

## **Norsa vai intensificar produção e marketing**

*Raquel Salgado*

Para impedir um novo avanço das tubaínas no Nordeste a Norsa/Coca-Cola, fabricante e distribuidora dos produtos da marca na Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte e Piauí, investirá R\$ 106 milhões em aumento de capacidade e em ações de mercado neste ano. O valor é recorde e representa um incremento de 40% em relação ao que foi investido em 2007.

"Decidimos nos preparar para o crescimento futuro. As ações são similares às do ano passado, mas foram intensificadas, já que optamos por um aporte maior de capital", afirma André Salles, presidente da empresa.

Na área industrial, as principais mudanças ocorrerão no Ceará e na Bahia. No primeiro Estado será ampliada a linha de produção de vasilhames retornáveis, grande sucesso nessa região do país por terem tamanho e preços menores.

Na Bahia, a fábrica de Vitória da Conquista receberá uma nova linha para a produção de PET. Hoje, a fábrica do Rio Grande do Norte tem duas linhas de PET - uma delas ociosa. Com a ida dessa estrutura para Vitória, a Norsa irá ampliar sua produção na Bahia e melhorar a logística de distribuição no Sul do Estado. O objetivo é reduzir custos e abastecer de maneira mais eficiente o mercado nordestino.

O investimento recorde é, segundo Salles, motivado pelo bom desempenho da Norsa em 2007, quando o faturamento chegou a R\$ 1,1 bilhão e a receita cresceu 14%. A Norsa aposta que o Nordeste é uma das áreas que mais tende a crescer no país, especialmente na demanda por bens de consumo. No ano passado, o trunfo da empresa foi apostar no acesso da população de menor poder aquisitivo aos seus produtos, fazendo embalagens menores e mais baratas. Assim, os consumidores puderam trocar as tubaínas por refrigerantes de marcas mais famosas.

"Historicamente, a região foi uma área de menor concentração industrial. A melhora macroeconômica, contudo, estimulou o consumo", diz o presidente. Segundo ele, o aumento do salário mínimo, o Bolsa Família, o controle da inflação e o crédito consignado têm impulsionado a economia e ajudam a explicar a existência de novos investimentos na região.

Além das mudanças na área industrial, a empresa aposta nas ações junto aos revendedores para atrair mais clientes. Uma das estratégias é reforçar a presença da marca nos postos-de-venda. Para isso, além de decorar os locais com objetos e cartazes dos produtos, a empresa distribuirá aos clientes geladeiras personalizadas que deixam os itens expostos e incentivam as vendas. O executivo prefere não contar quantos refrigeradores serão distribuídos.

A idéia é continuar com o foco nas embalagens menores e aumentar em 12% a venda de bebidas em frascos de até um litro. No ano passado, a expansão da venda desses produtos foi de 6%.

Com as novas linhas de produção e essas ações de marketing, a Norsa pretende incrementar em 10% tanto seu faturamento como o volume de vendas.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 9 abr. 2008, Tendências&Consumo, p. B4.**