Uma brasileira no encalço das multinacionais dos sucos prontos
Fernanda Arechavaleta

Tornar-se a maior empresa brasileira de sucos prontos para beber – eis a pretensão da fabricante de refrescos General Brands, de São Paulo. A companhia está investindo R$ 10 milhões em uma nova unidade de produção na capital paulista.

O objetivo é ultrapassar todas as concorrentes nacionais em volume de produção e ficar no encalço de multinacionais como Nestlé e Coca-Cola, que dominam o mercado brasileiro. "O mercado de sucos prontos para beber está crescendo 25% ao ano. É um segmento importante que deve continuar se expandindo", explica Antonio Carlos Ferreira, vice-presidente da GB. "As multinacionais já perceberam isso e estão dando foco em refrescos sem adição de carbonatos".

Além de expandir a produção, a General Brands também está investindo na sua rede de distribuição – que deverá atingir todo o país. "Dessa forma, teremos mais oportunidades de vendas maiores e diminuiremos nossos custos fixos", comenta Ferreira. A idéia é trabalhar com margens de custo de 15% a 20% em relação ao preço de venda ao consumidor – percentuais que serão mais baixos do que a média do mercado.

A General Brands produz sucos prontos para beber desde o ano passado. Antes, o carro-chefe da empresa era o suco em pó, setor no qual atua com a marca Camp. Atualmente, a companhia fabrica 70 milhões de litros de sucos prontos por ano, além de 2,5 milhões de caixas de suco em pó. Cada caixa equivale a 120 litros de suco.

Disponível em: <http://www.amanha.terra.com.br>. Acesso em 28 ago. 2008

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.