

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA – UNIVEM
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANA HELENA DE ALMEIDA OLIVEIRA
ANA REGINA CASAGRANDE
JADY GIMENES MARTINS**

MARÍLIA – CAPITAL NACIONAL DO ALIMENTO?

MARÍLIA
2008

ANA HELENA DE ALMEIDA OLIVEIRA
ANA REGINA CASAGRANDE
JADY GIMENES MARTINS

MARÍLIA – CAPITAL NACIONAL DO ALIMENTO?

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador:
Prof. ELTON AQUINORI YOKOMIZO

MARÍLIA
2008

CASAGRANDE, Ana Regina, MARTINS, Jady Gimenes, OLIVEIRA, Ana Helena de Almeida,

Marília – Capital Nacional do Alimento? Ana Helena de Almeida Oliveira, Ana Regina Casagrande, Jady Gimenes Martins; orientador: Elton Aquinori Yokomizo. Marília, SP: [s.n.], 2008.

48 f.

Trabalho de Curso (Graduação em Administração) – Curso de Administração, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, Marília, 2008.

1. Alimentos 2. Marília 3. Slogan

CDD: 658



FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"
Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM
Cursos: Administração de Empresas, Análise de Sistemas, Comércio Exterior, Marketing.

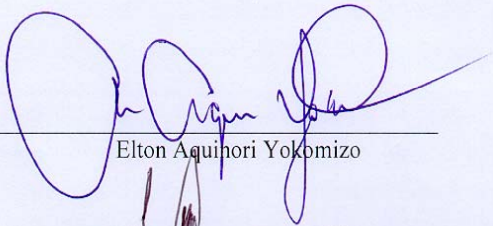
Jady Gimenes Martins - 34198-3
Ana Helena de Almeida Oliveira - 34399-4
Ana Regina Casagrande - 35291-8

TÍTULO "MARÍLIA - CAPITAL NACIONAL DO ALIMENTO "

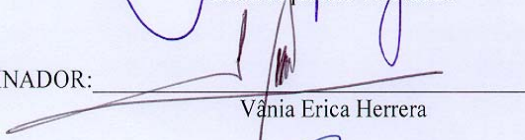
Banca examinadora do Trabalho de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Administração de Empresas da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Administração de Empresas.

Nota: 8,0

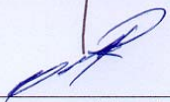
ORIENTADOR: _____


Elton Aquinhori Yokomizo

1º EXAMINADOR: _____


Vânia Erica Herrera

2º EXAMINADOR: _____


Eduardo Rino

Marília, 20 de novembro de 2008.

**Dedicamos a nossos pais, que sempre estiveram
ao nosso lado em todos os momentos de nossas vidas
e contribuíram para a realização de um grande sonho.**

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradecemos a Deus que sempre iluminou nossos caminhos para a conquista desta grande jornada de nossas vidas.

Em especial, nossos agradecimentos ao Orientador e Prof. Elton Yokomizo, pela paciência, ajuda e dedicação ao grupo.

À todos os professores durante esses 4 anos de muita aprendizagem.

Aos nossos familiares que sempre nos apoiaram e estiveram ao nosso lado nos momentos de desânimos dessa árdua jornada.

Aos amigos conquistados, aos amigos de infâncias e todos aqueles que ao nosso redor reservaram tempo e paciência para nos apoiar, contribuindo direta e indiretamente na elaboração deste trabalho.

*"A vida é a arte do encontro, embora haja
Tanto desencontro pela vida. É preciso
encontrar as coisas certas da vida para que
ela tenha o sentido que deseja. Assim, a
escolha de uma profissão também é arte de
um encontro, porque uma vida só adquire
vida quando emprestamos nossa vida para o
resto da vida"*

Vinícius de Moraes

CASAGRANDE, Ana Regina, MARTINS, Jady Gimenes, OLIVEIRA, Ana Helena de Almeida. Marília – Capital Nacional do Alimento. 2008. 48 f. Trabalho de Curso (Graduação em Administração) – Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2008.

RESUMO

O presente trabalho do curso de administração com linha de formação em gestão empresarial tem como objeto de estudo, “Marília Capital Nacional do alimento”. Alimentos são todas as substâncias utilizadas pelos animais como fontes de matéria e energia. Há diferentes tipos de cadeias alimentares. Marília é uma cidade localizada no Centro Oeste Paulista e foi na década de 40 que ocorreu o surgimento do desenvolvimento industrial com a cultura do café, tornando-se responsável pela organização do espaço regional e colonização da região. A exportação e importação abrangem diversos países e diferentes ramos industriais. A ADIMA – Associação das Indústrias de Alimentos de Marília é a principal ferramenta utilizada com dados estatísticos da cidade, ajudando a localizar justificativas do slogan. A exportação e importação abrangem diversos países e diferentes ramos industriais, originando uma balança comercial favorável. O slogan foi originado por uma lei do vereador Válder Luís Cavina, e consequentemente aprovada por unanimidade pela Câmara Municipal de Marília, e pelo Exmo. Sr. Ex-Prefeito Municipal Dr. José Abelardo Guimarães Camarinha. Há outras cidades que levam o título de capital nacional, como por exemplo, capital nacional do tricot, das letras, dos doces, etc. Marília está diretamente ligada à comercialização de amendoins, balas e confeitos, gomas de mascar e não aos diferentes tipos de alimentos e fontes de energias.

Palavras-chave: Alimentos. Marília. Slogan.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa de localização da cidade de Marília	13
Figura 2 – Bandeira de Marília	14
Figura 3 – Brasão de Marília	14
Figura 4 – Slogan de Marília	30
Figura 5 – Lei Ordinária nº 4.566	31
Figura 6 - Lei Ordinária nº 4.566	32

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

ABIA: Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação

ABICAB: Associação Brasileira das Indústrias de Chocolate, Cacau, Balas e Doces

ACIM: Associação Comercial e Industrial de Marília

ADIMA: Associação das Indústrias de Alimentos de Marília

CIESP: Centro das Indústrias do Estado de São Paulo - Diretoria Regional Marília

FIESP: Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1 – Setores das Indústrias de Marília	19
Tabela 1 – Capacidade de Produção do Setor Alimentício de Marília.....	37
Tabela 2 – Marília – Principais Países de Exportação.....	38
Tabela 3 – Marília – Exportações de Alimentos nos anos de 2007 e 2008	39
Tabela 4 – Marília – Principais Países de Importação.....	40
Tabela 5 - Importações de Alimentos nos anos de 2007 e 2008	41
Tabela 6 – Balança comercial de Marília	42

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
 CAPÍTULO 1 – MARÍLIA	14
1.1 Histórico da Cidade	14
1.2 Desenvolvimento Industrial.....	16
1.3 Entidades e Destaques	18
1.4 Indústrias e Comércio	19
1.5 Prestação de Serviços	20
 CAPÍTULO 2 – CONTEXTO GERAL: ALIMENTOS	21
2.1 Conceito	21
2.2 Nutrientes	21
2.3 Cadeias Alimentares	23
2.3.1 Níveis da Cadeia Alimentar.....	23
2.4 Fontes de Energia	25
 CAPÍTULO 3 - CAPITAIS NACIONAIS	26
3.1 Capital Nacional Do Tricot	26
3.2 Capital Nacional das Letras.....	27
3.3 Capital Nacional dos Doces.....	27
3.4 Capital Nacional Do Alimento	30
3.4.1 Surgimento do Slogan	30
3.4.2 Oficialização do Slogan.....	30
3.4.3 Registros	32
 CAPÍTULO 4 -MARÍLIA – CAPITAL NACIONAL DO ALIMENTO?.....	33
4.1 Principais Produtos Alimentícios De Marília.....	33
4.1.1 Amendoim	33
4.1.2 Balas e Confeitos	34
4.1.3 Goma de Mascar.....	34
4.1.4 Chocolate	35
4.1.5 Biscoitos	36
4.2 Produção do Setor Alimentício	36
4.3 Comércio Exterior	37
4.3.1 Exportação	37
4.3.2 Importação	40
4.3.3 Balança Comercial.....	41
4.4 Cluster.....	42
 CONCLUSÃO.....	44
 REFERÊNCIAS	46

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta um estudo realizado na cidade de Marília. Seu objetivo foi tentar entender e questionar porque Marília é reconhecida como Capital Nacional do Alimento.

Antes de iniciar o estudo da cidade de Marília e sua produção no ramo alimentício determinamos como objetivo mostrar o verdadeiro significado mundial da palavra alimento, através do seu conceito e desenvolvimento histórico. Abrangemos também suas cadeias alimentares e a função de fonte de energia.

Reunindo informações sobre as indústrias alimentícias, seus produtos, um pouco da história da cidade, foi possível rebater este assunto de forma clara e objetiva para todos que se interessam em compreender este slogan tão privilegiado para a cidade.

- **Objetivos do trabalho**

Entender porque Marília é considerada a capital do alimento.

Apresentar dados relacionados a alimentos nas diversas associações da área.

- **Justificativa**

De acordo com o artigo publicado no site da ADIMA¹ (2008) a cidade de Marília possui estatísticas que demonstram a capacidade de produção no setor alimentício, que justificam o título de "Capital Nacional do Alimento", como por exemplo:

- produz 32.000 toneladas de alimentos por mês
- 80 embalagens produzidas em Marília são abertas a cada segundo
- possui a maior frota de caminhões do país, aproximadamente 2.000 caminhões, utilizados para o transporte dessa produção.
- todos os estados brasileiros recebem os produtos aqui fabricados
- gera R\$ 75.000.000 de receita bruta direta por mês
- é responsável por 7.000 empregos diretos• 15.000 empregos indiretos
- possui mais de 100 indústrias que compõem o segmento alimentício

¹ <http://www.foods-adima.com.br/>

- Metodologias de Pesquisa

Coleta de dados secundários nas entidades abaixo relacionadas, estudos e pesquisas junto a periódicos, observação e análise das indústrias de alimentos de Marília.

