

## BISCOITOS: UM SETOR EM FRANCA EXPANSÃO

**“O grupo Arcor chegou ao Brasil em 1981 com a aquisição da Nechar Alimentos Ltda. A partir dessa data, a fábrica expandiu-se consideravelmente devido aos substanciais investimentos em maquinário, equipamentos, reformas e construções de novos prédios. A Arcor hoje é a principal exportadora de guloseimas do país, e é líder em vários segmentos das categorias de guloseimas, chocolates e biscoitos”.**



O setor brasileiro de biscoitos deve encerrar o ano de 2009 com um crescimento de 2,5% em volume com relação a 2008, fechando o ano com um total de mais de um milhão de toneladas. Esta produção mantém o Brasil como o segundo maior mercado de biscoitos no mundo, ficando abaixo somente dos Estados Unidos. Uma das grandes empresas que atua nesse setor é a Arcor. Para falar sobre esse mercado e sobre os projetos da empresa para 2010, a revista Food Ingredients Brasil entrevistou com exclusividade o Gerente de Marketing do Negócio de Biscoitos da Arcor, Rodrigo Peçanha.

**Revista Food Ingredients Brasil** – *O senhor poderia fazer um breve relato sobre a atuação da Arcor?*

**Rodrigo Peçanha** - Os principais produtos comercializados pela Arcor Brasil são: chicle Big Big, chicle Poosh, chicle Bolin Bola, balas Butter Toffees, balas duras Kid's, balas recheadas Arcor, balas mastigáveis 7Belo, balas de gelatina 7Belo Gelatin, pirulitos Big Big, pirulitos Poosh, pirulitos 7 Belo, chocolate infantil Tortuguíta, bombons Samba, tabletes

Arcor, chocolates Chokkosnack, Twister, ovos de Páscoa Arcor, confeitos Rocklets, Chocovinhos, paçoca Amor, entre outros.

Além disso, na divisão biscoitos e panificados, as marcas produzidas e comercializadas pela empresa são Triunfo, Aymoré, Danix, Break-Up, para biscoitos, e panetones Arcor, Triunfo, Aymoré, Aymoré Kid's e Noel.

**Revista Food Ingredients Brasil** – *Qual a atuação da Arcor em nível mundial?*

**Rodrigo Peçanha** - O grupo Arcor, fundado na Argentina em 1951, tem como estratégia sua expansão no mercado global, especialmente na América Latina, onde já é líder na produção e exportação de guloseimas. Maior produtor mundial de caramelos, o grupo está investindo ainda mais em sua expansão no mundo através de um compromisso constante com a qualidade e a inovação, refletidas no lançamento de mais de 100 novos produtos por ano no mundo inteiro.

A vocação internacionalista da Arcor fez com que se tornasse uma das primeiras empresas a valorizar e apostar na integração latino-americana. A Arcor possui

41 fábricas, das quais 30 estão localizadas na Argentina, uma no Peru, uma no México, cinco no Brasil e quatro no Chile. Conta também com 11 centros de distribuição, sendo seis na Argentina, quatro no Brasil e um no Chile, além de escritórios comerciais nos Estados Unidos, Colômbia, México, Equador, Paraguai, Uruguai, Canadá, Espanha, Venezuela, Bolívia, Chile e Sul da África.

Em dezembro de 2005, o grupo Arcor anunciou a compra da Benvenuto S.A.C.I., empresa argentina líder em produtos alimentícios. Com esta aquisição, o grupo Arcor passou a contar com 20 mil colaboradores em todo o mundo e sua capacidade de produção total passou de 2 mil para 2,2 mil toneladas diárias de produtos.

Além disso, o grupo Arcor exporta seus produtos para mais de 120 países em todo o mundo, deliciando milhões de consumidores em mercados tão exigentes quanto diversificados, como China, Estados Unidos, Europa, Japão, Rússia, Índia, Arábia e, claro, a América Latina.

A Arcor é o primeiro produtor mundial de caramelos; primeiro exportador de guloseimas do Brasil, Argentina e Chile; e primeiro produtor de biscoitos da América do Sul.

#### **Revista Food Ingredients Brasil -**

*Quando a Arcor iniciou suas atividades no Brasil?*

**Rodrigo Peçanha** - O grupo Arcor chegou ao Brasil em 1981 com a aquisição da Nechar Alimentos Ltda. A partir dessa data, a fábrica expandiu-se consideravelmente devido aos substanciais investimentos em maquinário, equipamentos, reformas e construções de novos prédios. A Arcor hoje é a principal exportadora de guloseimas do país, e é líder em vários segmentos das categorias de guloseimas, chocolates e biscoitos.

Na original fábrica de guloseimas de Rio das Pedras, SP, a Arcor produz hoje cerca de 300 toneladas por dia de balas, pirulitos e gomas de mascar. Entre eles os chicles Big Big e Poosh; e as balas Arcor, Butter Toffees, Kid's e 7 Belo, além de outras marcas reconhecidas como tradicionais pelos consumidores nacionais.

Na sua fábrica de Bragança Paulista, inaugurada em 1999, a Arcor investiu US\$ 40 milhões. Hoje, são produzidas 80

toneladas por dia de produtos, entre eles bombons Arcor, linha infantil Tortugueta, Chokkosnack, Twister, confeitos Rocklets, tabletes Arcor e ovos de Páscoa.

