

2. Jornal do Commercio - PE

Guerra fria

Publicado em 28.02.2010

Com a alta concorrência no ramo de sorvetes, consumidor comemora a grande variedade de sabores e a redução nos preços

Marina Falcão

mrfalcao@jc.com.br

Dentro dos congeladores dos supermercados, eles estão a 21 graus negativos. Mas do lado de fora, grandes nomes do sorvete nacional disputam com empresas regionais um mercado aquecidíssimo. Como resposta imediata à alta concorrência, o consumidor se depara com um imenso e sedutor universo de sabores. E, mais do que isso, comemora um inédito barateamento dos produtos nas embalagens de dois litros, que hoje podem ser encontradas até por R\$ 7. O fenômeno é síntese do bom momento vivenciado pelo setor em Pernambuco, que desponta como líder nordestino na fabricação de sorvetes.

Com 35 anos de mercado, a pernambucana Zecas experimentou em 2009 um crescimento de 37,5% nas suas vendas. A empresa, hoje a quarta maior do ramo no Brasil, segundo pesquisa da consultoria Nielsen, investiu no ano passado cerca de R\$ 15 milhões para inaugurar uma fábrica modelo no município de Abreu e Lima. A mudança fez a produção da empresa quadruplicar, atingindo 800 mil litros ao mês. Segundo o diretor da empresa, Paulo Roberto de Oliveira, isso facilitou que a Zecas pudesse praticar preços cada vez mais baixos no mercado. “Com maior acesso ao crédito, todas as empresas estão investindo em tecnologia e aprimoramento da produção. O mercado ficou mais democrático”, avalia.

O reposicionamento das marcas pode ser observado facilmente por qualquer consumidor atento. No Hiperbompreço visitado pela reportagem, dos 27 congeladores de sorvetes, apenas 12 pertenciam às gigantes Nestlé e Kibon. Pela contagem, cerca de 66% das ofertas eram de produtos nordestinos, setor que num passado recente era esmagado pelo poder de penetração das grandes indústrias.

A alagoana Fika Frio, que atua há apenas dez anos em Pernambuco, já está com seus produtos sendo comercializados nas unidades do Pão de Açúcar, Extra, Hiperbompreço e Carrefour, pratica preços em torno de R\$ 8 para o pote de dois litros, que hoje já representa mais de 50% do faturamento da empresa.

Ao todo, a Fika Frio oferece mais de 20 opções de sabores, como os tradicionais napolitano, pavê, flocos e creme com passas. “A diferença é que somos uma empresa especialista em sorvete, enquanto grandes marcas têm um portfólio maior de produtos. Temos know-how. Por causa disso, as grandes marcas tiveram que se curvar às empresas regionais e baixar seus preços”, avalia o diretor da central de distribuição da empresa em Pernambuco, William Ribeiro.

Para não perder as fatias populares do mercado, as grandes marcas estão atacando com preços mais baixos. Na semana passada, potes de dois litros de clássicos como Prestígio e Napolitano, da Nestlé, poderiam ser encontrados por R\$ 10,96. Os não menos tradicionais Flocos e Creme, da Kibon, estavam sendo ofertados por R\$ 11,55. Esses mesmo produtos já chegaram a ser vendidos por preços em média 30% mais elevados.

De acordo com a Sorvetes Nestlé, um dos pilares da Nestlé Brasil é promover uma maior penetração nas classes C, D e E, com atuação forte no auto-serviço do consumo doméstico. Afinal, é através da venda dos potes de dois litros que a marca consegue atender às famílias maiores, oferecendo economia para quem precisa servir grandes grupos.

A estratégia da Kibon é promover a marca como a que oferece mais qualidade. Para este verão, a empresa, pertencente ao grupo Unilever, lançou o slogan Um mundo mais cremoso é mais gostoso, criado para lembrar a nova fórmula dos potes Kibon de dois litros, feitos com 70% de leite.

No entanto, para disputar consumidores com as marcas mais baratas, a Unilever aposta nos sorvetes da marca de combate Sorvane. Os sabores são mais básicos do que os da Kibon e os potes com 1,8 litro da marca são vendidos por cerca de R\$ 8 nas grandes redes de varejo de Pernambuco.