- ADIMA (Associação das Indústrias de Alimentos de Marília)
- SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas)
- ACIM (Associação Comercial e Industrial de Marília)
- ABIA (Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação)
- ABICAB (Associação Brasileira das Indústrias de Chocolate, Cacau, Balas e Doces)
- CIESP MARÍLIA (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo - Diretoria Regional Marília)
- FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo)

CAPÍTULO 1 - MARÍLIA

Figura 1 – Mapa de localização da cidade de Marília



Fonte: www.marilia.sp.gov.br/prefeitura/index.html (2008)

1.1 Histórico da cidade

No princípio do século 20, nenhum homem civilizado habitava a imensa área coberta por matas virgens, situada a Oeste do Estado de São Paulo e delimitada pelos rios Feio e Peixe, onde se localiza hoje a cidade de Marília.

No início do século, sobre o antigo aldeamento, os índios coroados ocuparam a cabeceira do Ribeirão do Pombo, hoje perímetro urbano da cidade, e rapidamente surgiram extensas plantações de café. As terras de excepcional qualidade atraíram os primeiros pioneiros vindos de várias regiões, ávidos de riqueza e colheitas.

Os primeiros a chegar na região foram Antônio Pereira da Silva e seu filho José Pereira da Silva, que em 1923 adquiriram 53 alqueires de terra, os quais vieram a constituir o patrimônio "Alto Cafezal", primeiro nome dado à Marília.

Em 1926, Bento de Abreu Sampaio Vidal adquiriu uma extensa faixa de terra no espigão Feio-Peixe e tratou imediatamente de proceder ao loteamento de seu patrimônio.

Em 22 de dezembro de 1926, foi criado o Distrito da Paz de Marília; em 24 de dezembro de 1928, a criação do município pela Lei 2.320 de 24/12/1928; em 04 de abril de

1929 ocorreu a instalação do município, data de comemoração do aniversário da cidade; e em 27 de junho de 1933, foi criada a comarca de Marília.

Nesta época, a então Companhia Paulista de Estradas de Ferro, avançava seus trilhos de Piratininga para o espigão, chegando a Lácio, e, de acordo com as normas da Companhia, as estações que iam sendo inauguradas nesse ramal, eram denominadas por ordem alfabética. Dessa maneira a próxima estação a inaugurar deveria ter seu nome começado pela letra "M".

Foram propostos diversos nomes, entre eles: "Marathona", "Macau" ou "Mogúncia". Não satisfeito com nenhum deles, Bento de Abreu em uma viagem à Europa, inspirou-se no livro "Marília de Dirceu" de Thomaz Antônio Gonzaga, de onde extraiu o nome para a estação: "Marília", que depois passaria a se tornar também o nome da cidade.

“[...] Partindo para Europa, lembro-me bem, que, uma tarde de sol, antes do Estreito de Gilbratar, procurei um livro na biblioteca do “Giulio Cesare” e o primeiro que li foi o de “Marília de Dirceu”, o famoso poema de Thomaz Antônio Gonzaga. No mesmo momento lembrei-me que, seria “Marília”, o nome da nova cidade, pois nenhum outro começado por “M” seria tão sonante e tão nosso.” (LARA, 1991, p. 19).

Figura 2 - Bandeira de Marília



Figura 3 - Brasão de Marília



Fonte: www.nossosaopaulo.com.br (2008)

Marília é uma das poucas cidades que tem a preocupação de preservar a sua história para que os fatos não se percam com o passar dos anos. A cidade possui uma Comissão de Registros Históricos constituída por pioneiros da cidade, que fazem a pesquisa de dados e coleta de informações que são organizadas por ordem cronológica e por assuntos, contando inclusive com fitas de vídeo gravadas com depoimentos dos seus fundadores e pioneiros já falecidos. Esta comissão tem sede própria, que se localiza no mesmo prédio da Câmara Municipal de Marília, onde todos os dias reúnem-se visitantes, convidados e os membros do grupo para uma boa prosa de saudosismo e resgate de nossa cultura.

1.2 Desenvolvimento Industrial

Segundo Rosalina Tanuri² (2003), membro da comissão organizadora dos registros históricos da câmara municipal da cidade de Marília, a industrialização da cidade teve início em 1930, porém só se estabilizou totalmente a partir da década de 1940. O principal marco do desenvolvimento industrial de Marília foi a crise do café de 1929, o que fez com que se tornasse explícita uma característica marcante na cidade, a de oferecer excelentes áreas para instalação de agroindústrias no município.

A base do desenvolvimento da cidade de Marília foi à cultura do café, substituído posteriormente pelo algodão que se tornou atrativo para a instalação de duas fábricas de óleo, que associado a cultura do amendoim gerou um significativo crescimento urbano entre 1934 e 1935.

O início de industrialização ocorreu com a construção de ferrovias e aberturas para as estradas de rodagem que ligava Marília às regiões Noroeste, Sorocabana e Norte do Paraná.

Na década de 1940 a cidade se firmou como pólo de desenvolvimento do Oeste Paulista, quando se verificou um grande crescimento urbano e populacional.

O desenvolvimento industrial de Marília pode ser dividido em três ciclos, que serão vistos a seguir.

- Primeiro ciclo industrial

O primeiro ciclo industrial de Marília se consolida entre os anos 1940 e 1960, com base na agroindústria.

As primeiras indústrias da cidade eram basicamente serrarias, olarias e de beneficiamento de arroz e café. O pioneirismo no setor alimentício foi alavancado pela Ailiram, fundada em 1945 e originada a partir da venda de quatro pequenos negócios. A empresa surgiu sob o comando de Santo Barion e filhos, na Rua São Luiz, onde produziam balas e biscoitos.

Naquela época as balas fabricadas em São Paulo pela lacta e pan dificilmente chegavam até Marília. Devido a este fato, ocorreu o crescimento rápido da empresa na cidade, o que gerou interesse na multinacional suíça, Nestlé S/A, de comprá-la e expandir sua

² Livro: Marília, chão do nosso amor. 1. ed. Marília: Coletânea de crônicas sobre as “raízes” da cidade, p. 18.

produção, passando a distribuir os seus produtos tanto no território nacional como internacional.

No mesmo ano começou a funcionar na cidade as Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo, com processamento de algodão, arroz e produção de óleo. A empresa foi desativada em 1975 e parte da área (caldeira e chaminé) está tombada como patrimônio histórico pelo CONDEPHAAT – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo.

Já em 1948 chega à Marília o Pastificio Marília, indústria de massas alimentícias trazida de Ibitinga por Romildo Raineire e seus irmãos, e localizada onde hoje é o “abandonado” shopping Alto Cafezal. Posteriormente transformou-se em irmãos Raineri Ind. E Com. S.A., que depois foi adquirida pela Àdria/Quaker e posteriormente desativada.

Em 1953 surge em Marília uma empresa chamada Cervejaria Alta Paulista, fundada por Ernesto Basta, que lançou na cidade uma cerveja preta cujo nome proveio de seu sobrenome: Cerveja Basta. Em 1955, a cervejaria foi comprada pela Companhia Antártica Paulista, funcionando sob a razão social Cervejaria Bavária S/A, que em 1962 foi modificada novamente para Companhia Antártica Paulista.

Em 1957 instala-se a Indústria Zillo, que inicia na cidade a produção de óleo de amendoim e girassol, e que posteriormente, com a diminuição da matéria-prima para esses produtos, passou a produzir óleo à partir da soja.

No mesmo ano a Xereta foi fundada por Francisco Xavier Ambrósio, proprietário da padaria Seleta e um dos pioneiros de Marília. Na época, sua panificadora era considerada a melhor e mais bem montada da cidade. O estabelecimento estava situado na Rua Pedro de Toledo, local onde se iniciou a produção de biscoitos Xereta, marca que ficou conhecida nacionalmente.

E foi também em 1957 que a Marilan – hoje a Marilan Alimentos S.A., a quarta maior produtora de biscoitos do país -, foi fundada pelo Sr. Maximiliano Garla e mais três sócios; Lídio Colerato, Adelino Rotole e posteriormente Laurindo Fontana.

Estatísticas da época apontavam uma empresa com 40 funcionários, área industrial de 600m², um forno “vulcão” de 16 metros movido a óleo diesel, produção que chegava a 300 kilos/horas e cinco caminhões para os serviços de entrega.

Com a ajuda de seus filhos – José Geraldo, José Rubis e José Carlos – o Sr. Maximiliano transformou a fábrica em uma grande empresa com tecnologia avançada em todos os setores. Atualmente a empresa conta com 1400 funcionários diretos, uma área de 67mil m², capacidade produtiva de 8,5 mil toneladas ao mês e mais de 60 itens produzidos.

No começo da década de 1960 foi fundada por Lázaro Ramos Novaes, as Indústrias Novaes Ltda., que produzia óleo de amendoim (óleo Senhorinha) e óleo de milho (Emílio). Outra empresa da família surge já na década de 1970, o pastificio Gênova, com a produção do macarrão Senhorinha que finalizou o primeiro ciclo industrial da cidade.

- Segundo ciclo industrial

Na década de 1960 e 1970 a cidade viveu uma retração do incremento populacional, pela decadência da cultura do café, algodão e amendoim, passando a predominar a pecuária como atividade principal. O que deu início ao segundo ciclo industrial do município com a instalação de indústrias não pertencentes ao ramo agrícola.

- Terceiro ciclo industrial

O terceiro ciclo de desenvolvimento industrial de Marília surgiu a partir da instalação das universidades na cidade, que passaram a atingir os jovens da cidade e região, num raio de 100 km, além de atrair também outros 15 estados brasileiros.

Este ciclo proporcionou o desenvolvimento e incremento das atividades comerciais na cidade de Marília.

1.3 Entidades e destaques

Segundo José dos Santos dos Reis³, a Secretaria de Indústria e Comércio da cidade de Marília tem procurado criar uma aliança com o CIESP, ADIMA, ACIM, SENAI, SENAC e SEBRAE para que possa assessorar essas entidades no que diz respeito a captação de recursos para o município e ampliação das exportações dos produtos alimentícios da cidade.

