

# Hypermarcas vende Etti e Assolan

As vendas, para Bunge e Química Amparo, renderam R\$ 305 milhões ao caixa da empresa, que agora poderá focar esforços em medicamentos e higiene pessoal. ➔ **P24**

# Hypermarcas vende Etti e Assolan por R\$ 305 milhões

Operações concluídas no fim de semana repassam a marca de alimentos para a Bunge e a de produtos de limpeza para a Química Amparo

Érica Polo e Denise Carvalho  
redacao@brasileconomico.com.br

A Hypermarcas é conhecida por ser rápida no gatilho. Da mesma forma com que multiplicou o seu faturamento com aquisições desde a abertura de capital, em 2008, a companhia vendeu rápido as marcas que deram origem ao seu negócio.

Depois de meses de especulação no mercado, a Hypermarcas anunciou neste final de semana a venda da Etti para a multinacional Bunge e da Assolan para a brasileira Química Amparo, trazendo para o caixa R\$ 305 milhões. Com as operações, a empresa agora pode dedicar seus esforços em duas frentes: medicamentos e higiene pessoal. "Com a venda da Etti e da Assolan, a companhia finaliza o ciclo de desinvestimento dos negócios de limpeza e alimentos, o que permitirá iniciar o ano de 2012 focada em medicamentos e higiene pessoal, segmentos nos quais é líder e que oferecem maior rentabilidade e perspectivas de crescimento", disse Claudio Bergamo, CEO da Hypermarcas, em comunicado divulgado à imprensa.

A Etti, conhecida pelas linhas

Salsaretti e Puropurê, foi vendida para a Bunge, comandada por Pedro Parente, por R\$ 180 milhões. A transação inclui a aquisição de uma fábrica em Araçatuba, no interior de São Paulo, onde também funciona o centro de distribuição, com cerca de 250 funcionários.

Já a Química Amparo, empresa familiar dona da marca Ypê, pagou pela Assolan R\$ 125 milhões. Nessa operação, a companhia adquiriu o negócio de fabricação e comercialização de aço, palha de aço, panos de limpeza, esponjas sintéticas e saponáceos, comercializados sob as marcas Assolan, Perfex e Cross Hatch.

Para Maurício Morgado, professor da FGV-Eaes, a estratégia faz sentido. "A Hypermarcas, ao que parece, está fugindo da briga com gigantes como a Procter&Gamble, Unilever e Nestlé dentro dos supermercados", avalia Morgado. "Em alimentos, as multinacionais têm mais escala e acesso a marcas globais." Essas empresas, portanto, têm mais força na hora de negociar com o varejo supermercadista. Já na seara do varejo de farmácias, a Hypermarcas pode ser mais poderosa, visto

que a rede de fornecedores é muito pulverizada. Não que falem concorrentes de peso, a exemplo da Colgate. "Mas há volume de empresas de menor porte para fornecer itens fora da prateleira de medicamentos", ressalta o professor.

## Mercado financeiro

As operações de venda poderão ajudar a Hypermarcas a fazer as pazes com os investidores, que viram o preço das ações da empresa despencar este ano.

Na sexta-feira, os papéis da Hypermarcas encerraram o dia cotadas a R\$ 8,81, com queda de 1,01%. No início do ano, as ações valiam cerca de R\$ 22. Essa queda, da ordem de 60,7% no ano, é reflexo das expectativas pessimistas de investidores por causa do desempenho ruim dos resultados e da revisão de estimativas. No terceiro trimestre, a companhia teve prejuízo de R\$ 190,5 milhões. ■

**"Por meio dessa operação, a Bunge fortalece sua estratégia de reforçar a presença no negócio de alimentos, em um mercado promissor e de extrema importância"**



Pedro Parente  
Presidente da  
Bunge Brasil

## Bunge fortalece linha para brigar com Nestlé

Com a aquisição da Etti, a Bunge ganha musculatura para brigar na categoria de atomatados com multinacionais do setor que atuam no Brasil, como Heinz, com a marca Quero; Nestlé, fabricante da Maggi; e Unilever, que produz a Knorr.

Em maio deste ano, a empresa, comandada por Pedro Parente, entrou nesse segmento ao adquirir a marca Primor, que tem atuação destacada no Norte e Nordeste do Brasil. Como a Etti é tradicional no Sul e Sudeste, a

Bunge completa a atuação no negócio. "Por meio dessa operação, a Bunge fortalece sua estratégia de reforçar presença no negócio de alimentos, em um mercado promissor de extrema importância para o varejo brasileiro", disse em comunicado à imprensa Pedro Parente, presidente da Bunge Brasil.

A Bunge já tinha tentado reforçar sua atuação em atomatados quando entrou na disputa pela Quero, adquirida pela rival Heinz em 2011. A empresa tam-

bém tentou comprar a Coqueiro, empresa de enlatados, mas perdeu a chance para a Camil, que tem o fundo Gávea, de Arminio Fraga, como um de seus principais investidores.

Para especialistas, a Bunge deve continuar firme no movimento de aquisições. "A Bunge quer se consolidar como grande player de alimentos no país. Não vai parar por aí", diz Romano Pansera, presidente da Popay, associação global de marketing de varejo. ■ D.C. e E.P.

### EM QUEDA LIVRE

O ano de 2011 foi difícil para a Hypermarcas, sua ação desvalorizou mais de 60%

VALOR DA AÇÃO, EM R\$



**Claudio Bergamo:**  
foco da Hypermecas  
é medicamento e  
produtos de  
higiene pessoal

