

Femsa quer ir além dos refrigerantes

Vanessa Dezem

Gestão: Grupo planeja expansão via aquisições - a mais recente é uma empresa de bebidas lácteas no Panamá

Depois de transferir suas operações de cerveja para a Heineken no início do ano, em troca de uma participação de 20% na holandesa, a mexicana Femsa estuda aquisições para impulsionar sua divisão engarrafadora da Coca-Cola. A ideia da companhia é ampliar e diversificar seu portfólio, inclusive na área de bebidas sem gás. "Toda a vida nos focamos no crescimento inorgânico [via aquisições]. Vamos crescer mais na Coca-Cola Femsa, onde temos colocado nossas atenções", disse ao Valor o presidente do conselho de administração da Femsa, José Antonio Fernández Carbajal.

Com as origens na rica cidade de Monterrey, a presença da Femsa se nota nas ruas. Muitas placas indicam a direção de importantes avenidas como a Eugenio Garza Sada, importante executivo da empresa. Um hospital, um centro tecnológico, e uma área de recreação para funcionários também mostram o peso dos fundadores do grupo na cidade rodeada de montanhas. Há 120 anos, a Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma começou com 70 funcionários. A primeira fábrica, ainda em operação, hoje tem capacidade para produzir 75 milhões de litros de cerveja por dia.

O grupo Femsa, que emprega 150 mil pessoas, em nove países da América Latina, também atua no setor de bebidas não alcoólicas, por meio da subsidiária Coca-Cola Femsa, e no varejo, com a rede Oxxo. Mas a cerveja ainda é importante. "Não perdemos a nossa identidade. O meu escritório é dentro da cervejaria. Nós somos uma companhia de cerveja.", diz Fernández Carbajal, quando questionado sobre a operação com a Heineken. "Agora, ao invés de estarmos 100% investidos no México e no Brasil, estamos 20% investidos no mundo, em 150 países [onde a Heineken opera]. Essa é a troca."

O negócio com a holandesa, segundo o executivo, vai gerar recursos para a Femsa, que vai aproveitar para investir na compra de empresas para agregar valor à Coca-Cola Femsa. Nesse sentido, está no radar do grupo o segmento de não carbonatados, as bebidas sem gás. Faz parte dessa estratégia, por exemplo, a recente entrada da empresa na área de produtos lácteos, por meio do acordo preliminar para comprar o Grupo Industrias Lácteas, que produz leite, iogurtes, sorvetes e sucos no Panamá.

Os efeitos do primeiro passo na direção do leite serão estudados pela empresa que, depois de fechada a transação, pode pensar em partir para outras regiões e novas aquisições nessa área. Segundo dados fornecidos pela Femsa, a categoria de lácteos é a segunda dentro do setor de bebidas não alcoólicas no mundo e movimentada cerca de US\$ 500 bilhões, segundo Miguel Peirano, presidente da Coca-Cola Femsa para o Mercosul. Na América Latina, esse mercado seria de US\$ 66 bilhões, segundo Peirano.

A ideia da Femsa é expandir seu portfólio e diversificá-lo, aproveitando a capacidade produtiva que já tem. "Buscamos oportunidades em produtos próximos dos que já fazemos", explicou Fernández Carbajal. A tecnologia que se utiliza para produzir bebidas com gás - que é o forte da maior engarrafadora da Coca-Cola na América Latina - tem poucas diferenças da necessária para as bebidas sem gás. Em 2009, o segmento de bebidas carbonatadas (gasosas, como os refrigerantes) da Coca-Cola Femsa, cresceu 5%. Mas o bebidas sem gás avançou muito mais: 75%.

Uma área considerada também promissora pelo executivo é o varejo. Em setembro, o número de lojas da rede Oxxo chegou a 8.011, no México e na Colômbia. As lojas, que empregam 74 mil pessoas, são pequenas, com cerca de 40 metros quadrados, e vendem, entre outras coisas, produtos da Coca-Cola.

No terceiro trimestre, enquanto a receita da Coca-Cola Femsa recuou de 1,3% em relação ao mesmo período do ano passado, para 25,6 bilhões de pesos mexicanos, as vendas nas lojas

Oxxo totalizaram 16,2 bilhões de pesos mexicanos, com crescimento de 15,2%. As projeções do grupo apontam para um total de 12 mil lojas até 2014, mas essa expansão, por enquanto, deve se restringir a México e Colômbia. "Nos encanta a Argentina, o Brasil, mas queremos ir aos poucos. É possível a entrada em outros países, mas não sabemos quando, não temos previsão", diz Fernández Carbajal.

No Brasil, a Coca-Cola Femsa tem quatro fábricas, que produzem refrigerantes e água. Os demais produtos, como os sucos Del Valle, são distribuídos pela mexicana, por meio de uma joint-venture com a Coca-Cola Company. Algumas das fábricas, como a Jundiaí (SP) e a de Belo Horizonte (MG) já estão com a capacidade produtiva no limite. "Podemos ampliar as linhas ou mover as fábricas para lugares em que possam crescer mais rápido", disse o executivo, sem dar detalhes. Peirano disse ao Valor que ainda não há definição da matriz sobre este tema.

A subsidiária Coca-Cola Femsa não divulga seus resultados separados por país, mas em 2009, o conjunto formado por Argentina e Brasil (divisão Mercosul) representou 27% do faturamento da companhia. A divisão México, por sua vez, representou a 36%. A região central da América, 37%.

Em 2009, o grupo Femsa registrou receita de 197 bilhões de pesos mexicanos (US\$ 15 bilhões), com crescimento de 17,3%. Ontem a empresa divulgou que suas projeções apontam para crescimento de 6% a 7% em 2010, considerando avanço de cerca de 15% no segmento varejista e de "um dígito médio" na Coca-Cola Femsa.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 27 de outubro. 2010, Empresas, p. B6.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins jornalísticos.