

V *super* **varejo**

APIS

ANO XVI Nº 180

R\$ 15,00 • MAIO 2016

www.supervarejo.com.br

EDIÇÃO ESPECIAL
44 MIL EXEMPLARES

O CAMINHO PARA AVANÇAR

DESAFIOS
CONHEÇA MODELOS
DE GESTÃO
LOGÍSTICA EFICIENTES

PERSPECTIVAS
ECONOMISTA
ROBERTO MACEDO
ANALISA CENÁRIO ATÉ
FINAL DO ANO

OPORTUNIDADES
MILLENNIALS. VOCÊ ESTÁ
PREPARADO PARA
ESSE CONSUMIDOR?

THINKSTOCK

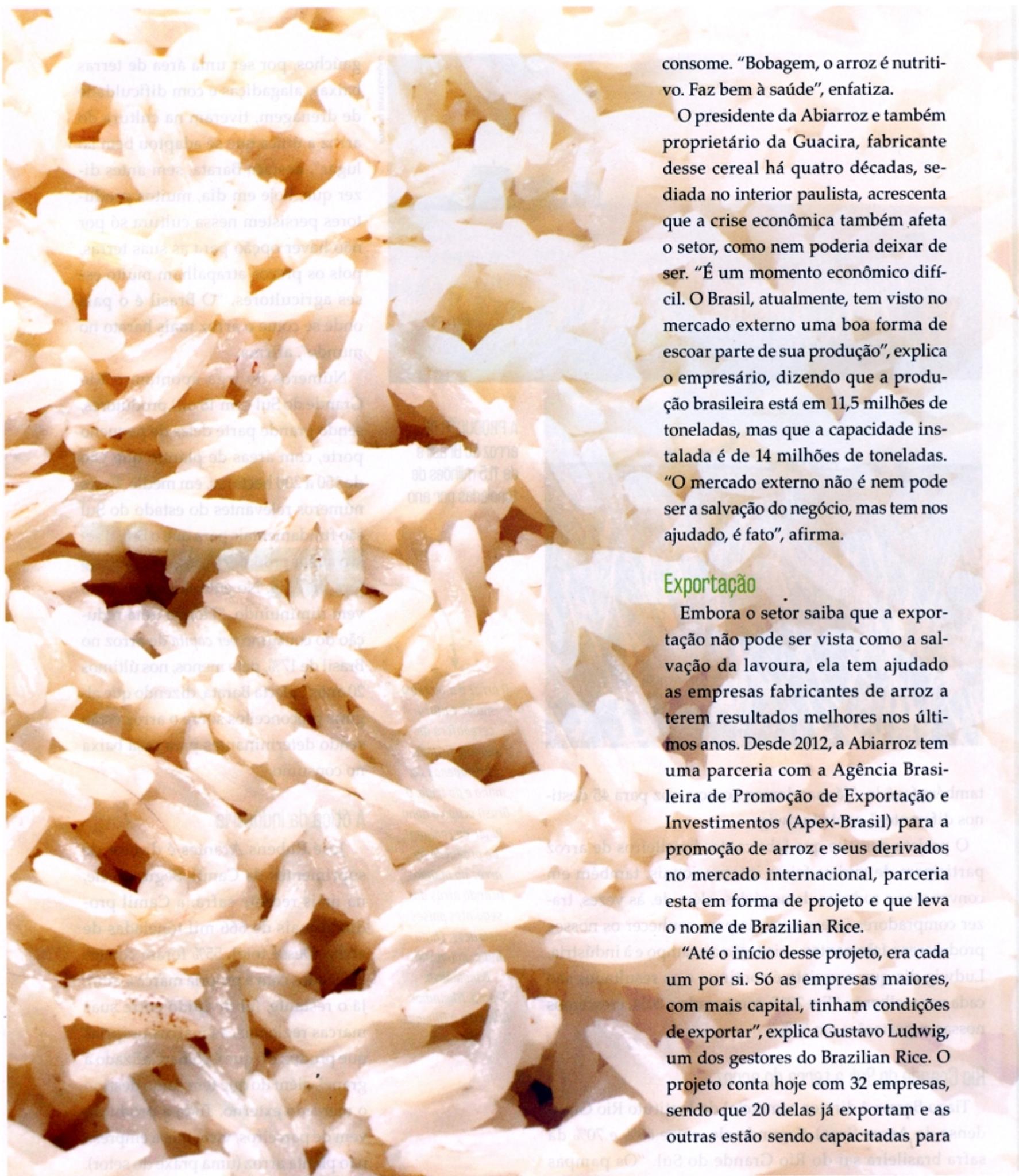
Setor investe em exportação para não depender só do mercado interno, mas não deixa de oferecer diversas opções para abastecer a mesa do brasileiro

