

UMA GIGANTE BRASILEIRA DO MUNDO DO VIDRO

AO ADQUIRIR A OPERAÇÃO FRANCESA VERESCENCE NO PAÍS, WHEATON SE TORNA UM DAS MAIORES FORNECEDORAS GLOBAIS PARA O MERCADO DE BELEZA



Além de ter se transformado na única vidraria nacional a atender as grandes marcas de perfumes e cosméticos, a Wheaton oferece às de menor porte amplo portfólio de frascos standard com acabamentos e formatos diferenciados, como os das fotos

Com a recente aquisição da Verescence, operação brasileira derivada da francesa SGD, a Wheaton Brasil, maior indústria brasileira de embalagens de vidro para perfumes e cosméticos, acaba de se tornar uma das maiores fornecedoras globais de recipientes para o mercado de beleza, com faturamento em torno de 1 bilhão de reais. A empresa adquirida integrava a maior fornecedora mundial de frascos de vidro para perfumes, mas no Brasil ocupava o segundo lugar, com cerca de 30%, depois da líder Wheaton, com mais de 60%. Seus principais clientes eram a Natura, o Grupo Boticário e a Avon. Atendia também o mercado farmacêutico, operação igualmente absorvida pela Wheaton. A incorporação significa um aumento de 30% na capacidade produtiva da vidraria de capital 100% nacional em frascos farmacêuticos e de 20% nos de cosméticos e perfumaria.

A compra vinha se desenrolando há mais de seis meses. A planta da empresa estava instalada em

terreno alugado pertencente ao grupo Saint Gobain, gerando um problema. O forno que abastecia suas linhas de produção vinha apresentando risco de vazamento, e seu reparo exigiria investimento superior a 40 milhões de reais.

É UM MONTANTE que o fundo controlador americano Oaktree não estaria disposto a aplicar, sobretudo num terreno do qual a fábrica da Verallia (ex-Santa Marina controlada da Saint-Gobain) teria de sair em curto prazo, já que há projeto de construção em terreno próprio no interior paulista, com inauguração programada para 2019, para produção de potes e garrafas para alimentos e bebidas. Ademais, das seis linhas que possuía, a fábrica vinha operando apenas três, devido ao problema com o forno. A opção seria vender ou desativar o empreendimento.

Decidida a transação, a Wheaton se preparou para receber as instalações industriais (máquinas de sopro e moldagem de frascos,

A WHEATON EM NÚMEROS

- 4 fornos em operação permanente
- 24 linhas de produção
- 6 máquinas de pintura (incluindo 2 recebidas da Verescence)
- 4 máquinas de serigrafia
- 2 máquinas de amostragem
- 3 000 funcionários



de pintura e moldes) em sua planta de São Bernardo do Campo. Sem contar o valor do negócio, que não revela, a empresa investiu, somente na preparação da mudança, 45 milhões de reais. Segundo Renato Massara, diretor comercial da empresa, "o investimento foi feito para garantir os fornecimentos ao mercado, mantendo-os dentro do padrão Wheaton, que nos últimos três anos vem trabalhando com entregas 100% on time e com reconhecida qualidade". Aquele valor foi aplicado basicamente nas seguintes providências:

- Reforma de um forno que estava parado há mais de dez anos
- Compra de uma máquina adicional de pintura
- Compra de quatro máquinas de hot stamping
- Instalação de boosting elétrico em dois fornos, aumentando a capacidade de fusão de outros dois

A transação "é mais do que

mera absorção de um concorrente", nas palavras de Massara. "Faz parte de um projeto de longo prazo", ele diz. "A Wheaton tem entre suas missões não só atender adequadamente grandes clientes e marcas consagradas, mas também viabilizar o surgimento de players menores; queremos contribuir para o crescimento do mercado e das exportações." Com vistas a essas metas, a vidraria oferece um portfólio de mais de cinquenta modelos de frascos e potes standard para perfumaria e cosméticos. As possibilidades de variação de apresentações estão sendo ampliadas, com o início do processo de metalização de vidro, para embalagens exclusivas ou padronizadas, em duas máquinas recém adquiridas.

"Em decoração de vidro, se não for a primeira a Wheaton é uma das maiores indústrias do mundo," comenta o executivo, ressaltando que só nessa área são empregados sessenta profissionais. A variedade de oferta de recipientes de qualidade, em seu entendimento, não é

o único fator que contribui para o estímulo a pequenos empreendedores. Isso é estimulado também por uma iniciativa chamada Grupo Experimento, uma equipe formada por profissionais de diferentes áreas da vidraria para apresentar a clientes e a prospects modelos de embalagens adequados a seus produtos dos pontos de vista industrial, mercadológico e de design.

NESSE PANORAMA, ao que diz o diretor comercial da Wheaton, a incorporação da Verescence "é parte de um compromisso com o futuro do setor de perfumaria e cosméticos no Brasil, fundamentado no fato de ser uma empresa de donos". Com essa observação Massara faz um contraponto à ação de multinacionais em geral controladas por fundos de investimentos, cuja meta precípua, talvez única, seria obter renda.

As ações preparatórias para a transferência de equipamentos visaram a não interromper o fornecimento que cabia à Verescence,

reitera Massara. Ao longo desse período a Wheaton intensificou a produção de vidro âmbar (para fármacos), preparando estoque suficiente para abastecer a demanda pelos próximos seis meses. Fechado o negócio, acionou a produção de frascos e potes para a indústria de perfumaria e cosméticos, sem paralisar o fornecimento para a indústria farmacêutica.

Dia 2 de abril a empresa iniciou a construção de um novo centro de distribuição, no qual estão sendo investidos 10 milhões de reais. Além disso projeta construir nos próximos quatro anos um quinto forno, com capacidade de produção de 80 toneladas.

Agora, como resultado do negócio, além da Wheaton a única empresa com produção de frascos de vidro para perfumes e cosméticos no Brasil é a também brasileira Vidraria Anchieta. A mexicana Vitro, que tem um terreno na Bahia para a construção de uma fábrica há pelo menos dois anos, ainda não iniciou a construção.