

Indústria & Competitividade



HEART RATE

...a sua saúde é o seu maior ativo. Cuidar dela é o primeiro passo para garantir a competitividade da sua empresa. Investir em saúde é investir em produtividade e em qualidade. Isso se reflete no retorno financeiro. Estudos mostram que empresas que investem em programas de saúde para seus funcionários têm uma produtividade 25% maior. Além disso, a redução de custos com afastamentos e doenças é significativa. Portanto, cuidar da saúde do trabalhador não é apenas uma questão ética, é também uma estratégia de negócios inteligente.

QUALIDADE DE VIDA

Quanto vale a saúde? da sua empresa?

Gestão integrada gera retorno de até cinco vezes o capital investido na saúde do trabalhador e ajuda a atrair e reter talentos

ROUPA NOVA

Da fábrica à loja, uma profunda mudança cultural revitaliza a centenária indústria do vestuário

EXPORTAÇÕES

Mil pequenas e médias empresas catarinenses conquistam novos mercados mundo afora

COMO UMA ONDA

Polo náutico ganha corpo rapidamente e se firma como um dos mais importantes do País

Prêmio Catarinense de competitividade e inovação

CONHECIMENTO É A FORÇA
QUE TRAZ O DESENVOLVIMENTO.



FIESC

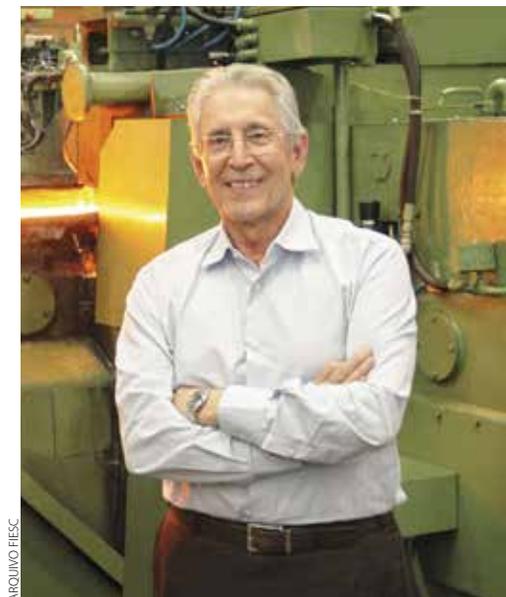
fiescnet.com.br/aindustriapelaeducação

Indústria renovada e saúdável

Dois setores que representam de maneiras distintas a renovação do parque industrial catarinense são destaques desta terceira edição da revista Indústria & Competitividade. Há 20 anos parte da indústria de confecções corria risco de extinção, diante da avassaladora concorrência de produtos asiáticos baratos que invadiram o País após a abertura comercial dos anos 1990. Mas empresas centenárias, que estão na raiz da industrialização catarinense, e outras novas, que aproveitaram o conhecimento acumulado no Estado no setor de confecções, se converteram numa nova indústria, a indústria da moda. Antenadas, criativas e ágeis, elas lançam novas coleções a cada dois meses e se valem de redes próprias de lojas para obter o valor merecido por suas criações. Resultado: é um dos setores que mais crescem e empregam no Estado.

Já a indústria voltada ao lazer náutico mal existia há 20 anos. Pequenos estaleiros que começavam a se estruturar ao longo da costa, ainda de forma artesanal, não davam pistas de que em breve Santa Catarina abrigaria um dos maiores polos náuticos do País, capaz de projetar e construir de pequenos barcos a refinados iates, formado por empresas locais de alta tecnologia e por multinacionais atraídas pelas condições favoráveis do Estado. A trajetória dos dois setores reforça a vocação industrial de Santa Catarina, estado que mais criou empregos na indústria de transformação ao longo de 2013, período em que mais de 20 mil vagas foram abertas.

O futuro da indústria depende de trabalhadores instruídos, motivados e produtivos. Mais do que máquinas e instalações, são os recursos humanos o fator-chave para a obtenção dos tão almejados ganhos de produtividade da indústria. Estudos científicos e práticas de empresas bem-sucedidas demonstram que ambientes de trabalho saudáveis têm relação direta com o baixo absenteísmo e a alta produtividade dos trabalhadores. Estes, por seu turno, se sentem motivados a trabalhar em empresas que investem para melhorar continuamente a qualidade de vida e do trabalho em seus ambientes. Acrescente-se ainda que empresas com baixos índices de acidentes e doenças ocupacionais têm custos reduzidos com saúde e previdência social, e conclui-se que o retorno de investimentos criteriosos nesta área é altamente recompensador. Os termos dessa equação são detalhados na matéria de capa desta edição.



Glaucio José Côrte
Presidente da FIESC

FIESC

Presidente
Glauco José Côrte

1º Vice-Presidente
Mario Cezar de Aguiar

Diretor 1º Secretário
Edvaldo Ângelo

Diretor 2º Secretário
Cid Erwin Lang

Diretor 1º Tesoureiro
César Murilo Barbi

Diretor 2º Tesoureiro
Carlos Toniolo

DIRETORIA EXECUTIVA

Carlos Henrique Ramos Fonseca
Carlos José Kurtz
Carlos Roberto de Farias
Fabrizio Machado Pereira
Henry Uliano Quaresma
Natalino Uggioni
Rodrigo Carioni
Sérgio Roberto Arruda
Silvestre José Pavoni

Indústria & Competitividade

Direção de conteúdo e edição
Vladimir Brandão

Jornalista responsável
Elmar Meurer (984 JP)

Coordenação de produção
Marcelo Lopes Carneiro

Edição de arte
Luciana Carranca

Edição de fotografia
Edson Junkes

Revisão
Lu Coelho

Colaboradores da edição
Diógenes Fischer, Fabrício Marques,
Maurício Oliveira e Lilian Simioni (textos);
Renaldo Junkes e Tarla Wolski (fotos)

Apoio editorial
Ivonei Fazzioni, Elida Ruivo, Miriane Campos,
Dami Radin, Leniara Machado,
Fábio Almeida e Heraldo Carnieri

Comercialização
Rodrigo Coutinho / Editora Expressão

✉ imprensa@fiescnet.com.br

☎ (48) 3231 4670

www.fiescnet.com.br

**SUMÁRIO****6 ENTREVISTA**

Participação política do empresário é fundamental, diz o prefeito de Joinville e industrial Udo Döhler. O preço da omissão é muito alto

12 VESTUÁRIO

A centenária indústria têxtil renasceu como indústria da moda, investindo em design, fazendo mais lançamentos e estruturando redes de varejo

20 QUALIDADE DE VIDA

Saiba por que empresas saudáveis e seguras têm custos menores e são mais atraentes aos trabalhadores, que nelas são mais produtivos

42 INTERNACIONALIZAÇÃO

De que forma pequenas e médias indústrias catarinenses de diferentes setores estão conquistando espaço no mercado mundial

50 PERFIL

Ao mesmo tempo em que articula a sucessão na Irmãos Fischer, Ingo Fischer inicia novos negócios que levarão o grupo a faturar R\$ 1 bilhão

54 INDÚSTRIA NÁUTICA

Desenvolvimento de sofisticados modelos atesta maioria do polo náutico de lazer de Santa Catarina, um dos mais importantes do País

60 AGENDA LEGISLATIVA

Por que é necessário reformular a NR-12, norma criada para regular o trabalho em máquinas industriais

64 EDUCAÇÃO

Parcerias e ações voltadas a influenciar políticas públicas marcam nova fase do Movimento A Indústria pela Educação

68 GENTE DA INDÚSTRIA

Pujança do setor lácteo no Oeste catarinense abriu oportunidades para Daniel Guzzon, que cresceu rápido na indústria Piracanjuba

70 ARTIGO

Mário Lanznaster, presidente da Coopercentral Aurora Alimentos

**SESI,
VIVER BEM
PARA FAZER
MELHOR.**

Melhorar a qualidade de vida e o bem-estar do trabalhador da indústria. Esse é o desafio do Sesi, que incentiva a adoção de um estilo de vida saudável pelos trabalhadores e facilita aos empreendedores a implantação de ambientes de trabalho mais seguros.

Atividades Físicas

Alimentação Saudável

Relacionamentos Saudáveis

Promoção da Saúde

Segurança e Saúde no Trabalho

Soluções em Qualidade de Vida
para a Indústria Catarinense.

FIESC SESI

Omissão política custa caro à indústria

Há muito tempo o industrial Udo Döhler é conhecido pela ação política e comunitária, seja à frente da Associação Empresarial de Joinville ou do conselho do hospital beneficente Dona Helena. Hoje encara a espinhosa missão de administrar a maior cidade catarinense. O prefeito de Joinville prova que a experiência privada pode levar eficiência ao setor público e afirma que, mais do que nunca, os empresários devem buscar seu espaço na política.

Por **Vladimir Brandão**

Como o senhor decidiu se envolver com a política e encarar o desafio de dirigir Joinville?

Eu trabalhei minha vida inteira, desde os 14 anos, no setor privado, mas nas últimas quatro décadas sempre estive muito próximo de nossas entidades de classe. Fui presidente da ACIJ (Associação Empresarial de Joinville) por cinco mandatos ao longo de 35 anos. Exerci a presidência do Sindicato da Indústria de Fiação e Tecelagem de Joinville por longo período. Fui um dos vice-presidentes regionais da FIESC. Fui conselheiro do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do SENAI. Convivi ali com José Alencar (fundador da Coteminas e ex-vice-presidente da República), que também era do conselho. Conversávamos muito sobre a importância e a oportunidade do empresário participar das ações políticas – ele estimulou muito a minha participação. Resisti um pouco porque existiam tarefas importantes na Döhler (indústria que presidia) e no Hospital Dona Helena. Na ACIJ, no passado, o empresário ficava preocupado em ter um bom desempenho do muro da empresa para dentro, e

não se importava com o que se passava do outro lado. Essa omissão se acentuou e começamos a perceber descuidos e espaços políticos que deixaram de ser ocupados pelos empresários – exceção feita a um ou outro setor que se mobilizou politicamente, como o setor rural. Percebi isso e me filiei ao já extinto PL quando Guilherme Afif Domingos foi candidato à Presidência da República (em 1989). Recentemente, recebi convite do PMDB para construir uma proposta para Joinville. Toda a experiência acumulada me estimulou a aceitar o desafio.

O que a indústria perdeu com a omissão política?

A indústria perdeu muito porque teve que suportar um ônus tributário desnecessário. Também temos uma legislação trabalhista totalmente ultrapassada. Pagamos altos impostos e baixos salários. Se a gente estivesse presente na atividade política teríamos hoje uma legislação muito mais simplificada, com menos impostos. Em Joinville, por termos observado a distância o que se passa na cidade, tivemos descuidos importantes. Não temos, por exemplo, um plano



Döhler: falta motivação ao empresário, mas o espaço à ação política está escancarado

de ordenamento territorial, que só agora está sendo colocado em prática.

Ainda há espaço e motivação para a participação política do empresário?

Falta motivação, mas o espaço está escancarado. Eu me lembro que em nossa associação de representação empresarial, de nossa diretoria com 17 ou 18 membros apenas dois tinham filiação político-partidária. Se o empresário levantar a mão para buscar filiação, seguramente uma dúzia de partidos vai querer abrigá-lo. Acho que José Alencar deu uma grande contribuição à causa com a luta pela moralização da taxa de juros, que não foi acolhida pelo governo anterior mas foi pelo atual. Isso mostra o acerto do empresário buscar esse envolvimento. Lentamente ele está acordando para a necessidade.

Que contribuição a experiência de gestão privada pode dar ao setor público?

O poder político no Brasil apodreceu. Perdeu-se

a harmonia entre os poderes. Com as reeleições seguidas estimulou-se o profissionalismo político, o fisiologismo. A corrupção ocupou um espaço que foge ao controle. Mas entendi que não estávamos num beco sem saída, e foi isso que me motivou. Há como moralizar a gestão pública. Temos todo o cuidado para não desperdiçar nenhum centavo do dinheiro público e buscar a corrupção zero. No poder público não falta dinheiro, o que falta é boa gestão. Herdamos um passivo muito grande da gestão anterior e parecia que se, em quatro anos, resolvêssemos esse passivo, já teríamos ajudado a cidade. Depois de um ano concluímos que essa encrência inicial é menor do que dois, numa escala de zero a 10. O resto é que atrapalhava a gestão.

O que, por exemplo?

Era inadmissível não contar com todos os processos e dados informatizados. Hoje eu projeto 32 mil pontos naquela telinha (um monitor em seu gabinete), clico num ponto sobre o mapa da

cidade, ele abre e mostra que há uma escola por ser construída ali, ou um posto de saúde. Ele vai ao detalhe de uma boca de lobo entupida. O sistema aproveita informações do dia a dia que filtramos da mídia, da nossa ouvidoria, do poder legislativo, das associações dos moradores, enfim, da sociedade civil organizada. Em breve desaparecerá da prefeitura o papel, teremos tudo 100% digitalizado. Isso vai diminuir sensivelmente a burocracia. E quanto menor a burocracia, menor a corrupção. Também simplificamos os licenciamentos para construção, o que é inédito no País. Eliminamos várias exigências e pedimos que apenas três folhas sejam preenchidas. Um licenciamento levava em média 170 dias. Reduzimos para 15 dias.

É mais fácil reerguer uma empresa combatida ou uma prefeitura?

Acho que as coisas se equivalem. Mas uma empresa, quando é mal gerida, se torna insolvente e desaparece. Nunca vi uma cidade fechar ou desaparecer. No setor público a complexidade é maior porque a taxa de corrupção é muito elevada. Outro problema é que a gestão pública é vista dentro de um período muito curto, de quatro ou oito anos. Mas uma cidade não acaba em quatro nem em oito anos. Por isso construímos os projetos que chamamos de Joinville 2030, de como será a cidade daqui a 16 anos, e Joinville mais 30, que é a construção da cidade para a próxima geração. Já antevemos que a nossa economia dobra de tamanho em 10 anos e triplica em 30 anos. Hoje o setor mais importante é o metal-mecânico e estamos avançando no automotivo. Porém também enxergamos que daqui a dez anos surgirão oportunidades na área de fármacos, biotecnologia, novos

materiais e economia verde. As universidades são orientadas desde já nesse sentido, assim como trabalhamos nosso projeto habitacional para uma cidade de 1,2 milhão de habitantes (atualmente são 560 mil).

O empresário critica a gestão pública, pois parte de sua competitividade depende dela. É possível avançar ou seu raio de ação é limitado?

É possível avançar bastante. Conhecendo o setor privado, sabemos onde estão suas fragilidades também. A evasão fiscal no País está em torno de 40%, e estamos em busca de redução. Na medida em que todos pagarem o seu imposto reduz-se a carga tributária per capita. Reduzimos a inadimplência do IPTU em 23,8% no primeiro ano de mandato. Por outro lado, tínhamos 212 supervisores no município, mas apenas três tinham função. Então 209 funções foram extintas. Há muito que vencer para melhorar o processo de gestão.

Qual é a diferença de fazer política sindical patronal e atuar na política e gestão pública?

Não muda muita coisa. Fomos muito criticados na campanha por afirmarmos que gestão privada e pública não são muito diferentes. O que encontramos aqui foi um passivo muito desconfortável, uma máquina emperrada, equipamentos sucateados. O fisiologismo odioso faz pressão de todo lado. Mas nos esforçamos para valorizar o servidor público. Por pelo menos quatro anos eu serei servidor do município e quero sair daqui com uma boa imagem. Se isso não acontecer é porque não fomos bem-sucedidos. ■

“Se a gente estivesse presente na política, teríamos hoje uma legislação muito mais simplificada, com menos impostos”

SENAI SC 60 ANOS. A INDÚSTRIA DA GENTE, MUITO ALÉM DO PRESENTE.

O SENAI Santa Catarina está completando 60 anos. Mas, em vez de falar do passado, a gente prefere falar do futuro. Valorizar o que é novo. Buscar novos rumos para quem trabalha na indústria ir mais longe. Afinal, isso é inovação, e é assim que fazemos há seis décadas. E também é assim que pretendemos fazer pelos próximos 60 anos.



Acesse www.senaisc60anos.com.br e conte como você imagina a nossa indústria amanhã.

**A SUA OPINIÃO
PODE VALER UM IPAD.**



FIESC SENAI

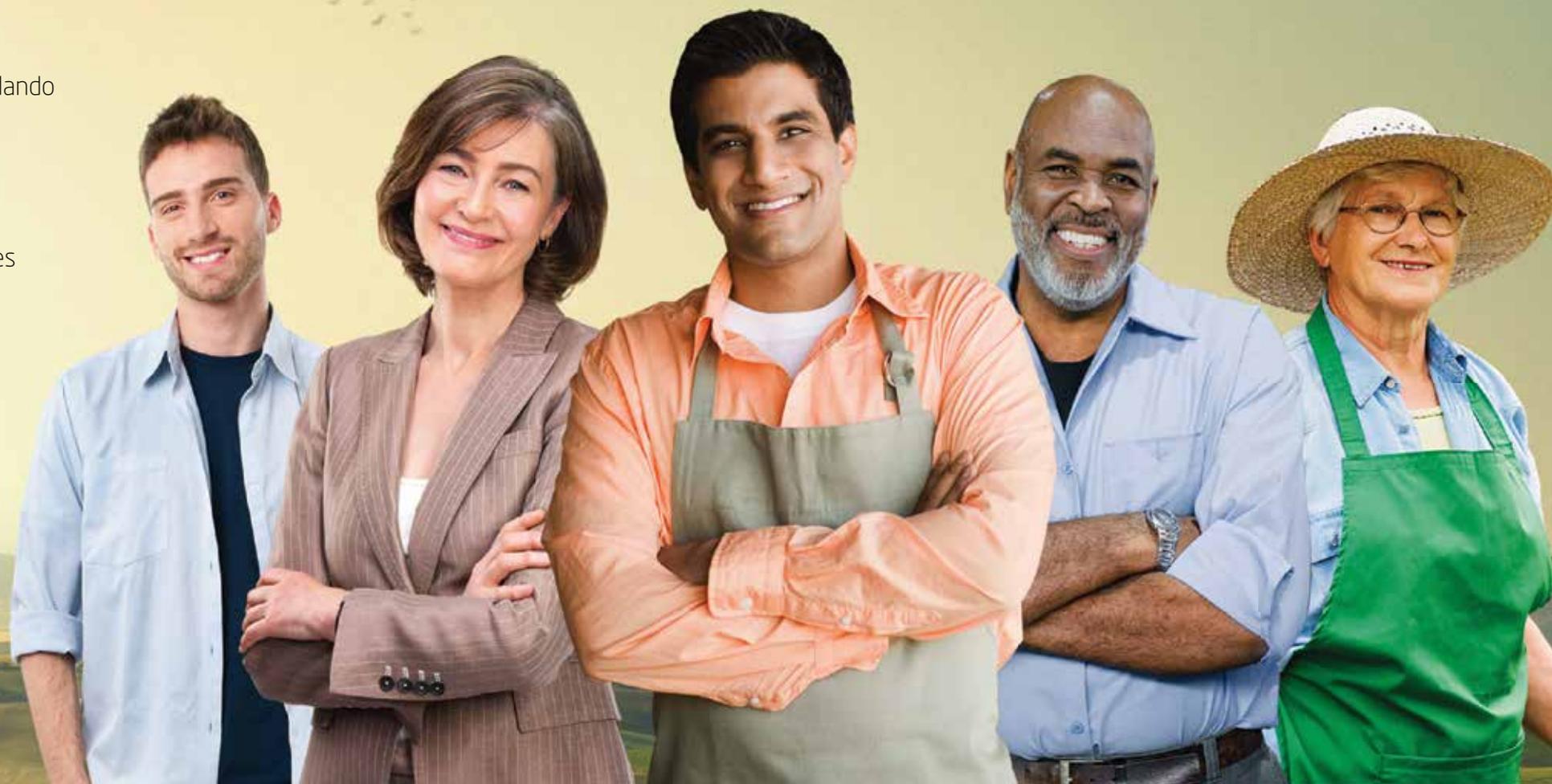
O Programa Nova Economia está fazendo nascer uma Santa Catarina ainda mais forte e competitiva.