Arroz no prato

O brasileiro tem hábitos alimentares bastante tradicionais. Independente de classe social, o arroz é um dos alimentos que fazem parte de sua alimentação diária – não importa o dia da semana. Os números são conflitantes, mas, segundo o presidente da Abiarroz (Associação Brasileira da Indústria do Arroz), Mário Pegorer, **cada brasileiro come, por ano, aproximadamente, 35 quilos de arroz.**

“O brasileiro gosta muito de arroz, e nosso consumo poderia ser bem maior que o atual, desde que algumas coisas fossem feitas no país”, comenta Pegorer, referindo-se às diferentes legislações de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), à competição desigual do setor entre estados e também à competição do arroz que vem de fora do país, além de uma imagem errada, segundo ele, de que arroz não tem vitamina e não traz benefícios para quem o

No Peru, esse número chegaria a 70 quilos por ano, e em alguns outros países, como Cuba, o consumo poderia chegar a 120 quilos por ano



consome. “Bobagem, o arroz é nutritivo. Faz bem à saúde”, enfatiza.

O presidente da Abiarroz e também proprietário da Guacira, fabricante desse cereal há quatro décadas, sediada no interior paulista, acrescenta que a crise econômica também afeta o setor, como nem poderia deixar de ser. “É um momento econômico difícil. O Brasil, atualmente, tem visto no mercado externo uma boa forma de escoar parte de sua produção”, explica o empresário, dizendo que a produção brasileira está em 11,5 milhões de toneladas, mas que a capacidade instalada é de 14 milhões de toneladas. “O mercado externo não é nem pode ser a salvação do negócio, mas tem nos ajudado, é fato”, afirma.

Exportação

Embora o setor saiba que a exportação não pode ser vista como a salvação da lavoura, ela tem ajudado as empresas fabricantes de arroz a terem resultados melhores nos últimos anos. Desde 2012, a Abiarroz tem uma parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex-Brasil) para a promoção de arroz e seus derivados no mercado internacional, parceria esta em forma de projeto e que leva o nome de Brazilian Rice.

“Até o início desse projeto, era cada um por si. Só as empresas maiores, com mais capital, tinham condições de exportar”, explica Gustavo Ludwig, um dos gestores do Brazilian Rice. O projeto conta hoje com 32 empresas, sendo que 20 delas já exportam e as outras estão sendo capacitadas para



FOTUS: DIVULGAÇÃO



A PRODUÇÃO DE arroz no Brasil é de 11,5 milhões de toneladas por ano

O arroz é a terceira maior cultura cerealífera do mundo, ficando atrás apenas do milho e do trigo. O Brasil ocupa o nono lugar no ranking de produção de arroz no mundo, ficando atrás dos seguintes países asiáticos: China, Índia, Indonésia, Bangladesh, Vietnã, Myanmar, Tailândia e Filipinas

também fazê-lo. “Já mandamos nosso arroz para 45 destinos diferentes”, conta Ludwig.

O projeto permite que fabricantes brasileiros de arroz participem de muitas feiras internacionais, também em convenções e rodadas de negócios, além de, às vezes, trazer compradores internacionais para conhecer os nossos produtores e fabricantes – visitação ao campo e à indústria. Ludwig diz que o projeto   contínuo e os resultados são cada vez melhores. “Em 2015, comparado a 2014, crescemos nossas exporta es em 58%.”

Rio Grande do Sul: a terra do arroz

Tiago Barata é diretor comercial do Instituto Rio Grandense do Arroz (Irga). Segundo ele, entre 68% e 70% da safra brasileira sai do Rio Grande do Sul. “Os pampas

gaúchos, por ser uma área de terras baixas, alagadiças e com dificuldade de drenagem, tiveram na cultura do arroz a única que se adaptou bem ao lugar”, destaca Barata, sem antes dizer que, hoje em dia, muitos produtores persistem nessa cultura só por não haver op o para as suas terras, pois os preços atrapalham muito esses agricultores. “O Brasil é o país onde se come o arroz mais barato no mundo”, afirma.

