

Imigrantes são novo foco da indústria

Guilherme Manechini

Enquanto o número de latino-americanos e africanos deportados da Europa atinge níveis recordes, que exigem a intervenção de presidentes e de ministérios de relações exteriores, a indústria alimentícia da Espanha vai apostar nos imigrantes como um dos principais pilares de crescimento do consumo para os próximos cinco anos. A importância de atender e entender as necessidades deste novo perfil de comprador é colocada ao lado até mesmo de grupos consumidores tradicionais como os de solteiros e idosos. O cenário traçado para o setor inclui também uma desaceleração no crescimento das vendas e diminuição de margens no período, por conta da alta dos preços de commodities e a previsão de desaceleração do Produto Interno Bruto europeu.

Em um estudo elaborado pela consultoria TNS Global, que contou com o apoio do governo espanhol, concluiu-se que os imigrantes devem totalizar 6,9 milhões de habitantes no país em 2012, o que representará aproximadamente 15% da população total e um salto de 245% na comparação com o número de imigrantes presentes em 2002, cerca de 2 milhões. Atualmente, a Espanha contabiliza 4,5 milhões de imigrantes (um em cada dez habitantes), sendo que 1,9 milhão são europeus, 1,6 milhão latino-americanos e o restante é composto principalmente por africanos. O estudo, chamado de "Demandas do comprador do futuro", foi apresentado ontem na Feira Alimentaria, que acontece nesta semana em Barcelona.

Apesar da conclusão do estudo, Joan Clos, ministro da indústria na Espanha, ressaltou que o fluxo de estrangeiros em viagens turísticas ao país também é intenso. "Recebemos cerca de 50 milhões de turistas todos os anos e a indústria tem de se adaptar a este intercâmbio cultural", disse. Segundo ele, o fluxo imigratório deverá ser reduzido nos próximos anos.

Para Josep Montserrat, diretor da TNS, o intercâmbio cultural entre países é cada vez maior e o consumo de alimentos seguirá esta tendência. Em relação aos imigrantes, Montserrat informou que a população é composta por jovens entre 20 e 40 anos, a maior parte estudantes. "Assim como os jovens espanhóis, são consumidores que dedicam pouco tempo às compras em supermercados", acrescentou.

Segundo o estudo, a população deverá gastar menos tempo para ir aos supermercados. Hoje, a média de frequência per capita de um europeu nos estabelecimentos é de 82 dias por ano e passará a 76. "A alimentação também tende a ter menos espaço no orçamento familiar", diz Montserrat, ao lembrar que o perfil do consumidor será de uma pessoa jovem e, em muitos casos, solteira. "Trata-se de um perfil inquieto e instruído o suficiente para ditar novos rumos no modelo de consumo". Os gastos com comida, bebidas e tabaco representam 19% da receita familiar espanhola.

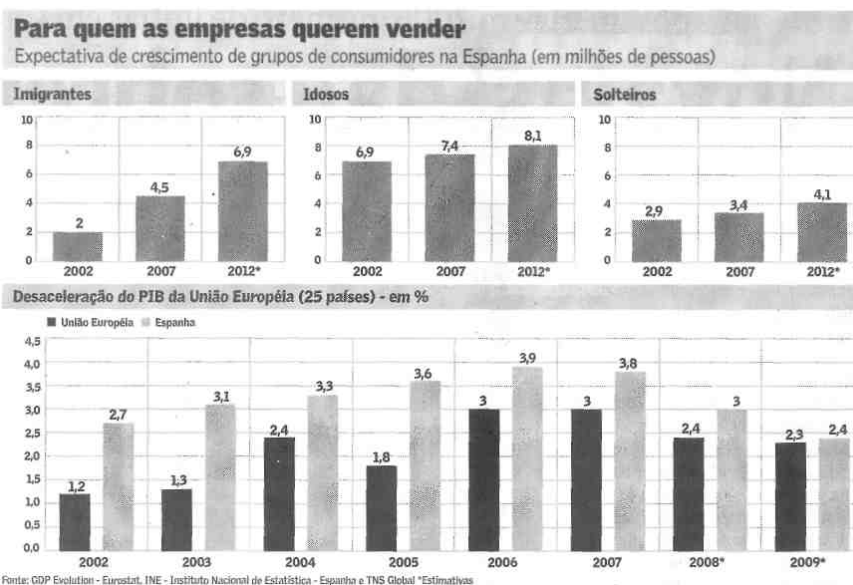
Além disto, a indústria espanhola de alimentos deverá crescer até 2012 ao ritmo de 17% ao ano, menor do que os cerca de 20% dos últimos cinco anos. A estimativa é baseada na redução gradual do avanço do PIB da União Européia - de 2,9% em 2007 para 2,3% previstos para 2009. Pressões inflacionárias em determinados segmentos e reajustes salariais são outros fatores que permeiam a menor evolução da indústria de alimentos no período. "Houve mudanças importantes nos últimos anos no setor e estas serão ainda mais fortes com a redução do crescimento mundial", alertou Clos.

Na opinião de Josep Lluís Bonet, presidente da Alimentaria e do Grupo Frexenet, a indústria terá de inovar cada vez mais para sobreviver. "A interdependência entre a distribuição e a produção só aumenta. Portanto, desenvolver novos produtos e meios de conquistar os clientes representam oportunidades".

Idosos e solteiros são os outros dois mercados destacados pela TNS. A previsão é de que o número de idosos em 2012 seja de 8,1 milhões de habitantes na Espanha, um acréscimo de 9,5%

sobre 2007. "Em poucos anos, deveremos ser o país como a maior proporção de idosos no mundo. Serão necessários produtos específicos", observou Clos.

Em relação aos solteiros, Montserrat afirmou que o aumento desse grupo é uma tendência mundial. A estimativa é de que nos próximos cinco anos o segmento atinja 4,4 milhões de pessoas no país.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 12 mar. 2008, Tendências&Consumo, p. B4.