GOVERNO DE SANTA CATARINA

Secretaria do Desenvolvimento Econômico Sustentável

O Governo de Santa Catarina promove uma série de iniciativas que estão mudando a história de milhões de catarinenses em todos os municípios. São ações que levam qualificação, crédito e oportunidades a jovens, trabalhadores e empresários, gerando mais renda e empregos em todo o estado.



POLOS INDUSTRIAIS

4 mil empregos gerados e 30 mil mantidos



ECONOMIA VERDE E SOLIDÁRIA

1.420 beneficiados e R\$ 20 mi investidos



CENTROS DE INOVAÇÃO

11 centros em 11 municípios



FÁBRICA BMW

3.800 empregos diretos e indiretos



GERAÇÃO TEC

3.600 capacitações realizadas



JURO ZERO

15.000 Empreendedores individuais beneficiados com até R\$ 3 mil



DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

14.000 empreendedores capacitados

Nova Economia.

Mudando a história de milhões de pessoas, fazendo nascer uma nova Santa Catarina.

sds.sc.gov.br

Damiani: rede de lojas da Damyller permite maior controle sobre as vendas

O banho de loja da indústria têxtil

Por **Fabrcio Marques**

PARA ENFRENTAR A CONCORRÊNCIA ASIÁTICA AS EMPRESAS INVESTIRAM EM MODA, E PARA VENDÊ-LA TIVERAM QUE MONTAR REDES PRÓPRIAS DE VAREJO. A AÇÃO MUDOU O PERFIL E FORTALECEU UM DOS SETORES MAIS TRADICIONAIS DE SANTA CATARINA

A trajetória da Damyller, indústria de jeans criada há 35 anos na cidade de Nova Venéza, região de Criciúma, resume a transformação pela qual passou a indústria da moda catarinense nos últimos anos. Sob o comando do empreendedor Cide Damiani, a empresa, que hoje produz mais de 120 mil peças por mês graças à reatguarda de 2,5 mil colaboradores, percebeu que seria difícil crescer e se afirmar como marca de

qualidade dependendo apenas das lojas multimarcas como canal de venda. Afora a dificuldade de se destacar em meio à concorrência, havia outros percalços como a inadimplência dos lojistas. O caminho natural, que começou a ser trilhado no início dos anos 1990, foi o lançamento de lojas próprias, a princípio em cidades do interior do Brasil. Hoje, são 119 lojas, espalhadas por todos os estados.

“Valeu a pena”, diz Damiani, filho de riziculto-

res que começou com uma pequena fábrica de calças jeans e veludo, com dez funcionários e sete máquinas de costura. “A expansão das lojas exigiu um grande esforço de infraestrutura, logística e distribuição, além de um capital de giro considerável, mas hoje nos garante uma situação confortável. Temos controle sobre tudo o que vendemos”, afirma o empresário, que toca a empresa com as filhas e outros familiares. Reconhecida como uma marca

de jeans de qualidade, a Damyller aceitou flexibilizar a estratégia apenas em 2012, distribuindo em lojas multimarcas de cidades onde não há lojas próprias. No ano passado também passou a vender pela internet.

Público feminino

A Damyller segue uma tendência que mudou o perfil das empresas do setor do vestuário, garantindo lucratividade e fôlego ante a concorrência dos importados. Empresas como a Hering, a Marisol, a Dudalina e a Malwee, apenas para citar algumas companhias catarinenses, vêm adotando modelos de negócios que, em vez de se ocupar exclusivamente da produção de alta qualidade, também contemplam a gestão de marcas, o investimento pesado em redes de varejo próprias e uma forte aposta em design.

Esse movimento ajuda a explicar por que as têxteis catarinenses vêm crescendo mais do que a média nacional. Uma análise do Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI), de São Paulo, concluiu que de 2008 a 2012 o segmento que envolve têxteis e confecções cresceu 14,7% no Brasil em número de empresas, com expansão de 0,2% no total de empregos. No mesmo período, o segmento em Santa Catarina cresceu 18%, com 4,7 mil empresas, e 5,4% nos empregos, que hoje totalizam 197 mil postos de trabalho. “Santa Catarina é o segundo polo têxtil do Brasil e poderá ser o primeiro dentro de cinco anos se continuar crescendo acima da média obtida por São Paulo, que é o líder”, diz Sérgio Pires, presidente da Câmara de Desenvolvimento da Indústria da Moda da FIESC.

Um dos exemplos mais eloquentes desse movimento foi a trajetória da Cia. Hering, de Blumenau, que se tornou referência no País fabricando peças básicas, como camisetas e calças. Em me-

ados dos anos 1990, mergulhada numa aguda crise financeira, investiu em lojas próprias e franquias. A aposta foi intensificada nos últimos anos. Em 2007, quando a empresa fez uma nova oferta de ações ao mercado e tomou um novo fôlego, contabilizava 28 lojas próprias das marcas Hering e PUC, além de 197 franquias. Atualmente, tem 700 lojas no Brasil e no exterior, sendo 568 da Hering, 79 da PUC, 52 da Hering Kids e uma da dzarm.

“Nossa principal característica é nos reinventarmos constantemente”, afirma o diretor administrativo Carlos Amaral. “Hoje, trabalhamos com quatro marcas estratégicas – Hering, Hering Kids, PUC e dzarm – e estamos indo para a quinta, a Hering for you, que será dedicada exclusivamente ao público feminino.” Cada marca desenvolve seis coleções ao longo do ano, o que garante que sempre haja novidades nas lojas. Apesar do forte investimento em lojas próprias, a Hering não abandonou o mercado das multimarcas.

A concorrência asiática, em vez de ser encarada como um problema, criou uma oportunidade. “Não



enxergamos o mercado asiático como concorrência simplesmente porque atuamos em parceria com ele. Adotamos um sistema híbrido, com fabricação própria, terceirização de etapas da produção e *outsourcing*, transitando da fábrica ao varejo”, diz. Fios, produtos químicos, insumos, tecidos e produtos acabados são

comprados de uma rede de 4 mil fornecedores brasileiros e internacionais. Na fabricação, por exemplo, 65% dos insumos vêm de fora. Os principais fornecedores internacionais ficam em países como Bangladesh, China, Índia, Indonésia, Peru, Tailândia, Taiwan, Uruguai e Vietnã. Em 2012, a Cia. Hering teve receita bruta de R\$ 1,8 bilhão, 8,9% superior à de 2011.

O investimento em lojas próprias, além de dar força às marcas, é uma resposta à mudança no perfil do varejo brasileiro, observa Giuliano Donini, presidente da Marisol, empresa que também investiu pesadamente no varejo – só as franquias das marcas infantis Lilica e Tigor somam mais de 180 operações no País. “O consumidor antigamente comprava roupas em lojas de departamento e hoje compra em shopping centers, que ocuparam o lugar das grandes lojas multimarcas. Por isso,

ter uma vitrine num shopping tornou-se crucial para atingir o cliente”, explica Donini, que mantém a Academia do Varejo, um programa de cursos e palestras voltado a empresas e profissionais de vendas.

A transformação da Marisol, ele ressalta, foi muito mais ampla, desde o ano 2000. “Temos hoje uma coleção de calçados efetiva. Entramos mais no mercado de acessó-



rios, que complementa o vestuário, lançamos uma linha de perfumaria e começamos a entrar em novos ambientes. As práticas das lojas monomarca são peculiares. Você se sente forçado a reagir e a provocar”, diz Donini. Em meados da década passada, a Marisol chegou a manter uma parceria de três anos com um estúdio na Itália, para desenvolver novas coleções. “Isso nos ajudou a entender os desafios do mercado de uma maneira mais completa”, afirma.

Cadeia completa

O aumento na renda do brasileiro e a ascensão da classe C deram impulso ao mercado de vestuário e criaram novos desafios. Esse novo consumidor gosta de brilho, de detalhes de metal e está antenado nas tendências da novela, que mudam rapidamente. As empresas perceberam isso e criaram um diferencial competitivo para enfrentar a concorrência asiática. Enquanto o importado oferece um produto padrão e precisa de seis a oito meses para reagir a uma nova tendência, as empresas brasileiras aprenderam a lançar coleções de forma instantânea.

“Elas conseguem ver o sucesso das peças da delegada da novela (referência à personagem Helô, de Giovanna Antonelli, em Salve Jorge) e lançar produtos semelhantes quase na mesma hora”, conta Sérgio Pires, da Câmara de Moda. Graças a esse tipo de estratégia, que associa investimento em coleções e presença forte no varejo, foi possível enfrentar a invasão dos importados. Nesse ritmo, verdadeiros polos de criação e gestão de moda se estabeleceram em Santa Catarina. Além do tradicional polo do Vale do Itajaí, a cidade de Jaraguá do Sul sedia a Marisol, a Malwee e o Grupo AMC, detentor das marcas Colcci, Forum, Triton e Tufi Duek. No Sul do Estado, além da Damyller, destacam-se a Dopping, marca de jeans, e a La Moda, da marca Lança Perfume, ambas sediadas em Criciúma. Outras indústrias trilham o mesmo caminho.

A transformação não foi trivial. Com cadeia produtiva completa, a começar pela produção de algodão, o Brasil é o segundo maior produtor têxtil do mundo, superado apenas pela China. Até a década de 1990, a principal preocupação das empresas era

Loja Hering: concorrência asiática criou novas oportunidades



VESTUÁRIO

ter fábricas modernas, com máquinas novas e altamente produtivas. Mas demoravam a lançar coleções. Hoje isso mudou. Há quem lance até oito coleções por ano. E, claro, é preciso ter vitrines para mostrar as novidades, o que reforça a importância das lojas de marca. Essa nova visão, que dá ênfase à capacidade inovadora das empresas, fez com que a própria Câmara da Moda da FIESC mudasse. Seu nome, até 2013, era Câmara do Desenvolvimento Têxtil e do Vestuário.

A aposta é renovada por empresas como a Malwee, que planeja abrir 100 novas lojas até o final do ano, todas elas franquias em shopping centers, e dobrar o tamanho da sua operação no varejo, que hoje já

Donini, da Marisol: vitrine em shopping é fundamental para atingir clientes



conta com uma centena de pontos de venda. Já o Grupo Mafferson, uma confecção com mais de 3 mil funcionários que é dona da marca Dopping, articula a abertura de suas primeiras 15 lojas franqueadas pelo País.

Segundo especialistas, uma vantagem no mercado da moda é que os produtos

oferecidos não são exatamente comparáveis. Não é como comprar um eletrodoméstico, em que é possível comparar produtos semelhantes de várias marcas e escolher pelo preço. Na moda, se o consumidor gostar daquela camisa, ele leva. Um exemplo de sucesso nesse mercado é a trajetória da Dudalina, que era uma grande indústria de camisas mas produzia peças muito parecidas com as dos concorrentes e não conseguia cobrar muito

DMULGAÇÃO



A PORTONAVE ESTÁ EM UMA LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA: EM PRIMEIRO LUGAR NA MOVIMENTAÇÃO DE CONTÊINERES EM SANTA CATARINA.



MAIS QUE UM PORTO, UM POLO LOGÍSTICO COMPLETO.

A Portonave é o porto responsável pela movimentação de 46% das cargas containerizadas de Santa Catarina e está preparada para aumentar cada vez mais esse número. Com investimentos em infraestrutura e equipamentos, está inserida em um complexo portuário consolidado e com serviços integrados. Venha crescer com a Portonave.

Lloyd's List Awards
Global 2013
Winner
Port Operator Award



Navegantes/SC
portonave.com.br
+55 47 2104 3341


PORTONAVE
COMPETÊNCIA PORTUÁRIA.

mais caro do que as outras. Na hora em que descobriu o nicho das camisas femininas e investiu em *design*, tornou-se talvez o mais impressionante case da indústria têxtil brasileira. Hoje, forma fila nas lojas para comprar camisas masculinas e femininas que custam R\$ 300.

A receita líquida da Dudalina foi de R\$ 349,5 milhões em 2012, quase 49% superior ao ano anterior. O crescimento atraiu a atenção de fundos de *private equity* norte-americanos e em dezembro dois deles adquiriram o controle da empresa. A estratégia varejista foi fundamental para atingir os resultados. O canal de distribuição nas lojas multimarcas, que garante a exposição dos produtos em 3,5 mil pontos de venda, continua importante. A novidade foi a criação de 75 lojas próprias em várias cidades, que ampliaram as vendas e estão fortalecendo a imagem da empresa.

A estratégia se explica, em grande medida, pelo despreparo do varejo multimarcas, pois a indústria se esmera no desenvolvimento de produtos inovadores, mas não encontra um ambiente adequado para o posicionamento da marca. Segundo



Rui Hess, membro da família fundadora da Dudalina e ex-diretor de varejo da marca, se o canal de vendas nas lojas multimarcas fosse eficiente, as empresas não se arriscariam a abrir tantas lojas. “É um mercado difícil para as indústrias. Nos shopping centers, os custos de ocupação são muito elevados. Mas nas multimar-

cas o diferencial é preço, o que não favorece marcas com valor agregado e qualidade superior”, diz.

Concorrentes unidos

Um dos dinamos da transformação das empresas de moda catarinense foi o movimento Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC), que reúne 22 companhias, entre elas a Hering, a Marisol e a Dudalina, mas também pequenas indústrias, em busca de sinergias e soluções conjuntas para os seus problemas. “Cerca de 10 anos atrás, a gente percebeu que não se tratava de ter apenas um *cluster* de produção com qualidade e tecnologia, mas de dar a importância ao *design* e aprender a trabalhar no varejo”, explica Cristiano Buerger, ex-presidente do



SCMC e diretor da Tecnoblu, empresa produtora de etiquetas de Blumenau.

Sérgio Pires, da Câmara da Moda da FIESC, que apoia o movimento, lembra do início do SCMC. “Os empresários catarinenses se queixavam de impostos e da taxa de câmbio, mas o fato é que não temos nenhum poder de influenciar na cotação do dólar. Fomos procurar alternativas naquilo que somos bons”, diz. O movimento promove eventos em que as empresas participantes trocam experiências, organiza visitas a companhias de outros setores e viagens a polos de moda internacionais.

Outra atividade são os eventos em que profissionais das empresas reúnem-se com alunos e professores de universidades e do SENAI para criar coleções inovadoras, diferentes e não conflitantes com as coleções atuais. O projeto dá condição às empresas de experimentar o que elas nem sempre conseguem testar e permite aos alunos aprende-

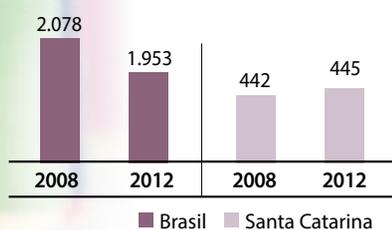
rem o que encontrarão no ambiente corporativo. Na prática, o projeto une concorrentes para fazer a indústria de Santa Catarina mais respeitada.

O atual presidente do SCMC é o empresário Claudio Grando, da empresa de software Audaces, de Florianópolis, que apoia o movimento fornecendo soluções para a criação de novas coleções. O time criativo da Audaces interage com o das empresas e ajuda a criar coleções em ritmo acelerado, por meio de softwares de modelagem e de robôs que cortam tecidos, para reduzir o tempo entre a concepção do estilista e a peça na linha de produção. “Moda é arte. E quem consegue fazer arte de maneira industrial se dá bem”, diz Grando. “O objetivo do SCMC é mudar o posicionamento das empresas de moda. A gente trabalha para agregar valor ao produto”, afirma.

Grando, presidente do SCMC: produção de arte em escala industrial

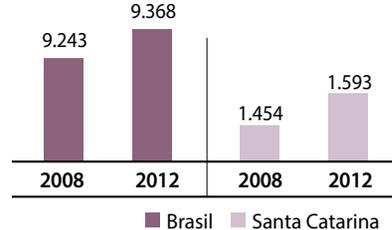
Catarinenses costumam mais

PRODUÇÃO DE ARTIGOS TÊXTEIS
(Em mil toneladas)



Evolução no período: -6,06% (Brasil), +0,6% (Santa Catarina)

PRODUÇÃO DE CONFECCIONADOS
(Em milhões de peças)



Evolução no período: +1,3% (Brasil), +9,6% (Santa Catarina)

O valor da saúde na ponta do lápis

DIZ-SE QUE ELA NÃO TEM PREÇO, O QUE É VERDADE EM TERMOS ÉTICOS, MAS EMPRESAS TAMBÉM TÊM QUE LIDAR COM O CAIXA. PARA CONTEMPLAR ESSA DIMENSÃO DA EXISTÊNCIA, ESTUDOS DEMONSTRAM QUE O RETORNO GERADO PELA PROMOÇÃO DA SAÚDE É ATÉ CINCO VEZES MAIOR QUE O INVESTIMENTO

Por **Vladimir Brandão**

A redução do absenteísmo – indicador que mede a quantidade de faltas ao trabalho – é um dos grandes desafios dos departamentos de recursos humanos das empresas mundo afora. No Brasil, cada trabalhador perde, em média, quatro dias de trabalho por ano, gerando custos pela necessidade de reorganização de funções, pagamento de horas extras e utilização de serviços médicos, dentre outros. Mas e quanto ao presenteísmo, quem já ouviu falar? Pois esse mal, de acordo com especialistas, causa prejuízos para as empresas três ou quatro vezes maiores que o absenteísmo. A estranha palavra

descreve a situação em que o trabalhador está em seu posto, porém tem baixo rendimento. Da depressão à dor nas costas, passando pela resaca ou o tabagismo, são várias as causas que levam à perda de produtividade.

