

# Fabricantes de alimentos investem para reduzir sódio

## INDÚSTRIA

● A demanda por alternativas ao uso do sódio na indústria de alimentos, em decorrência das metas do Ministério da Saúde para redução do teor de sódio nos alimentos, deve atrair novos investimentos no setor.

“O mercado de sódio no Brasil ainda é pouco explorado, embora a discussão tenha cinco anos”, diz o presidente para América Latina da Nutriox, Jean Secondi. A empresa, focada em soluções para redução de sal na indústria, aposta na busca de produtos substitutos para atender às regras.

“Primeiro, as indústrias investiram na retirada do sal, agora ingressam numa segunda fase, que é a redução do sódio”, acrescenta. Embora não exista uma projeção exata de quanto esse mercado pode movimentar, os parâmetros fixados pelo governo indicam a dimensão do potencial de negócios.

Desde junho de 2014, a Nutriox trabalha na instalação de um laboratório de pesquisa no Brasil. A empresa planeja desenvolver produtos específicos para cada cliente, além de terceirizar a produção.

Na Bunge, seis tipos de margarinas foram reformulados em 2013 para atender a exigência go-

vernamental. Já a M. Dias Branco (marcas Adria e Basilar), investiu R\$ 3,1 milhões em pesquisa, desenvolvimento e inovação, em 2014. Parte desse aporte foi destinada à redução do sódio. Na BRF, o sódio também vem sendo diminuído com investimentos em tecnologia para desenvolver ingredientes. **PÁGINA 6**

## DESTAQUES

### Clínicas de saúde e beleza apostam no público masculino

O empresário e médico José Bento de Souza viu a preocupação de homens com a imagem profissional, além da mudança cultural, e aposta em clínicas de beleza e saúde para esse público. **PÁGINA 8**

DIVULGAÇÃO



### Alta do dólar reforça necessidade de planejamento para intercâmbio

A alta de 41,8% do dólar americano nos últimos 12 meses incentiva outros destinos para o intercâmbio estudantil, como Canadá, Austrália, Nova Zelândia, Inglaterra e África do Sul e aumenta a necessidade do planejamento financeiro das famílias brasileiras. **PÁGINA 16**

### Apenas oito grupos detêm 31% dos shoppings em todo o Brasil

Apenas 26 administradoras detêm hoje 62% do mercado de shoppings no País, conforme levantamento da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca). Oito grupos, com capital aberto, controlam 31% dos empreendimentos brasileiros. **PÁGINA 10**

### Setor apícola busca explorar novos mercados no exterior

Na tentativa de ampliar as exportações brasileiras de mel, a Associação Brasileira de Exportadores de Mel (Abemel) realizou, entre os dias 10 e 11 deste mês, rodada de negócios entre produtores e possíveis compradores. Grande parte deles era de estrangeiros. **PÁGINA 11**

### Concentração do mercado de cartões de crédito sobe para 90%

A concentração do mercado das credenciadoras de cartões de crédito aumentou de 88%, em 2013, para 90% no final de 2014. O fim da exclusividade entre as maiores bandeiras e as maiores operadoras de cartão abriu espaço para que novas credenciadoras iniciassem as atividades no setor de aquisição brasileiro. **PÁGINA 17**



ESTADÃO CONTEÚDO

## PLANO DE NEGÓCIOS DA PETROBRAS

### Prioridade para poços de rápido retorno

Para gerar caixa e reduzir o endividamento, a Petrobras deve focar investimentos em áreas onde a exploração é mais fácil, preveem analistas. Nos próximos cinco anos, a empresa deve atuar para inaugurar poços com retorno rápido. **PÁGINA 7**



ESTADÃO CONTEÚDO

## Custos em logística só caem em 3 anos

### CONCESSÕES

● Os R\$ 198,4 bilhões da nova etapa do Programa de Investimento em Logística (PIL) representaram um aparente avanço para o escoamento da produção agropecuária, mas, na prática, o impacto no bolso do produtor, estimado entre 30% e 34% em redução de custos, deve vir só em 2018. Anúncio na última semana pela presidente Dilma, o plano de concessões trouxe soluções emergenciais. **PÁGINA 3**

## R\$ 195 BI

● É quanto o Brasil precisa para melhorar somente o escoamento do setor agropecuário. Entretanto, dos R\$ 198,4 bilhões apresentados no PIL, apenas R\$ 43,4 bilhões coincidem com as necessidades apontadas por especialistas.

