

COSMÉTICOS

Após aquisição de australiana, Natura estuda atuação no varejo internacional

Companhia fecha 2012 com avanço de 13% na receita, apesar do recuo dos ganhos no último trimestre

SÃO PAULO // Irou não ir ao varejo? Ao que tudo indica, a Natura, maior fabricante brasileira de cosméticos e produtos de higiene e beleza, deve continuar vivendo este dilema nos próximos anos. Líder no setor de venda direta no Brasil, a empresa teve acesso a um trabalho diferenciado junto ao consumidor após aquisição, no final de dezembro, da australiana Emeis Holdings, dona da marca Aesop, que opera por meio de lojas conceito na Austrália e região.

Segundo o diretor presidente da companhia, Alessandro Carlucci, a Natura até pode recorrer ao varejo como forma de ingressar em países onde ainda não atua, mas a possibilidade de apostar no modelo de lojas como forma de ganhar participação no Brasil está definitivamente descartada. "No Brasil, a venda direta tem força e não temos nenhuma intenção de ter lojas e competir com 1,5 milhão de consultoras em todo o País", afirmou.

Mesmo assim, a idéia de loja conceito já existe em São Paulo, bem no coração da sofisticada Rua Oscar Freire. "É um lugar específico, para um público específico e objetivo de construir a marca, que pode ser replicado em outros locais", afirmou Carlucci. Ape-

sar de não estar na estratégia central, em paralelo, surgem em todo o País milhares de pontos de venda de produtos Natura a pronta-entrega. Operações que podem não ter o dedo da companhia, mas que, de certa forma, mudam a fórmula original.

A Aesop, adquirida por US\$ 71,59 milhões, tem lojas nos EUA, Reino Unido, Coreia e Japão. "Ainda não definimos os planos, mas deve ajudar na expansão internacional", afirmou Carlucci. Segundo ele, há uma complementaridade de competências entre as empresas, o que pode permitir a entrada da Natura em países onde não operam e vice-versa.

A brasileira já mantém operações na América Latina em países como Argentina, Chile, Peru, México e Colômbia, que hoje respondem por 11,6% da receita. A Natura até tentou alçar vôos maiores, mas teve de recuar diante da crise internacional.

A receita líquida consolidada da companhia chegou a R\$ 6,345 bilhões em 2012, com crescimento de 13,5% sobre o ano anterior. O Ebitda (sigla em inglês para lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) foi de R\$ 1,5 bilhão, alta de 6% em relação a 2011, com lucro líquido de R\$ 861,2 milhões. Os investimentos programados para este ano incluem abertura da nova fábrica de sabonetes no Pará no primeiro semestre e de um novo centro de distribuição em São Paulo, além da ampliação da capacidade produtiva de Cajamar (SP) e aportes em tecnologia.

ANNA FRANÇA