Sandra Francisca Momm, funcionária da Tupy, de Joinville, passou por maus momentos em 2011, após a morte da irmã. Deprimida, engordou e viu seu rendimento desabar, sendo afastada de várias funções que exercia. O chefe a encaminhou ao

Sandra, que trocou o ônibus pela bicicleta: "Até o meu pensamento está mais rápido"



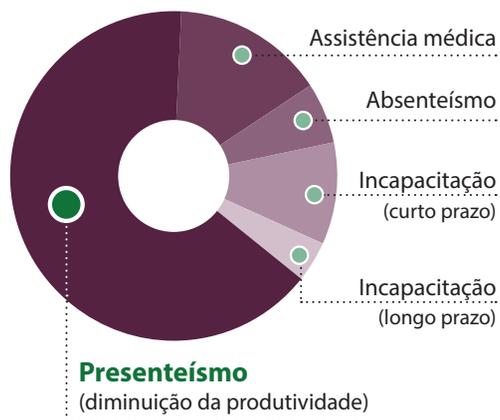
QUALIDADE DE VIDA

setor de atendimento à saúde. Ela iniciou tratamento psicológico, realizou exames e aderiu ao programa nutricional da empresa. O conjunto de intervenções associado à sua força de vontade permitiu-lhe atingir a meta de emagrecer 18 quilos pouco antes do último Natal, passando a vestir calças tamanho 36 – antes seu número era 44. Mais do que simplesmente perder peso, ela adotou hábitos saudáveis e reencontrou a alegria de viver.

Aos 42 anos de idade, Sandra malha 40 minutos diariamente na academia da empresa, faz corridas de 10 quilômetros e defende a Tupy em várias modalidades dos Jogos do SESI, competição voltada aos trabalhadores da indústria. Numa iniciativa emblemática dos novos tempos e hábitos, Sandra destruiu seu cartão de ônibus, passando a fazer o percurso de pouco mais de três quilômetros entre sua casa e a indústria somente de bicicleta ou a pé. A maior disposição refletiu-se também em resultados surpreendentes em seu rendimento profissional. “Agora eu consigo focar melhor as tarefas e o meu pensa-

O peso do presenteísmo

EM QUE MEDIDA OS PROBLEMAS DE SAÚDE ONERAM AS EMPRESAS



Fonte: Fórum Econômico Mundial / Working Towards Wellness: The Business Rationale

Produtividade no chão

OS 10 FATORES QUE MAIS AFETAM O DESEMPENHO DOS TRABALHADORES

- 1 Distúrbios do sono
- 2 Dores nas costas e no pescoço
- 3 Colesterol elevado
- 4 Ansiedade
- 5 Hipertensão
- 6 Fadiga
- 7 Obesidade
- 8 Depressão
- 9 Artrite
- 10 Outras doenças crônicas



Fonte: Fórum Econômico Mundial / Working Towards Wellness: The Business Rationale

mento está muito mais rápido. Assumi novos projetos e estou dando conta do recado”, diz a funcionária, que trabalha na implementação de projetos de melhoria contínua dos processos produtivos, o Seis Sigma.

Não há muito o que discutir: promover o bem-estar nos ambientes de trabalho é simplesmente a coisa certa a se fazer, considerando-se princípios éticos e humanísticos que ao menos deveriam nortear todas as organizações. Algumas das principais indústrias de Santa Catarina, a exemplo da Tupy, já acordaram para o fato de que criar ambientes saudáveis e oferecer meios para melhorar a vida dos trabalhadores dá bons resultados também para o caixa. “Promover a qualidade de vida do trabalhador não é um custo, mas um investimento muito rentável”, diz Glauco José Côrte, presidente da FIESC.

“Acidentes e doenças geram altos custos para as empresas. O investimento em qualidade de vida é fator de diminuição de custos e de aumento de produtividade”, diz Fabrizio Machado



A força que move o desenvolvimento



Ao oferecer insumos para os diversos segmentos da agricultura, construção civil, transporte rodoviário e ferroviário, a METISA segue trilhando os caminhos do desenvolvimento, gerando força ao trabalho e ao potencial produtivo dos seus clientes. Trajetória marcada pelos avanços tecnológicos e pela vontade de fazer acontecer, que contribui com o crescimento do estado de Santa Catarina. Um constante e sólido compromisso com o progresso.



METISA

www.metisa.com.br

Pereira, superintendente do SESI/SC, entidade ligada à FIESC dedicada a criar ambientes de trabalho seguros e saudáveis e a promover mudanças no estilo de vida.

Empresas que não se preocupam suficientemente com segurança e saúde têm que acertar as contas com a Previdência Social. O Fator Acidentário Previdenciário (FAP) é calculado com base nas licenças médicas e aposentadorias ocasionadas por motivo de saúde. Empresas com alta frequência dessas

ocorrências chegam a ter impacto dobrado com seguros de acidentes de trabalho, que podem chegar a 6% da folha de pagamento. Já o Nexo Técnico Epidemiológico Previdenciário (NTEP) qualifica como acidente de trabalho o surgimento de doenças previamente relacionadas a determinadas atividades laborais, tendendo, portanto, a elevar o FAP e causar impactos financeiros extras. Em compensação, a sistemática premia os esforços. Empresas sem acidentes podem ter sua alíquota de FAP reduzida à metade.

No mundo das organizações saudáveis, mais

Márcia: controle de peso na balança do almoxarifado



importante do que consertar os problemas é evitar que eles aconteçam. Não é exagero afirmar que manter o quadro funcional livre de doenças é um patrimônio significativo das empresas. "Sabe-se que os profissionais saudáveis são mais produtivos e faltam menos ao trabalho. Cuidar do estilo de vida do trabalhador tem correlação cientificamente comprovada com a produtividade", diz Alberto Ogata, presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida (ABQV).

Metros de barriga

Pesquisas realizadas nos Estados Unidos (National Prevention Council, 2011) concluíram que para cada dólar investido em promoção de saúde nas empresas, os custos com assistência médica são reduzidos em US\$ 3,27. Esse mesmo dólar diminui os custos com absenteísmo em US\$ 2,73. Isso ocorre porque trabalhadores com fatores de risco como diabetes, colesterol alto, hipertensão e obesidade faltam três vezes mais ao trabalho do que as pessoas que não os possuem. Já o impacto dos fatores de risco na elevação do presenteísmo é brutal, pois eles derubam a produtividade em até 30%. No Brasil, dados preliminares de programas de gestão de qualidade de vida conduzidos pelo SESI apontam para retornos de pelo menos 60%, podendo chegar a cinco vezes o valor investido.

Um dos modos de enxergar o retorno dos programas desenvolvidos na Tupy é a quantidade de "pneuzinhos" queimados na companhia. Funcionários envolvidos no programa de acompanhamento nutricional da empresa perderam um total de 293,5 quilos no primeiro semestre de 2013, o que correspondeu a quase



Silvério: novo programa da Tupy mira em prevenção de doenças e maior satisfação no trabalho

quatro metros a menos de barrigas circulando pela fábrica no período.

A almoxarife Márcia Amorim de Andrade sentia-se cansada e tinha a autoestima no chão quando pesava 12 quilos acima do ideal para sua estatura. Também sentia palpitações. Com apenas 33 anos de idade, percebeu que os problemas poderiam ser consequência de algo errado com seu estilo de vida e resolveu aderir ao programa de acompanhamento nutricional. Foi orientada a cortar ou diminuir o consumo de pães, massas, bolos, gorduras e refrigerantes e a encarar saladas, alimentos integrais e grelhados. A orientação não surtiria o mesmo efeito se o restaurante da Tupy não oferecesse um cardápio alternativo

com carnes grelhadas, grãos integrais e menos sal no preparo dos alimentos.

Márcia animou-se com o ritmo do emagrecimento, de três quilos por mês, conferindo a evo-

6%

da folha de pagamento

Valor a que pode chegar o seguro de acidente de trabalho para empresas com muitos afastamentos por acidentes ou doenças

A medida do bem-estar

ÍNDICE PERMITIRÁ ESTABELECE METAS DE MELHORIA CONTÍNUA EM SANTA CATARINA

Qualidade de vida é um conceito que, a depender do autor, pode incorporar mais ou menos aspectos objetivos ou subjetivos, seja do meio físico, do ambiente psicossocial ou ainda de outras dimensões. Se for deixado solto, sem parâmetros, fica impossível avaliar e estabelecer metas para melhorar a qualidade de vida de um grupo. Para superar a limitação, o SESI desenvolveu o Índice de Qualidade de Vida do Trabalhador da Indústria Catarinense (IQV), que considera aspectos relacionados ao estilo de vida e às condições de trabalho, a partir de um modelo proposto pelo pesquisador Markus Vinícius Nahas, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Entrevistas com os interessados – os trabalhadores – foram realizadas ao longo de 2012 em todo o Estado, abordando-se 30 itens relacionados a atividade física, alimentação, estresse, relacionamentos e comportamento preventivo (referentes ao estilo de vida) e ao ambiente físico, social, desenvolvimento e realização profissional, remuneração e relevância social do trabalho. Tudo ponderado, chegou-se a uma “nota” média no Estado de 6,32, numa escala de zero a 10. Quase 70% dos trabalhadores ouvidos têm boa qualidade de vida, segundo percepções próprias. Um

lução todos os dias na gigantesca balança do almoxarifado – que apesar de ter capacidade para toneladas, possui precisão de gramas –, até atingir os almejados 63 quilos. Passou a frequentar a academia. Exames atestaram a redução de colesterol e triglicerídeos. As palpitações cessaram e o ritmo de movimentação no almoxarifado pôde ser intensificado. “Fico oito



ARQUIVO FIESC

Industriários consideram boa sua qualidade de vida

bom resultado, que poderá ser melhorado nos próximos anos. “Com o aperfeiçoamento da metodologia teremos um instrumento para avaliar a efetividade das ações de promoção da saúde e qualidade de vida dos trabalhadores e relacioná-las com o desempenho econômico das empresas”, afirma Eloir Edilson Simm, gerente de Qualidade de Vida do SESI/SC.

horas por dia andando. É um trabalho cansativo, mas passei a realizá-lo com mais eficiência e prazer”, afirma a funcionária. O sucesso de Márcia não foi uma conquista isolada. Ela contagiou colegas e familiares, fazendo com que ao menos 10 pessoas de seu círculo aderissem à mudança de hábitos. “Tornei-me um exemplo vivo de que isso funciona.”

6,32

IQV do trabalhador da indústria catarinense

6,75

Meta do SESI/SC para 2014

IEL. Ajudando a transformar as empresas. E quem faz parte delas.

ESTÁGIO E DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA:

Programa Estágio Responsável

Recrutamento e seleção de estudantes conforme perfil desejado, legalização e acompanhamento administrativo do estágio.

Capacitação de Supervisores de Estágio

Desenvolvimento e aprimoramento profissional de supervisores de estágio e gestores de recursos humanos.

Programa Profissional do Futuro

Desenvolvimento de competências comportamentais de estudantes para aprimoramento profissional.

Programa de Educação Inclusiva

Oportunidades de estágio e capacitação para os adolescentes que sairão dos Programas de Acolhimento.

Recrutamento e Seleção de Talentos (Consultoria Especializada)

Recrutamento e Seleção com aplicação de diversas ferramentas para garantir a qualidade das contratações.



EDUCAÇÃO EXECUTIVA:

Educação Executiva Internacional

O programa prepara os participantes para se anteciparem às constantes mudanças do mercado.

Capacitação em Gestão da Inovação

Capacitar gerentes e técnicos de empresas nos conceitos, métodos e ferramentas de gestão da inovação.



www.fiescnet.com.br | 0800 48 1212

FIESC IEL

A mudança de hábitos traz benefícios óbvios para os funcionários e para a empresa, mas não é algo que pode ser imposto – a regra é o convencimento por meio de uma boa comunicação e o fornecimento de meios para que mudanças sejam realizadas. Desde 2009, quando foi criado, o acompanhamento nutricional atendeu 822 funcionários dos cerca de 12 mil que a companhia emprega em Joinville, Mauá (SP) e duas unidades no México.

Cinco pilares

“Os programas de qualidade de vida começam pequenos e vamos conquistando os funcionários aos poucos”, diz Márcia Regina Wolfgrann, gerente de RH – Gestão de Saúde da Tupy. Para dar suporte a esses programas a empresa conta com a parceria do SESI em várias áreas, como os serviços de alimentação e a gestão da academia de ginástica, além de programas como ginástica laboral e realização de eventos esportivos.

Considerada a maior fundição de blocos e cabeçotes de ferro fundido do mundo, a Tupy também é conhecida pelo incentivo ao esporte – criou o primeiro time de futebol de funcionários em 1957, mantém a Associação Atlética Tupy com 19 mil metros quadrados e formou times campeões de torneios nacionais e internacionais de trabalhadores. Há cerca de 10 anos passou também a se diferenciar pelo cuidado com a saúde, extrapolando questões legais da medicina ocupacional. Neste ano, a Tupy planeja fazer um *upgrade* em seu programa de bem-estar, organizando-o em cinco pilares: saúde física, operações livres de tabaco até 2015, gestão do estresse, alimentação saudável (que passa a in-

corporar controle de calorias) e ampliação do conhecimento da saúde dos funcionários. Neste último caso, a ideia é identificar perfis de risco e a partir deles desenvolver programas mais eficazes. O uso de bicicletas, uma tradição que se enfraqueceu em Joinville nos últimos anos, voltará a ser incentivado pela companhia, que contabiliza mais de 2,3 mil desses veículos em seu estacionamento.

“Nessa nova fase vamos atuar mais fortemente em prevenção e na busca de maior satisfação no ambiente de trabalho”, afirma Wellington Donizetti Silvério, vice-presidente de Recursos Humanos. Trata-se de uma decisão estratégica da companhia, que aprofunda seu processo de internacionalização com a recente aquisição de fábricas no exterior e exportações para mais de 40 países. “O objetivo é posicionar globalmente a Tupy como uma empresa de excelência em qualidade de vida.”

Primeiro passo

O primeiro passo que as indústrias costumam dar nesse importante terreno é o cumprimento das normas e disposições legais que procuram garantir a saúde e a segurança dos trabalhadores na esfera ocupacional, isto é, nos aspectos diretamente relacionados às condições de trabalho, que podem oferecer riscos variados. Nesse esforço incluem-se avaliações do ambiente físico para identificação de riscos, programas de saúde ocupacional, cumprimento de normas do Ministério do Trabalho e Emprego e requisitos legais dos ministérios da Previdência Social e da Saúde. “Cumprir os preceitos legais de ‘não causar dano’ já é um bom começo, é o

30%
de perda de
produtividade

Prejuízo que pode ser
causado pelo “presenteísmo”,
situação em que o
trabalhador tem baixo
rendimento profissional



essencial”, diz Alberto Ogata, da ABQV. “No entanto, não basta atender as normas e leis para a obtenção de bons resultados.”

A Maksell Refrigeração, de Indaial, fabricante de móveis e equipamentos para padarias e lanchonetes, com 50 funcionários, há três anos contratou o SESI para se alinhar às exigências da saúde ocupacional e prevenção de riscos ambientais. O esforço resultou em ações como mudanças de layout, desobstrução de uma porta, melhoria da sinalização e a retirada de um barulhento compressor de ar do ambiente fabril, dentre outras. Mais difícil foi mexer com aspectos culturais dos colaboradores, segundo o

gerente administrativo Moacir José de Oliveira. “Havia, por exemplo, muita resistência em usar o EPI (equipamento de proteção individual).”

Parte da solução do problema veio com a realização de encontros mensais dos funcionários com técnicos de segurança, que discorreram sobre a sua importância e orientaram para o uso de equipamentos. Mas, segundo Oliveira, o que funcionou mesmo para reduzir o número de faltas e acidentes foi a maior atenção dada aos empregados e aos seus problemas. A Maksell contratou um psicólogo que realizou mais

Ambiente de trabalho da Maksell: incentivo ao EPI e redução de uso de químicos

QUALIDADE DE VIDA

de 200 atendimentos em nove meses. Graças a uma notável melhora do clima organizacional o número de atestados desabou.

A empresa também investiu na instalação de uma manta térmica no telhado da fábrica, que reduziu a temperatura interna em 5°C, e na substituição de produtos que continham toluol – a mesma substância tóxica encontrada na cola de sapateiro – por outros que custam até 35%

mais caro. “Costumo dizer que o cumprimento de exigências legais é o limão, mas a partir delas podemos fazer uma boa limonada, atendendo o público interno e nos diferenciando da concorrência”, diz Oliveira, um dos seis irmãos que controlam a Maksell.

Ainda são poucas as empresas brasileiras que possuem uma verdadeira cultura de qualidade de vida capaz de sustentar um eficiente sistema de gestão nessa área. É comum atribuir-se tal condição aos inúmeros percalços que os empresários enfrentam em seu dia a dia, como impostos escorchantes, infraestrutura precária e burocracia. Nesse contexto desafiador, zelar pela qualidade de vida no trabalho acabou na lanterna do ranking de prioridades dos industriais brasileiros, que se limitam a assumir uma postura legalista em questões de saúde e segurança, colocando-as na rubrica das “despesas”. Trata-se, evidentemente, de um erro estratégico.

“O papel da liderança é essencial para a criação de uma cultura de qualidade de vida na empresa. É ela que elevará o tema ‘a questão estratégica’, alocará recursos e servirá de exemplo para todos”, afirma o especialista norte-americano Robert Karch, diretor do Centro Nacional para Saúde e Aptidão Física da American University, de Washington, e fundador do Instituto Internacional para a Promoção de Saúde. Há mais de 30 anos Karch ajuda a criar programas de saúde para instituições como a Casa Branca, as forças armadas americanas e empresas de diversos países, sendo

Matos, na horta da Coteminas: esforço para que o funcionário goste da empresa



atualmente parceiro do SESI catarinense no desenvolvimento de projetos. “Ao fim das contas, não há nada mais importante do que a saúde. A liderança tem o papel de incorporar esse valor na organização”, diz Karch.