Nos últimos anos, a empresa investiu no Brasil mais de US\$ 40 milhões destinados à construção de nova fábrica em Recife, PE, que foi inaugurada em maio de 2007, na ampliação da capacidade de suas linhas atuais, em novas tecnologias de produção, normas e programas de qualidade, pesquisa e desenvolvimento de produtos, inovação, marketing e recursos humanos.

Além de suprir o mercado interno, as marcas e produtos fabricados no Brasil

**“Dentre as perspectivas, as principais são manter o crescimento de 2009, porém moderado, ou seja, manter o mercado maduro com alta penetração, com destaque para o potencial de crescimento das regiões Norte e Nordeste. Também temos como perspectiva aumentar os investimentos em comunicação e ações de ponto de venda, aproveitando o momento de euforia de grandes eventos, como a Copa do Mundo e as eleições”.**

são conhecidos no exterior, permitindo que as exportações tenham destinos bem diferentes, para países como África do Sul, Argentina, Bolívia, Canadá, Chile, Espanha, Estados Unidos, Coreia, Filipinas, China, Paraguai e Uruguai, somando mais de 120 países.

Em abril de 2004, o grupo Arcor anunciou a *joint venture* com o grupo Danone no ramo de biscoitos na Argentina, Brasil e Chile. Essa aliança deu origem à maior empresa de biscoitos da América do Sul. A nova sociedade estabeleceu a participação de 51% para o grupo Arcor, o qual, desde janeiro de 2005, é responsável pelo gerenciamento e administração das atividades.

No Brasil, a *joint venture* representou para a Arcor a entrada no negócio de biscoitos, o que significou um grande desafio

e compromisso ao se converter em uma das maiores empresas brasileiras da categoria. Isso também trouxe à incorporação a gestão de mais duas fábricas e dobrou o número de funcionários da empresa, que hoje totaliza cerca de quatro mil.

O faturamento da Arcor no Brasil vem crescendo continuamente com o passar dos anos, devido, principalmente, aos investimentos em marketing, lançamentos de produtos diferenciados e desenvolvimento de sua rede de distribuição. Em 2008, o faturamento fechou em R\$ 915 milhões.

**“O grupo Arcor exporta seus produtos para mais de 120 países em todo o mundo, deliciando milhões de consumidores em mercados tão exigentes quanto diversificados, como China, Estados Unidos, Europa, Japão, Rússia, Índia, Arábia e, claro, a América Latina. A Arcor é o primeiro produtor mundial de caramelos; primeiro exportador de guloseimas do Brasil, Argentina e Chile; e primeiro produtor de biscoitos da América do Sul”.**

**Revista Food Ingredients Brasil -**  
*Qual o balanço de 2009 para a divisão de biscoitos?*

**Rodrigo Peçanha** - O grupo Arcor é líder de mercado na categoria de biscoitos na região Sudeste em 2009 com 12,6% de *market share*, segundo pesquisa Nielsen. Os pontos positivos do mercado em 2009 incluem crescimento em volume (1,9% vs ano anterior no período acumulado de janeiro a outubro/2009); e melhoria do poder aquisitivo da classe CD com busca por marcas de maior qualidade e marcas de tradição.

**Revista Food Ingredients Brasil -**  
*Quais os principais destaques e lançamentos da área em 2009?*

**Rodrigo Peçanha** - Na marca Triunfo, os destaques de 2009 foram o wafer Passion, produto voltado para o posicionamento de indulgência/prazer, com chocolate de verdade na formulação; a linha Turma da Mônica

Jovem (biscoitos recheados e wafer), aproveitando o sucesso de Maurício de Souza, Mônica Jovem, com excelente desempenho de vendas; e a linha Menos Sal.

Na marca Danix, voltada para o público infante-juvenil, o lançamento foi a renovação de toda a linha, incluindo formulação e embalagem, com os personagens Marvel, Moranguinho e Cartoon Network. O destaque foram os formatos de *snacks*, como as rosquinhas, e o novo Danix Molha no Leite.

Já na marca Aymoré teve como destaque a nova Linha Aymoré Kid's, com 14 novos SKU's e com inovação tecnológica em nutrição, que apontam para o público infantil. Outro destaque em 2009 foi a utilização de personagens da Disney (Carros, Princesas e clássicos Disney) e o diferencial nutricional com enriquecimento de vitaminas e formulação balanceada.

**Revista Food Ingredients Brasil -**  
*Quais as perspectivas do mercado de biscoitos para 2010?*

**Rodrigo Peçanha** - Dentre as perspectivas, as principais são manter o crescimento de 2009, porém moderado, ou seja, manter o mercado maduro com alta penetração, com destaque para o potencial de crescimento das regiões Norte e Nordeste. Também temos como perspectiva aumentar os investimentos em comunicação e ações de ponto de venda, aproveitando o momento de euforia de grandes eventos, como a Copa do Mundo e as eleições. Além, é claro, de atender a busca progressiva do consumidor por produtos diferenciados (ex.: Cracker Menos Sal / baixo sódio) e com qualidade superior (ex.: Wafer Passion).

**Revista Food Ingredients Brasil -**  
*Quais as perspectivas da Arcor para a área em 2010?*

**Rodrigo Peçanha** - Apresentar lançamentos a partir do 2º trimestre, com algumas inovações em conceitos, como a linha Menos Sal - redução de sódio; sustentar o investimento em nossas marcas (Aymoré, Triunfo), buscando sempre fugir da batalha de preços; e desenvolver os lançamentos de 2008 (linha Aymoré Kid's, linha Danix e Mônica Jovem), buscando aumentar a participação no segmento de biscoitos recheados.