As entidades representativas procuram esforços para conquistarem espaço no cenário nacional e internacional. Entre os órgãos governamentais, destacam-se na cidade a ADIMA e o SENAI, que trabalham buscando conquistas para a cidade e dão uma atenção especial para o setor alimentício como dos biscoitos, chocolates, confeitos e panificação

³ José dos Santos Reis é o atual secretário municipal da indústria e comércio de Marília - Revista Foods Ingredients – Secretaria da Indústria e Comércio aposta no crescimento via exportação. Anuário 2005 p. 11

A cidade tem grandes destaques devido à importância do setor alimentício que fomenta novos investimentos. Marília figura como a 2ª cidade em todo o interior de São Paulo, em volume de empregos na indústria e ocupa 4º lugar entre as cidades do estado com menos pobreza.

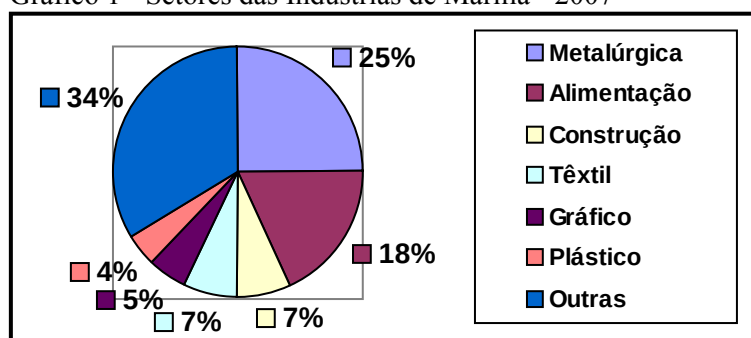
Naturalmente, os resultados são advindos da parceria com o Poder Executivo Mariliense, que não mede esforços e cria possibilidades e benefícios para que mais empresas se estabeleçam na cidade, doando áreas nos distritos industriais, facilitando a rede de energia elétrica, pavimentação asfáltica, esgoto e água.

Outro fator importante são as marcas Marilan, Dori, Nestlé, Bel, Coca-Cola, todas presentes na cidade, que são atualmente grandes destaques no ramo a que pertencem.

1.4 Indústrias e Comércio

Além do ramo alimentício, Marília também conta com indústrias dos mais variados ramos, dos quais destacam-se: metalúrgica (25%); alimentícia (18%); gráfica (5%); plásticos (4%); construção civil (7%); têxtil (7%); entre outras(34%), totalizando 1.095 indústrias.

Gráfico 1 - Setores das Indústrias de Marília - 2007



Fonte: Elaboração própria

Segundo Mário Bulgarelli – atual prefeito da cidade de Marília, “A prefeitura Municipal de Marília e a Secretaria Municipal de Indústria e Comércio vêm fazendo a sua parte, tanto no apoio à classe empresarial como na implementação de políticas públicas que forneçam infra-estrutura e subsídios ao crescimento. A ação da Prefeitura é insubstituível no desenvolvimento da cidade.”

As outras empresas, que correspondem a 34% das indústrias, são responsáveis pela produção de carimbos; aparelhos ortopédicos; xampu; perfume; beneficiamento de arroz; bonés; camisetas; chaveiros; oficinas de consertos; transporte de cargas; toldos; anéis;

pulseiras e brincos; gelo; bonecas e enfeites em geral; bar e sorveteria; colchões; lentes; próteses dentárias; recauchutagem de pneus; brindes em geral; pulseira de relógio; manequins odontológicos; bobinas; velas; travesseiros; talco; artigos para decoração; jóias; box para banheiro; etc.

Por contar com número satisfatório de estabelecimentos comerciais, a cidade é considerada um centro polarizador neste segmento, devido a grande variedade e quantidade de produtos que oferta ao mercado; o que representa uma grande e benéfica expressão econômica para a cidade.

De acordo com Daércio Galati Vieira⁴ (2005) – coordenador executivo da ADIMA, “A evolução tecnológica na área industrial produtiva, teve avanço não somente no setor alimentício, mas também no setor de metalurgia, de serviços, educacional, hospitalar e o próprio centro comercial como fornecedor das cidades da região.”

Onze estabelecimentos da cidade, entre eles empresas do ramo de metalurgia, produtos alimentícios e têxteis, exportam seus produtos principalmente para a América do Sul e Europa.

1.5 Prestação de Serviços

De acordo com os dados publicados no site da prefeitura⁵ de Marília (2007), a cidade conta com mais de 11.782 prestadoras de serviço. Este segmento teve um crescimento expressivo, levando-se em consideração o aumento no número de oficinas de consertos de automóveis; caminhões; motos; rádios, TVs; relógios; jóias e brinquedos, além de contar com prestadoras de serviço no ramo da construção civil; assessoria em informática e instituições financeiras.

O setor educacional contribui muito para o desenvolvimento deste setor, pois além de atuante têm um número significativo de escolas com cursos regulares, profissionalizantes, de nível superior, computação, idiomas, etc.

A predominância na cidade, nessa área de prestação de serviços é de médicos, dentistas, advogados, arquitetos, engenheiros, além de possuir 35 agências bancárias.

⁴ Revista Foods Ingredients – Anuário 2005, p. 21; Marília: centro fornecedor de alimentos e produtos. Edição especial, publicada pela Fonte Comunicações e Editora Ltda.

⁵ <http://www.marilia.sp.gov.br/prefeitura/index.html>

CAPÍTULO 2 – CONTEXTO GERAL: ALIMENTOS

2.1 Conceito

A relação do homem com os alimentos acompanha a história da humanidade. Na pré-história era o homem que cultivava seu próprio alimento; hoje, a ciência pode recriar alimentos. Em volta da mesa, cada etapa da existência humana corresponde a um modo de organização social, econômico e cultural. Hoje não há a existência da comida apenas para sobrevivência do ser humano. Com a tecnologia e as possibilidades de escolha, a alimentação tornou-se parte da identidade de todos os seres humanos.

Segundo o dicionário digital de termos médicos⁶, são considerados alimentos todas as substâncias utilizadas pelos animais como fontes de matéria e energia para poderem realizar as suas funções vitais, incluindo o crescimento, movimento e reprodução.

Os seres humanos são animais onívoros que podem consumir tanto produtos de origem animal como vegetal. Na pré-história, o homem começou como coletor, ou seja, colhendo plantas ou partes delas, como frutos, raízes para se alimentar; mais tarde, principalmente com a descoberta do fogo e de instrumentos, passou a caçador-coletor, ou seja, passou a utilizar também animais na sua alimentação.

Quando os seres humanos criaram algum sentimento de segurança em relação aos alimentos, eles passaram a controlar as plantas e animais de que se alimentavam. Isto conduziu à agricultura e pecuária, que tem melhorado continuamente e alterado a maneira como o alimento é obtido.

2.2 Nutrientes

De acordo com o Doutor Daniel Guidin⁷ (2008), nutricionista, os nutrientes orgânicos incluem carboidratos, gorduras, proteínas (ou outros elementos construtores, como os aminoácidos), e vitaminas. Os compostos químicos inorgânicos incluem os minerais ou água.

⁶ http://www.pdamed.com.br/diciomed/pdamed_0001_00996.php. Dicionário Digital de Termos Médicos – 2007. Organizado por Erida Maria Diniz Leite, enfermeira do hospital universitário Onofre Lopes.

⁷ Daniel Guidin é graduado pela Universidade de São Paulo – USP – Faculdade de Saúde Pública, seu site é www.guidin.ntr.br

Os nutrientes são essenciais para o perfeito funcionamento do organismo e todos os que não podem ser sintetizados pelo próprio organismo têm de ser obtidos de fontes externas.

As características dos diversos tipos de substâncias nutrientes são:

- Carboidratos e lipídios

Os carboidratos e lipídios são nutrientes orgânicos cuja função principal é fornecer energia às células. Alimentos ricos nestes nutrientes costumam ser chamados de alimentos energéticos. Os carboidratos (ou Glicídios) estão presentes nas massas e açúcares e tem a função de produzir e armazenar energia. Já os lipídios são os óleos e as gorduras, tem a função de armazenar energia (reserva alimentar), manter a temperatura e dissolver algumas vitaminas.

- Proteínas

As proteínas são nutrientes orgânicos cuja função principal é fornecer aminoácidos às células. A maior parte dos aminoácidos absorvidos é empregada na fabricação das proteínas específicas do animal. Uma vez que as proteínas são os principais constituintes estruturais das células animais, costuma-se dizer que alimentos ricos nesse tipo de nutriente são alimentos plásticos. As proteínas são construtoras de tecidos (ex.: unha, pele, músculos...) e catalisa reações bioquímicas (enzimas). Os aminoácidos estão contidos nas carnes e derivados do leite.

- Sais Minerais

Os sais mineirais são nutrientes inorgânicos que fornecem ao homem elementos químicos como o cálcio, o fósforo, o ferro ou o enxofre, entre outros. O cálcio por exemplo é um elemento químico de fundamental importância na estrutura dos ossos. O ferro, presente na hemoglobina do sangue de diversos animais, é fundamental para o transporte de oxigênio para as células. O fósforo faz parte da molécula de ATP, responsável pelo fornecimento de energia a todas as reações químicas fundamentais à vida.

- Água

A água não é propriamente um nutriente, embora seja fundamental à vida. Todas as reações vitais ocorrem no meio aquoso presente no interior das células. Geralmente, a água faz parte da composição de todos os alimentos.

- Vitaminas

As vitaminas são substâncias orgânicas essenciais à vida, obtidas no alimento ingerido. A maioria das vitaminas atua como co-fatores enzimáticos, isto é, como fatores assessórios de reações catalisadas por enzimas. Na ausência de certas vitaminas, determinadas enzimas não funcionam, com prejuízo para as células. As doenças resultantes da falta de vitaminas são denominadas avitaminoses. Até hoje foram identificadas treze vitaminas que o homem

2.3 Cadeias Alimentares

De acordo com a Wikipédia⁸ (2008), as cadeias alimentares são formadas por uma sequência de transferências de matéria e energia de um organismo para outro sob a forma de alimento.