Retenção de talentos

Eliezer Matos, diretor da unidade de Blumenau da Coteminas, é um entusiasta da causa que já conseguiu promover pequenas revoluções na fabricante de artigos de cama, mesa e banho. Para ele, proporcionar qualidade de vida é a melhor maneira de reter trabalhadores. “Temos que criar formas de cativar o funcionário experiente e qualificado”, afirma o executivo, ressaltando sua crença de que por mais que se invista em equipamentos, o que faz a diferença é o capital humano. À frente de uma equipe de 1.850 trabalhadores, Matos preocupa-se com a escassez

de profissionais em sua região. “Queremos que o funcionário goste da empresa, e para isso a empresa também tem que gostar dele. Criamos uma cultura de valorização do funcionário para que ele nos fidelize.”

O objetivo vem sendo alcançado, pois entre os funcionários com mais de três anos de casa a rotatividade anda muito próxima de zero. “Se a pessoa fica mais de um ano geralmente não sai mais”, conta Matos. Essas pessoas, segundo o executivo, oferecem motivação, produtividade e assiduidade. Mas, afinal, o que a Coteminas tem que outras indústrias não têm? O conceito que resume tudo é a cultura da empresa, que se expressa por meio de vários programas, ações e instalações voltadas à saúde, segurança, educação, lazer, alimentação e farmácia, quase todos eles em parceria com o SESI. Os programas interagem entre si e resultam num conjunto al-

Ginástica laboral: boa para a saúde e para o clima da organização

tamente satisfatório para os trabalhadores – o baixíssimo *turnover* atesta a afirmação.

Um bom exemplo é a escola de educação infantil da empresa. As mães podem deixar tranquilamente ali seus filhos de zero a cinco anos, pois as crianças saem alfabetizadas – atualmente 126 frequentam a escola. No programa de educação de jovens e adultos, além de dispensar os funcionários do trabalho, a empresa paga os



REINALDO JUNKES

óculos para quem necessita. Essas ações só fazem aumentar a frequência na biblioteca mantida pela Coteminas e aberta à comunidade, que é a que mais empresta livros em Blumenau – foram quase 5 mil empréstimos em 2013. Na área da saúde a indústria mantém, *in company*, clínica para realização de atendimento médico, consultas e farmácia. Mas quando se trata de qualidade de vida vale o princípio de melhoria contínua, então é necessário sempre ir além.

Sal pela metade

Foi nesse contexto que a Coteminas associou-se a um projeto de pesquisa desenvolvido pelo Sesi e Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc), com o objetivo de prevenir problemas osteomusculares. Em 2011 todos os funcionários foram avaliados por fisioterapeutas e fisiatras e as informações cruzadas com os prontuários médicos. Foram identificados grupos de pessoas que deveriam ter acompanhamento. Cerca de 5% dos funcionários foram remanejados. Foi instituída a ginástica funcional, para melhorar a performance do indivíduo em uma atividade específica. Em paralelo, uma política de ergonomia buscou adequar todos os equipamentos e móveis da empresa aos seus usuários. O saldo foi espetacular.

Cotejando-se as estatísticas anteriores de afastamento por doenças ocupacionais e as atuais, o departamento de RH concluiu que o problema foi reduzido à metade. Não foi tudo. O levantamento da saúde identificou grupos com fatores de risco como obesidade, pressão alta e diabetes. A clínica passou a oferecer atendimento nutricional ao grupo, mas logo a

direção bancou uma ação mais arrojada, que atingiria todo o quadro funcional.

Rosa, praticando ginástica funcional na Coteminas: recuperação de quadro difícil

A era das fábricas grisalhas

O ENVELHECIMENTO POPULACIONAL JÁ É UMA REALIDADE NO BRASIL E A INDÚSTRIA TEM QUE SE PREPARAR PARA ISSO

O termo “país do futuro” para se referir ao Brasil em passado recente tinha, em parte, a ver com a grande massa de jovens preponderante na população. O País ainda é jovem, vá lá, mas não mais com aquele viço de outrora. A cada ano, 700 mil pessoas cruzam a fronteira dos 60 anos de idade, e hoje 12% da população pode ser classificada de idosa – essa fatia aumentará rapidamente. Em parte isso ocorre porque o brasileiro vive mais. A expectativa de vida média ao nascer é de 74,6 anos, enquanto há dez anos era de 71. Em Santa Catarina, estado com maior longevidade à exceção do Distrito Federal, vive-se mais de 76 anos, em média.

Dentre outras implicações, isso significa que as pessoas trabalharão por mais tempo e as empresas terão que contar com trabalhadores cada vez mais velhos. “A grande questão é o que se deve fazer aos 40 anos para se chegar trabalhando aos 70”, afirma Eloir Edilson Simm, gerente de Qualidade de Vida do Sesi/SC. O desafio é enfrentar a maior incidência de doenças crônico-degenerativas. Se a questão começa a dar o que pensar no Brasil, a Europa já a enfrenta há décadas. A instalação da montadora alemã BMW em Araquari trará um pouco da boa cultura europeia

Novamente em parceria com o Sesi, foi realizada uma ação educativa para a redução do consumo de sal, paralelamente ao corte de nada menos que 52% do uso do condimento na preparação de alimentos na cozinha industrial. Uma horta de temperos foi cultivada para que os trabalhadores pudessem colher os de sua preferência e levar para casa, onde o sal também passou a ser usado com parcimônia. Um livro com re-



ARQUIVO FIEC

Desafio: o que fazer aos 40 anos para chegar bem aos 70?

em se lidar com os grisalhos do chão de fábrica.

Hoje, mais de um quarto dos funcionários da BMW tem acima de 50 anos de idade. Em 2021 serão 36%. Para que os mais jovens cheguem lá com tudo em ordem, a companhia criou um programa para gestão das mudanças demográficas, baseado numa abordagem preventiva e holística. Com adaptações nas fábricas, ergonomia, incentivo para hábitos saudáveis e sensibilização dos trabalhadores a BMW quer provar que, se a manutenção preventiva for bem-feita, a máquina humana pode funcionar por muito tempo.

ceitas “sem sal” dos funcionários foi produzido e distribuído. Uma ação cujos efeitos certamente serão sentidos no longo prazo, ajudando a manter os trabalhadores saudáveis e produtivos.

É notório que a política da Coteminas colabora para que os funcionários se mantenham em equilíbrio físico e psicossocial – esta é uma definição razoável para o que se chama genericamente de qualidade de vida. O foco está na

prevenção, mas quando surgem problemas há meios para enfrentá-los. Rosa Wilvock Müller, 25 anos de casa, apresentou distúrbios emocionais e físicos que a incapacitaram para o trabalho. Foi considerada um caso crítico pelo fisiatra. “Já nem sabia mais quem eu era”, conta a mulher, hoje com 46 anos. Mas a empresa sabia muito bem.

“Rosa é uma ótima funcionária, uma liderança muito importante para o grupo”, afirma Celso João Gonzaga, gerente de RH. Só que ela não conseguia mais trabalhar. Rosa passou a ser acompanhada por psicólogo e nutricionista e a realizar sessões diárias de ginástica funcional. Com o apoio da empresa, aos poucos foi reencontrando seu ponto de equilíbrio, e há três anos não registra afastamentos ou faltas, atuando no controle de qualidade na confecção de colchas. “Não podemos nos dar ao luxo de perder bons profissionais”, diz Gonzaga.

Fazendo a diferença

QUATRO FATORES PARA SE CRIAR E MANTER UM AMBIENTE DE TRABALHO SAUDÁVEL



● Ambiente físico

Estrutura, ar, maquinário, móveis, produtos, substâncias químicas, materiais e processos produtivos são fatores que podem afetar a saúde física e mental dos trabalhadores, assim como seu bem-estar.



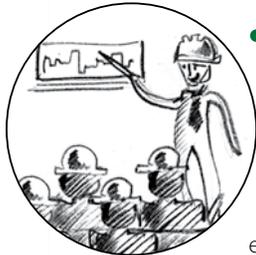
● Ambiente psicossocial

Refere-se à cultura organizacional, atitude, valores, crenças e práticas cotidianas da empresa que afetam o bem-estar mental e físico dos trabalhadores.



● Recursos para a saúde pessoal

São os serviços de saúde, informações, recursos, oportunidades, flexibilidade, acompanhamento e outros ambientes de apoio e incentivo a um estilo de vida saudável dos trabalhadores.



● Envolvimento comunitário

Trata-se de apoiar, com conhecimentos e recursos, a saúde, a segurança e o bem-estar físico e social da comunidade em que a empresa atua, beneficiando os trabalhadores e suas famílias.

Fonte: Organização Mundial da Saúde

Indústria exposta

Casos agudos à parte, são as doenças crônicas não-transmissíveis as maiores vilãs da produtividade. Elas atingem muita gente, são causa de presenteísmo e absenteísmo em grande escala e levam à incapacitação e aposentadoria precoce. As mais insidiosas são hipertensão arterial, diabetes e obesidade. Calcula-se que, em todo o mundo, elas são responsáveis por mais mortes e incapacidade do que todas as outras doenças juntas. A indústria está exposta. A pesquisa Estilo de Vida e Hábitos de Lazer dos Trabalhadores da Indústria, realizada pelo SESI em todo o Brasil, concluiu que metade dos trabalhadores não pratica atividades físicas e 40% estão acima do peso. Um terço abusa do álcool e não consome frutas e verduras em quantidade suficiente.

É bom negócio oferecer meios para que funcionários evitem doenças crônicas. Vale a lógica preferida

dos especialistas da área: se custa caro manter as pessoas saudáveis, pessoas doentes custam muito mais. O Fórum Econômico Mundial estima que a perda em produtividade é 400% maior que o custo de tratar as doenças que a originam.

Um programa para enfrentar e evitar as doenças crônicas desenvolvido pelo SESI e pela indústria de alimentos BRF, em Concórdia, dá uma ideia do alcance do problema e de como bons resultados podem ser obtidos com abordagem científica e integrada. Mais de 3 mil funcionários do frigorífico aderiram. Cerca de mil apresentaram alterações de glicemia, pressão ou excesso de peso. Eles foram acompanhados por uma equipe multidisciplinar que realizou ações médicas, de enfermagem, de nutrição e educação física. Para suprir as novas demandas, a BRF passou a oferecer mais frutas no restaurante, reduziu o sal nos preparos e ampliou a academia de ginástica, dentre outras ações.

Indicadores em ordem

Ao final do processo, em 2012, houve queda de 21% na quantidade de obesos e alta de 13% no número de funcionários com todos os indicadores em ordem. A quantidade de atestados para dispensa por causa da hipertensão caiu 75% entre 2011 e 2012, o que pode ser atribuído à adoção de hábitos mais saudáveis entre as pessoas com a enfermidade. Já a quantidade total de atestados caiu 37% de um ano para outro. O que também pode ser atribuído ao

As ceifadoras

DOENÇAS CRÔNICAS SÃO A MAIOR CAUSA DE MORTES NO MUNDO



Fonte: Organização Mundial da Saúde

* Projeção

grande esforço de mudança de hábitos e à redução da obesidade, que fez cair o número de atestados para patologias osteomusculares. Os resultados foram além da redução do absenteísmo. Houve impacto sobre o presenteísmo – este mais difícil

de mensurar – devido à melhora geral da sensação de bem-estar. O maior conhecimento sobre a hipertensão e a diabetes levou os portadores

MAGDA DEON / DIVULGAÇÃO BRF



Merlini, da BRF: "A gente até sabe que tem problema, mas vai protelando a solução"

a ter maiores cuidados. A melhoria contínua de hábitos alimentares e a prática de atividades físicas, além de proporcionar uma perda conjunta de mais de 830 quilos, geraram redução de colesterol e triglicérides, glicemia, regulação do hábito intestinal, diminuição da ansiedade e maior disposição para o trabalho, conforme atestam exames e entrevistas.

O ambiente reinante na gigantesca fábrica de Concórdia, onde trabalham 5,6 mil pessoas, alterou-se. “Um funcionário motivou o outro e

percebemos um resultado coletivo”, conta Neuza Christofolli Giotto, enfermeira do trabalho da BRF. “Hoje existe uma consciência muito maior na empresa.” Uma das peças desse processo é o supervisor de produção Edson Merlini, 46 anos. Com 25 anos de companhia, ele ainda não havia despertado para os benefícios de uma vida mais saudável. “A gente até sabe que há problema, mas vai protelando a solução”, diz. Merlini passou a consumir frutas e verduras, adotou caminhadas com a esposa e chegou a emagre-

cer oito quilos. “Estou muito contente comigo mesmo”, afirma.

Quem é do ramo sabe: o segredo dos programas de qualidade de vida é focar a promoção da saúde em lugar do tratamento das doenças. A base de um sistema de gestão eficiente é a detecção dos fatores de risco no ambiente de trabalho e a definição do perfil de riscos dos trabalhadores. Um diagnóstico preciso é a chave para um bom planejamento. O gerenciamento das informações permite acompanhamento individualizado e avaliação periódica dos resultados – é a chamada gestão por indicadores. O aprimoramento contínuo é consequência quase natural desse processo. “Inicialmente, os resultados são relacionados ao estilo de vida, com melhora dos níveis de atividade física, alimentação saudável, comportamento preventivo e redução do tabagismo. A partir do segundo ano, temos melhora nos indicadores de produtividade e custos de assistência médica”, diz Alberto Ogata, da ABQV.

Três objetivos

A Tractebel, maior geradora privada de energia do País, mantém o Programa de Gestão da Saúde e Qualidade de Vida desde 1999 e acompanha de perto, ano após ano, a evolução da saúde de seus mil empregados. As informações são obtidas por vários meios, como questionários sobre condição de saúde e hábitos de cada um. Consultas e exames são solicitados anualmente, sejam os exigidos pelas normas ou outros – o programa da empresa banca todos. O médico relaciona as informações de saúde do empregado e identifica ações a serem cumpridas no próximo ano,

dando origem ao chamado Plano Individual de Saúde. Cada funcio-

nário negocia com o médico até três objetivos de melhoria a serem cumpridos, como iniciar terapia, alterar itens da alimentação ou começar a praticar atividades físicas.

Impacto nos resultados

“O objetivo é fazer com que todos adotem uma filosofia de vida saudável e assumam a responsabilidade pela sua qualidade de vida”, afirma Luciano Andriani, diretor administrativo da Tractebel Energia. O programa complementa os cuidados com a saúde por meio de ações de condicionamento físico e incentivo ao esporte, alimentação saudável, gerenciamento do estresse e tratamento do tabagismo, dentre outros. “A ação contribui fortemente com os resultados da empresa. Além do baixo absenteísmo e dos bons indicadores de saúde e segurança, que reduzem custos com recuperação da saúde, o maior benefício é ter uma equipe motivada, comprometida e disposta a superar os desafios”, diz Andriani.

Em seus primórdios, nos séculos 18 e 19, a indústria se notabilizou pelos ambientes insalubres e a exploração dos trabalhadores. As crises entre capital e trabalho levaram a revoluções sangrentas ou a profundas mudanças das relações: a conquista dos direitos trabalhistas elevou o trabalho à condição de principal veículo para a dignidade e cidadania. O mundo ocidental – Brasil incluído – trilhou o segundo caminho. Entretanto, o trabalho ainda é visto por muitos pelas lentes da exploração e como causa de doenças. Uma visão incompatível com a ética que norteia as mais bem-sucedidas organizações, onde o trabalho é entendido como um meio para a conquista da qualidade de vida. Cabe aos modernos empresários industriais a liderança desse processo. Os resultados serão auspiciosos, seja qual for o ângulo pelo qual se olhe. ■

Andriani, da Tractebel: “empurrão” para que funcionários assumam responsabilidade



Treinamento em SST com game para simulação de riscos: aprendizado eficiente

Por uma indústria mais sedutiva

A FIESC, POR MEIO DO SESI/SC, AMPLIA E INTEGRA AÇÕES VOLTADAS AO BEM-ESTAR DO TRABALHADOR COM O OBJETIVO DE GERAR MAIS RESULTADOS PARA AS EMPRESAS, DANDO ÊNFASE À ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS



FOTOS: EDSON JUNKES

Em sua origem, que remonta aos anos 1940, o Serviço Social da Indústria (SESI) tinha uma visão assistencialista, voltada aos trabalhadores carentes. A baixa qualidade de vida dos trabalhadores era uma questão social urgente e até perigosa, pois se temia que ela desse origem a uma convulsão social no País. Para se ter uma ideia, a ação pioneira do SESI em Santa Catarina foi oferecer alimentos aos operários das minas de carvão do Sul do Estado, em 1948. Os tempos são outros. Trabalhadores ganharam direitos e status, tornando-se peças fundamentais para o sucesso dos negócios. Passaram a ser disputados pelas empresas, que têm que ser atraentes para poder contar com os melhores profissionais. É nesse contexto que o SESI/SC vem mudando sua forma de atuação. “Queremos ser o principal parceiro da indústria para a atração e retenção de talentos”, afirma Fabrizio Machado Pereira, superintendente do SESI/SC (leia entrevista a seguir).

Isso se faz oferecendo bem-estar ao trabalhador, o que a FIESC, por meio do SESI, já realiza de várias maneiras. Atuando numa ampla gama de serviços que vão de campanhas de vacinação à realização de eventos esportivos, contando com 15 clínicas, 100 pontos de atendimento odontológico, 74 farmácias e 72 unidades móveis, o atendimento aos trabalhadores vem sendo ampliado. Em Segurança e Saúde do Trabalho (SST), que contempla ações como diagnósticos de riscos em ambientes de trabalho e programas de saúde ocupacional, foram mais de 745 mil atendimentos em 2013, um crescimento de 50% sobre 2010. Já os atendimentos em clínicas médicas e consultórios odontológicos subiram de 641 mil para 891 mil (alta de 39%) no período. Na área de promoção de saúde e bem-estar, que dissemina hábitos saudáveis, os números também impressionam: 100 mil atendimentos diários em

ginástica laboral, 110 mil refeições servidas por dia em indústrias e 64 mil trabalhadores em competições esportivas em 2013.

Com a nova orientação, a ideia é seguir ampliando o número de atendimentos, porém de uma forma que eles não sejam oferecidos e entregues de maneira fragmentada, mas sim organizados em programas de gestão da qualidade de vida que atendam as indústrias em nível estratégico. É a maneira de seguir oferecendo bem-estar aos trabalhadores, tornando a indústria atraente a eles, porém com a preocupação de que o esforço traga resultados efetivos para as empresas, que poderão calibrar melhor suas políticas de benefícios, planos de saúde e outras ações voltadas aos recursos humanos. Para tanto estão em desenvolvimento ferramentas de gestão estratégica da saúde e qualidade de vida para indústrias de diferentes setores, contemplando os ciclos de diagnóstico, planejamento, ação, verificação e análise.