## MERCADOS

### ÍNDICE BOVESPA



53.347  
(Pontos)  
-341  
(Pontos)  
**-0,64%**

### DÓLAR COMERCIAL



3.1112  
(R\$)  
-0,0282  
(R\$)  
**-0,90%**

### PETRÓLEO WTI



59,96  
(US\$/Barril)  
-0,81  
(US\$/Barril)  
**-1,33%**

### EURO



3.5082  
(R\$)  
-0,0321  
(R\$)  
**-0,91%**

### OURO



118,20  
(R\$/Gramas)  
+0,45  
(R\$/Gramas)  
**+0,38%**

### CAFÉ ALTA MOGIANA



429,78  
(R\$/Saca)  
+7,00  
(R\$/Saca)  
**+1,66%**

## Supersimples estimulará empregos

### CÂMARA

● Desoneração dos setores de serviços que mais geram empregos vai nortear o relatório do projeto de revisão do Supersimples, do deputado federal João Arruda (PMDB-PR). O texto será debatido nesta semana na Câmara. **PÁGINA 13**

## Como equilibrar a cobrança de tributos

### EQUIDADE

● Além da proposta de correção da tabela do Imposto de Renda, especialistas sugerem outras formas de cobrança de tributos mais equilibradas, e que poderiam ser implementadas no País. **PÁGINA 4**

# Negócios

De acordo com a Abia, o governo espera retirar do mercado 28 mil toneladas de sódio até 2020. Para fornecedores da indústria, a busca por alternativas pode ajudar a movimentar as vendas

## Meta de redução de sódio pode atrair investimentos no setor de alimentos

### BENS DE CONSUMO

Jéssica Kruckenfellner  
São Paulo  
jessica.moraes@dci.com.br

● A demanda por alternativas ao uso do sódio na indústria de alimentos deve crescer nos próximos anos, segundo executivos ouvidos pelo DCI. O movimento pode ser estimulado pelas metas do Ministério da Saúde para redução do teor de sódio nos alimentos.

“O mercado de sódio no Brasil ainda é pouco explorado, embora a discussão tenha começado há cerca de cinco anos”, observa o presidente para América Latina da Nutriox, Jean Secondi.

Ele conta que a empresa, focada em soluções para redução de sal na indústria, está apostando na demanda por alternativas para atender às metas do governo.

“Primeiro, as indústrias investiram na retirada do sal, agora elas estão ingressando numa segunda fase, que é a redução do sódio”, diz ele. Para o executivo, embora não exista uma projeção exata de quanto esse mercado pode movimentar, a meta estabelecida pelo governo é o melhor parâmetro do potencial de negócios no setor.

O objetivo do governo é que até 2020 sejam retirados cerca de 28 mil toneladas de sódio do mercado, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos (Abia).

Desde junho do ano passado a empresa investe na instalação de um laboratório de pesquisa no Brasil. Secondi explica que a empresa planeja desenvolver produtos específicos para cada cliente e terceirizar a produção.

Ele conta que a Nutriox quer atender toda a cadeia de alimentos, desde fabricantes e cozinhas industriais, até o consumidor final.

A empresa espera oferecer produtos que respondam por uma redução de até 20% no teor de sódio dos alimentos.



Custo para substituir sódio está na mira da indústria e fornecedores

Depois do Brasil, o plano é explorar o mercado potencial em outros países da América Latina que têm políticas de redução da substância.

“O preço também é parte importante da nossa estratégia e a nossa meta é que o custo com a substituição do sódio para os nossos clientes da indústria represente um acréscimo de menos de 1% no custo total de produção”, explica ele.

Na Bunge, seis produtos do portfólio de margarinas foram reformulados em 2013 para atender a meta de redução de sódio do governo. A companhia trabalha em parceria com outras empresas do setor e o Ministério da Saúde no Acordo para Redução de Sódio em Alimentos Processados.

De acordo com seu último relatório de sustentabilidade, a Bunge também tem metas pa-

ra diminuir o sódio nas linhas para *food service* e indústrias. Além disso, a companhia investe para reduzir o teor de gordura trans dos produtos e destaca a importância do impacto nos custos para a adesão às medidas de redução.

“O aumento das linhas compostas por produtos com gorduras vegetais de baixos teores de gorduras trans depende da adesão desses ingredientes por um número maior de indústrias, especialmente as pequenas e médias. Isso porque essas empresas são sensíveis a qualquer variação de custo de matéria-prima, e as mudanças demandam investimentos em pesquisa e desenvolvimento”, destaca a Bunge em relatório.