2.3.1 Níveis da cadeia alimentar

De acordo com o artigo publicado no site herbário⁹, a cadeia alimentar é constituída pelos seguintes níveis:

- Produtores

Os organismos capazes de fazer fotossíntese (processo de transformação de energia luminosa em energia química-alimento) ou quimiossíntese (sintetização de glicose a partir da energia liberada em reações de oxidação inorgânicas) são chamados de produtores.

Produzem e acumulam energia, utilizando como matéria prima água, gás carbônico e luz. Em ambientes afóticos (sem luz), também existem produtores, mas neste caso a fonte utilizada para a síntese de matéria orgânica é a energia liberada nas reações químicas de oxidação efetuadas nas células, este processo é denominado quimiossíntese.

⁸ http://pt.wikipedia.org/wiki/Cadeia_alimentar. Wikipedia é uma enciclopédia multilíngüe online livre.

⁹ <http://www.herbario.com.br/>. Artigo Entenda Ecologia.

- Consumidores primários

Os animais que se alimentam dos produtores são chamados de consumidores primários. Milhares de espécies presentes em terra ou na água se adaptaram para consumirem vegetais, sem dúvida a maior fonte de alimento do planeta. Os consumidores primários podem ser desde microscópicas larvas até grandes mamíferos terrestres como a girafa e o elefante.

- Consumidores secundários

A primeira categoria dos animais carnívoros são os consumidores secundários, pois se alimentam diretamente dos consumidores primários. A formação desses consumidores é formada principalmente por carnívoros de pequeno porte.

- Consumidores terciários

Já os consumidores de porte maior que se alimentam dos consumidores secundários são chamados de consumidores terciários. Os exemplos são os grandes predadores como os tubarões, orcas e leões, os quais capturam grandes presas, sendo considerados os predadores de topo de cadeia. Tem como característica, normalmente, o grande tamanho e menores densidades populacionais.

- Decompositores ou bioredutores

Finalmente, a categoria responsável pela decomposição da matéria orgânica que transforma em nutrientes minerais, tornando novamente disponíveis no ambiente é conhecida como decompositores ou bioredutores. É a composição de fungos e bactérias que fazem a decomposição dos outros indivíduos, como por exemplo, quando um consumidor terciário morre, ou os restos dos consumidores secundários e primários são transformados em matéria orgânica que servirá como adubo tornando um solo fértil para crescimento de produtores como plantas.

2.4 Fontes de energia

Os alimentos nos proporcionam a energia e os nutrientes que necessitamos para manter o corpo em funcionamento, para crescermos e nos desenvolvermos, para nos movimentarmos, para trabalhar, brincar, pensar e aprender, ou seja, consideramos alimentos todas as substâncias utilizadas pelos animais como fonte de matéria e energia para realização das funções vitais, incluindo o crescimento, movimento e reprodução.

Todo ser humano precisa de fonte de energia para sobreviver, seus movimentos são realizados a todo o momento, ou seja, o corpo não para de dia nem de noite, o coração bate todo tempo, o sangue circula pelas veias e artérias, os pulmões se enchem e esvaziam, o cérebro tem atividade, mesmo quando o homem está dormindo.

Fornecer energia é uma das principais funções dos alimentos, pois sem esse substrato não existe vida, já que o cérebro necessita de energia para realizar suas funções.

Os diferentes tipos de nutrientes que constituem os alimentos (carboidratos, gorduras, proteínas e vitaminas) são substâncias encontradas nos principais produtos da cidade de Marília, porém não são suficientes para suprir as necessidades do ser humano.

Os principais produtos da cidade são balas, gomas de mascar e confeitos, portanto não podemos considerá-los alimentos nutricionalmente falando, pois a energia que oferecem a sobrevivência do ser humano é praticamente nula e não essencial.

CAPÍTULO 3 - CAPITAIS NACIONAIS

Nesse capítulo iremos exemplificar algumas capitais nacionais encontradas no Brasil. Na região de Marília podemos encontrar além das que apresentaremos outras capitais, como por exemplo, Garça, a capital da Tecnologia; Osvaldo Cruz como a capital nacional de confecções de dança e do bitrem; Santa Cruz do Rio Pardo, a capital nacional de calçados rústicos, e etc.

Através da análise das capitais nacionais, chegamos à conclusão que não há nenhuma regra ou regulamentação para identificar uma cidade como capital nacional, basta que haja uma aglomeração de empresas do mesmo ramo para justificar tal nome e também um estudo para ver se não existe no país outra cidade que tenha o mesmo slogan.

3.1 Capital Nacional Do Tricot

De acordo com o site Águas de Lindóia e região¹⁰, a cidade de Monte Sião é considerada a maior consumidora de máquinas de tricot do mundo. Possui mais de 2.000 empresas, que se dedicam à atividade. O centro da cidade com mais de 1500 lojas, faz com que Monte Sião se pareça com um “Shopping Center” a céu aberto, atraindo visitantes pela qualidade e originalidade das peças produzidas em lã, linha e fios acrílicos.

A cidade surgiu com a instalação dos imigrantes italianos, no Sul de Minas. No começo os italianos tinham muita vontade de trabalhar e com esperança de ter uma vida melhor foram tombadas as terras e ocorreu a plantação de café, mas sem estímulos a agricultura deixou de existir.

O povo italiano trouxe algo mais, que marcou definitivamente o dia-a-dia do montesionense. Nas malas eles trouxeram seus costumes e tradições.

A espera do lucro da agricultura, as mulheres mostravam sua arte no fio de lã e com muita habilidade no uso das agulhas iam tecendo o que jamais imaginaram: uma economia forte conhecida até internacionalmente.

Na praça pública elas obtinham o sucesso das vendas. A primeira máquina de Monte Sião está exposta no museu histórico e geográfico, pertencente à Fundação Cultural “Pascoal Andretta”, entidade sem fins lucrativos. Dona Iracema Andretta Francisco, hoje com 74 anos foi quem comprou esta famosa máquina e diz que foi ela que começou com tudo isso.

¹⁰ http://www.aguasdellindoiia.info/index_monte_siao.htm. Acesso em setembro de 2008.

Na década de 70 o tricô saiu das praças para entrar em uma nova etapa. Tudo mudou, as mulheres passaram a ensinar os homens e hoje existe na cidade muitos casos como o de Belmiro Carlos Odicino que sem se render as grandes evoluções tecnológicas das máquinas, produz, com uma Elgin, 25 macacões de bebê por dia, originando bons lucros e uma vida boa.

Além de uma economia forte, a cidade esnoba beleza natural. Tomou-se rapidamente conhecida por seu artesanato em lã, linha e couro. A evolução e o aprimoramento desta atividade foi o principal impulso no progresso e transformou Monte Sião no centro do chamado Circuito das Malhas; daí recebendo o título de Capital Nacional do Tricô.

3.2 Capital Nacional das Letras

Segundo Tania Mariza Rosing ¹¹, Passo Fundo recebeu o mérito de capital nacional das letras pelo fato de a cidade ser sede do maior debate literário e cultural da América Latina, a Jornada de Literatura. A movimentação literária bianual é promovida pela Universidade de Passo Fundo e Prefeitura Municipal de Passo Fundo há 27 anos ininterruptos. Além disso, a cidade possui a maior média de leitura do Brasil: são 6,5 livros por habitante a cada ano. Em uma praça chamada Armando Sbeghen há um monumento “Árvore das Letras” e um quiosque multimídia com livros, revistas, jornais e acesso à internet disponíveis para o acesso dos usuários. O monumento é uma criação do designer Jéferson Cunha Lorentz e do arquiteto Luís Hofmann, ambos da Universidade de Passo Fundo (UPF), e teve sua execução assinada pelo artista plástico uruguaio Gustavo Nackle. A árvore tem 13,30m de altura e 9,50m de diâmetro total e pesa duas toneladas.

3.3 Capital Nacional dos Doces

De acordo com Mario Ozório ¹², é difícil a definição exata de quando surgiram os primeiros doces em Pelotas. Os doces foram introduzidos aproximadamente na década de 1860, quando começou o período de apogeu do município de Pelotas. De 1860 a 1890 os investimentos se deram as charqueadas, nome que os brasileiros dão, no estado do Rio Grande do Sul, à área de propriedade rural em que era produzido o charque onde se “charqueia” a carne, ou seja, uma quantidade de galpões cobertos, onde a carne salgada era exposta para o

¹¹ Autora do livro: **Jornadas literárias de Passo Fundo: 20 anos de história**. Editora/Edelbra, 2001. v. 4.

¹² Autor do livro: **Opulência e Cultura na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul: um estudo sobre a história de Pelotas (1860-1890)**. Co-edição Livraria Mundial, 1993.

processo de desidratação. Essas atividades foram de cunho cultural que caracterizaram, durante anos, Pelotas como a cidade mais aristocrática do Estado do Rio Grande do Sul (RS).

Havia na cidade saraus, ou seja, companhias teatrais e recitas musicais que tinham programações praticamente diárias no interior da arquitetura grandiosa de prédios e casarões. Em seus intervalos eram servidos doces envolvidos em papéis de seda rendados e franjados. Sua produção caseira era realizada pelas mulheres e suas mucamas.

Como existiam rigorosas regras de etiqueta na época, muitas atividades não poderiam ser desenvolvidas ao ar livre; as mulheres passaram então a praticar hábitos caseiros, com reconhecido destaque na culinária, bordado, música e pintura. Este fato, portanto, contribuiu para a intensa produção e aprimoramento dos doces em Pelotas.

Outro fator que contribuiu para a grande produção e consumo de doces em Pelotas foram as próprias charqueadas, pois a sociedade pelotense procurou abrandar sua imagem rústica saladeiril através da adoção de requintados costumes, constantes atividades intelectuais e imponentes construções. Neste contexto é que o doce se insere, embora não como protagonista principal, pois a economia estava baseada no trabalho dos negros, na punição do escravo, na degola do boi e nas mantas de carne sob o calor do sol – atividades tipicamente das charqueadas. Enfim, Pelotas estava imersa no ciclo do sal, onde os rituais de castigo e de brutalidade eram amenizados pela produção de poesias rimadas, cortesias, amabilidades, saudações solenes e dedicatórias rebuscadas e veladamente sensuais.

