



# Danone Bonafont.



SETOR ÁGUA & CSD  
**Bonafont**  
Grupo Danone  
Toluca, México  
» estiro-sopradora  
SMIFORM SR 14

■ A Bonafont nasce em 1992, de um projeto de investidores mexicanos que têm como objetivo o desenvolvimento do mercado da água em garrafa. Já desde o início a nova empresa se encontra diante da necessidade de instalar no sistema de produção de Toluca maquinários e equipamentos de vanguarda, uma vez que, para salvaguardar as características da água de fonte, o processo de embalagem deve acontecer dentro de critérios muito rígidos. Por estas razões Bonafont se dirige imediatamente aos principais construtores de máquinas para o setor "beverage" (bebidas) para a

escolha de soluções de embalagem em condições de assegurar a integridade do produto embalado, assim como rendimentos elevados e máxima eficiência produtiva. Desde 1996 a SMI desenvolve um papel importante no panorama mundial dos fornecedores de máquinas de embalagem secundária e de estiro-sopradoras rotativas para a produção de garrafas em PET/PP. Nas instalações Bonafont são instaladas mais de 10 empacotadoras Smiflexi destinadas à embalagem secundária e amplas linhas de esteiras transportadoras Smiline para a movimentação dos produtos

## ▪ O mercado da água engarrafada no México

O México é o segundo maior consumidor no mundo, depois dos USA (fonte dados: Beverage Marketing Corporation) de água engarrafada, com um consumo anual de aproximadamente 25 bilhões de litros.

A Bonafont foi a primeira marca mexicana de água natural a ser engarrafada industrialmente no País e a primeira a ser exportada no mercado norte-americano, mais precisamente no Estado do Texas. Atualmente é líder de mercado no segmento dos recipientes de capacidade inferior aos 4 litros. Desde 1996 a Bonafont faz parte do Grupo Danone, e dispõe hoje de estabelecimentos dotados de sistemas de engarrafamento tecnologicamente entre os mais avançados do mundo. No âmbito dos contínuos investimentos para a modernização das instalações produtivas, a Bonafont dirigiu-se recentemente à SMI para a instalação de uma estiro-sopradora rotativa a 14 moldes, modelo Smiform SR 14, destinada à produção de garrafas PET de 0,5 / 0,6 e 1,5 litros.



no interior das linhas produtivas. Além disso, o crescente interesse do mercado relativamente a soluções inovadoras destinadas à logística de linha permitiu que a SMI desempenhe um papel de todo respeito no âmbito dos fornecimentos ao Grupo Danone, que, em nível mundial, utiliza mais de 50 unidades SMI entre máquinas de embalagem secundária e de estiro-sopro de garrafas PET/PP.

*À direita: Em Toluca modernidade e história resultam perfeitamente misturadas; ao lado de novas estruturas industriais podem-se admirar esplêndidos edifícios históricos.*



# O Grupo Danone:

## as origens do colosso agroalimentar francês



■ Em 1996 a Bonafont começou a fazer parte do Grupo Danone. O grupo agroalimentar francês é o terceiro na Europa em faturamento. As origens do grupo datam de 1919, quando Isaac Carasso abre em Barcelona uma pequena fábrica de iogurte. O início é difícil, mas, graças também ao apoio da comunidade médico-científica da época que aconselha este alimento com fins terapêuticos, o iogurte de Carasso logo se torna um produto conhecido, apreciado e amplamente difundido, antes vendido nas farmácias e depois nas lojas de gêneros alimentícios. Torna-se logo necessário