Números do Irga apontam o Rio Grande do Sul com 18 mil produtores, sendo grande parte deles de pequeno porte, com áreas de plantio que vão de 150 a 200 hectares, em média. Esses números relevantes do estado do Sul são fundamentais para que o Brasil seja o maior produtor de arroz do mundo fora da Ásia. No entanto, o consumo vem diminuindo. “Houve uma redu o do consumo *per capita* de arroz no Brasil de 17%, pelo menos, nos últimos 20 anos”, alerta Barata, dizendo que alguns preconceitos sobre o arroz estão sendo determinantes para essa baixa no consumo.

A  tica da indústria

José Rubens Arantes   diretor de suprimentos da Camil. Segundo ele, na mais recente safra, a Camil produziu mais de 666 mil toneladas de arroz. Desse total, 55% foram comercializados com a própria marca Camil. Já o restante, foi dividido entre suas marcas regionais, as marcas próprias que produz e o que é comercializado a granel, além do que tem como destino o mercado externo. Toda a produ o vem de parceiros, visto que a empresa não planta arroz (uma praxe do setor).

“Atualmente, temos mais de 500 fornecedores de arroz cadastrados e com produção nas regiões Sul, Centro-Oeste e Nordeste. Grande parte de nossos fornecedores parceiros está concentrada no Rio Grande do Sul e, por isso, nossas plantas de empacotamento de arroz estão sediadas naquela região, embora também tenhamos empacotamento no Maranhão e Mato Grosso”, comenta Arantes.

O diretor da Camil diz que 9% de todo o arroz comercializado são destinados à exportação e que esse volume cresce expressivamente. Segundo ele, só no ano passado o volume de arroz exportado cresceu 34%, comparado ao ano anterior. “Os principais destinos são EUA, Espanha, Japão, Suíça, Antilhas Holandesas e Portugal.” Outro fator de destaque do setor, segundo Arantes, seria o crescimento do consumo de arroz integral. “Só no ano passado crescemos 12% nesse segmento”, conclui.

Augusto Lauro Oliveira Junior, vice-presidente da **Josapar**, conta que a empresa produz 432 mil toneladas de arroz por ano. A sua produção é comercializada com as marcas Tio João e Meu Biju, de forma nacional. No entanto, a Josapar tem marcas regionais: No Ponto, Beleza, Bataclan, Impacto, Exato, Tio Mingote, Pedrinho – e o de variedade de cozinha japonesa Nikkoh.

“Fabricamos 12 tipos de arroz. Mas o que nos chama muito a atenção no mercado atual é o aumento do consumo de produtos com o mote de mais saudáveis. Nesse ponto, o arroz dos tipos considerados mais saudáveis, como o integral, chegam a ter um crescimento de 15% ao ano”, destaca Junior.

A SLC Alimentos beneficia 360 mil toneladas do grão por ano entre suas unidades do Rio Grande do Sul e Tocantins. A marca carro-chefe da companhia leva o nome Namorado. A empresa também possui as marcas regionais Americano, Bonzão e Butui. A produção se dá por meio de parcerias com 350 produtores do Rio Grande do Sul, principalmente e 50 no Tocantins. A expectativa da SLC é crescimento do setor.

“Aparentemente, a queda de consumo de arroz no Brasil, registrada nas últimas três décadas, se deu principalmente



ARANTES, DA CAMIL: No ano passado, as exportações de arroz cresceram 34%

pela mudança de hábitos de consumo, além do advento às refeições fora de casa e ao fast-food, que começam a ceder espaço à retomada de uma alimentação mais saudável”, analisa o gerente comercial da SLC, Chesman Carvalho.

O otimismo da SLC é tanto, que neste ano deve investir bastante em campanhas promocionais nos pontos de venda. “O objetivo é destacar características específicas dos nossos produtos, promovendo a experimentação e estreitando o relacionamento com o consumidor final”, explica Carvalho.

O gerente comercial salienta a importância da boa alimentação e quanto o consumo de arroz deve ser retomado, em detrimento de outros alimentos nem um pouco saudáveis. “Podemos ir do tradicional arroz branco, que combina com os mais diferentes pratos, até o integral, que é o queridinho das dietas, passando pelo parboilizado. Arroz é um dos alimentos preferidos dos brasileiros e faz bem”, conclui. 

O Rio Grande do Sul é responsável por 68% a 70% da produção nacional