

PepsiCo investe em novas fábricas no norte e nordeste

Publicado: 03-02-2011

São Paulo - A PepsiCo, segunda maior fabricante de refrigerantes do mundo e líder no Brasil do segmento de snacks (principalmente salgadinhos), deve inaugurar ainda neste primeiro semestre sua 16ª fábrica no Brasil. Com aporte de R\$ 20 milhões, a nova unidade produzirá achocolatados e estará instalada em Feira de Santana, na Bahia. O objetivo da multinacional norte-americana é ampliar a sua presença nas Regiões Norte e Nordeste do Brasil e conquistar uma população que soma 66 milhões de consumidores. Segundo a companhia, só as Regiões Norte e Nordeste representam para o negócio da PepsiCo um faturamento maior que em qualquer outro país da América do Sul.

Segundo Weider Campos, gerente de Marketing da Unidade de Negócio da PepsiCo NeNo (Nordeste e Norte), essas regiões representam aproximadamente 20% do volume de vendas da companhia no Brasil. “Nossa meta é dobrar de tamanho em três anos”, afirma o gerente.

De acordo com o executivo, principalmente o nordeste apresenta taxas de crescimento acima da média nacional. “Alguns fatores têm contribuído para o desenvolvimento da região como, por exemplo, o crescimento do poder de compra da população, impulsionado por programas públicos.”

Sem revelar valores, Campos afirma que o aporte programado no primeiro semestre, especificamente para a Região Nordeste, é quatro vezes maior que o investido em igual período do ano passado.

Está prevista ainda a construção de uma terceira planta da empresa, no Estado de Pernambuco, para produção dos snacks. “Vamos focar nos snacks para atender a necessidade de alimentos de rápido consumo em altas temperaturas”, explica Campos. A PepsiCo já possui duas fábricas em Pernambuco. Uma delas está localizada em Petrolina e é responsável pela fabricação de água de coco. Já a outra fica em Recife e produz snacks das marcas Cheetos e Fandangos. A nova planta em Pernambuco, produzirá snacks da marca Lucky, uma aposta da companhia para atender os públicos das classes D e E.

Aporte

Em 2008, a CEO mundial da PepsiCo, a indiana Indra Nooyi, anunciou investimentos de US\$ 300 milhões no Brasil até 2012. Logo, o valor anual de investimento pode chegar a US\$ 60 milhões. A companhia ressalta a importância do mercado brasileiro das Regiões Norte e Nordeste, pois está sendo direcionado para uma destas regiões cerca de um terço do aporte anual na construção da fábrica na Bahia em 2011. “A construção de uma fábrica gera flexibilidade e melhor atendimento à região. Além disso, nosso custo de distribuição diminuiu”, explica Campos.

Em entrevista ao DCI no ano passado, o presidente da Divisão de Alimentos da PepsiCo, Otton Von Sothen, afirmou que o Brasil já é o quarto mercado mais importante para a multinacional, que está presente em 200 nações nos cinco continentes. Fica atrás apenas de Estados Unidos, México e Reino Unido. Em cinco anos, o volume vendido em bebidas cresceu 50% no País, e a participação de mercado ampliou-se 60%. Na divisão de alimentos, o volume cresceu 60%, ultrapassando o seu negócio de origem, os refrigerantes.

A companhia que faturou globalmente em 2009 receita de US\$ 60 bilhões, possui atualmente no Brasil 15 plantas e cerca de 9 mil funcionários.

A PepsiCo do Brasil tem em seu portfólio as marcas PepsiI, H2OH!, Gatorade, Lipton, Kero-oco e Todynho. A companhia está no Brasil desde 1953.