano é abocanhar 3% do mercado brasileiro de pescados em conserva e faturar R$ 30 milhões. Em 2012, a expectativa é elevar a participação para 5% e a receita para R$ 50 milhões.

O equilíbrio financeiro é esperado para 2013, quando a empresa deve inaugurar uma fábrica própria no Nordeste (provavelmente em Pernambuco) com investimento de R$ 50 milhões. "O Brasil ainda carece de produtos de boa qualidade e serviços acima da expectativa."

No próximo mês, a empresa passa a produzir pescados enlatados no Rio Grande do Sul, onde opera a Leal Santos, outra fábrica do grupo espanhol.

"Os espanhóis podem dar o pulo do gato, uma vez que o grande gargalo é a compra de matéria-prima, o que conseguem fazer em escala global", diz Lucenildo Barros, analista da Nielsen. Até pouco tempo estável, o mercado de peixes em conserva teve um 2010 de crescimento relevante e deve continuar assim em 2011.

Enquanto Rosa corre para aumentar presença nos pontos de venda — são 200 hoje, com a expectativa de chegar a 500 — e também para fechar o projeto de construção de uma unidade industrial, o diretor-presidente da Gomes da Costa, Alberto Encinas Lastra, aposta na inovação para manter a empresa em rota de crescimento.

No ano passado, ele conta que a Gomes da Costa apresentou desempenho acima do mercado — 11% ante o incremento de 7% nas vendas de peixes enlatados do país. Depois de comercializar 40 mil toneladas de produto em 2010, agora ele se encontra em fase de definição de investimentos para este ano. "Temos vários projetos importantes no forno. O primeiro é o lançamento, em breve, do patê de sardinha, inédito no país."

Desenvolvido ao longo de 2010, o produto consumiu um "investimento importante", mas não revelado. A textura e o gosto do produto, explica ele, serão diferentes do patê de atum. O de sardinha lembrará mais uma mousse e trará versões como tradicional, defumado e com tomate.

Este lançamento é uma saída clara para fazer barulho com a marca, criar curiosidade no consumidor e elevar o consumo per capita de peixe em conserva. "O brasileiro consome por volta de 300 gramas por ano de peixe enlatado. Há muito espaço para ganharmos representatividade no volume total de peixe consumido atualmente", afirma Lastra.

Embora a sardinha responda por dois terços do peixe em conserva consumido no Brasil, é o atum que deve apresentar maior taxa de crescimento neste ano. E Lastra sabe disso. Com o aumento do poder aquisitivo, o brasileiro continuará abrindo latas de sardinha, mas tende a colocar mais atum no carrinho. ■

A espanhola Jealsa-Rianxeira, dona da Robinson Crusoe, chegou ao Chile há seis anos e hoje já detém 55% do mercado

"Nossa estratégia de crescimento está direcionada a produtos inovadores, como o patê de sardinha e produtos premium como o atum claro. Também vamos apostar em receitas picantes, o que nos levará a crescer novamente acima do mercado

Alberto Encinas Lastra

Em 2010 fizemos investimentos para poder aumentar, neste ano, nossa capacidade produtiva em 30% e assim aumentar o consumo de pescados nacionais

Ana Beatriz Vassimon,
diretora de negócios da Coqueiro

Somente em 2013, quando tivermos fábrica própria, é que vamos atingir o equilíbrio operacional e ganhar dinheiro, a partir do aumento das margens de lucro

Sidnei Rosa

Reproduzido conforme o original, com informações e opiniões de responsabilidade do veículo.

IDEIAFIXA
GESTÃO DE INFORMAÇÃO

Brasil Econômico - SP
Indústria do atum vive briga de peixe grande em 2011
Caderno: Empresas - Página: 18 e 19
Publicado: 25-01-2011

Coqueiro eleva estoques com pescado nacional

No ano passado, produto local respondeu por 55% da produção, objetivo é chegar a 65%

O grande gargalo da indústria de pescados em conserva é o acesso à matéria-prima. Como o Brasil define um período de defeso (proibição da pesca) para a maioria dos peixes, o que inclui o atum e a sardinha que não podem ser capturados por um período de cinco meses, sai na frente quem consegue estabelecer compras globais ou capturar o máximo possível de peixe nacional. É nessa direção que caminha a estratégia da Coqueiro, marca da multinacional americana Pepsico. "Estamos ampliando nossa capacidade de absorção da matéria-prima nacional, o que não vai mudar com a entrada de um novo concorrente", explica Ana Beatriz Vassimon, diretora da unidade de negócios Coqueiro.

No ano passado, a companhia realizou investimentos para poder aumentar, em 2011, sua capacidade produtiva em 30% e, assim, aumentar o consumo de pescados nacionais.

Para absorver mais matéria-prima local, a Pepsico investiu em um equipamento que ajuda a aumentar o processamento da sardinha fresca. "Isso nos garante absorver mais peixe nacional de uma vez durante a safra", explica Ana.

A estratégia visa manter o varejo sempre abastecido, uma vez que a vida útil da sardinha enlatada chega a quatro anos.

No ano passado, a Pepsico operou com 55% de peixes nacionais e 45% importados. A meta para este ano é incrementar a participação dos nacionais para 60% a 65%. "Podemos chegar a 100% um dia, o que dependerá da infraestrutura de congelamento", observa Ana.

Saudabilidade

Embora alguns analistas de mercado estranhem a atuação da Pepsico em pescados enlatados, uma vez que o Brasil é a única operação do grupo a atuar nesta categoria, a companhia garante que Coqueiro é uma marca-chave para a Pepsico. O portfólio Coqueiro, diz a empresa, está alinhado a visão de negócios da Pepsico, chamada de Performance com Propósito, ligada ao compromisso de alcançar crescimento sustentável investindo em um futuro mais saudável para as pessoas e para o planeta. Isso significa engordar sua receita global com produtos saudáveis de US$ 10 bilhões para US$ 30 bilhões até 2020. ■ **F.T.**

Companhia do grupo Pepsico investiu para elevar em 30% a capacidade de produção neste ano

Reproduzido conforme o original, com informações e opiniões de responsabilidade do veículo.

IDEIAFIXA
GESTÃO DE INFORMAÇÃO

Brasil Econômico - SP

Indústria do atum vive briga de peixe grande em 2011

Caderno: Empresas - Página: 18 e 19
Publicado: 25-01-2011

Alberto Encinas Lastra, diretor-presidente da Gomes da Costa: inovação para manter rota de crescimento

Sidnei Rosa, diretor-geral da Crusoe Foods: receita prevista de R$ 50 milhões em 2012

Reproduzido conforme o original, com informações e opiniões de responsabilidade do veículo.