Já a M. Dias Branco, dona das marcas, Adria e Basilar, investiu R\$ 3,1 milhões em pesquisa, desenvolvimento e ino-

**7,6**  
● toneladas de sódio foram retiradas dos alimentos no período entre 2011 e 2014.

**21,1%**  
● foi o percentual de redução de sódio nos rocambolos, categoria com o maior recuo.

**5,8%**  
● foi a redução na categoria de biscoito salgado. O pior desempenho no período.

**95%**  
● dos produtos avaliados pelo Ministério da Saúde tiveram o teor de sódio reduzido.

congeladas até o final do ano. A ação incluirá também a remoção de aromatizantes. Ao todo, as medidas adotadas devem impactar mais de 250 produtos do portfólio.

### Consumidor final

A Abia ressalta, entretanto, que apesar da iniciativa do setor para reduzir o sódio, o consumidor final ainda responde pela maior parte da adição da substância aos alimentos.

“A indústria é responsável por apenas 23,8% de todo o sódio consumido pelos brasileiros, contra 76,2% que é adicionado diretamente pelo próprio consumidor em restaurantes e preparações culinárias”, pondera a associação em seu site.

Para atender a demanda desses consumidores, a paranaense Sanibras lançou em março desse ano um salgante sem sódio para substituir o sal no consumo doméstico.

“Desde o lançamento a aceitação do produto tem sido boa, com o consumidor passando a procurar os produtos nos pontos de venda”, revela o diretor de marketing da empresa, Glauco Lichoveski.

O executivo explica que a empresa optou por vender o produto primeiro em farmácias, com foco nos consumidores hipertensos. “Por ter preço elevado quando comparado ao sal tradicional, nosso foco agora é em quem precisa do produto por questões relacionadas a saúde”, diz ele. Uma embalagem com 100 gramas é vendida por cerca de R\$ 26.

Lichoveski afirma que a Sanibras está investindo para reduzir em 20% o preço do produto nos próximos 12 meses. Paralelamente, vai ampliar a distribuição para supermercados com novas embalagens e estuda fornecer o produto para as indústrias. Atualmente, a empresa vende em média 50 mil unidades por mês.

“As metas e o incentivo do governo para redução do uso e consumo de sódio tem feito com que as pessoas fiquem mais propensas a buscar alternativas”, reconhece ele.

### Tendência global

No início deste mês, a Nestlé anunciou que cortará o sal em alguns alimentos comercializados nos Estados Unidos. A meta da gigante do setor é reduzir em até 10% a quantidade de sal em seus lanches e pizzas

## Indústria de autopeças fatura 14,7% menos

### CADEIA AUTOMOTIVA

● A forte crise pela qual passa a indústria automotiva brasileira já afeta intensamente o segmento de autopeças no País. O faturamento líquido do setor acumula queda de 14,73% no primeiro quadrimestre de 2015 em comparação com igual período do ano passado.

De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), essa retração é reflexo principalmente da queda de

22,63% nas vendas de peças para as montadoras – responsáveis pela maior fatia do setor –, como resultado do forte recuo da produção de veículos.

Nesse cenário, as vendas de peças para montadoras vêm diminuindo sua representatividade no faturamento geral. Em abril, eram responsáveis por 60,2%, quase oito pontos percentuais a menos do que em maio do ano passado (67,9%). Com queda acumulada de 21,05% no primeiro quadrimestre, as vendas de autopeças intrassetoriais também reduziram sua participação no

faturamento total para 2,9% em abril deste ano, ante 3,1% em maio de 2014. Na contramão, os segmentos de reposição e exportações de peças, únicos a apresentar dados positivos de vendas, aumentaram sua representatividade no faturamento total de 14,5%, em ambos os casos, para 16,9% e 20%, respectivamente.

De janeiro a abril deste ano, a produção industrial de autopeças acumula queda de 11,55%. Com isso, a capacidade ociosa das fábricas de autopeças atingiu 33,1% em abril. /Estádio Conteúdo

## Vendas da VW caem em maio

### VEÍCULOS

● As vendas do grupo Volkswagen recuaram pelo segundo mês seguido em maio e em um ritmo mais rápido do que o de abril, evidenciando as dificuldades da montadora com a fraqueza principalmente dos mercados emergentes.

As entregas do grupo de 12 marcas, incluindo a divisão de luxo Audi e a fabricante de carros esportivos Porsche, recuaram 2,6%, para 858 mil veículos em maio, afirmou a Volkswagen na última sexta-feira (12).

Em abril, as vendas da companhia tinham caído pela primeira vez em ao menos de quatro anos e meio, em 1,3% na comparação anual.

A divisão global de veículos para passageiros do grupo alemão entregou 2,48 milhões de unidades de janeiro a maio deste ano, um declínio de cerca de 3% em relação a igual período de 2014.

“As entregas da marca diminuíram ligeiramente em um ambiente de mercado tenso”, afirmou em nota o membro do conselho de vendas e marketing para o grupo Volkswagen, Christian Klingler. /Agências