

Alimentos Fábrica, desativada há 11 anos, terá Activia como carro-chefe e sabores regionais

Danone investe R\$ 60 milhões no Ceará para ampliar vendas ao NE

Murillo Camarotto
Do Recife

Onze anos após paralisar as atividades de sua fábrica em Maracaná, na região metropolitana de Fortaleza (CE), a Danone está investindo R\$ 60 milhões na ampliação e modernização da unidade, que deverá ser reaberta em julho deste ano com vistas ao atendimento dos ascendentes mercados consumidores do Norte e Nordeste do país. Serão produzidas no local cerca de 50 mil toneladas de iogurtes por ano, especialmente nas linhas Activia, Danoninho líquido e Corpus.

A reativação da fábrica de Maracaná faz parte da estratégia de regionalização das operações da Danone, iniciada há três anos e que tem o objetivo de ganhar espaço no mercado nordestino, o único em que a empresa não detém a liderança, ocupada pela Nestlé.

Apesar de já possuir o espaço onde funcionará a nova fábrica, a empresa avaliou outros estados da região para o empreendimento

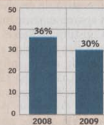
Desempenho no mercado nordestino

Dados da nova fábrica e vendas da Danone



Fonte: Empresa

Crescimento das vendas no Nordeste



to, casos de Pernambuco e Rio Grande do Norte. Porém, acabou ficando mesmo no Ceará, onde obteve um alívio fiscal de 90% do ICMS pelo período de dez anos. O benefício, de acordo com o governo cearense, foi motivado pelo fato de que a Danone irá priorizar os pequenos fornecedores locais para a compra do leite que abastecerá a fábrica.

No momento, a empresa está em processo de análise das áreas que serão escolhidas para o for-

necimento do leite. "Para ser fornecedor Danone, o produtor deverá estar em alguma das regiões mapeadas, possuir tanque de resfriamento ou ser parte de um tanque comunitário, ter todo o rebanho vacinado contra aftosa e ser aprovado na auditoria da empresa, além de ter um comprometimento com o desenvolvimento da qualidade", explicou a diretora-geral da Danone para o Nordeste, Edna Giacomini.

A parceria com a cadeia leiteira

local, segundo a empresa, deverá funcionar de forma similar à praticada na fábrica de Poços de Caldas (MG). Pelo sistema, a Danone auxilia os produtores locais com treinamento de qualidade e busca parcerias com bancos para facilitar o financiamento dessa produção.

A fábrica de Maracaná foi fechada em 1999 após apenas seis meses de funcionamento. A versão oficial da empresa diz apenas que o fechamento se deu "com base na estratégia de negócios vigente à época". A partir de julho, no entanto, a Danone pretende implementar uma atividade dinâmica na região, onde a unidade deverá gerar cerca de 100 empregos diretos, além de aproximadamente 1 mil na cadeia produtiva.

De acordo com Giacomini, a estratégia para ganhar o consumidor nordestino, especialmente das classes mais C, D e E, se baseia na oferta de embalagens econômicas, com preços a partir de R\$ 0,49. A Danone também planeja o lançamento de produ-

tos adaptados ao paladar regional, como iogurtes com sabores das frutas típicas do Nordeste.

No ano passado, as vendas da companhia na região cresceram 30% em relação a 2008, quando já havia avançado 36% sobre o exercício anterior. Com a produção local, no entanto, a Danone une uma performance bem superior. "Numa região com 30% da população brasileira e com a menor renda per capita, onde o consumidor valoriza produto com valor agregado, regionalização, acessibilidade e disponibilidade foram os pilares-chave do projeto", explicou a diretora.

Segundo dados do LatinPanel publicados pela revista "Supermercado Moderno", a Danone controla 14% do total de produtos lácteos frescos vendidos no país e está presente em 30% dos lares. No segmento de funcionais, a empresa tem 56% do mercado com a linha Activia, seguida pela Nestlé, com 17%, de acordo com dados da Nielsen. Em iogurtes light, a Danone tem 34% das vendas e a rival Nestlé, 25%.