O fim da escravidão auxiliou no declínio das charqueadas locais assim como o surgimento de uma maior concorrência devido a produção de charque em outros municípios do RS. O surgimento dos frigoríficos que dispensavam o processo de salga da carne acabaram fornecendo subsídios para uma forte projeção nacional dos doces pelotenses. A partir da década de 1920 foi divulgado comercialmente em todo o Brasil a tradição doceira que até então estava restrita ao interior dos casarões. Aproximadamente nesta mesma época, os imigrantes alemães, pomeranos e franceses que viviam em Pelotas passaram a cultivar frutas de clima temperado – principalmente o pêssego – na região colonial de Pelotas. Esta, e demais frutas, começaram a ser comercializadas ao natural e também na forma de doces, geléias, conservas e pastas.

Logo, os processos que envolveram o açúcar e o sal foram complementares para o progresso econômico e cultural de Pelotas. Embora a indústria local de doces e conservas ainda não tenha recuperado o desenvolvimento registrado no município entre 1860 a 1890, esta é uma tradição a qual faz parte da formação da identidade histórica da cidade que continua sendo estimulada em grande escala.

Muitas receitas portuguesas trazidas pelos colonizadores e pelos navios transportadores do charque ainda são utilizadas pelas doceiras pelotenses. As transformações e criações de novas guloseimas agregaram ainda mais qualidade e valor aos produtos.

Hoje, a cidade de Pelotas tem obtido somente resultados positivos com a expressiva valorização da produção artesanal das doceiras que abastece grande parte das melhores doçarias da cidade e o sucesso da organização anual do evento denominado FENADOCE (Feira Nacional do Doce), comprovando que Pelotas é a capital nacional dos doces.

- Justificativa

A cidade de Pelotas tornou-se nacionalmente conhecida como a "Capital nacional do Doce" pela excelência, exclusividade e qualidade dos doces que produz. Com uma produção que inclusive tem sido utilizada em eventos oficiais da República, a doçaria de Pelotas conta com produtos de forte tradição artesanal, como os bem-casados, ninhos, pastéis de Santa Clara, olho de sogra, dentre tantos outros.

A importância do doce na definição cultural da cidade é tão acentuada que desde 1986 realiza-se a FENADOCE – Feira Nacional do Doce – contando, hoje, com a visitação de mais de trezentas mil pessoas.

No corrente ano a FENADOCE chega a sua 11ª edição. A Câmara dos Dirigentes Lojistas de Pelotas é a responsável pelo evento que contará, ainda, com uma série de eventos paralelos, além de representar forte lastro às ações de expansão do turismo receptivo na região.

Forte pólo geo-econômico de uma região constituída por mais de 20 municípios Pelotas foi pioneira no Estado com a indústria do charque, a qual assumiu enorme importância, empregando "grande número de famílias, aumentando o tráfego fluvial, proporcionando cargas aos escassos navios e dedicando-se também à agricultura.

3.4 Capital Nacional Do Alimento

3.4.1 Surgimento do Slogan

Figura 4 – Slogan de Marília



Fonte: ADIMA (2008)

Há uma longa tradição no ramo alimentício da cidade de Marília, e desde os seus primórdios, a vocação incontestável para a produção de alimentos se mostrou marcante por empresas de grande expressão no mercado brasileiro e no exterior. E é por essa consolidada tradição e destaque, que hoje temos mais de duas centenas de indústrias compondo o consagrado setor alimentício da cidade, que a faz ser conhecida como “Marília - Capital Nacional do Alimento”.

Marília obtém destaque pelo fato de ser a cidade com maior índice de crescimento econômico do Estado de São Paulo, deixando, abaixo de si, municípios paulistas de grande expressão e potencial.

Esse slogan surgiu com a fundação e instalação da ADIMA. Os industriais do setor reconheceram a importância do parque industrial desta famosa cidade, e desenvolveram o devido planejamento para sua implantação e divulgação nacional, como também no exterior.

A ADIMA, que nasceu para promover Marília e suas empresas produtoras de alimentos, só podia encampar essa magnífica idéia e colocá-la em prática. Como constou dos propósitos divulgados, tudo foi feito com muito critério e carinho de modo que esse slogan não fosse apenas um título, mas sim a representação do conceito e tradição do parque industrial de alimentos mariliense.

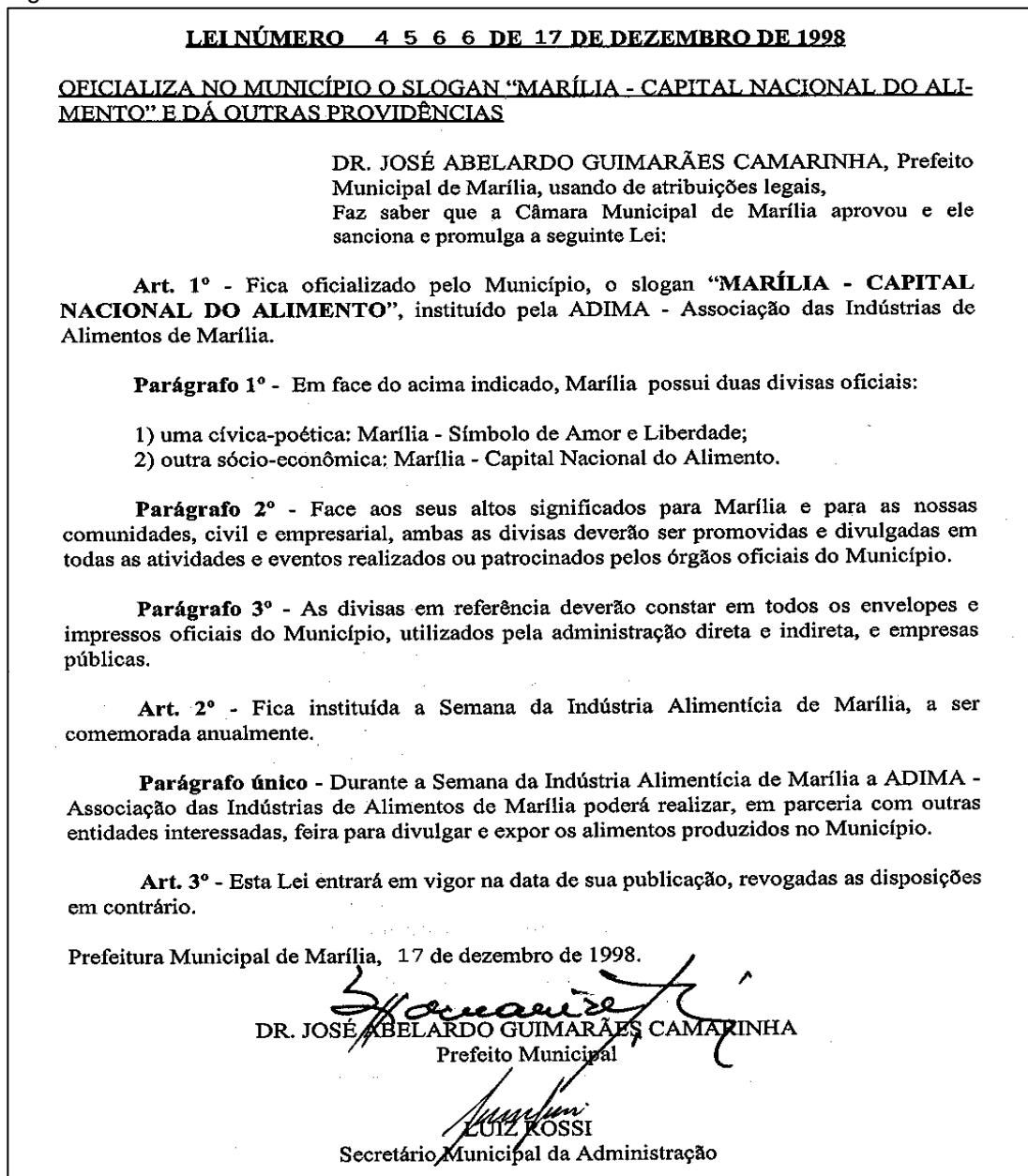
3.4.2 Oficialização do slogan

Através do projeto de Lei nº 146, de 16 de julho de 1998, do então vereador Válder Luís Cavina, aprovado por unanimidade pela Câmara Municipal de Marília, foi proposta a

oficialização do referido slogan, o que resultou na sanção da Lei nº 4566, de 17 de dezembro de 1998, pelo Exmo. Sr. Prefeito Municipal Dr. José Abelardo Guimarães Camarinha.

No site da Câmara de Municipal de Marília¹³, pode-se encontrar a Lei ordinária: nº 4.566 - 17/12/1998, em que é oficializado no município, o slogan "Marília - Capital Nacional do Alimento".

Figura 5 – Lei ordinária nº 4.566



¹³ <http://www.camar.sp.gov.br>. (2008)

Figura 6 – Lei ordinária nº 4.566



Fonte: <http://www.camar.sp.gov.br>. (2008)

3.4.3 Registros

A ADIMA desenvolveu registro junto à Fundação Biblioteca Nacional do Ministério da Cultura, Escritório de Direitos Autorais do Rio de Janeiro (RJ), e obteve os certificados de direitos autorais, oficiais e definitivos a seguir indicados:

- sob nº 153900, do livro 253, à folha 06: a marca e logotipo ADIMA - Associação das Indústrias de Alimentos de Marília;
- sob o nº 153901, do livro 253, à folha 07: a expressão de publicidade: Marília - Capital Nacional do Alimento.

CAPÍTULO 4 -MARÍLIA – CAPITAL NACIONAL DO ALIMENTO?

Neste capítulo analizaremos os principais produtos alimentícios da cidade e, como ponto forte, podemos citar os dados levantados sobre exportação e importação dos produtos alimentícios da cidade. Através da análise dos dados estatísticos coletados, iremos questionar se Marília é realmente a e capital nacional do alimento.

4.1 Principais Produtos Alimentícios De Marília

Identificamos que os principais produtos do setor alimentício da cidade são: amendoins, balas, confeitos, gomas de mascar e chocolates, que não podem ser considerados alimentos nutricionalmente falando, já que não fornecem ao ser humano a quantidade de nutrientes e vitaminas necessária à sua sobrevivência e também por não serem essenciais para o desenvolvimento das atividades do ser humano.

