

## Nestlé expande distribuição de sorvetes Garoto

Lílian Cunha, de São Paulo

Valor Econômico - SP

14/10/2009

"Nossa, é da Garoto o sorvete?", pergunta espantada a auxiliar de escritório Maristela Camargo, ao ver a tabela de preços no carrinho do vendedor, no Parque do Ibirapuera, na cidade de São Paulo. Na maior área de lazer da capital paulista, os sorveteiros usam uniformes e seus carrinhos não levam marca nenhuma, por determinação da prefeitura. Trinta e cinco carrinhos vendem a linha Nestlé de sorvetes, outros vinte a da Garoto. O consumidor só fica sabendo qual é qual quando se aproxima.

Foi o que aconteceu com Maristela. "Nunca tinha visto sorvete da Garoto, mas adorei. Se soubesse, tinha trazido uma bolsa térmica para levar para casa."

A surpresa tem fundamento. Lançada timidamente em 2007, a linha Garoto de sorvetes não é vendida em São Paulo. Até o meio do ano passado, os picolés da marca - que levam os mesmos nomes de chocolates como Talento, Opereta e Baton - eram vendidos só no Espírito Santo, onde fica a sede da Garoto, comprada pela Nestlé em 2002. No segundo semestre de 2008, a linha foi estendida para Minas Gerais, Rio de Janeiro e Salvador. Foi quando a Nestlé iniciou a venda no Ibirapuera que, mesmo parecendo, não é um teste de mercado, segundo a empresa.

No próximo verão, a distribuição da marca dará seu maior passo: a linha chegara a Recife, Fortaleza, Brasília e Goiânia. "Iremos para todas as capitais do Nordeste", Luiz Oddone, diretor de Sorvetes da Nestlé Brasil. "Nosso objetivo é atingir toda a costa do Nordeste, sempre pelas capitais. O próximo passo é São Paulo", diz Ivan Zurita, presidente da Nestlé Brasil. Ele não diz quando a marca deve chegar com mais força ao maior mercado consumidor do país. Mas pela velocidade da expansão no Nordeste, isso não deve demorar.

As praças por onde a Nestlé resolveu iniciar a distribuição da linha são as que menos consomem sorvete no Brasil, de acordo com a Nielsen. Os maiores consumidores são a região metropolitana de São Paulo, com 23% do volume, o interior paulista, com 21% e o Sul, com 16% - áreas onde os sorvetes Garoto ainda não chegaram.

Mas a estratégia tem sentido. De acordo com o mapeamento da revista SuperHiper baseado em dados Nielsen, as áreas onde a Nestlé iniciou a distribuição da linha Garoto são aquelas em que ela tem mais presença: Espírito Santo, Minas e Nordeste. "Fica mais fácil e menos arriscado testar o mercado", diz Zurita.

Os sorvetes Garoto, fabricados em Jacarepaguá (RJ), onde a Nestlé produz seus sorvetes, foi a primeira linha que utilizou tanto a estrutura da Nestlé quanto da Garoto, desde a aquisição da brasileira. A distribuição, por exemplo, dependendo da área, é feita pelos mesmos caminhões. Em alguns bares, o freezer é o mesmo para as duas. Com um detalhe: parte da geladeira é azul, com a marca Nestlé, e parte é amarela, com a da Garoto.

O "porém" de tudo isso é que a compra da Garoto ainda não foi aprovada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade). Recentemente, o Tribunal Regional Federal de Brasília decidiu que o Conselho terá de julgar o caso novamente. O Cade disse que vai recorrer. Segundo Oddone, os sorvetes estão fora da disputa. "O Cade foi informado sobre o lançamento dos sorvetes e não se opôs."

No disputado mercado de sorvetes por impulso (picolés e cones para consumo imediato), quem domina é a Kibon, da Unilever, com 55,5% das vendas. A Nestlé é a segunda, mas não divulga a fatia. A multinacional também não revela números da linha Garoto. "Mas somos líderes no Espírito Santo e estamos tendo bom desempenho nas outras praças", diz Oddone.

As vendas de sorvete no país, segundo a **Associação Brasileira das Indústrias de Sorvetes**,

devem passar de R\$ 2 bilhões em 2009. Em 2008, segundo a Nielsen, a movimentação foi de R\$ 1,9 bilhão.