Revisão de portfólio

Tais novidades se inserem em um contexto de ampla revisão do portfólio de produtos na área de Qualidade de Vida, da mesma forma que ocorre nas outras áreas de atuação da FIESC, que são Educação, Ambiente Institucional e Tecnologia e Inovação. Além de mirar na maior efetividade, as ações perseguem outros dois objetivos: inovação e integração.

Um bom exemplo dessa orientação é o sistema para treinamento em segurança criado pela Sábida Experience, de Florianópolis, que desenvolveu uma plataforma digital voltada à educação corporativa. Trata-se de um totem interativo equipado com um game capaz de simular situações de risco na indústria, para que os trabalhadores tomem decisões diante de situações perigosas no trabalho. Em processo de customização para o SESI catarinense, é uma ferramenta poderosa de aprendizado que integra diferentes áreas – além das soluções para saúde, segurança e qualidade de vida, o SESI oferece serviços de educa-

Mudanças estruturais

Fabrizio Machado Pereira foi gerente-executivo de Qualidade de Vida no Departamento Nacional do SESI antes de assumir a superintendência do SESI/SC, em setembro de 2013. Ele comanda as mudanças em curso na instituição com foco no objetivo central da FIESC, que é gerar resultados para a indústria

De que maneira o SESI/SC está se reposicionando no mercado?

O mundo industrial se modernizou, tem novos desafios, e o SESI precisa estar na vanguarda. Nesse contexto buscamos um posicionamento mais moderno. Imaginamos que o SESI possa ser, em pouco tempo, o principal parceiro da indústria na atração e retenção de seus colaboradores.

Por que isso é tão importante?

Uma das maiores dificuldades da indústria hoje é buscar soluções para atração e retenção de talentos, fato demonstrado por pesquisas de demandas e satisfação junto às empresas. Vivemos num ambiente de quase pleno emprego em que as indústrias têm que competir entre si pela manutenção dos funcionários. Com os recursos e conhecimentos que temos, podemos fazer uma diferença enorme como parceiros estratégicos da indústria nessa área.

Como o reposicionamento está sendo feito?

Isso requer algumas mudanças estruturais, de visão e de premissas. Um dos focos é a inovação. Faremos investimentos expressivos na modernização de produtos e serviços. Traremos, por exemplo, tecnologias

de jovens e adultos e de educação continuada.

Em SST, área que inclui o tipo de treinamento descrito acima, o objetivo é agregar 500 novas empresas à carteira de clientes em 2014, sendo que os alvos preferenciais são as pequenas empresas, com menos de 100 funcionários. É um mercado com forte demanda, pois boa parte das empresas não



Pereira, em unidade móvel do SESI (no detalhe): mais resolutividade

emergentes e outras já dominadas, com recursos digitais e de tecnologia da informação, em grande escala, para permitir a conscientização de grande número de trabalhadores sobre segurança, saúde e estilo de vida. Também seremos mais resolutivos. Hoje as indústrias exigem não só o cuidado com a saúde do trabalhador, mas também necessitam de apoio na dimensão estratégica para que tomem as melhores decisões em suas políticas de benefícios, por exemplo. Seremos parceiros para formular e implementar a gestão estratégica da qualidade de vida na indústria catarinense, buscando resultados. Uma terceira premissa é a integração de soluções, considerando tanto nossas próprias áreas de conhecimento, que são a educação e a qualidade de vida, quanto em relação ao SENAI, ao IEL e à agenda da FIESC. Em suma, teremos um SESI mais integrado ao grande projeto da FIESC de desenvolvimento e aumento da competitividade da indústria catarinense.

cumprir todos os requisitos legais e acaba tendo índices altos de acidentes e doenças ocupacionais, o que eleva custos com saúde e despesas com seguros previdenciários (leia matéria anterior). Uma ação inovadora vai ao encontro do objetivo: as clínicas do SESI, que oferecem diversas especialidades médicas em todas as regiões do Estado, inclusive às comu-

nidades, estão sendo convertidas em centros de atendimento à saúde ocupacional, voltados aos trabalhadores. Novos serviços estão em estudo, como assessoria jurídica para auxiliar pequenas empresas em assuntos previdenciários.

Clima organizacional

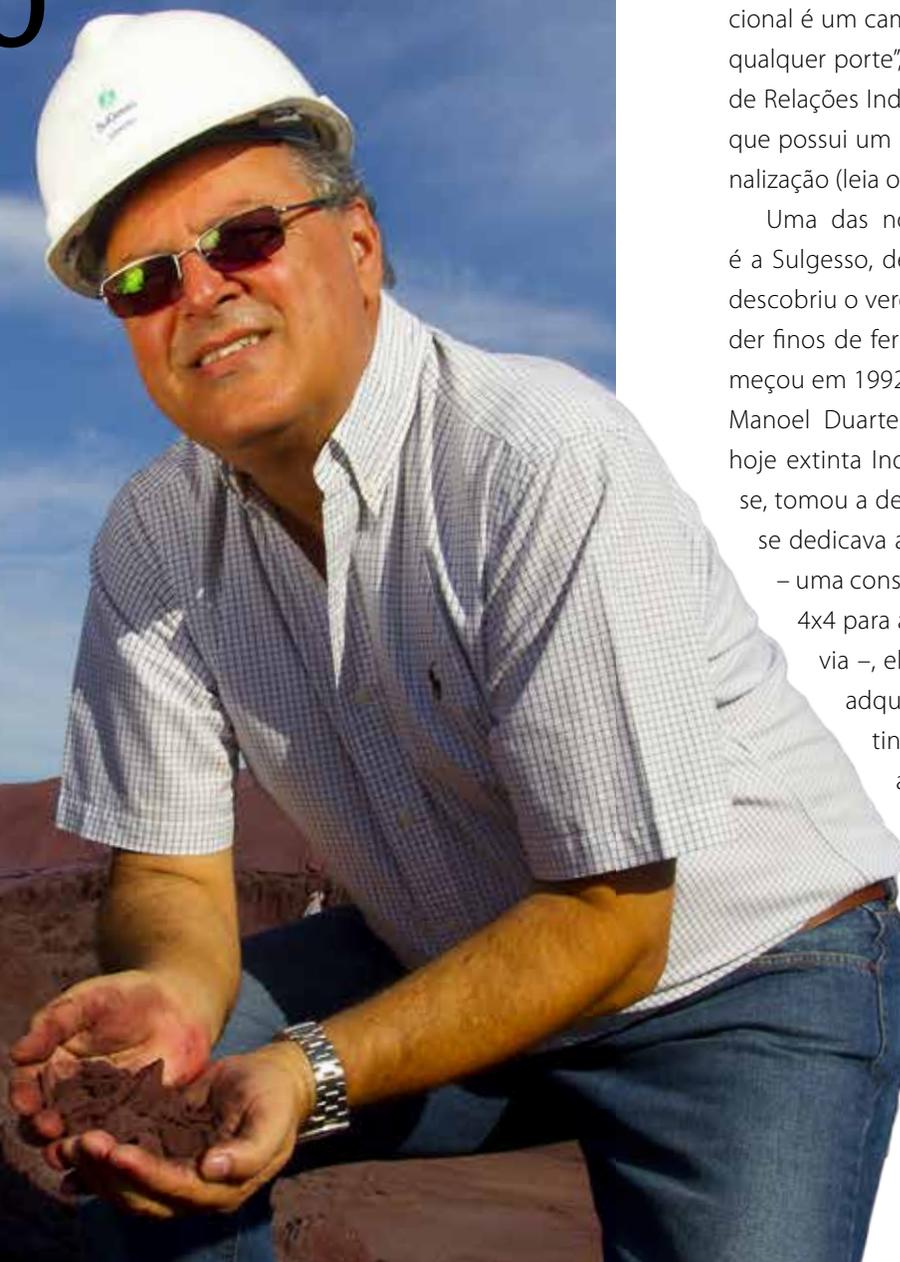
As mudanças chegam também ao trabalho voltado à sustentabilidade, que contempla consultorias a empresas e ações comunitárias que mobilizam todo o Estado, como o SESI Ação Global, campanhas de prevenção ao uso de drogas e recolhimento de remédios vencidos. O foco passa ao desenvolvimento organizacional, que busca tornar sustentáveis os ambientes de trabalho com o desenvolvimento de lideranças, de clima organizacional, disseminação de princípios éticos e uma boa comunicação interna da empresa. Ao fim das contas, o conjunto de ações da FIESC voltadas à qualidade de vida segue orientado ao bem-estar do trabalhador, como sempre em sua história. Porém, a partir de agora, elas buscarão resultados mais efetivos também para as empresas, para que todos saiam ganhando. ■

Olho grande no mercado externo

O CONHECIMENTO ACUMULADO E OS RESULTADOS OBTIDOS POR PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DEMONSTRAM QUE EXPORTAR NÃO É PRERROGATIVA DAS GRANDES CORPORações

Por **Maurício Oliveira**

Ferreira, em área de mineração da Sulgesso: estudo aprofundado do mercado mundial



A internacionalização é uma conquista ao alcance das micro, pequenas e médias empresas catarinenses. Muitas já chegaram lá. O Estado está entre os cinco do País com maior número de exportadoras que se enquadram nessas categorias – são 1.002 empresas que, juntas, faturaram US\$ 737,1 milhões com as vendas para outros países em 2012. Trata-se de uma contribuição relevante para o sucesso internacional dos produtos catarinenses, que já chegam a mais de 200 países. “Estamos empenhados em demonstrar que o comércio internacional é um caminho possível para empresas de qualquer porte”, afirma Henry Quaresma, diretor de Relações Industriais e Institucionais da FIESC, que possui um programa de apoio à internacionalização (leia o box).

Uma das novas exportadoras catarinenses é a Sulgesso, de Imbituba, que há alguns anos descobriu o verdadeiro “negócio da China”: vender finos de ferro para o país asiático. Tudo começou em 1992, quando o engenheiro químico Manoel Duarte Ferreira, então funcionário da hoje extinta Indústria Carboquímica Catarinense, tomou a decisão de empreender. Enquanto se dedicava a novas alternativas profissionais – uma construtora e uma locadora de carros 4x4 para as obras do gasoduto Brasil-Bolívia –, ele investigava a possibilidade de adquirir os ativos da companhia, pois tinha notícias de que seriam leiloados. Quando a licitação foi lançada, em 1998, Ferreira vendeu tudo o que tinha, incluindo os 40 veículos da locadora, para arrematar um pacote que incluía também os passivos ambientais. “Estudei a fundo as possíveis utilizações do que seria adquirido e decidi

apostar”, conta Ferreira. Ele concluiu que, como quase tudo que envolva commodities, a China seria o grande mercado potencial para o produto – que pode ser usado como componente na fabricação do aço ou como pigmento para as indústrias de tintas e cerâmica, dentre outras aplicações até então pouco conhecidas no Brasil, mas já disseminadas em outros países.

Boa reputação

A impressão foi reforçada durante uma missão empresarial à Ásia, quando Ferreira buscou ajuda para a aproximação com potenciais clientes. “Por mais que pareça algo distante demais para quem nunca lidou com comércio exterior, as coisas vão ficando claras na medida em que a gente vai se envolvendo e buscando apoio de quem tem experiência”, descreve. Ferreira firmou parceria com uma *trader* (empresa especializada em comércio exterior), que ficou responsável por todos os contatos com os clientes chineses e providenciou a documentação necessária. “A escolha desse parceiro é uma etapa muito delicada e importante. É preciso que sejam operadores com conhecimento do mercado e boa reputação, pois essa relação envolve muita confiança e transparência. Para ter uma ideia do que estou falando, basta dizer que nunca me relacionei diretamente com um cliente chinês”, destaca o fundador da Sulgesso.

Desde 2011, quando o primeiro contrato internacional foi fechado, após três anos de estudos e contatos, 600 mil toneladas já partiram do porto de Imbituba, no Sul catarinense. A reserva é de aproximadamente 1,4 milhão de toneladas, com projeção de mais três anos de vendas. Embora disponha de outro produto, o fosfogesso, um fertilizante agrícola, com potencial de exploração por 50 anos, a Sulgesso não pretende

viver exclusivamente do extrativismo. A ideia é que seja uma forma de capitalizá-la para outros projetos, com maior valor agregado, e aumentar a geração de empregos – atualmente, são 102 funcionários.

Um dos novos caminhos é a reciclagem de resíduos de gesso da construção civil, atividade em que a empresa é pioneira no País. Há também a perspectiva de aproveitar o know-how adquirido para identificar e viabilizar negócios considerados promissores, como a importação de gesso natural da Espanha, produto caro no

Sul do Brasil por conta de, dentro do País, ser produzido essencialmente na Região

Brandes, da Bella Arte: um dos benefícios da exportação é a elevação da qualidade

Nordeste. “Quando a gente começa a pensar no mercado global, as possibilidades se multiplicam”, considera Ferreira.

Relacionamento estreito

Ao participar de feiras multissetoriais no Panamá, Argentina, Paraguai e Bolívia, a Bella Arte, de Gaspar, fabricante de acessórios para cortinas, fez os primeiros contatos com os futuros clientes estrangeiros. Nos eventos, a empresa identificou a demanda dos vizinhos sul-americanos e iniciou um processo gradual de aproximação, enviando amostras e investigando as referências comerciais dos parceiros em potencial. Para o gerente de exportações Alexandre Brandes, uma das

decisões mais difíceis para quem está começando a se internacionalizar é abrir mão de negócios que apresentem algum nível de risco. “Uma das empresas que nos procurou era cliente da Karsten há 30 anos e soubemos que sempre foi correta nos pagamentos. Demos prioridade a clientes como esse, pois um eventual calote nos causaria um grande impacto”, diz.

A empresa perdeu algumas vendas no início por exigir pagamento antecipado de clientes sem referências seguras. Na medida em que o relacionamento foi se tornando mais estreito, entretanto, a desconfiança diminuiu e as negociações ganharam flexibilidade. Enquanto isso, os profissionais da Bella Arte aumentavam seus conhecimentos sobre os meandros do comércio exterior por meio de cursos oferecidos pelo programa Start Export (leia o box) e um consultor ajudava a definir cada novo passo.

Hoje, cinco anos depois dos primeiros contatos internacionais, as exportações representam 5% do faturamento. Boa parte dos 300 funcionários se envolve de alguma forma nos processos internacionais. Além de clientes fixos na Argentina, Uruguai, Chile e Paraguai, foram fechadas recentemente as primeiras vendas para a África. Brandes destaca que a internacionalização traz uma série de benefícios colaterais para uma empresa de pequeno ou médio porte, especialmente para as jovens – a Bella Arte foi fundada em 2005. Um deles é a capacidade de adaptação, pois cada venda exige algum nível de customização aos hábitos e preferências do país de destino.

Outro benefício é que o controle de qualidade se torna automaticamente mais rigoroso – não apenas por conta de padrões adotados em outros países, mas sobretudo por ser muito mais complicado lidar com problemas quando os clientes estão distantes. “Não é difícil imaginar



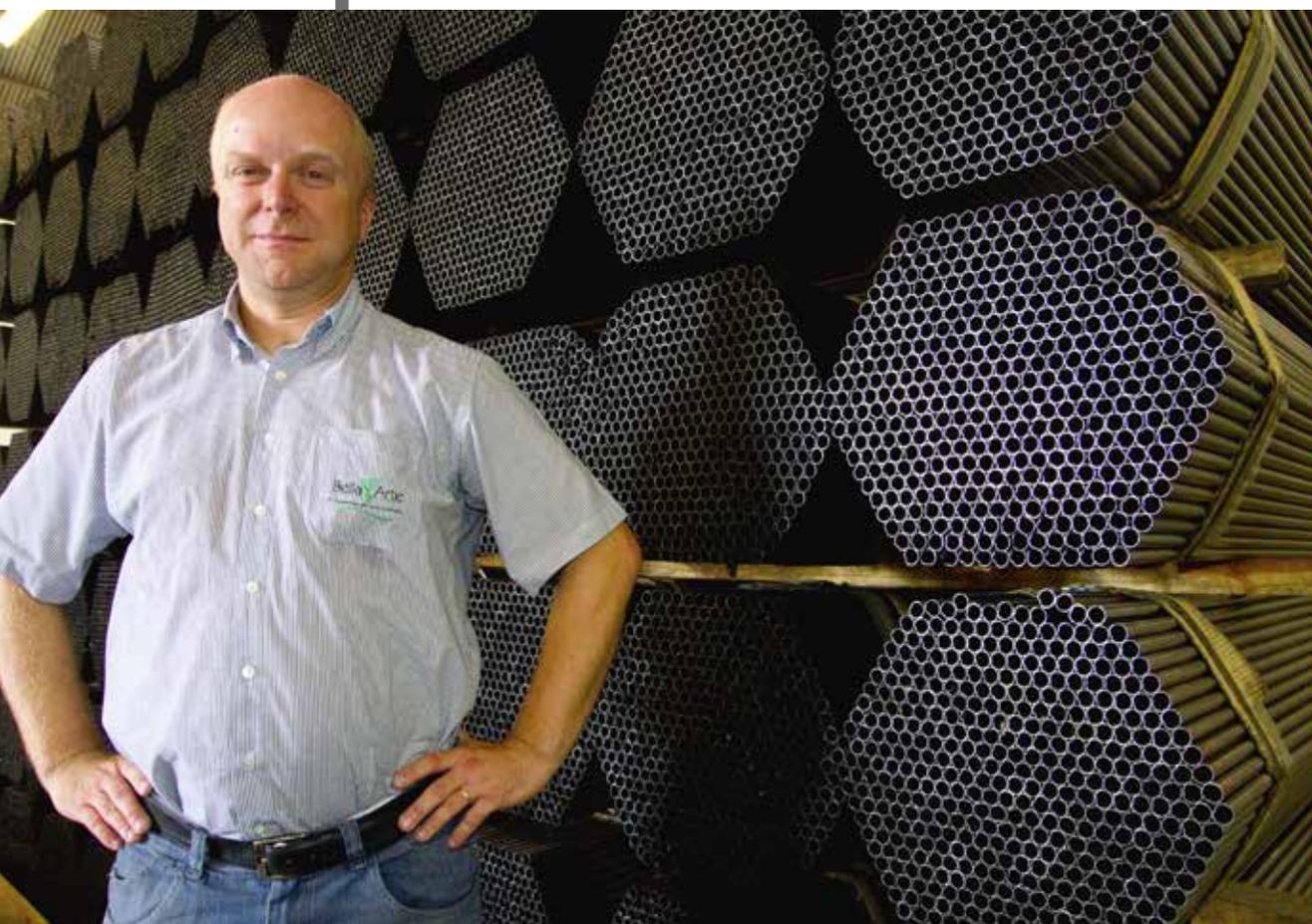
Ponte para o mundo

PROGRAMA DA FIESC APONTA OS CAMINHOS DO COMÉRCIO EXTERIOR

A promoção do comércio internacional é um dos pilares de atuação da FIESC, sendo que há preocupação especial em introduzir as micro, pequenas e médias nesse universo. O guarda-chuva que abriga as iniciativas é o Programa Estratégico para a Internacionalização da Indústria Catarinense. Os objetivos são não apenas ampliar as exportações, mas também fortalecer a cultura competitiva da indústria e incentivar investimentos estrangeiros em Santa Catarina.