A seguir destacamos estes principais produtos e sua importância para o mundo alimentício.

4.1.1 Amendoim

- Conceito

O consumo de amendoim no Brasil concentra-se na área de confeitos, salgadinhos e doces, tornando a paçoca e o pé de moleque dois verdadeiros ícones da cultura popular, com grande aceitação de norte a sul do país. Seu potencial alimentar permite outros empregos na culinária, especialmente devido sua característica agradável de sabor, sendo utilizado com destaque na cozinha chinesa.

- Surgimento na região de Marília

Segundo pesquisa do SEBRAE¹⁴(2007), um dos principais produtos agropecuários transformados pelo aglomerado industrial de alimentos de Marília é o amendoim, que se encontra entre as matérias primas mais utilizada pela indústria local.

14 www.sebraesp.com.br. SEBRAE significa Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, trabalha desde 1972 pelo desenvolvimento sustentável das empresas de pequeno porte.

Em função da fabricação do óleo de amendoim, a região de Marília tornou-se uma das principais regiões produtora de amendoim do país. Atualmente, apesar da redução da produção agrícola do amendoim em todo o país, o agronegócio do amendoim continuou tendo importante papel para a economia da região, tanto em função de a região manter-se como importante entre as principais produtoras do país, quanto pela manutenção da rede de fornecedores especializados em negócios com amendoim (cerealistas, fornecedores de equipamentos e insumos etc...) e também pelo grande crescimento no município de Marília da indústria alimentícia. que atualmente é uma das principais consumidoras do amendoim produzido no país.

4.1.2 Balas e Confeitos

De acordo com a ABICAB¹⁵ (2008), no Brasil não há documentos precisos sobre a história das balas. Os dados obtidos sobre o assunto vêm, principalmente, de pessoas ligadas ao ramo, que permitem fazer uma reconstituição do caminho que levou as pequenas fábricas de “fundo de quintal” a se transformarem em grandes indústrias.

A história das balas pode ser dividida em três partes: “Pré-História” (balas artesanais feitas em fundo de quintal), “História” (inauguração das primeiras fábricas e ampliação do setor) e “Industrialização” (mecanização e consolidação do setor. Possivelmente as primeiras balas produzidas e consumidas no Brasil foram as “balas japonesas” ou “balas de mistura”, feitas principalmente por portugueses ou italianos.

4.1.3 Goma de Mascar

Os primeiros chicles comercializados no Brasil eram importados. O mais vendido, mesmo antes da 2ª Guerra Mundial, era o chicle "Adams". Ele ficou tão famoso que seu principal produto, o "Chicletes", acabou emprestando o seu nome para este gênero de confeitos no país. Ele era vendido em uma caixinha de papel com duas unidades cada. Não fazia bola, pois era do tipo "candy-coated". Até hoje ele é comercializado no Brasil e no Mundo.

15 www.abicab.org.br. ABICAB foi criada em 19 de janeiro de 1957 pelo presidente da empresa Nestlé, Dr. Oswaldo Ballarin., em 1990 a representatividade da Associação foi ampliada para os setores de cacau, balas e derivados, passando a denominar-se Associação Brasileira Da indústria De Chocolate, Cacau, Balas e Derivados.

Segundo Jovelino Mineiro (2008), presidente da Bela Vista¹⁶, a bala e o chicle sempre tiveram um valor de venda muito baixo, sendo um produto acessível para todas as faixas de consumo. Eles sempre estiveram relacionados a unidade de troco, regendo os produtos de menor valor no mercado.

A indústria brasileira de balas tem se desenvolvido continuamente, alcançando, além de um padrão internacional de qualidade, graças à importação de equipamentos de elevada tecnologia, a segunda posição no ranking mundial de produção, superando tradicionais países produtores de "candies" em geral.

Este desempenho tecnológico permitiu ampliar a produção brasileira, bem como exportar os seus produtos para mais de 100 países, competindo lado a lado com tradicionais produtores mundiais do setor. O consumo per capita que no início dos anos 90 era de 1,7 Kg/ano, cresceu muito nos últimos anos, alcançando pouco mais de 3 Kg/ano. Esse crescimento é decorrente particularmente da maior variedade de produtos nacionais, da abertura para produtos importados e do maior poder aquisitivo da população, obtido nos planos econômicos do Governo. O consumo per capita também varia por região do país, indicando possibilidades de crescimento.

A versão moderna da bala não descartou as suas matérias primas básicas - açúcar e xarope de glicose - porém ganhou novas formas e configurações atualizadas, "produtos gelados" ou "diet", sem descaracterizar a natureza doce e saborosa do produto.

4.1.4 Chocolate

No Brasil ocorreu a instalação de várias fábricas de chocolate, mas seu marco histórico ocorreu em Porto Alegre no ano de 1891, quando os irmãos alemães Franz e Max Neugebauer, juntamente com o sócio Fritz Gerhardt fundaram a empresa Neugebauer Irmãos & Gerhardt. Em 1912 a Lacta foi fundada em São Paulo, com o nome de Societè Anonyme de Chocolats Suisses.

Em 1921, a Nestlé abriu sua primeira fábrica no Brasil na cidade de Araras. Em 1925, a Kopenhaguen começou seu empreendimento em São Paulo.

Já a Chocolates Garoto foi fundada no ano de 1929 na cidade de Prainha, localizada em Vila Velha – Espírito Santo, pelo alemão Henrique Meyerfreund.

16 Fábrica de Balas Delicias do Mel LTDA. empresa que associou o mel e o própolis a ervas medicinais, criando assim a linha de balas de produção natural com alta qualidade.

4.1.5 Biscoitos

No tempo dos homens da caverna surgiu a história dos biscoitos. Os homens moíam os grãos com pedras, misturavam água e secavam o fogo.

A preparação de uma massa de cevada e trigo assada levemente em vasos de barro pelos assírios originou a produção dos primeiros biscoitos.

No Egito também originou o nascimento dos biscoitos, foram encontradas, na tumba do faraó, pinturas de um trabalhador assando biscoitos.

Na Grécia, os “Dipires”, ou pães assados duas vezes, também contribuíram para o nascimento do biscoito.

As variedades especializadas dos biscoitos foram sendo compostas através da evolução natural dos alimentos.

O processo de fabricação era muito simples: aplicava-se no pãozinho um duplo cozimento para tirar o excesso de umidade, ou seja, para conservar por mais tempo.

O investimento em sabores e aromas foi desenvolvido na Europa em meados do século XVII, deixando os biscoitos mais atrativos e saborosos.

Com isso o biscoito foi se popularizando e hoje se tornou um grande mercado de consumo. Há cálculos que a produção nacional de biscoitos gire em torno de um milhão de toneladas por ano, o que representa algo em torno de 6 quilos de biscoitos consumidos por uma pessoa durante um ano.

4.2 Produção do Setor Alimentício

De acordo com a ADIMA¹⁷, no ano de 2007, a cidade de Marília apresentou estatísticas que demonstram sua grande capacidade de produção no setor alimentício. A seguir serão apresentados dados estatísticos, fornecidos pela instituição em conjunto com a ABIA, para justificar o título “Marília - Capital Nacional do Alimento”.

¹⁷ <http://www.foods-adima.com.br/>. Localizada na Rua Bandeirantes, 153, em Marília-SP

Tabela 1: Capacidade de produção do setor alimentício de Marília - 2007

32.000	Toneladas de alimentos por mês
384.000	Toneladas de alimentos por ano
200.000	Embalagens por mês
2.400.000	Embalagens por ano
80	Embalagens produzidas em Marília são abertas a cada segundo
2000	Caminhões/mês – maior frota especializada do País - são usados para o transporte dessa produção que, se enfileirados, somariam 30 km
R\$ 75.000.000	de receita bruta direta por mês (valor em Reais - R\$)
R\$ 900.000.000	de receita bruta direta por ano (valor em Reais - R\$)
7000	Empregos diretos
15000	Empregos indiretos
3000	Industriários passaram pelo Curso de Manipulação de Alimentos (parceria ADIMA/SENAI/STIAM)
1000	empresas fabricam, manipulam, distribuem ou comercializam alimentos em Marília (bares, restaurantes, pizzarias, buffets, rotisseries, cantinas, lanchonetes,

Fonte: ADIMA e ABIA (2007)

4.3 Comércio Exterior

4.3.1 Exportação

Segundo a assessoria em importação e exportação Schualm¹⁸ (2008), exportar é investir no futuro da empresa, ou seja, fornecer meios de sobrevivência num mundo cada vez mais competitivo. Os lucros serão maiores para aqueles que exportam, pois desenvolvem novos produtos com mais frequência que os não exportadores. Isso faz com que seja necessário o envolvimento com novos processos de fabricação e programas de qualidade, porque, além de vender e competir com seu produto no mercado internacional, o exportador também concorre com este produto no mercado brasileiro. Esses novos processos de fabricação e programas de qualidade, melhoram as oportunidades e conseqüentemente os lucros. É importante conhecer a relação produto, mercado e consumidor para que a empresa possa analisar o mercado e determinar onde irá ofertar seus produtos de forma objetiva, se baseando na grande gama de oportunidades e aceitação do mesmo no mercado.

¹⁸ <http://www.schualm.com.br/>. Empresa com agentes de carga aérea internacional e comissária de despachos, especializa no embarque e desembarque de produtos perecíveis, tais como: frutas, ervas, legumes, hortaliças, gengibre, flores, animais vivos e bagagem desacompanhada e carga seca.

O cenário internacional se apresenta como uma enorme gama de oportunidades, desde que o empresário e os profissionais que atuam nessa área vislumbrem a relação produto, mercado e consumidor, pois o mundo todo compra tudo e de todos, razão pela qual a empresa deve, cuidadosamente, analisar os mercados de forma objetiva tendo em mente que não existe apenas os Estados Unidos e a Europa. Algumas centenas de países existem, razão pela qual deve-se analisar e conhecer onde estão os nichos de mercado. (LUDOVICO, 2008, p.40).

