

Marcas de alimentos preveem início de recuperação

Cenário

De São Paulo

As indústrias de alimentos, que esperam fechar este ano com produção estável ou com queda de 0,5% em relação a 2015, devem voltar a crescer no próximo ano, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia). A perspectiva da entidade é de um avanço de até 1,5% na produção em 2017, com o início de recuperação do consumo, à medida que as reformas propostas pelo governo exercem efeito sobre a economia brasileira.

“O setor de alimentos é o último a entrar em uma crise e o primeiro a sair dela. Em 2015, o setor

fechou com queda na produção de 2,9%. Neste ano, teve como pico negativo o mês de junho, com queda de 1,49% no acumulado de 12 meses, mas tem melhorado mais a mês. Em 2017 o setor volta ao terreno positivo”, afirmou Denis Ribeiro, economista da Abia. No acumulado de 12 meses até novembro, a produção do setor apresentou queda de 0,5%.

Em receita, a Abia espera para 2016 vendas reais estáveis em comparação a 2015, podendo apresentar uma leve variação de 0,5% para cima ou para baixo. No ano passado, o setor registrou faturamento de R\$ 14,5 bilhões, com alta de 9,84% em relação a 2014. Neste ano, a estimativa gira entre R\$ 15,4 bilhões e R\$ 15,5 bilhões.

A entidade também aponta como fator favorável às indústrias de alimentos a perspectiva de expansão da safra de grãos 2016/2017 em relação à 2015/2016, quando a produtividade das lavouras foi afetada pelo fenômeno climático El Niño. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) prevê uma produção de grãos de 210,1 milhões de toneladas em 2016/17, ante 183,9 milhões de toneladas na safra anterior, o que corresponde a um aumento de 14,2%. Esse aumento na oferta de grãos terá impacto direto nos custos de produção de carnes e alimentos industrializados e na inflação do varejo de alimentos.

Ribeiro considera que a recente aprovação da Proposta de Emenda

à Constituição (PEC) do teto de gastos do governo, do pacote de incentivo ao crédito imobiliário, e do programa de incentivo à redução do spread bancário já devem trazer alguma melhoria ao cenário para as empresas. Para os consumidores, a melhoria depende da reforma tributária, segundo o economista. “No Brasil, 45% das pessoas estão endividadas e isso está tolhendo o consumo. Se o governo aprova a reforma tributária haverá uma tendência de recuperação no emprego no fim de 2017. Isso pode reativar um pouco o consumo”, afirmou.

Maximiliano Tozzini Bavares, presidente da Consultoria Sonne, observou que este momento de estabilização do consumo favorece as indústrias de alimentos a investir em inovações para crescer de forma acelerada quando houver recuperação da economia. “No momento de crise é mais fácil capturar a atenção do consumidor porque poucas marcas fazem lançamentos”, afirmou. Ele citou como exemplos de sucesso na fase de recesso o desenvolvimento do mercado de café em cápsulas e do mercado de refeições prontas congeladas para entrega.

Bavares também observou que há segmentos em rápida expansão nos Estados Unidos que não são explorados no Brasil, como kits para preparar refeições em casa. Ele também vê ainda espaço no país para o desenvolvimento das categorias de congelados e semiprontos, alimentos funcionais e orgânicos, frutas, verduras e legumes com marcas próprias e características diferenciadas.

Em relação a exportações, a Abia prevê crescimento nas vendas externas no próximo ano, de 3% a 11%, dependendo da variação do câmbio. Em 2015, as exportações de alimentos chegaram a US\$ 35 bilhões e, neste ano, devem alcançar US\$ 36 bilhões, segundo a entidade. Para 2017, a Abia projeta exportações entre US\$ 37 bilhões e US\$ 40 bilhões. Esse crescimento, segundo Ribeiro, é esperado principalmente em função do crescimento da safra. (CB)

Nestlé enfrenta antigos desafios na gestão de novo presidente global

Andrea Felsted

Bloomberg, de Londres

O risco está de volta, então quem precisa de chocolate? A Nestlé precisa acompanhar as mudanças e os investidores estão muito otimistas de que o novo CEO da empresa, Ulf Mark Schneider, será capaz de produzir uma rápida mudança de marcha. Ele tem a experiência para a tarefa, mas as táticas de que a Nestlé necessita não estão em seu DNA. Os investidores precisam ter cautela.