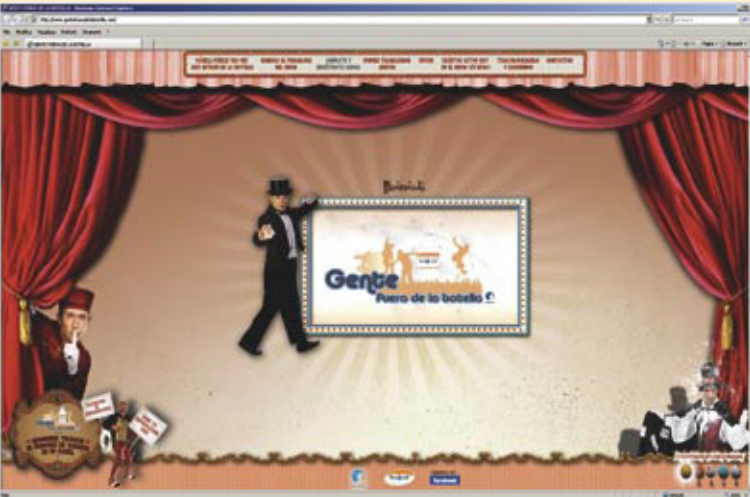
encontrar um nome à linha de iogurte, e Isaac Carasso pensa no diminutivo dado ao filho Daniel: Danon. Em 1966, da fusão das vidrarias Glaces de Boussois e Verrierie Souchon Neuvesel, nasce o Grupo BSN. Quase simultaneamente, em 1967, a Danone unifica a distribuição dos próprios produtos com aqueles de Gervais, empresa líder na produção de produtos frescos: é o nascimento de Gervais Danone. Em 1972, depois de um encontro entre Antoine Riboud (Presidente da BSN) e Isaac Carasso, a Gervais Danone se funde com BSN, grupo, este, ativo na produção

### ■ Os números chave do Grupo Danone

- 15,22** bilhões de Euros de faturamento (2008)
- 81.000** empregados em todo o mundo
- 4,5** bilhões de litros de leite coletados em 2007 (0,8% do total mundial)
- 4.500** cepas na colheita de culturas Danone
- 49** estabelecimentos produtivos em **47** Países
- 17** formulações para "Danoninho", produto destinado à infância em diversos Países
- 18** Institutos Danone para a pesquisa e o desenvolvimento de novos produtos



## ▪ Bonafont e a “gente fora da garrafa”



É uma expressão muito peculiar, que provoca curiosidade em tantas pessoas. A Bonafont é uma sociedade muito “especial”, que tem, portanto, necessidade de pessoas “especiais”... de tudo isso nasceu o projeto “Gente fuera de la botella”, isto é, “gente fora da garrafa”. Trata-se de uma iniciativa dirigida a quem partilha os valores e a responsabilidade social da empresa mexicana. O programa do projeto idealizado pela Bonafont prevê o recrutamento de estudantes que concluíram os estudos universitários para uma experiência laboral na mesma sociedade, com o objetivo de contribuir ao lançamento de iniciativas que permitam à Bonafont e ao grupo Danone continuarem como os líderes de mercado nos setores da nutrição salutar.



do vidro soprado e plano, que há pouco tempo havia adquirido as empresas Evian e Kronenbourg. É o nascimento oficial do Grupo Danone. Danone é um dos operadores mais dinâmicos no setor alimentício. Os produtos desta sociedade estão presentes nos 5 continentes, em mais de 120 Países. A Danone ocupa posições de liderança em bem quatro “business segments” (segmentos de negócios) da indústria da

alimentação para a saúde: os Produtos Lácteos Frescos (n°1 ao mundo), as Águas (n°2 no mercado das águas engarrafadas), a Nutrição Infantil e a Nutrição Clínica.



# Bonafont e SMI:

## Desenvolvimentos inovadores para manter níveis de crescimento elevados



■ A Bonafont decidiu investir na aquisição de uma estiro-sopradora Smiform a 14 cavidades para a produção de recipientes de 0,5 / 0,6 e 1,5 litros, de modo a poder assim responder eficientemente ao aumento da demanda por produtos do grupo gerada por um mercado em constante evolução. O sistema de estiro-sopro, instalado no interior de uma linha de

engarramento de 25.000 bph, permite fazer frente tanto aos crescentes consumos de água engarrafada no mercado mexicano quanto à sempre maior demanda de água "Bonafont" proveniente dos Países limítrofes. Não se passaram muitos anos desde que, em 1996, a primeira máquina de embalagem com a placa SMI começou a fazer parte