Além da organização de viagens a feiras e a regiões do mundo de interesse da indústria catarinense – foram 21 missões empresariais no ano passado –, a atuação da FIESC inclui projetos próprios ou em parceria com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), Ministério das Relações Exteriores, Governo do Estado, Sebrae e Apex Brasil. Um dos mais importantes é o Start Export, que funciona como uma grande porta de entrada para o universo da internacionalização, em que os empresários obtêm orientação sobre vendas e a aspectos específicos de setores ou países.

Já o Centro Internacional de Negócios (CIN) promove as empresas catarinenses no exterior, faz pesquisas de mercado e diagnósticos e estimula a capacitação dos empresários. Em 2013, foram realizados 27 seminários e cursos, com 1,5 mil participantes. Os cursos deste ano incluirão temas como marketing internacional, benefícios fiscais, classificação fiscal de mercadorias e multas por enquadramento incorreto, análise de custos de importação e logística de transporte internacional.



Sem fronteiras

EXPORTAÇÕES DE SANTA CATARINA POR PORTE DE EMPRESA, EM 2012



Fonte: Secex

o transtorno para providenciar a troca de um produto na África. Por isso é preciso ter o máximo de atenção na fabricação e em todos os demais detalhes, como embalagens e manuais de uso”, afirma o gerente de exportação.

Passos firmes

No caso da Bumerangue Brasil, de Chapecó, fabricante de equipamentos para movimentação de produtos e materiais, a internacionalização sempre foi tratada como um objetivo de longo prazo. A maior preocupação era não atrapalhar os negócios no mercado interno, que inclui grandes clientes, especialmente na área frigorífica – uma forte tradição do Oeste catarinense, onde a empresa foi fundada há 15 anos por três ex-gerentes da Sadia.

Os primeiros contratos para a venda de esteiras industriais foram fechados depois da participação em feiras em Cuba e na Argentina. A princípio, o foco foi a América Latina, por conta

da conclusão de que na Europa e na Ásia a concorrência é mais acirrada. “Mas a limitação geográfica neste momento tem mais a ver com a definição das prioridades. A gente sabe por experiência própria que não existem limites para a internacionalização quando buscamos as informações adequadas e damos cada passo com firmeza”, explica o sócio Gonçalo Gomes.

A empresa de 35 funcionários soube aproveitar os contatos no exterior para ampliar as possibilidades. Além das máquinas, alguns contratos passaram a incluir serviços, como a criação de layouts para linhas de abate e processamento de aves. Dos 40 projetos do gênero já desenvolvidos, oito foram para clientes de outros países. Com tudo isso, o mercado externo já responde por 10% do faturamento. O próximo passo projetado é a consolidação da oferta de consultoria para melhorar a produtividade das linhas de produção dos clientes. “Uma oportunidade foi puxando a outra, de forma natural. É preciso estar atento à demanda que vem dos clientes”, diz Gomes. ■

Costão do Santinho Resort. Sede do Team Workshop da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™.



PROPAGUE.COM



O Costão do Santinho recebeu de 18 a 20 de fevereiro, em Florianópolis, o Team Workshop, um dos maiores eventos da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™, com mais de 1.200 pessoas envolvidas. Realizar um evento internacional dessa importância comprova a excelência do Costão do Santinho como a melhor estrutura para eventos no Brasil.

costao.com.br

Novas parcerias no horizonte

Vendas empacam...

Após acumular maus resultados devido à crise econômica global de 2008, em 2011 as exportações catarinenses cresceram 19,4% e chegaram a US\$ 9 bilhões, um recorde histórico. Mas não passaram mais disso.

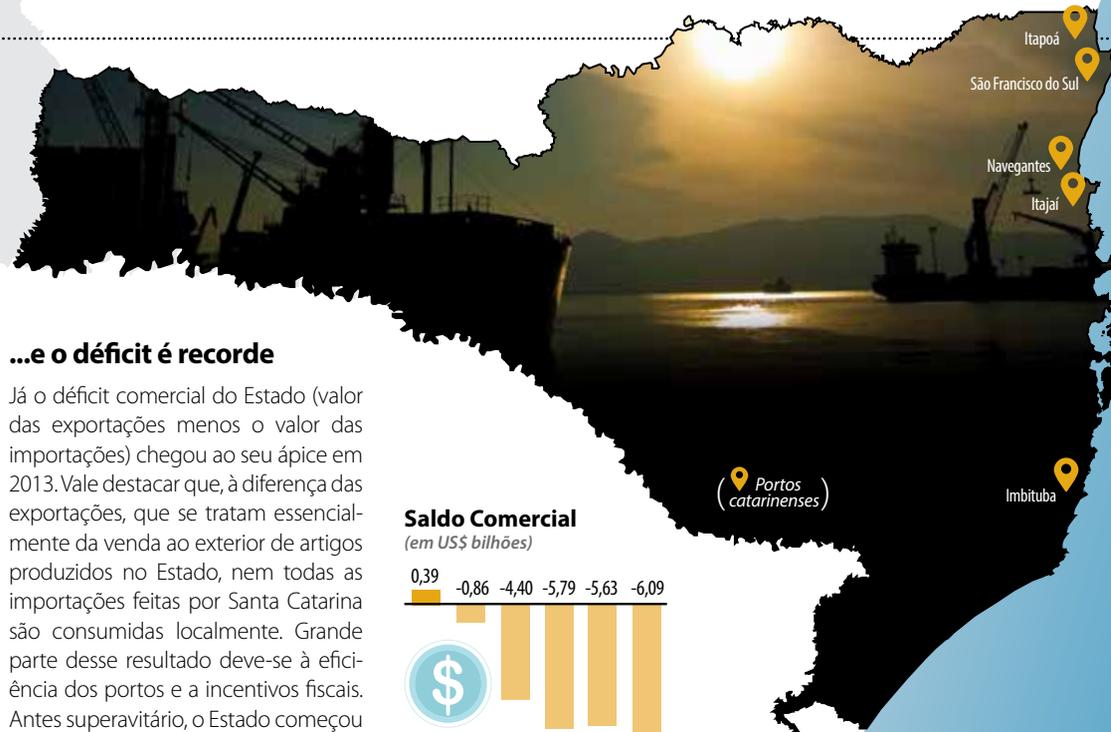


...e o déficit é recorde

Já o déficit comercial do Estado (valor das exportações menos o valor das importações) chegou ao seu ápice em 2013. Vale destacar que, à diferença das exportações, que se tratam essencialmente da venda ao exterior de artigos produzidos no Estado, nem todas as importações feitas por Santa Catarina são consumidas localmente. Grande parte desse resultado deve-se à eficiência dos portos e a incentivos fiscais. Antes superavitário, o Estado começou a apresentar déficits em 2009.



O VOLUME DE EXPORTAÇÕES CATARINENSES NÃO CRESCERAM NOS ÚLTIMOS ANOS, MAS HÁ BOAS OPORTUNIDADES EM PAÍSES EMERGENTES DA ÁSIA E DA AMÉRICA LATINA



US\$ 14,8 bilhões

Importações catarinenses em 2013

US\$ 8,7 bilhões

Exportações catarinenses em 2013

Vendas de SC para a China

(em US\$ milhões)



Obs: não inclui Hong Kong

Curva das commodities

Nos últimos 10 anos, as exportações catarinenses de produtos básicos – principalmente commodities agrícolas e minerais – cresceram 280%, resultado das altas de preços puxadas pela China. Em 2012, entretanto, os básicos pararam de crescer, e registraram leve queda em 2013. Os industrializados cresceram 78% no período.

54,3%

Participação atual dos produtos industrializados na pauta de exportações de Santa Catarina. Em 2003 ela era de 71,6%

US\$ 4,7 bilhões

Exportações catarinenses de produtos industrializados em 2013

51,3%

Participação de industrializados na pauta de exportações do Brasil em 2013. Em 2003 eles representavam 69,2%

Fontes: SECEX, AEB e FIESC

Importações catarinenses

Dentre os produtos mais importados destacam-se insumos industriais. Além do cobre, há diversos componentes para as indústrias têxteis e de plásticos



A China fornece 30% do que o Estado compra do exterior:

US\$ 4,5 bilhões em 2013



Em segundo lugar vem o Chile com

US\$ 1,2 bilhão

Fornecedor de cobre para as indústrias de motores e compressores

Exportações catarinenses

PRINCIPAIS DESTINOS (2013)

País	US\$ milhões	% sobre 2012
EUA	1.021,4	0,3
China	691,6	23,5
Japão	523,6	1,5
Holanda	523,3	-6,5
Argentina	517,6	-15,0
Reino Unido	357,4	5,8
México	311,4	-3,1
Rússia	301,1	-6,1
Bélgica	284,5	3,7
Alemanha	278,2	-11,8



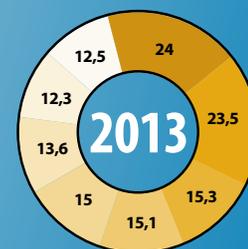
Encrenca na Argentina

A Argentina, parceira do Mercosul, é um dos principais compradores de industrializados do Brasil e de Santa Catarina. Mas tem buscado reduzir seus déficits criando uma série de dificuldades aos exportadores brasileiros, por meio de medidas protecionistas. Com a forte desvalorização do peso argentino no início de 2014, a situação tende a piorar. Os resultados na Europa também são ruins, especialmente na Alemanha.

Em 2012 a Argentina foi o segundo maior comprador de Santa Catarina, mas naquele ano o comércio já havia encolhido 10% em relação a 2011

Oportunidades abertas

Países que mais aumentaram as compras de SC (% sobre 2012)



- Cingapura
- China
- Bolívia
- Chile
- Paraguai
- Arábia Saudita
- Uruguai

Países que estão entre os 30 maiores importadores de SC



Entre os produtos mais exportados por Santa Catarina, destacam-se os do agronegócio. Carnes de aves e suína, fumo e soja respondem por quase 45% das vendas externas

Cerca de 14% das exportações são de motores elétricos e compressores para refrigeração

Blocos de cilindros e cabeçotes para motores de veículos respondem por 4,5%

Pedalando com fôlego de garoto

À FRENTE DE UMA IRMANDADE PARA LÁ DE EMPREENDEDORA, INGO FISCHER COMEÇOU DO ZERO CONSERTANDO BICICLETAS E NUNCA MAIS PAROU: FAZ PLANOS PARA FATURAR R\$ 1 BILHÃO AO MESMO TEMPO EM QUE ORQUESTRA A SUCESSÃO FAMILIAR DA IRMÃOS FISCHER

Por **Maurício Oliveira**

Com 70 anos completados no dia 8 de março, Ingo Fischer fala dos planos profissionais com o entusiasmo de um iniciante. Manter o olhar atento para oportunidades é um dos segredos do homem que começou do zero para criar e liderar uma empresa que faturou quase meio bilhão de reais em 2013. Um homem que, além do sucesso empresarial, conseguiu uma proeza que talvez seja ainda mais rara e louvável: preservou o relacionamento com os quatro irmãos que trabalham ao seu lado desde o início do negócio, há quase meio século. “Gostamos tanto da compa-



FOTOS: EDSON JUNKES

nia uns dos outros que estamos sempre reunidos em torno de uma mesa de baralho”, conta.

Grande parte da liga que mantém a família unida está nos ensinamentos herdados de Arthur e Olga, o casal de agricultores que criou nove filhos – sete rapazes e duas moças – em uma propriedade modesta da zona rural de Brusque. Assim como os irmãos, Ingo, o sexto da “escadinha”, ajudou na lida desde pequeno, cumprindo todo tipo de tarefa nas plantações e no cuidado com os animais. Apesar da simplicidade de homem da roça, Arthur fazia questão de que as crianças tivessem a melhor educação possível – ainda que, para frequentar a escola, no centro da cidade, fosse necessário vencer dez quilômetros a pé. “Enfrentávamos essa caminhada com naturalidade. Sabíamos que era necessário e pronto. Sem preguiça nem reclamações”, lembra Ingo.

Mascate de tecelagem

Foi da mesma forma resignada que os filhos homens cumpriam outra exigência do pai: ao completar 14 anos, tinham que arrumar um emprego para ajudar nas contas de casa. Quando chegou sua vez, Ingo foi trabalhar na indústria têxtil Buettner. Só que ele não se adaptou à monotonia das atividades da sua função – mascate de tecelagem –, limitadas à repetitiva tarefa de transportar fios de um lado para o outro da fábrica. “Eu queria algo em que pudes-



Fundação: **1966**

Sede: **Brusque**

Unidades Fabris: **6**

Faturamento: **R\$ 491,1 milhões (2013)**

Funcionários: **1.250**

Ingo Fischer: 12 horas diárias de trabalho e tempo para as netas, o haras e jogos de baralho com os irmãos

PERFIL

se aprender coisas novas todos os dias, tomar iniciativas. Aquele emprego era o inverso de tudo isso”, lembra. Três meses depois, ele decidiu pedir as contas, ainda que para isso tivesse que enfrentar o descontentamento do pai. “Prometi a ele que logo arranjaria outro serviço e ele me deu um voto de confiança.”

Foi quando ele começou a trabalhar numa oficina de

conserto de bicicletas – algo que seria decisivo para o seu futuro. Foram três anos de aprendizado até a decisão de abrir a própria oficina, aos 17 anos. Desde então, jamais voltou a ser empregado. O pequeno negócio, iniciado em uma sala alugada, foi crescendo com a variedade dos produtos que Ingo e alguns dos irmãos, que àquela altura já trabalhavam com ele, aprenderam a consertar. Logo a oficina estava apta a dar jeito em praticamente qualquer máquina que deixasse de funcionar – fogões, geladeiras e todo tipo de equipamento industrial.

Diversificação

Os irmãos passaram a lidar com aço inoxidável e, a partir daí, dedicaram-se à fabricação de pias de cozinha. Foi nesse momento, em 1966, que nasceu oficialmente a Irmãos Fischer. Logo surgiria outra grande oportunidade: a confecção de mesas revestidas de aço inoxidável para processamento de pescados, exigência das autoridades sanitárias – até então, as companhias pesqueiras costumavam trabalhar dire-



“Paredes de aço” são feitas de chapas recheadas com injetados de poliuretano

to na madeira, material mais suscetível a contaminações. Logo as mesas da Fischer estavam sendo vendidas em todo o Brasil, de Rio Grande (RS) a Manaus (AM).

Seguindo à risca o velho ensinamento de jamais colocar todos os ovos na mesma cesta, a Fischer diversificou. Passou a fabricar fornos elétricos para uso residencial, produtos cuja solidez se

tornou uma lenda – quase cinco décadas depois, muitos continuam em plena atividade. A linha de eletrodomésticos e eletroportáteis foi sendo gradualmente ampliada – fogões, torradeiras, cafeteiras –, ao mesmo tempo em que a empresa passou a fazer equipamentos para construção civil, como betoneiras e carrinhos de mão. Ingo fez questão, também, de montar uma linha de bicicletas, já que conhecia muito bem esse produto. Atuando em tantos segmentos, a Fischer não sofreu grande abalo quando o negócio das mesas pesqueiras perdeu força e foi repassado a um grupo de engenheiros.

A maior unidade da empresa, com 60 mil metros quadrados de área construída, é a do negócio mais recente: a fabricação de “paredes de aço” para utilização em casas e prédios. Os equipamentos ainda estão sendo montados por técnicos chineses, país que utiliza em larga escala essa tecnologia ainda pouco conhecida no Brasil. Foi por conta desse e de outros projetos que a Fischer abriu uma unidade na China,

Fábrica nova, em Brusque: novo negócio deverá elevar o faturamento a R\$ 800 milhões neste ano

com a atribuição principal de funcionar como uma espécie de “controle de qualidade”, analisando minuciosamente tudo o que vem de lá para o Brasil.

Feitas de chapas recheadas com injetados de poliuretano, as “paredes de aço” são capazes de substituir a alvenaria com uma série de vantagens, na avaliação do líder da Fischer. “O tempo de construção é bem menor – bastam três dias para erguer uma casa pré-moldada de quase 70 metros quadrados. Além do mais, há melhor controle térmico e preservação do meio ambiente, já que nenhuma madeira é utilizada”, descreve. A empresa desenvolveu também um projeto de prédios de quatro andares que utilizam a tecnologia. Outro nicho é o fornecimento de escolas prontas – a Fischer acaba de vender 96 salas para o governo de Minas Gerais.

Gestão familiar

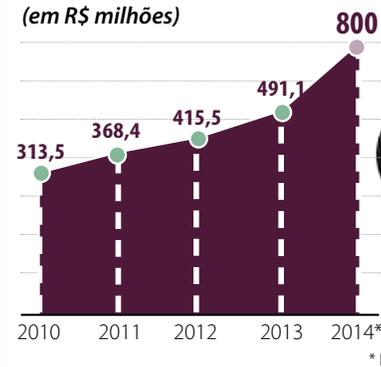
Ingo aposta que as paredes de aço poderão dar uma boa contribuição para reduzir o déficit de 10 milhões de residências no País – e para fazer a Fischer alcançar a meta de faturamento de R\$ 1 bilhão em 2016, o ano do quinquentenário. Até lá, ele pretende ver resolvido o processo de sucessão. O Conselho de Administração está sendo estruturado e ganhará sala própria. Enquanto isso, uma consultoria prepara seis representantes da segunda geração identificados como sucessores em potencial. “Nossa decisão é manter a gestão familiar. Não é fácil trazer alguém de fora e colocar dentro de uma organização com trajetória como a nossa. Achamos que, para que o próximo seja bem-sucedido, é fundamental que tenha crescido aqui”, considera.

“Aposentadoria” é uma palavra que não faz par-

Vendas aquecidas

Faturamento da Irmãos Fischer

(em R\$ milhões)



te do dicionário de Ingo, no entanto. Acostumado a dedicar mais de 12 horas diárias ao trabalho, ele não planeja reduzir muito o ritmo. Além da participação no Conselho, seguirá em atividades que vão além dos muros da Fischer. Em 1974, foi dele a proposta de criação do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas de Brusque, tendo sido seu primeiro presidente e desde então sucessivamente reeleito. Em 1980, tornou-se conselheiro da FIESC e hoje é um dos vice-presidentes para Assuntos Estratégicos. Também foi mais de uma vez presidente da Associação Comercial e Industrial de Brusque e há 15 anos é provedor do Hospital de Azambuja.

