25 anos d´O Boticário

Conheça a trajetória de uma empresa que nasceu de uma simples farmácia de manipulação e se tornou um grande complexo fabril e comercial, que sustenta uma das marcas mais respeitadas e lembradas no mercado de perfumaria e cosméticos no Brasil

O Boticário completou 25 anos em abril. Muito pouco num contexto de empresas centenárias, mas neste caso vale a dimensão daquilo que foi feito no tempo e no espaço. Criada em 1977, como uma pequena farmácia de manipulação na cidade de Curitiba PR, região Sul do Brasil, a empresa é hoje a maior rede de perfumaria e cosméticos do mundo. Possui 2114 lojas no Brasil, 61 em Portugal, cinco na Bolívia, duas no Peru e duas no Paraguai, e tem seus produtos comercializados em 399 pontos-de-venda no Japão.

Foi aqui que tudo começou...

Mais do que "fabricar perfumes", O Boticário criou ou modificou hábitos: seus produtos despertaram mais exigências e prazeres no bem estar pessoal, no sentimento de estar de bem com a vida. A frase, lugar comum, expressa a verdadeira ligação d'O Boticário com o mundo de seus consumidores, que desconhecem a complexidade da transformação de essências e matérias-primas em produtos, disponíveis nos mais de 2 mil pontos-de-venda exclusivos.

UM POUCO DA HISTÓRIA

No início de 1977, dois jovens farmacêuticos-bioquímicos recém-formados resolveram sair por conta própria em busca de mercado de trabalho. Na Rua Saldanha Marinho 214, centro de Curitiba, num prédio alugado, Miguel Gellert Krigsner e Eliane Nadalin se uniram em sociedade e abriram uma farmácia de manipulação de medicamentos. A Botica Comercial e Farmacêutica começou com capital que hoje equivaleria a US$ 3 mil, o máximo disponível, mas o suficiente para montar a estrutura mínima.

Referência ao natural e a empatia produto/cliente

O pequeno movimento inicial de pedidos gerou um tempo ocioso que de alguma maneira precisava ser aproveitado. Assim, os dois proprietários resolveram investir na criação de cosméticos à base de ingredientes naturais, manipulados artesanalmente, com o cuidado e qualidade que mais tarde seria uma marca registrada da empresa.

A referência natural mencionada nos rótulos dos produtos ganhou a simpatia e a aceitação imediatas dos clientes, provocando a parceria desses novos consumidores, que se tornaram divulgadores voluntários das qualidades dos cremes e shampoos.

O nome O Boticário começou a surgir nos rótulos como marca de fantasia, escolhido por unir em si a nostálgica figura do profissional que dirigia as antigas farmácias (boticas), e a imagem de ambiente romântico e próximo da natureza do Largo do Boticário, no Rio de Janeiro.

A partir daí, também foi natural o aumento da demanda, acompanhada por maior produção e comercialização. Aos poucos a empresa formou uma linha de produtos para cuidados do corpo e do rosto, de protetores solares, de maquiagem, de perfumes, desodorantes e sabonetes. Rapidamente, a farmácia de manipulação tomou ares de loja,

Fotos e ilustrações reproduzidas do livro da «A Essência dos Sonhos»

Acqua Fresca , "carro-chefe" da primeira loja no Aeroporto

e a divulgação espontânea gerava maior fluxo de consumidores.

Em menos de 2 anos, em 1979, O Boticário encomendou ao arquiteto Alberto Celi o projeto de sua primeira loja exclusiva, localizada no novo saguão de passageiros do Aeroporto Afonso Pena, em início recente de operações. Ninguém poderia imaginar que aquele pequeno espaço seria tão determinante para o futuro da empresa.

A linha de perfumes e cosméticos já ampliada – incluindo a colônia Acqua Fresca, que passou a ser o "carro-chefe" – atraiu o público freqüentador do terminal aéreo.

MUDANÇA INESPERADA

Frasco no formato de ânfora, ícone da perfumaria nacional

Um episódio alterou profundamente a rotina da pequena empresa. Com destino praticamente definido no segmento de perfumaria e cosmética, já entrava na prospecção de fornecedores da área – essências, frascos, embalagens – ainda como um pequeno cliente, mas com potencial.

