

Avipal quer Elegê mais forte no interior de SP.

Sérgio Bueno De Porto Alegre.

A Avipal iniciou uma ofensiva para aumentar a participação da sua divisão de lácteos Elegê no mercado de leite longa vida no interior de São Paulo e reforçar a liderança nacional no segmento, obtida depois da crise enfrentada pela maior concorrente no país, a Parmalat. A operação faz parte da estratégia implementada pela consultoria Galeazzi e Associados, que em janeiro assumiu a gestão interina do grupo gaúcho para reestruturar suas operações comerciais, industriais e administrativas. O prazo do contrato é de um ano e dois meses e pode ser renovado.

Segundo Carlos Aguilera, um dos cinco integrantes da Galeazzi que comandam a operação da Avipal, com reforços nas áreas comercial e de distribuição a Elegê aumentou em 104% as vendas físicas no interior paulista no bimestre abril-maio em relação ao mesmo período de 2003. Com isso, a empresa já supre 5,3% da demanda do interior e quer chegar à liderança do maior mercado de leite longa vida no país, responsável por 26,4% do consumo nacional de 4,7 bilhões de litros por ano. Hoje ela está em quinto lugar, segundo o instituto Nielsen.

Auxiliada também pela queda da Parmalat, a Elegê já aumentou para 11,7% sua participação no mercado brasileiro neste segmento de produto em abril-maio, ante 6,9% no mesmo período de 2003, quando aparecia em segundo lugar no ranking do instituto Nielsen, atrás da concorrente italiana. Ao mesmo tempo, a Parmalat caiu de 13,7% para 2,8% e ficou em quinto lugar. No total, a captação de leite da empresa gaúcha cresceu 8% desde o fim de 2003, para uma média diária de 2 milhões de litros.

Para sustentar os planos de crescimento, a Avipal pretende investir R\$ 50 milhões este ano, ante R\$ 24,5 milhões em 2003. Os aportes envolvem todas as áreas de atuação do grupo, que incluem aves, suínos e grãos, e a relação completa dos projetos será apresentada nas demonstrações de resultados do segundo trimestre, nesta semana. Em agosto, a Elegê, que responde por 43% do faturamento do grupo, também coloca no ar, em três redes nacionais de televisão, uma campanha promocional e institucional orçada em R\$ 5 milhões.

Para o analista Fábio Alperovich, da Fama Investimentos, o resultado da Avipal no primeiro trimestre já trouxe reflexos da administração interina da Galeazzi, que pode estar preparando o grupo para uma venda no futuro. A receita líquida consolidada da empresa aumentou 14,3%, para R\$ 445,1 milhões, enquanto as despesas com vendas, gerais e administrativas recuaram 9%, para R\$ 90,7 milhões. O lucro líquido consolidado avançou 185%, para R\$ 13,4 milhões.

Fonte: Valor Econômico (26/07/2004).