Tabela 2 - Marília - Principais Países de Exportação

País	US\$ FOB	
	Jan/Jul 2008	Jan/Jul 2007
1 ANGOLA	4.732.671	2.373.955
2 VENEZUELA	3.826.409	830,041
3 CANADA	1.992.690	552,843
4 ESTADOS UNIDOS	1.859.555	1.708.512
5 ARGENTINA	1.774.095	1.160.616
6 PERU	1.429.574	227,531
7 URUGUAI	1.028.985	2.022.258
8 REP.DOMINICANA	742,999	496,139
9 CHILE	459,955	129,142
10 CUBA	372,793	299,402
11 CHINA	287,021	242,132
12 PARAGUAI	277,239	131,386
13 MEXICO	269,259	136,808
14 PANAMA	228,574	189,329
15 LIBIA	226,103	112,826
16 AFRICA DO SUL	204,985	426,904
17 COSTA RICA	193,832	104,199
18 AUSTRALIA	175,392	450,136
19 COLOMBIA	173,812	159,408
20 MADAGASCAR	163,211	35,186
21 BOLIVIA	153,27	41,641
22 ESPANHA	147,079	55,167
23 ITALIA	136,233	414,51
24 SURINAME	127,684	109,348
25 TRIN. E TOBAGO	127,531	108,987
26 NICARAGUA	108,362	72,182
27 EQUADOR	102,946	60,06
28 PORTUGAL	98,258	78,541
29 ZAMBIA	91,123	20,797
30 ISRAEL	85,357	156,728
31 DEMAIS PAÍSES	1.492.509	2.794.161

Fonte: ADIMA (julho/2008)

Ao analisar a tabela 2, pode-se concluir que os principais países que a cidade de Marília exporta seus alimentos são Angola, Venezuela, Canadá e Estados Unidos, respectivamente, o que corresponde a um total de R\$12.441.325,00, ou seja, aproximadamente 68,50% do total das exportações.

Segundo dados fornecidos pela ADIMA (2008), na tabela seguinte podemos observar o referido crescimento.

Tabela 3 - Marília – Exportações de alimentos nos anos de 2007 e 2008.

Produtos	Janeiro a Julho de 2008		Janeiro a Julho de 2007	
	US\$ FOB	Kg	US\$ FOB	Kg
1 Bombons, caramelos, confeitos e pastilhas, sem cacau	\$5.386.529	4.537.152	\$2.952.376	2.640.371
2 "Waffles" e "Wafers"	\$3.862.814	2.147.673	\$1.635.383	1.091.814
3 Amendoins preparados ou conservados	\$2.564.407	844.758	\$505.606	303.532
4 Bolachas e biscoitos (adicionados com corantes)	\$2.482.598	1.588.606	\$1.933.918	1.449.036
5 Outras frutas de casca rija, outras sementes, preparadas com conservantes	\$2.193.299	40.734	\$578.842	72.991
6 Outros chocolates e preparações com cacau	\$1.287.726	555.309	\$1.838.308	930.641
8 Outras preparações com cacau, recheadas ou em tabletes	\$603.451	21.149	\$77.108	371.691
9 Outros produtos de confeitaria, sem cacau	\$583.715	337.111	\$520.733	375.096
13 Bolachas	\$244.673	101.483	\$87.583	41.677
14 Gomas de mascar, sem cacau, mesmo revestidas de açúcar.	\$212.201	109.264	\$104.305	6.352
18 Chocolate não recheado, em tabletes, barras	\$89.965	28.343	\$101.864	41.159
19 Outros grãos de amendoim, descascados, torrados, não cozidos	\$81	90	\$11.675	95
27 Torradas, pão torrado e produtos semelhantes torrados	\$32.667	13.744	\$13.761	6.944
33 Outras frutas, partes de plantas, preparadas com conservantes e de outro modo.	\$21.435	15	\$0	0
34 Chocolate branco, sem cacau.	\$16.774	4.612	\$0	0
Totais	\$19.582.335	10.330.043	\$10.361.462	7.331.399

Fonte: ADIMA - Julho/2008

Os principais alimentos exportados pelas indústrias alimentícias de Marília são bombons, caramelos, confeitos, pastilhas, wafers, amendoim, bolachas e biscoitos, o que equivale a aproximadamente 73% do total das exportações do ramo alimentício.

4.3.2 Importação

Importar significa adquirir uma mercadoria oriunda de outro país, ou seja, é o processo comercial e fiscal que consiste em trazer um produto ou serviço do exterior para o país de referência. O procedimento deve ser efetuado via nacionalização do produto ou serviço, que ocorre a partir de procedimentos burocráticos ligados à Receita do país de destino, bem como da alfândega, durante o descarregamento e entrega, que pode se dar por via aérea, rodoviária, marítima ou ferroviária.

Tabela 4 - Marília - Principais Países de Importação

Marília - Importações por País		
País	US\$ FOB	
	Jan/Jul 2008	Jan/Jul 2007
1 ESTADOS UNIDOS	\$2.199.307	\$916.225
2 ARGENTINA	\$1.992.694	\$3.875.815
3 ITALIA	\$1.334.964	\$907.735
4 MALASIA	\$1.233.365	\$1.115.940
5 TURQUIA	\$1.219.866	\$1.808.730
6 CHINA	\$723.004	\$35.655
7 AUSTRIA	\$696.678	\$0
8 URUGUAI	\$358.205	\$1.065
9 COLOMBIA	\$251.495	\$204.815
10 FINLANDIA	\$208.302	\$0
11 FRANCA	\$200.598	\$97.421
12 PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$18.719	\$11.849
13 CHILE	\$151.927	\$3.522
14 JAPAO	\$96.053	\$70.465
15 ALEMANHA	\$69.984	\$386.314
16 ESPANHA	\$52.533	\$33.555
17 REINO UNIDO	\$2.541	\$130.051
18 TAILANDIA	\$16.024	\$0
19 TAIWAN (FORMOSA)	\$7.268	\$0
20 PERU	\$5.768	\$0
21 NORUEGA	\$1.739	\$1.045
22 CANADA	\$1.376	\$0
23 SUICA	\$365	\$417.953
24 NOVA ZELANDIA	\$53	\$0
25 SUECIA	\$0	\$125.868
26 INDIA	\$0	\$113.516
27 TCHECA, REPUBLICA	\$0	\$97.248
28 AUSTRALIA	\$0	\$50.818
Totais	\$10.842.828	\$10.405.605

Fonte: ADIMA (Agosto/2008)

Tabela 5 - Marília - Importações de alimentos nos anos de 2007 e 2008

Produtos	Janeiro a Julho de 2008		Janeiro a Julho de 2007	
	US\$ FOB	Kg	US\$ FOB	Kg
1 Gorduras e óleos, vegetais	\$1.484.860	1.227.000	\$1.320.755	1.252.625
2 Avelãs (Corylus SSP) frescas ou seca, sem casca	\$1.219.866	150	\$1.774.490	3.344
3 Outsaparelhos/Dispositp/Preparar de bebidas quentes, etc.	\$1.048.046	29.052	\$835.048	27.035
4 Filé/Merluza (MERLUCCIUS SPP) congelados	\$1.001.086	329.417	\$570.192	232.894
8 Outros filés congelados de peixes	\$399.148	120.445	\$212.242	7.783
9 Farinha de trigo	\$367.371	6.795	\$6.399	27
10 Tubarões-azuis, congelados, em pedaços, sem pele	\$23.517	104	\$0	0
12 Outras preparações alimentícias	\$175.574	5.677	\$8.623	4.325
19 Outros alhos frescos ou refrigerados	\$100.457	10.228	\$0	0
21 Batatas preparadas ou conservadas, congeladas	\$86.909	95.704	\$19.181	243
24 Leveduras vivas	\$67.963	332	\$33.739	165
27 Piaus, peixes congelados, files, outras carnes, etc	\$541	19	\$564	24
28 Curimatas, peixes congelados, files, outras carnes, etc.	\$47.625	415	\$4.361	49
Totais	\$6.022.963	1.825.338	\$4.785.594	1.528.514

Fonte: ADIMA (Agosto/2008)

Ao compararmos as exportações e as importações do ramo alimentício da cidade de Marília, observa-se que as importações crescem num ritmo desacelerado, se comparado ao das exportações, isso faz com que a balança comercial da cidade seja positiva e favorável aos investidores.

Os principais países que a cidade de Marília importa são Estados Unidos, Argentina, Itália e Malásia, um total de R\$1.429.574,00, que corresponde a aproximadamente 13,20% do total das importações.

Dentre os alimentos mais importados, destacam-se: gorduras e óleo vegetais, avelãs, preparadores de bebidas quentes e filés de peixes congelados.

4.3.3 Balança Comercial

Balança comercial é um termo econômico que representa as importações e exportações de bens entre os países.

Dizemos que a balança comercial de um determinado país está favorável, quando este exporta mais do que importa. Do contrário, dizemos que a balança comercial é negativa (desfavorável).

A balança comercial favorável apresenta vantagens para um país, pois atrai moeda estrangeira, além de gerar empregos dentro do país exportador.

Podemos verificar na tabela seguinte a balança comercial da cidade de Marília entre os anos 1999 e 2008.

Tabela 6 – Balança comercial de Marília

Ano	Exportação	Importação
1999	\$1.803.857	\$5.990.410
2000	\$4.203.933	\$3.647.704
2001	\$5.268.412	\$5.782.928
2002	\$5.339.270	\$5.058.142
2003	\$11.340.545	\$3.057.457
2004	\$21.436.149	\$4.812.751
2005	\$21.899.940	\$6.073.187
2006	\$26.738.456	\$10.890.251
2007	\$32.969.721	\$17.893.249
Julho/2008	<u>\$23.089.506</u>	\$11.034.168
2008 Prev	\$39.582.010	\$18.915.717

Fonte: ADIMA (Agosto/2008)

Após analisar a tabela acima, nota-se que houve um crescimento expressivo nas exportações nos últimos 09 anos, de aproximadamente 143% por ano. O ponto mais marcante é em 2.003, quando as exportações crescem significativamente em relação ao ano anterior, um total de R\$6.001.275,00, tornando a balança comercial positiva, e nos anos de 1.999 à 2.002 era predominantemente negativa.