Tudo isso precisará ser conciliado com o tempo dedicado às quatro netas, que ele quer ampliar. E também com o hobby predileto: a criação de cavalos de raça – Ingo tem um haras, onde instalou uma escola de hipismo e organiza diversas competições. “Outra coisa que não vou deixar de fazer é jogar baralho com os meus irmãos. Já encomendei até uma mesa especial para a futura sala do Conselho”, sorri.



O modelo Schaefer 800 e detalhes do interior de iates da marca: maturidade do setor

Tudo azul

Por Diógenes Fischer

PRODUZINDO DESDE BARCOS POPULARES ATÉ VERDADEIRAS FERRARIS DAS ÁGUAS, ESTALEIROS CATARINENSES APROVEITAM A MARÉ FAVORÁVEL DO MERCADO DE LAZER E FORMAM, EM POUCOS ANOS, UM DOS POLOS MAIS IMPORTANTES DO PAÍS

Na cabeceira continental da Ponte Hercílio Luz, em Florianópolis, na recém-inaugurada unidade da Schaefer Yachts, foi lançado, em fevereiro, o primeiro iate de 80 pés fabricado no País. Para além do pasmo dos convidados, a embarcação representou algo muito mais importante: a maturidade definitiva da indústria náutica de lazer em Santa Catarina. Com porte e padrão de acabamento comparáveis às melhores embarcações do mundo, o modelo Schaefer 800 foi, à exceção do casco italiano, criado e produzido localmente, sob o comando de Marcio Schaefer, presidente do estaleiro e autor do projeto. Com quase 25 metros de comprimento e 50 toneladas, o superiate tem quatro suítes, cozinha, salas de jantar e estar e garagem para bote e jet ski. A um custo de R\$ 12 milhões, é a “menina dos olhos” de seu criador.

“Foram três anos de pesquisas e estudos até o lançamento do barco na água, o que representou

por clientes como Ferrari e Maserati. A parceria foi repetida no projeto da Schaefer 800. Trabalhando desde a concepção até a finalização de cada um de seus barcos, reconhecidos pelo alto desempenho e navegabilidade, a Schaefer Yachts possui o próprio Centro de Design e Inovação. As três unidades produtivas, em Florianópolis, Biguaçu e Palhoça, geram cerca de mil empregos diretos e 2 mil indiretos.

Disputando a liderança

Ao estabelecer um novo padrão de qualidade e inovação para o setor, a Schaefer Yachts foi peça-chave para o desenvolvimento do polo náutico catarinense, que começou a se expandir nos anos 1990 e conta hoje com mais de 20 estaleiros. Segundo a Associação Brasileira de Construtores de Barcos (Acobar), Santa Catarina foi o Estado onde a



a realização de um sonho”, conta Schaefer, um ex-veleizador que fundou a empresa em 1992 e hoje é um dos mais conceituados projetistas náuticos do País. “Sou um designer que virou empresário. Desde os 14 anos minha paixão pelo mar e pelos projetos náuticos só tem aumentado”, diz o criador de diversos modelos de sucesso no mercado nacional.

Seu estaleiro já vendeu mais de 3 mil unidades, quase metade delas do Phantom 300, de 30 pés, o barco de maior sucesso comercial do País. Também é líder nas faixas de 36, 50 e 60 pés, após lançar, em 2011, a Schaefer 620, com opção de design interno assinado pelo estúdio italiano Pininfarina, famoso

produção de lanchas e iates mais cresceu na última década. Atualmente, representa 21% da indústria náutica de lazer no País, disputando com o Rio de Janeiro a liderança do mercado. Além da demanda local, as empresas do Estado – que se concentram na Grande Florianópolis e em Itajaí – são líderes nacionais em diversos segmentos. “Em minha opinião, já somos o mercado mais importante do País, se não em volume de produção, ao menos em criatividade e autonomia tecnológica”, avalia Schaefer.

A opção de Schaefer pelo segmento de luxo é fruto de um posicionamento estratégico da marca. De acordo com estudo da Acobar, o mercado

EDSON JUNKEIS



“Em minha opinião, já somos o mercado mais importante do País, se não em volume de produção, ao menos em criatividade e autonomia tecnológica”

Marcio Schaefer,
presidente da Schaefer Yachts

nacional ainda é focado nos clientes de alta renda, que valorizam atributos intangíveis como marca, imagem e exclusividade, além de aspectos físicos relacionados a inovação e sofisticação de acabamento. “É um mercado que só tende a crescer por aqui”, prevê o empresário.

Mas não é só na produção de grandes barcos que a indústria de Santa Catarina se destaca. Com um catálogo composto por 13 modelos de 16 a 32 pés, o estaleiro Fibrafort, de Itajaí, é um gigante

dos barcos pequenos. Maior fabricante de lanchas esportivas da América do Sul, com 40% de participação no mercado brasileiro e mais de 12.500 barcos vendidos em 42 países, a empresa foi fundada em 1989 pelo empresário Márcio Ferreira. Começou fabricando produtos em fibra de vidro, como tobogãs aquáticos e acessórios para barcos. Ao perceber que a indústria ficava ociosa em certos períodos do ano, Ferreira investiu na produção de lanchas.

Em 1993 fabricou seu primeiro barco com mo-



“Os clientes que se iniciam no mercado adquirindo embarcações menores normalmente tornam-se fiéis à marca”

Márcio Ferreira, fundador do estaleiro Fibrafort



tor de popa e em 1998 lançou a linha Focker, carro-chefe do estaleiro até hoje. Com dimensões compactas e preço acessível (entre R\$ 40 mil e R\$ 300 mil), os produtos focam no chamado *entry level*, ou seja, pessoas interessadas em adquirir sua primeira embarcação. “Os clientes que se iniciam no mercado adquirindo embarcações menores normalmente tornam-se fiéis à marca na hora de trocar sua lancha por um modelo maior”, explica Ferreira, que produz uma média de quatro barcos por dia.

Lagos e represas

A Fibrafort vende cerca de 70% de sua produção no interior do País, aproveitando o potencial dos milhares de quilômetros navegáveis em hidrovias, rios, lagos e represas. A meta é ampliar a participação no mercado litorâneo, com barcos maiores e equipados para navegar em mar aberto. O plano é lançar seis novos modelos e aumentar de 300 para 500 o número de funcionários até 2015. Mas as ambições da Fibrafort são muito maiores. “Queremos avançar de um estaleiro para uma megaindústria náutica nos próximos dez anos, com foco na excelência operacional e ganho de competitividade da rede de revendedores”, diz Ferreira, com o firme propósito de tornar a Fibrafort um dos dez maiores *players* do mercado náutico mundial. Um passo importante foi dado no ano passado, quando firmou parceria com a Porsche Consulting, trazendo a *expertise* em



“Graças aos maiores estaleiros, outros empreendedores enxergaram a possibilidade de negócios lucrativos”

Renato Gonçalves, diretor comercial da FS Yachts

desenvolvimento de produto e gerenciamento de projetos de uma das mais modernas indústrias automobilísticas do mundo.

Entre o alto luxo da Schaefer Yachts e os modelos populares da Fibrafort, Santa Catarina conta com estaleiros de portes variados que fomentam uma cadeia produtiva especializada, composta em sua maioria por micro e pequenas empresas fornecedoras de insumos como capotas e toldos, cabeamentos e instalações elétricas, para-brisas, metais, ferragens, cabos e âncoras, bem como serviços de apoio à produção. “Graças à atuação dos maiores estaleiros, outros empreendedores passaram a enxergar no ramo náutico a possibilidade de ter um negócio lucrativo”, afirma Renato Gonçalves, diretor comercial e um dos sócios da FS Yachts, de Biguaçu, um dos principais fabricantes brasileiros de lanchas de até 30 pés. A FS Yachts é administrada por uma equipe que adquiriu a marca em 2011 – os antigos fabricantes fundaram a empresa há 16 anos em um pequeno galpão no Rio Grande do Sul. A linha FS era fabricada artesanalmente no litoral catarinense desde 2005. “Com

FOTOS: DWILKAÇAO

a implantação de processos de gestão administrativa, financeira e produtiva, transformamos a empresa”, conta Gonçalves. Com cerca de 100 funcionários, a fábrica tem capacidade para produzir 44 embarcações por mês. Para cada 100 lanchas vendidas pela FS Yachts, pelo menos 95 vão para fora do Estado de Santa Catarina.

A empresa busca contornar a ideia de que o mercado náutico é exclusivo para ricos. “Essa visão desfavorece nosso mercado, pois torna-o supérfluo. Isso afeta tudo, desde a tributação, que taxa as embarcações como produtos de luxo, até a percepção dos clientes, que associam a náutica a glamour e festas caríssimas.” Com modelos a partir de R\$ 50 mil, a FS Yachts procura posicionar seus produtos como uma opção de lazer familiar a preços acessíveis, direcionados a um público mais amplo, formado por empresários, executivos, médicos, advogados, engenheiros, funcionários públicos e autônomos. “Estamos trazendo ao mercado pes-



“Queremos firmar parcerias com escolas e universidades locais para implantar cursos de treinamento, inclusive aos fornecedores”

Davide Breviglieri, CEO da Azimut no Brasil

soas que nunca pensaram em possuir uma embarcação”, diz Gonçalves.

Duas medidas governamentais também contribuíram para impulsionar a indústria em Santa Catarina. Em 2009, o Governo do Estado lançou o programa Pró-Náutica, que reduziu o ICMS dos fabricantes de barcos de lazer de 25% para 7%, aumentando a competitividade da produção local e atraindo empresas de outros estados. Em 2011, um decreto do Governo Federal aumentou de 20% para 35% o imposto de importação para barcos motorizados, valorizando o produto nacional e estimulando estaleiros internacionais a produzir no País. Para Santa Catarina vieram três grandes marcas: a inglesa Brunswick, que se instalou em Joinville, e as italianas Sessa Marine e Azimut-Benetti. Incorporados ao portfólio do estaleiro catarinense Intech Boating, cinco modelos com a marca Sessa Marine são produzidos em um parque industrial instalado em Palhoça.

Já o Grupo Azimut-Benetti, um dos mais conceituados fabricantes de iates de luxo do mundo, montou em 2010, em Itajaí, sua primeira fábrica no País. “Escolhemos a cidade por sua infraestrutura portuária e excelente logística, rede de fornecedores e potencial de pessoas para treinamentos e profissionalização”, afirma Davide Breviglieri, CEO da Azimut no Brasil. Ao todo, 10% do volume de negócios do grupo e 25%

de negócios da marca Azimut Yachts são representados pelas vendas no mercado brasileiro. O grupo produz aqui quatro modelos, entre 43 e 70 pés, e estuda o lançamento de um megaiate de 100 pés.

Recentemente a unidade de Itajaí teve a área triplicada, passando a 16 mil metros quadrados de área coberta, empregando cerca de 300 pessoas, a maior parte delas de Santa Catarina. Os funcionários receberam suporte e treinamento inclusive fora do Brasil. “Queremos firmar parcerias com escolas e universidades locais para implantar cursos de treinamento, inclusive aos fornecedores”, diz Breviglieri.

A diversidade do setor é observada também nos estaleiros de menor porte, que procuram seus próprios nichos investindo na fabricação de pequenas lanchas, embarcações para pesca esportiva, veleiros, catamarãs e botes infláveis, além de acessórios e outros produtos para o lazer náutico. Um destaque nesse universo de pequenas e médias empresas é a Kalmar, que desde 1983 fabrica veleiros de madeira em Itajaí. Produzidos de forma artesanal e com alto padrão de acabamento, seus barcos já conquistaram clientes exigentes como os bicampeões olímpicos Torben Grael e Robert Scheidt.

O estaleiro é comandado desde 2009 por Lorena Kreuger, filha do fundador Lars Kreuger, que assumiu os negócios aos 24 anos, após a morte do pai.



“Estamos satisfeitos com o tamanho que temos, nossos clientes também. O caráter artesanal é nosso diferencial”

Lorena Kreuger, proprietária da Kalmar

“Tinha recém-concluído a faculdade de design industrial e mergulhei de cabeça na administração da empresa”, lembra. Mesmo com pouca experiência, ela buscou profissionalizar o negócio, cursou um MBA em Gestão Empresarial e procurou reforçar as qualidades do estaleiro – como o grupo de funcionários altamente especializado – ao mesmo tempo em que superou o amadorismo em algumas áreas, como marketing, gerenciamento de projetos e gestão estratégica.

“Tudo isso sem perder o caráter artesanal, que é nosso grande diferencial”, ressalta a empresária, que costuma atender pessoalmente cada cliente. A Kalmar produz sete modelos, entre barcos, veleiros, canoas e pranchas de Stand Up Paddle. Com cerca de 20 funcionários, a empresa não tem planos de crescer muito mais que isso. “Estamos satisfeitos com o tamanho que temos. E nossos clientes também”, conclui Lorena. ■



Fábrica da Azimut em Itajaí: produção de quatro modelos, entre 43 e 70 pés



Montagem e detalhes de veleiros da Kalmar: feitos de madeira



Trefiladora da Ciser, isolada por grades de proteção: produtividade do setor caiu em cerca de 30%

foi registrado um acidente de trabalho envolvendo suas trefiladoras. O histórico e os procedimentos

de segurança adotados pela indústria, no entanto, não convenceram um fiscal do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), que viu “grave e iminente risco” de acidentes no setor e interditou as sete trefiladoras – de um total de 10 existentes na fábrica – que estavam em operação no dia da fiscalização.

A interpretação do fiscal sustentou-se na polêmica Norma Regulamentadora nº 12 (NR-12), um conjunto de regras do MTE para segurança no trabalho em máquinas e equipamentos. Após a reformulação da norma, em 2010, passaram de cerca de 40 para 340 os itens obrigatórios a serem cumpridos por fabricantes e usuários, ao mesmo tempo em que a nova redação abriu brechas à análise subjetiva da fiscalização.

Total visibilidade

Para que pudesse ter os equipamentos liberados, a Ciser teve que fazer sucessivas adaptações nas máquinas e nos processos. Cada uma das trefiladoras foi isolada por grades de proteção de quase dois metros de altura equipadas com chave de segurança. Um dispositivo garante que o acionamento da máquina só seja feito com a cerca travada. Ainda assim uma segunda chave de segurança teve que ser incorporada, e sofisticados scanners de movimento programados para parar as máquinas foram instalados no interior dos cercados, onde é total a visibilidade dos operadores – para o improvável caso de alguém saltar a grade com a trefiladora em operação.

Somando-se tais procedimentos à troca de blocos hidráulicos, instalação de chaves de segurança nas próprias máquinas e outros ajustes, a conta da empresa ficou em R\$ 1,2 milhão. Mas não foi só.

FOTOS: EDSON JUNKES

O paradoxo das máquinas seguras

NA ÂNSIA DE TORNAR OS EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS À PROVA DE FALHAS FEZ-SE UMA NORMA QUE ENGESSA A PRODUÇÃO, CRIA INSEGURANÇA JURÍDICA E GERA ALTOS CUSTOS, SENDO NA PRÁTICA INAPLICÁVEL. SOMENTE A REVISÃO DA NR-12 PODERÁ TORNAR A INDÚSTRIA MAIS SEGURA E COMPETITIVA

Por **Vladimir Brandão**

O coração de uma fábrica de parafusos é o setor conhecido como trefila. As máquinas trefiladoras têm a função de conformar o aço, dando-lhe as dimensões exatas para a produção de determinado tipo de parafuso. O aço que chega às fábricas em bobinas é desenrolado e passa pela feira, a ferramenta da trefila que lhe altera o diâmetro, para em seguida ser rebobinado. Daí a matéria-prima segue para as prensas ou outros processos que darão forma final aos diversos tipos de parafusos. A Ciser, de Joinville, líder na América Latina na produção de fixadores, com capacidade para fabricar 6 mil toneladas mensais de 27 mil diferentes produtos, detém uma marca notável. Desde a sua fundação, em 1959, jamais

Durante os dez meses que as máquinas ficaram interditadas a companhia teve que comprar os trefilados a um custo duas vezes mais alto que o obtido com a produção própria. Já os novos procedimentos adotados derrubaram a produtividade do setor em 30%. A encrenca da trefila, que se estende desde meados de 2012, é só a ponta do iceberg. A fiscalização entendeu que cerca de 700 dos 800 equipamentos da Ciser estão em desacordo com a NR-12, e o Ministério Público do Trabalho moveu ação civil pública contra a empresa exigindo a adequação.

Certificação

“Quase todos os nossos equipamentos são importados e certificados pelas normas de segurança da União Europeia e dos Estados Unidos”, afirma Carlos Rodolfo Schneider, presidente da Ciser. Duas prensas de última geração importadas há pouco da Alemanha foram consideradas perigosas demais para operar no Brasil. Para cada uma delas serão necessários R\$ 100 mil em adaptações – o equivalente a 20% de seu custo. A empresa calcula que a conta total do enquadramento à NR-12 ficará em R\$ 40 milhões. “As exigências são excessivas e farão com que talvez não valha mais a pena permanecermos no negócio”, diz Schneider.

Os problemas enfrentados pela empresa de Joinville ilustram o clima de insegurança que se instalou na indústria – paradoxalmente ao intento da norma, que é justamente conferir segurança para o trabalho com máquinas. Um dos problemas da NR-12 é que ela se aplica igualmente para fabricantes e usuários. Ela também impõe obrigações semelhantes para máquinas antigas e novas. Desse modo, praticamente todo o parque fabril brasi-

leiro mergulhou na ilegalidade, já que não houve tempo nem recursos suficientes para a instalação de cercados, sensores, sistemas de monitoramento optoeletrônicos como cortinas de luz e scanners, comandos de acionamento bimanuais e circuitos de parada de emergência, dentre outros dispositivos de segurança, até mesmo em pequenos equipamentos. A incorporação desses itens na escala requerida pela norma custaria a astronômica cifra de R\$ 100 bilhões, segundo cálculo da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

“O pior é que não há clareza sobre o que deve ser feito, não há um órgão oficial para certificar os equipamentos e sistemas de segurança. Tudo depende da interpretação do fiscal”, afirma Durval Marcatto Júnior, presidente da Câmara de Rela-



Dupla chave de segurança e scanner de movimento: adaptações custarão R\$ 100 bilhões às indústrias do País

Propostas para revisão da NR-12

- Corte temporal de obrigações para máquinas usadas e novas
- Novos prazos para adequação
- Obrigações diferenciadas para fabricantes e usuários
- Tratamento diferenciado para micro e pequenas empresas
- Definição e limite da caracterização de “grave e iminente risco”
- Segurança jurídica na compra de equipamento novo

Fonte: CNI e FIESC

ções Trabalhistas da FIESC. O conceito de “grave e iminente risco” é considerado subjetivo. A critério da fiscalização do MTE, as indústrias estão sujeitas a interdições e multas. O número de autuações quintuplicou desde 2010. Um dos setores mais fiscalizados é o de panificação e confeitaria, formado por pequenas empresas, justamente as que encontram maiores dificuldades em se adaptar devido às condições financeiras restritivas.