da dotação da empresa; desde então, a sociedade mexicana tem conquistado fatias de mercado sempre maiores, até chegar à liderança do setor de referência. E se põe para o futuro objetivos ainda mais ambiciosos para consolidar os sucessos até agora obtidos. Objetivos que se tornam mais facilmente alcançáveis graças ao emprego de maquinários tecnologicamente na vanguarda produzidos por empresas que, como a SMI, há muitos anos investem em inovação e pesquisa para fornecer aos próprios clientes as soluções mais adequadas às suas mutáveis exigências. A Bonafont é, de fato, um cliente histórico da SMI, desde o momento em que a primeira termoencardadora da série APET, hoje substituída pela mais moderna série SK, foi adquirida em 1997. O constante aumento das vendas no mercado mexicano e dos Países vizinhos sinalizou o início da expansão empresarial que conhecemos, e levou a Bonafont a investir em novas linhas de produção, onde hoje funcionam a pleno ritmo mais de 10 empacotadoras automáticas Smiflexi. As estratégias comerciais da



sociedade do Grupo Danone visam à ampliação da quota de mercado atual, também através da renovação contínua da oferta e do empacotamento.

Nos estabelecimentos Bonafont se encontram diferentes tipos de máquinas de embalagem SMI: enfardadoras automáticas para realizar embalagens apenas em filme, bandeja +filme e camada+filme; encaixadoras wrap-around para a formação de caixas completamente fechadas ou pacotes em somente bandeja; máquinas combinadas, que agrupam em um único chassi as funções de uma enfardadora e de uma encaixadora. Esta ampla flexibilidade responde perfeitamente às expectativas da empresa mexicana, que quer um empacotamento inovador e atraente para os próprios produtos.

## ■ Smicentroamericana SA de CV

A constituição, no ano de 1997, da sociedade “Smicentroamericana SA de CV” foi para a SMI um passo decisivo para o desenvolvimento da marca no mercado mexicano. O incremento das vendas neste País e nos limítrofes foi o fator decisivo na escolha de abrir uma filial no México. Uma escolha ditada pela vontade de estar sempre mais próximos (também fisicamente) dos próprios clientes e poder fornecer assistência técnica e peças sobressalentes de modo mais veloz e eficiente.

Os escritórios e os armazéns da Smicentroamericana se encontram em uma moderna construção em um dos maiores distritos industriais da Cidade do México (a delegação Gustavo A. Madero), a poucos minutos das principais vias de acesso da capital.

Graças ao emprego de pessoal local altamente especializado, a SMI está em condições de responder pronta e eficazmente às expectativas dos seus numerosos clientes mexicanos e da América Central, fornecendo um serviço de qualidade superior nas atividades de:

- > promoção comercial das máquinas produzidas pela SMI e pela sociedade controlada Smipack, com um portfólio de produtos em condições de satisfazer às mais variadas exigências de confecção de empresas grandes e pequenas;
- > assistência técnica pós-venda para a instalação e a manutenção dos sistemas fornecidos;
- > venda de peças sobressalentes originais, com tempos de entrega e despesas de transporte em linha com as expectativas da clientela. A competência, a profissionalidade e a disponibilidade do pessoal comercial e técnico de Smicentroamericana são o segredo dos ótimos resultados comerciais alcançados pelo Grupo SMI no México e nos Países vizinhos.



## ▪ A PALAVRA AO CLIENTE

### Entrevista a Tomas Ortega, Diretor de Produção de Bonafont



*A Bonafont foi a primeira marca de água natural engarrafada no México, e hoje é líder de mercado. Qual é a chave deste sucesso?*

“A Bonafont soube conquistar fatias de mercado sempre mais importantes, até tornar-se líder de mercado no setor da água engarrafada. Hoje a Bonafont goza de uma identidade de alto nível no mercado e é percebida pelos consumidores como uma

“marca” particularmente atenta ao bem-estar e à saúde. A atividade econômica da Bonafont põe de fato em posição prioritária todas aquelas ações e iniciativas orientadas ao desenvolvimento de uma forte responsabilidade social.”