4.4 Cluster

Após analisar as instituições existentes na cidade de Marília, intitulada como a “capital nacional do alimento, verificamos que há a possibilidade da existência de um cluster alimentício na cidade.

O conceito de cluster, segundo Haddad¹⁹ (1999), consiste em organizações e instituições ligadas fortemente entre si, tanto verticais como horizontalmente, incluindo

¹⁹ Paulo Roberto Haddad é professor do Ibmecc-MG, foi ministro do Planejamento e da Fazenda no governo Itamar Franco.

empresas de produção especializada, fornecedores, prestadores de serviços, instituições de pesquisas e instituições públicas e privadas de suporte fundamental.

Para Porter²⁰ (1999), um aglomerado ou cluster é um agrupamento de empresas que estão geograficamente concentradas em uma determinada área e que se relacionam entre si, mantendo vínculo com elementos comuns e complementares.

De acordo com José dos Santos dos Reis – secretário municipal da indústria e comércio de Marília, “Marília é uma cidade jovem, com 78 anos de emancipação, em pleno desenvolvimento com “clusters” (alimentos, metal e mecânica, confecções, etc) esperando por empreendedores. Preparada, com infra-estrutura, excelente formação de mão de obra, com todas as crianças em idade escolar freqüentando a escola. Marília é também uma das cidades mais completas no atendimento à saúde.”

O aglomerado de empresas é importante para que haja o compartilhamento de custos e riscos ao explorar novas oportunidades, através da realização de pesquisas em conjunto; faz com que os recursos das empresas sejam compartilhados; fortalece o poder de compra, atua de maneira forte no mercado e assim consegue aumentar a força competitiva, o que traz diversos benefícios aos clientes, combina as competências e utiliza o conhecimento (know-how) de outras empresas, além de outras tantas vantagens.

Como desvantagem do cluster, podemos citar o crescimento de algumas empresas e a queda de outras. Isso porque o cluster não exclui a competitividade, deixa o mercado transparente e incentiva a rivalidade.

Após a análise conceitual do cluster, chegamos à conclusão que Marília pode se tornar um cluster alimentício mas, para isso, precisa contar com a disponibilidade de empresários de correr riscos, fazer pesquisa na área de alimentos, trazer fornecedores e novas tecnologias para a cidade, promover cursos especializados no setor, para conseguir mão-de-obra qualificada, parcerias com fornecedores. Esse conjunto de ações poderão alavancar e fortalecer o cluster alimentício de Marília, além de trazerem para a cidade todos os benefícios no que diz respeito ao desenvolvimento, que esse tipo de arranjo organização pode promover.

20 Michael Porter é considerado atualmente o mais importante guru da administração e maior autoridade mundial em estratégia competitiva

CONCLUSÃO

No decorrer do trabalho levantamos dados para afirmarmos ou não, se Marília é realmente a “capital nacional do alimento”. Coletamos diversos dados das empresas de Marília, como por exemplo, número de empresa, de todos os ramos, exportação e importação dos produtos alimentícios da cidade, e após análise dos dados coletados, chegamos à conclusão de que Marília não pode se considerada a capital nacional do alimento, as justificativas serão apresentadas a seguir.

Desde 1930, Marília era considerada uma cidade de sucesso industrial na área alimentícia, e como meio de beneficiar as empresas do ramo alimentício de Marília, a ADIMA instituiu o slogan “Marília, Capital Nacional do Alimento”, que foi oficializado por um decreto lei aprovado por unanimidade na câmara municipal, tornando a cidade sinônimo nacional de Alimentos.

As indústrias metalúrgicas são as que prevalecem na cidade, e abrangem aproximadamente 25% do total das indústrias, enquanto que a alimentícia corresponde a 18%.

Através de pesquisas podemos afirmar que balas, confeitos, gomas de mascar e chocolates não se enquadram no conceito mundial da palavra alimento. Alimentos são substancias capazes de fornecer inúmeras fontes de energia, vitaminas, minerais, para que o ser humano possa se desenvolver e que são essenciais para sua sobrevivência.

A ADIMA nos forneceu dados reais e estatísticos que demonstraram a importação, exportação e a balança comercial dos principais produtos alimentícios de Marília.

Os principais produtos exportados são bombons, caramelos, confeitos, pastilhas, wafers, amendoim, bolachas e biscoitos, o que equivale a aproximadamente 73% do total das exportações do ramo alimentício que não podem ser considerados alimentos de acordo com as especificações nutricionais.

Ao analisar a balança comercial, vemos que ela é favorável, já que as exportações superam as importações.

Mesmo com todos esses fatores capazes de fazer “jus” ao nome de capital nacional do alimento, chegamos à conclusão de que esse nome não se adéqua à verdadeira realidade da produção alimentícia da cidade de Marília. Trata-se de uma jogada para conquistar nome e reconhecimento, tanto regionalmente como nacionalmente da cidade, que passou a se tornar símbolo de produção de alimentos, capaz de atrair novas empresas, investidores. Porém, para que isso aconteça efetivamente, os empresários devem unir-se para formarem um cluster, de

modo a aproveitar a aglomeração de empresas do mesmo ramo e trazer benefícios tanto para si próprios quanto para a cidade, além de dividir recursos e conhecimentos, como também aumentar a arrecadação de impostos com a instalação de novas organizações e de fornecedores na cidade de Marília.

Sugerimos então que seja atribuído um novo slogan para a cidade, baseado nos dados reais e estatísticos das empresas da cidade, como por exemplo: Marília, Capital nacional das balas e confeitos.

REFERÊNCIAS

ABICAB. **Conceito histórico de: Chocolate, Cacau, Balas e Derivados.**

<<http://www.abicab.org.br>> Acesso em: 12 set. 2008.

ADIMA. **Capacidade de produção do setor alimentício de Marília.**

<<http://www.foods-adima.com.br/>> Acesso em: jul. 2008.

ADIMA. **Justificativas do título "Marília Capital Nacional do Alimento".**

<<http://www.foods-adima.com.br/>> Acesso em: jul. 2008.

Câmara de Municipal de Marília. **Lei ordinária: nº 4.566 – oficialização do slogan "Marília - Capital Nacional do Alimento".**

<<http://www.camar.sp.gov.br>> Acesso em 10 set. 2008.

CÂMARA, G.M.S. e MARTINS, M. C. **Amendoim: Cultura e Agronegócio.** Artigo: O Agronegócio das plantas oleaginosas: algodão, amendoim, girassol e mamona. Piracicaba, 2001.

Daniel Guidin. **Nutrientes.**

<<http://www.guidin.ntr.br>> Acesso em: 02 set. 2008.

Dicionário Digital de Termos Médicos. **Alimentos.**

<http://www.pdamed.com.br/diciomed/pdamed_0001_00996.php> Acesso em: 18 ago. 2008.

HADDAD, Paulo R., BARBOSA Marisa M., CALDAS Ruy A. et al. **A competitividade do agronegócio e o desenvolvimento regional no Brasil: estudos de clueter,** Brasília:

CNPq/Embrapa, 1999. 265 p.

Herbário. **Entenda Ecologia.**

<<http://www.herbario.com.br>> Acesso em: 22 ago. 2008.

LARA, Paulo Corrêa de. **Marília, Sua Terra, Sua Gente.** 1. ed. Marília: Iguatemy, 254 p.

LUDOVICO, Nelson. **Exportação você está preparado? Vamos eliminar a interrogação!**

1. ed. São Paulo: Editora STS, 2008. 168 p.

MAGALHÃES, Mário Osório. **Doces de Pelotas – Tradição e História.** Armazém Literário, Pelotas, 2001.

MAGALHÃES, Mário Osório. **Opulência e Cultura na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul: um estudo sobre a história de Pelotas (1860-1890).** Pelotas: EDUFPEL: Co-edição Livraria Mundial, 1993.

Monte Sião. **Capital Nacional do Tricot.**

<http://www.aguasdellingoia.info/index_monte_siao.htm> Acesso em: set. 2008.

Portal Nosso São Paulo. **Bandeira e razão de Marília.**

<http://www.nossosaopaulo.com.br/Reg_04/Reg04_Marilia.htm> Acesso em: jul. 2008.

PORTER, Michael. **Competição – on competition: estratégias competitivas essenciais**. 3 edição. Rio de Janeiro: Campos, 1999

Prefeitura Municipal de Marília. **Mapa de localização da cidade de Marília**
<<http://www.marilia.sp.gov.br/prefeitura/index.html>> Acesso em: jul. 2008.

Prefeitura Municipal de Marília. **Prestações de Serviços**.
<<http://www.marilia.sp.gov.br/prefeitura/index.html>> Acesso em: 12 ago. 2008.

REIS, José dos Santos. Secretaria da Indústria e Comércio aposta no crescimento via exportações. **Anuário 2005. Revista Foods Ingredients. Indústrias e Produtos Alimentícios**. Fonte Comunicações e Editora Ltda., p. 11-12, 2005.

ROSING, Tania Mariza Kuchenbecker e BECKER, Paulo Ricardo. **Jornadas literárias de Passo Fundo: 20 anos de história**. Passo Fundo: UPF Editora/Edelbra, 2001. v. 4.

Schualm. **O que ganham as empresas que exportam?**
<<http://www.schualm.com.br/>> Acesso em: set. 2008.

SEBRAE. **Surgimento do amendoim na região de Marília**.
<<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 11 set. 2008.

TANURI, Rosalina. **Marília, chão do nosso amor**. 1. ed. Marília: Coletânea de crônicas sobre as “raízes” da cidade, 2003. 232 p.

VIEIRA, Daércio Galati. Marília: centro fornecedor de alimentos e produtos. **Anuário 2005. Revista Foods Ingredients. Indústrias e Produtos Alimentícios**. Fonte Comunicações e Editora Ltda., p. 21, 2005.

Wikipedia. **Cadeias Alimentares**.
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cadeia_alimentar> Acesso em: 02 set. 2008.