Numa das visitas a São Paulo, Miguel Krigsner foi informado que havia uma certa quantidade de insumos, principalmente frascos de vidro, em um depósito à espera de melhor destino. Eram milhares de caixas empilhadas, a maioria guardando cerca de 70 mil frascos para envase de perfume.

Mesmo sem ter um lugar para armazenar tantas caixas, o Dr. Miguel levou tudo para Curitiba. Isso representou um desafio para a empresa, que teve que aumentar a produção e a diversificação dos produtos para desovar todas as mercadorias.

A transação também trouxe outro ponto positivo: o formato dos frascos, uma ânfora, tornou-se um ícone da perfumaria nacional, servindo de continente para várias fragrâncias próprias, inclusive em variações como vidro foscado, colorido, com volumes diferentes. O direito de uso do desenho estava incluído no preço.

Instalado para ser uma farmácia de manipulação, é evidente que o laboratório não tinha capacidade física para processar o volume de produtos que estavam sendo criados. Improvisação e adaptação de "equipamentos", como batedeira de bolo, liquidificador, garrafões vazios garantiram por algum tempo a fase artesanal.

A partir da loja no Aeroporto Afonso Pena, em São José dos Pinhais, na área metropolitana de Curitiba, O Boticário literalmente alçou vôo.

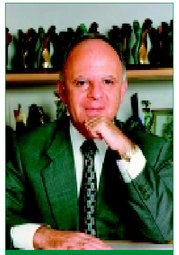
Uma onda de interesse pelo negócio se seguiu e as primeiras parcerias com os primeiros "lojistas" foram muito importantes para o crescimento d'O Boticário, apesar das dificuldades do aprendizado, das limitações no relacionamento comercial, das adaptações das práticas de operação de pedidos, prazos de faturamento, manutenção e renovação de estoques, divulgação da marca, por exemplo.

A primeira franquia O Boticário foi inaugurada em 1981, na cidade de Brasília. Com a abertura de novas lojas, foi necessário criar uma padronização visual para a rede e, principalmente, exigir que os pontos de venda fossem exclusivos. Esse sistema, com as lojas seguindo o mesmo padrão arquitetônico, transformou a rede na maior do mundo no setor de perfumaria e cosméticos. O conceito de lojas interativas, que coloca o produto ao alcance do cliente, permitiu a manutenção de uma das marcas registradas d'O Boticário: a excelência no atendimento.

CRESCIMENTO ALÉM DAS EXPECTATIVAS

O pequeno laboratório da Rua Saldanha Marinho, mesmo com o sacrifício pessoal da equipe, também pequena, que se revezava e acumulava tarefas, não tinha mais como atender à demanda. O crescimento atropelou as projeções, ainda mais quando se aceitou produzir para terceiros, como foi para a rede de magazines Mesbla, uma das maiores do País na época, para a qual em 1981 O Boticário começou a fabricar, com exclusividade, a linha "Gotas da Natureza" (colônia, sabonete, produtos para banho).

E cinco anos depois das primeiras e modestas instalações no centro de Curitiba, agora O Boticário tem uma fábrica, inaugurada em 18 de março de 1982. São 950 m^2 de área industrial e 50 m^2 para administração, mas a família ainda é pequena, apenas 17 funcionários.



Miguel Krigsner: "O Boticário é um patrimônio da sociedade"

A ampliação gradativa dos espaços de produção acompanha o crescimento da abertura de pontos-de-venda, chegando ao final de 2001, a 34 mil m^2 de área construída, dentro de um terreno de 79 m^2. Aí estão as fábricas de hidroalcoólicos, cremes, maquiagem e setor de especialidades.

Atualmente, O Boticário emprega 1300 funcionários, além de gerar aproximadamente 10 mil empregos pela rede de franquias.

A linha de produtos d'O Boticário é composta por cerca de 480 itens divididos entre as categorias: cuidados para o corpo e faces, protetores solares, maquilagem, desodorantes colônias, desodorantes, sabonetes e shampoos.

A produção anual ultrapassa 59 milhões de unidades e as exportações representam hoje 2% do faturamento, e a meta é chegar a 6% no período de seis anos.

Como diz o presidente, Dr. Miguel G. Krigsner, "pelo que tem feito, O Boticário não é apenas uma empresa industrial e comercial, mas um patrimônio da sociedade, beneficiando milhares de pessoas com seus programas culturais, sociais, educativos e, com destaque, de proteção à natureza".

O Boticário, é marca notória certificada pelo INPI desde 1997