A gigante suíça de 150 anos, assim como as rivais Unilever, Danone e Reckitt Benckiser Group, enfrenta o nítido fim do período de “Grande Rotação” — fase em que grandes empresas de produtos de consumo perdem a preferência do mercado. Além disso, todas elas enfrentam uma demanda mais lenta pelo fato de os mercados emergentes estarem perdendo fôlego, pela queda dos preços dos alimentos e pela mudança nas escolhas dos consumidores.

O problema é particularmente grave para a Nestlé, considerando que 2016 pode ser o quarto ano consecutivo em que ela não

atinge sua meta de crescimento orgânico de 5% a 6%. A escolha de Schneider, que assume em 1º de janeiro, foi uma surpresa — ele é o primeiro profissional de fora a ocupar o cargo desde 1922.

Ele certamente ganhou um histórico em seus 13 anos à frente da empresa de saúde Fresenius, de rápida expansão. Lá, ele conseguiu um retorno anual médio de 23%, mais do que o dobro do da Nestlé e do Stoxx 600 Index, que reúne as maiores empresas da Europa.

Mas a Nestlé é um bicho bastante diferente. Um problema óbvio é que a empresa ainda gera 83% de sua receita com alimentos e bebidas, um negócio de crescimento mais baixo. Na Unilever, o número é de apenas 43% — a companhia foi mais rápida na diversificação e na construção de seu negócio de cuidados domésticos e pessoais.

Para começar, Schneider deveria deixar o ramo de guloseimas, onde nem lidera nem é a segunda colocada, em parte porque não consegue inovar em chocolates premium. A divisão pode valer cerca de US\$ 20 bilhões, diz Deboe.



Schneider comandará uma empresa dependente de negócios de baixo crescimento, como alimentos e bebidas, e com investimentos em áreas que não lidera

dáveis. A divisão pode valer cerca de US\$ 10 bilhões a US\$ 15 bilhões, segundo Martin Deboe, analista da Jefferies Group.

A companhia também deveria deixar o ramo de guloseimas, onde nem lidera nem é a segunda colocada, em parte porque não consegue inovar em chocolates premium. A divisão pode valer cerca de US\$ 20 bilhões, diz Deboe.

Com uma dívida líquida de pouco menos de uma vez o lucro antes

de juros, impostos, amortização e depreciação (Ebitda, da sigla em inglês), a Nestlé não precisa do dinheiro. A questão é concentrar o grupo em áreas de crescimento mais rápido. Ainda assim, essa jogada deixaria Schneider com um montante formidável para investir no que a Nestlé enxerga como seu motor de crescimento: ciências da saúde (nutrição médica e remédios para a pele).

Considerando o histórico da

empresa no ramo de saúde, a esperança é que ele possa acelerar essa divisão, que respondeu por 16,7% das vendas em 2015.

A empresa precisa de ajuda — ela deveria estar impulsionando a diversificação do ramo de alimentos, mas o crescimento perdeu força nos últimos dois anos. Schneider precisa fazer essa divisão avançar na direção certa. No entanto, não é certeza que Schneider vá mostrar os dentes. Ele

é viado em aquisições. Na Fresenius sua estratégia era adquirir e expandir e ele realizou mais de uma dúzia de aquisições nos ramos de hospitais, cuidados médicos, investimento em medicamentos e nutrição médica, mas também fez algumas vendas. Existem também dúvidas sobre se ele terá carta branca. Paul Bulcke, o CEO que ele substituirá, continuará como presidente do conselho.

© JEFFREY M. HARRIS