Ambientes seguros

Aumentar a segurança do trabalho é mais do que desejável – é um dos principais objetivos da indústria. Para além da evidente questão ética que envolve a segurança, empresas com elevados índices de acidentes pagam caro tanto em termos materiais – planos e seguros de saúde, previdência social, processos judiciais – quanto em relação à sua imagem pública. Além disso, um ambiente de trabalho saudável e seguro é mais produtivo e ajuda a reter os melhores profissionais, o que é de alto interesse das empresas. Em sua essência a NR-12 vai ao encontro desses objetivos, mas ela peca na forma. É comparável ao remédio que, ministrado em dose excessiva, acaba matando o paciente. “A norma não é razoável. Não tem como ser aplicada do jeito como está formulada, pois exige a modificação de todo o parque fabril. É

necessária uma revisão”, diz Carlos Kurtz, diretor jurídico da FIESC.

A proposta de revisão da norma compreende a ideia de migrar de ambientes de trabalho seguros para ambientes ainda mais seguros. Nas empresas com bom histórico de segurança não há por que impor alterações no que já funciona bem, devendo-se limitar as mudanças às novas instalações e equipamentos. Trata-se do estabelecimento de uma linha de corte temporal de obrigações para as máquinas usadas e novas. A proposta da indústria abrange ainda novos prazos para adequação e o estabelecimento de exigências diferenciadas para fabricantes, dentre outros aspectos (veja o quadro). Também é importante a incorporação de medidas de treinamento e conscientização dos funcionários atingidos pelas normas.

Ajustes na NR-12 têm sido discutidos em audiências públicas promovidas pelo MTE e também pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Congresso Nacional e outras instâncias. A mobilização do setor industrial é intensa. “A situação a que chegamos demonstra a importância da união entre as entidades representativas (CNI/FIESC) e o setor industrial na defesa de melhores condições para produzir e gerar empregos. Os avanços sempre são resultados dessa união”, diz Glauco José Côrte, presidente da FIESC. ■

No topo da agenda catarinense

MOVIMENTO A INDÚSTRIA PELA EDUCAÇÃO FIRMA NOVAS PARCERIAS
ARTICULANDO INDÚSTRIAS, TRABALHADORES, GOVERNO E TERCEIRO SETOR PARA
AMPLIAR MATRÍCULAS E ELEVAR A QUALIDADE DO ENSINO EM SANTA CATARINA

Por **Diógenes Fischer**

Ao firmar um convênio com o Instituto Pe. Vilson Groh (IVG) reservando 300 matrículas em cursos de educação profissional do SENAI para jovens oriundos da instituição pelos próximos cinco anos, a FIESC deu mais um passo para reforçar uma das bandeiras do Movimento A Indústria pela Educação: a articulação e a influência social em favor da educação em Santa Catarina. A partir de agora – o convênio foi assinado em fevereiro – cada turma de aprendizagem industrial e de cursos técnicos da Grande Florianópolis terá duas vagas para jovens assistidos por organizações sociais ligadas ao IVG.

“Ao criar alternativas para a juventude crescer e materializar seus sonhos, um projeto como esse amplia os horizontes”, afirma o padre Vilson Groh,

coordenador do instituto. O IVG atua na Grande Florianópolis por meio de uma rede com sete organizações sociais que atendem 4,2 mil crianças, adolescentes e jovens de comunidades empobrecidas, promovendo a educação, a cidadania e a mobilização comunitária. Os alunos inscritos nos cursos do SENAI seguirão a política de bolsas de estudos do IVG, que prevê direitos e deveres para os beneficiários.

Promover iniciativas como esta, que ampliam o diálogo com entidades e instituições das mais diversas esferas da sociedade, é uma das metas do Movimento A Indústria pela Educação para este ano. Lançado em 2012 pela FIESC, o Movimento concentrou-se inicialmente em promover a ideia da educação como estratégia competitiva, além de incentivar as indústrias a fazer uso da estrutura de ensino oferecida pelo SESI, SENAI e IEL. O trabalho deu resultado: a lista de adesões conta com mais de 1,3 mil indústrias e 255 apoiadores. Em 2013, foram efetuadas 298,5 mil matrículas, um aumento de mais de 71 mil em comparação com o ano anterior. Para 2014 a meta é preencher um total de 338,3 mil vagas.

Sindicatos envolvidos

“Como os números demonstram, nosso foco principal tem sido a educação na indústria e para a indústria”, diz Leocádia Maccagnan, coordenadora do Movimento. “Mas com o passar do tempo, e a partir de discussões no Conselho de Governança, assumimos também o compromisso de articular forças sociais para influenciar a educação de Santa Catarina.” Instituído no ano passado, o conselho reúne representantes da indústria e entidades ligadas à educação em nível municipal, estadual e nacional, incluindo as secretarias estaduais de Educação e de Desenvolvimento Sustentável, a União dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime) e a Confederação Nacional da Indústria (CNI), além de





DIVULGAÇÃO FIESC

um representante das federações de trabalhadores.

Fedacz cursa o ensino médio na indústria Gaboardi: oportunidade

A colaboração das entidades sindicais laborais é considerada fundamental para estimular os trabalhadores a voltar aos estudos. Tanto que, em dezembro passado, representantes das seis federações que atuam em Santa Catarina assinaram um termo de cooperação com a FIESC, comprometendo-se a incentivar os trabalhadores a participarem de atividades de capacitação e formação profissional. Também se discute a possibilidade de inserir nos acordos coletivos cláusulas de estímulo para que as empresas se comprometam a investir na educação do trabalhador.

União de esforços

Outro nível de articulação se dá junto aos governos estadual e municipais. Este ano a FIESC planeja rodadas de discussão em diversas cidades catarinenses com o objetivo de aproximar a indústria local dos gestores da educação em cada município, apresentando dados de desempenho e estimulando a discussão de alternativas para

melhorar os indicadores de Santa Catarina. A primeira delas aconteceu em fevereiro, em

Blumenau, com a presença do secretário estadual da Educação, Eduardo Deschamps, e do prefeito Napoleão Bernardes. A ideia que motivou os encontros foi tornar a educação prioridade na agenda catarinense por meio de um regime de colaboração entre governo, trabalhadores e indústria.

“É preciso que haja a união de esforços em favor da melhoria de indicadores de qualidade da educação e para a intensificação da qualificação dos trabalhadores”, afirma Leocádia. A questão é que, embora Santa Catarina figure entre as primeiras unidades da Federação em pesquisas como as do Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA) e do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB), o Estado está atrasado em comparação a muitos países, incluindo os vizinhos da América do Sul.

Com a preocupação de se manter atualizada a respeito das melhores práticas internacionais, a FIESC promoveu em outubro de 2013 um workshop com a finlandesa Seija Mahlamäki-Kul-

tanen, diretora de treinamento na Universidade Håmeenlinna de Ciências Aplicadas. Ela apresentou o modelo que levou a Finlândia a se tornar um dos países líderes do ranking do PISA ao trocar uma educação orientada ao bacharelismo por um modelo de ensino baseado em competências e na aproximação com o mercado de trabalho.

Durante o encontro, que reuniu 200 líderes empresariais na sede da Federação em Florianópolis, o presidente Glauco José Côrte reforçou os desafios propostos pelo Movimento A Indústria pela Educação: garantir escolaridade básica completa para todos os trabalhadores da indústria e uma educação profissional e tecnológica compatível com sua função. “Quem sabe não podemos assumir o compromisso de fazer de Santa Catarina a “Finlândia brasileira”, propôs Côrte.

No caminho para atingir esta meta, o apoio de entidades com experiência comprovada na defesa da educação também se faz necessário. No ano passado, duas delas firmaram parcerias com o Movimento A Indústria pela Educação: a Fundação Victor Civita e o Movimento Todos pela Educação. Ambas assinaram um termo de cooperação técnica com a FIESC para ampliar as pesquisas na área, compartilhar informações e estabelecer intercâmbios.

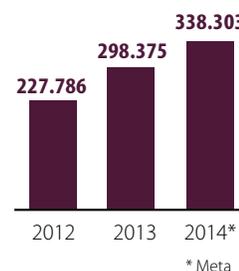
Em paralelo às iniciativas para expandir o escopo do movimento, as ações voltadas para a educação dentro da indústria continuam a todo vapor. Bons exemplos podem ser conferidos no caderno “Educação: boas práticas na indústria catarinense”, publicado em fevereiro, que apresenta 27 casos de sucesso de empresas que buscaram solucionar o déficit educacional entre seus trabalhadores. Entre as experiências relatadas está o caso do mecânico industrial Lauro Fedacz, aluno da turma de ensino médio implantada no ano passado pela Gaboardi, fabricante de fósforos em São Bento do Sul. Ele faz parte da turma de 35 alunos que cursam Educação de Jovens e Adultos do SESI nas dependências da empresa. “Considero uma grande oportunidade poder voltar a estudar, é a busca por um futuro melhor”, diz o mecânico.

E este ano, para incentivar iniciativas semelhantes em todo o Estado, a FIESC está lançando um prêmio que vai contemplar as melhores ações na indústria. Aberto para empresas instaladas em Santa Catarina, de qualquer porte ou segmento, a premiação será organizada em três categorias: Programa de desenvolvimento de competências, Elevação da escolaridade básica do trabalhador e Qualificação profissional e tecnológica do trabalhador. ■

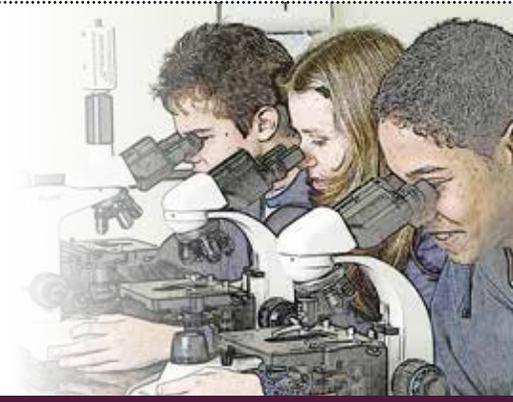
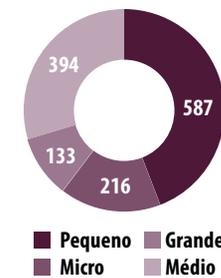
1,6 mil
Adesões ao Movimento A Indústria pela Educação, entre empresas e apoiadores

Os números do Movimento

MATRÍCULAS EFETUADAS (SESI, SENAI, IEL)



PORTE DAS INDÚSTRIAS SIGNATÁRIAS



Fábrica nova, funcionário jovem, crescimento mútuo

A INAUGURAÇÃO DE UMA INDÚSTRIA DE LATICÍNIOS EM MARAVILHA ABRIU UMA AVENIDA DE OPORTUNIDADES PARA DANIEL GUZZON. COM APENAS 23 ANOS DE IDADE ELE JÁ CONQUISTOU O POSTO DE SUPERVISOR DA FÁBRICA, QUE VAI TRIPLICAR A PRODUÇÃO NESTE ANO

Por **Lilian Simioni**

Ele tem apenas 23 anos, o corpo franzino e fica com as bochechas vermelhas por causa da timidez. Mas tem, também, o olhar determinado e o tom de voz firme, daqueles que não deixam dúvidas. Daniel Luiz Guzzon saiu do interior de Flor do Sertão, no Oeste catarinense, para ganhar a vida. Na indústria de lácteos Piracanjuba, em Maravilha, também na Região Oeste, tem conquistado muito mais do que “trabalhar para sobreviver”. Obteve conhecimento, respeito e uma carreira promissora.

Seu desenvolvimento na companhia iniciou-se antes mesmo das paredes da fábrica estarem erguidas – a inauguração foi em 2011. Daniel ficou sabendo da seleção para o trabalho quando a Piracanjuba ainda fazia a terraplanagem. Mandou o currículo e foi chamado para um treinamento em Goiás, estado de origem da empresa. “No dia 13 de setembro de 2010, ao meio-dia, embarcamos eu e mais sete guris”, relembra, com a precisão de quem sabe que aquele dia mudou sua vida.

Daniel foi criado pela mãe, com outros três irmãos. O pai foi para São Paulo quando ele era ainda muito pequeno e não voltou mais. Aos 15, Daniel foi para um colégio interno. Logo voltou para a pequena propriedade rural da família e ficou até os 18. “Família grande, lugar pequeno. A gente não tinha como se manter, não vivíamos bem”, conta. Mudou-se então para a cidade. Começou a trabalhar na agroindústria e a cursar o Técnico de Alimentos no SENAI. Conciliando trabalho e estudos, dormia da meia-noite às 2h. Sobrava um tempinho para descansar novamente à tarde. Mudou de perspectivas ao ir para Goiás. Já imaginava que a indústria não o mandaria em vão para um lugar tão distante, com despesas cobertas e ainda recebendo salário. E a aposta vem dando certo.

Quando voltou a Santa Catarina, após seis meses, ajudou a colocar a nova unidade

em funcionamento. Esteve presente desde a montagem dos equipamentos e os primeiros testes.

Começou como operador de máquina, no envase. Em três meses passou a operador de processo, atuando no beneficiamento do leite. Após dois anos foi eleito, por iniciativa dos colegas, líder de setor. Daí surgiu a oportunidade para o cargo de supervisor de fábrica. Agora é Daniel quem está à frente do processo, envase e acondicionamento, coordenando as equipes.

Casa própria

A ascensão do jovem acompanha os planos da indústria. Conforme o coordenador de produção Ronaldo Kuhn, o plano era duplicar a produção em 2016, mas a meta passou para o triplo da produção inicial – que era de 450 mil litros por dia – já em 2014. Daniel confessa que, às vezes, quando para e pensa na trajetória tão recente, ainda se assusta. “Conheço pessoas muito mais velhas do que eu que ganham a metade do que eu ganho. Sei que parte vem do meu esforço, mas há também as pessoas que apostaram em mim. A resposta que tenho da empresa me deixa muito grato”, ressalta, humildemente.

Concluído o técnico, Daniel cursa Engenharia de Alimentos na cidade vizinha de São Miguel do Oeste, com ajuda de custo da Piracanjuba. Mesmo pegando o ônibus todos os dias e voltando da aula às 23h50, além de trabalhar das 6h50 às 15h10, Daniel conseguiu tempo para realizar mais um sonho: concluiu a construção de sua casa própria. As mudanças – dele e da namorada – foram feitas logo depois do Natal. Para o futuro, Daniel projeta o casamento – garante que não vai demorar muito – e mais crescimento profissional. “Não pretendo sair da empresa.” Em frente ao chefe, e com as bochechas um pouco rubras, não deixa de completar: “Até brinco com o pessoal que o meu objetivo não é ficar como supervisor. O Ronaldo que se prepare!” ■

Daniel conciliou trabalho, estudos e treinamento e teve rápida ascensão profissional

Os desafios do Oeste

Conhecida internacionalmente como uma das regiões mais produtivas do planeta, o Grande Oeste catarinense – berço da avançada agroindústria brasileira – vem sofrendo, nas últimas décadas, preocupantes mudanças e transformações. Enfrentá-las é o maior desafio contemporâneo.

Apesar de todos os esforços governamentais e do setor privado, o êxodo de talentos e capital humano não foi estancado. Não cessou o fenômeno da litoralização, com a migração da população regional para as cidades costeiras. Recente estudo da Unesco revela que a migração, o envelhecimento e a redução populacional ameaçam o futuro do Oeste.

A população jovem está se reduzindo e a de idosos aumentando, a economia perde dinamismo e as carências infraestruturais afugentam novos empreendimentos. O Oeste apresenta tendência para um crescimento vegetativo ou até mesmo para uma queda da população total nos próximos anos. Uma das consequências desse processo é a escassez de recursos humanos. A situação tornou-se tão dramática que não restaram outras opções senão a contratação de imigrantes e o aumento da automatização das linhas de produção.

Outro desafio titânico é a redução das deficiências infraestruturais. Isso inclui ampliar a oferta de energia e água, melhorar os serviços de internet e telefonia celular e, fundamentalmente, investir na infraestrutura de transportes. As rodovias do Grande Oeste, por onde transitam diariamente milhões de



Mário Lanznaster
Presidente da Coopercentral
Aurora Alimentos

dólares em riquezas exportáveis, necessitam urgentemente de recapeamento, duplicação ou construção da terceira pista.

As deficiências de logística de transporte potencializam dois problemas: a questão geográfica (a agroindústria está longe dos grandes centros de consumo) e a insuficiência do principal insumo (milho e farelo de soja). Santa Catarina importa mais de 2 milhões de toneladas desses grãos por ano do Centro-Oeste, região distante cerca de 2 mil quilômetros. São necessárias mais de 50 mil viagens/ano a um custo de R\$ 5 bilhões, sem mencionar os custos humanos e ambientais.

Essa operação está se tornando inviável e estimulando os grupos catarinenses a transferirem suas unidades para Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. A solução é a ferrovia para unir os dois polos – levando o alimento industrializado para as grandes cidades e trazendo milho e soja.

Não é necessário mencionar a pesada carga tributária, mas o conjunto desses percalços – dada a importância econômica e geopolítica do Grande Oeste catarinense – justifica a formulação

de uma política governamental de apoio ao desenvolvimento da região. Redução de impostos, incentivos fiscais e materiais e parcerias público-privadas poderiam mitigar a perda de competitividade.

Para assegurar o futuro do Grande Oeste barriga-verde é necessário reverter esse deletério processo e estimular concretamente a expansão das empresas instaladas e a atração de novos empreendimentos. ■



BALANÇO DA INDÚSTRIA CATARINENSE

FIESC

OS NÚMEROS QUE COMPROVAM A FORÇA DA FIESC NA GERAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO PARA OS CATARINENSES.



DESAPARECIDA



QUEM AMA, NÃO DEIXA A ESPERANÇA IR EMBORA.

A cada dia, oito pessoas desaparecem em Santa Catarina. Por isso, a Assembleia Legislativa está lançando o movimento **Onde está você?**. Participe. Acesse SOS Desaparecidos e saiba como podemos, juntos, acabar com o sofrimento de milhares de famílias.