

Unilever vai aumentar número de fábricas

Companhia de bens de consumo planeja investir em novas unidades para ampliar vendas

Françoise Terzian

fterzian@brasileconomico.com.br

O Brasil responde pelo segundo maior faturamento da Unilever, companhia anglo-holandesa de bens de consumo, no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Depois de fechar 2010 com vendas brutas de R\$ 11,9 bi-

lhões, lançar o que a companhia chama de 60 inovações e investir quase R\$ 2 bilhões em propaganda, a subsidiária gerida por Kees Kruythoff sonha grande com o primeiro lugar.

Há chances de a Unilever Brasil ultrapassar os Estados Unidos em vendas?

Nós podemos ultrapassá-los sim, por que não? Nosso crescimento é grande e pretendemos abrir mais fábricas este ano no Brasil. Não posso adiantar onde

Murillo Constantino



“Estamos atentos a novas oportunidades, por isso entramos em purificadores de água”

e nem quando, mas falarei no momento certo.

Diante da estratégia de focar em marcas globais, a Unilever Brasil poderá se desfazer de outras marcas nacionais como fez na divisão de atomatados?

Arisco é uma marca importante para nós. Todo portfólio de maionese está crescendo, tanto com Hellmann's quanto com Arisco. A mesma coisa em sabão em pó com Omo e Ala. Continuaremos com a estraté-

gia de combinar marcas dentro do mesmo portfólio.

A entrada da Unilever em purificadores de água sinaliza uma mudança de estratégia?

Um dos nossos pilares é desenvolver e comercializar produtos que melhorem a vida das pessoas. Fizemos isso com o sabonete antisséptico Lifebuoy e, agora, com o purificador de água Pureit, importado da Índia. À medida que a escala crescer, vamos produzi-lo no Brasil. ■