*A parceria com a SMI data de 1996. Quais critérios utilizam para escolher os seus fornecedores principais?*

“A escolha de um fornecedor é um aspecto importante para alcançar o sucesso do nosso produto no mercado. Os principais valores à base das nossas escolhas são a confiabilidade, a qualidade e a competitividade dos maquinários que nos são fornecidos, sem esquecer o tema da inovação. Em um período como este, caracterizado por contínuas transformações dos mercados e dos gostos, é prioritário privilegiar aqueles fornecedores que fazem da inovação a própria razão de ser. Decidir visar à inovação nos oferece a possibilidade de diferenciarmos da concorrência. Para alcançar este objetivo é fundamental instaurar

uma estreita colaboração com o fornecedor, que deve ser capaz de propor soluções tecnologicamente inovadoras a custos razoáveis.”

*Quais são os fatores predominantes que impulsionaram a Bonafont a investir na aquisição da stiro-sopradora Smiform SR 14?*

“De frente aos crescentes consumos de água engarrafada registrados no México, foi inevitável para a Bonafont decidir investir na aquisição de uma nova estiro-sopradora rotativa Smiform a 14 cavidades. A instalação desta nova máquina (modelo SR 14) entra de fato em um amplo projeto de crescimento e fortalecimento da marca Bonafont, tanto no mercado nacional quanto internacional, que visa à qualidade do produto para satisfazer as contínuas solicitações do mercado e as expectativas dos clientes finais.”

*Quais perspectivas de desenvolvimento o senhor prevê no mercado da água engarrafada no México e, mais em geral, em toda a América Central?*

“Apesar da recessão econômica presente em todo o mundo, cremos que haja todas as premissas para um forte crescimento do consumo de água engarrafada tanto no México quanto nos outros Países da América Central. Um fenômeno

favorecido também pela difusão e pelo fortalecimento da "cultura da saúde", que impulsiona os consumidores a adotarem um estilo de vida mais salutar e a beber uma maior quantidade de água engarrafada, como parte integrante de uma dieta diária balanceada."

*Nas linhas de engarrafamento Bonafont são instalados diversos modelos de máquinas de embalagem SMI. Como julga os rendimentos destas instalações em termos operativos e de manutenção?*

"Nos nossos estabelecimentos são instaladas mais de 10 empacotadoras Smiflexi, destinadas à embalagem secundária, e amplas linhas de

esteiras transportadoras Smiline para a movimentação dos produtos no interior das linhas produtivas. Diante de uma colaboração em ato já há mais de 15 anos, podemos afirmar que os rendimentos dos maquinários SMI são satisfatórios. Considero de qualquer modo de fundamental importância que a experiência adquirida por alguns dos nossos técnicos na gestão e na manutenção destas máquinas tenha logo se estendido a toda a equipe operativa. A tal fim, a presença in loco da filial Smicentroamericana pode seguramente ajudar a SMI e a Bonafont a fortalecer ainda mais a parceria existente, com indiscutíveis vantagens

em termos de cuidado, pontualidade e economia do serviço a nós oferecido."

*Quanto é importante para a Bonafont que a SMI esteja diretamente presente no México com uma filial e com pessoal local para assistência técnica e peças sobressalentes?*

"Para um grupo importante como a Bonafont, a presença no território mexicano de uma filial SMI é uma excelente oportunidade para o desenvolvimento de novos projetos e um impulso ao crescimento de ambas as sociedades. Assistência técnica e peças sobressalentes à mão são fatores chave na escolha dos fornecedores de confiança, porque para nós é indispensável poder contar com abastecimentos rápidos e assistência imediata, a custos reduzidos e sem incorrer em riscos de troca."

*Quais são os projetos futuros da Bonafont?*

"Sem entrar muito nos detalhes, obviamente também por ser um assunto confidencial, posso simplesmente sublinhar que todas as atividades da Bonafont e os projetos do grupo são focalizados a dar maior impulso ao nosso setor e a melhorar ainda mais a nossa posição de líder de mercado."

