

# Foto

# Nivea planeja tornar Brasil vice-líder

Fabricante planeja saltar duas posições no ranking das maiores receitas da companhia em 2011

A subsidiária brasileira da Nivea deu um salto nos últimos anos frente às outras operações da companhia alemã no mundo. No ranking dos maiores faturamentos, o Brasil migrou da 11ª posição, em 2005, para a quarta colocação em 2010, ultrapassando operações como a da Rússia e do Reino Unido (respectivamente quinto e quarto colocados anteriormente).

Agora, Nicolas Fischer, presidente da Nivea no Brasil, quer mais. Seus planos são colocar o país na vice-liderança de vendas globais até o final deste ano. Hoje a maior compradora de Nivea no mundo é sua terra-mãe, a Alemanha. A intenção de Fischer é deixar para trás a França (segunda lugar) e a Itália (terceiro lugar).

Ele explica que a inclusão do Brasil no grupo de países emergentes, com alto potencial de mercado, acarreta em mais abertura para soluções regionais e reforça que os resultados do país, nos últimos anos, foram extremamente significativos nos negócios globais da Nivea.

Na média, ele explica que a Nivea cresceu por volta de 15% ao ano no Brasil desde 2006. “Em 2009, conquistamos o maior crescimento percentual entre as principais operações da companhia e, em 2010, nossos resultados posicionaram-se entre os mais expressivos na companhia”, diz Fischer.

Até 2015, a corporação quer reforçar a participação da marca Nivea em mercados reconhecidos pelo alto potencial de consumo, que foram agrupados em um novo bloco chamado “países emergentes”.

Esse bloco, integrado agora pelas afiliadas atuantes na América Latina, África, Oriente Médio, Turquia, Rússia, países integrantes da ex-União Soviética, Ucrânia e Índia, será uma das vertentes prioritárias na operação, com importante papel no desenvolvimento dos negócios da BDF Nivea em âmbito internacional, no período de 2011 a 2015.

Pelas projeções da companhia, o Brasil tende a ocupar o topo do ranking desse novo bloco em termos de resultados, considerando o bom desempenho registrado nos últimos anos, que levaram o país à terceira posição do ranking mundial do mercado de cosméticos, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e Japão.

É nesse cenário que o Brasil figura como um dos mercados mais importantes para os negócios do grupo Beiersdorf. A empresa definiu como meta para os próximos cinco anos (2011-2015) a tarefa de dobrar o tamanho da operação localmente, o que significa trabalhar no mesmo ritmo de crescimento atingido nos últimos anos. ■ FT.

Para superar França e Itália, ficando abaixo apenas da Alemanha, subsidiária terá de investir em uma estratégia mais local de desenvolvimento de produtos

## Anúncio