

Indústria & Competitividade

AGROINDÚSTRIA

O CUSTO Santa Catarina

Ficou caro produzir no Estado, berço das grandes marcas do segmento de suínos e aves. Mas dá para ser competitivo no novo arranjo global da indústria de alimentos



A VEZ DA SERRA

Lages atrai investimentos industriais e se torna alternativa à 'litoralização' do Estado

CARTA DA INDÚSTRIA

As ações que o próximo Governo deve priorizar para melhorar o ambiente de produção

FERMENTO NO LUCRO

Com novos conceitos e gestão aprimorada, setor de panificação supera dificuldades

PARTICIPAR DA VIDA ESCOLAR DOS FILHOS: **ESTE É O DEVER DE CASA DOS PAIS.**

mdocog



Estudos comprovam que alunos que recebem apoio dos pais na sua vida escolar têm maior aprendizado. Participe e contribua para que seu filho seja um aluno nota 10.

A indústria tem pressa

A construção de um ambiente favorável à produção é um dos focos estratégicos de atuação da FIESC. Os outros são educação, qualidade de vida e tecnologia e inovação. Por meio deles a FIESC persegue o seu objetivo central, que é o fortalecimento da indústria para o desenvolvimento do Estado. Tal relação de causa e efeito é inexorável: indústria e desenvolvimento caminham de mãos dadas. Tanto é assim que Santa Catarina, mais industrializada do que os demais Estados, detém alguns dos melhores indicadores de qualidade de vida e a melhor distribuição de renda do País. Mas as conquistas são ameaçadas pelas dificuldades enfrentadas pelo setor industrial.

Para contribuir com a melhoria do ambiente institucional a FIESC acaba de elaborar a “Carta da Indústria”, que contém a visão dos empresários do Estado sobre os entraves à produção e ao crescimento de Santa Catarina. O documento é fruto de pesquisa de opinião, que gerou uma lista das ações do setor público necessárias para destravar a produção e operação das indústrias. A ideia é que a Carta, que será apresentada aos candidatos ao Governo do Estado e aos cargos legislativos, possa alinhar as ações do setor público com a realidade e as necessidades das empresas.

Além de uma síntese da Carta, apresentamos nesta edição, em detalhes, a situação da agroindústria. Trata-se de um dos setores mais importantes da economia do Estado, em que somos referência mundial, mas que se encontra ameaçado pela infraestrutura precária e outros fatores não gerenciáveis pelos empresários. A resposta do setor público às suas demandas é lenta. A construção de ferrovias levará muitos anos, pois sequer começaram a sair do papel. Mesmo ações simples, como a inclusão de Santa Catarina em leilões de grãos do Governo Federal, são exageradamente demoradas e insuficientes.

O sentido de urgência do setor privado e do setor público nunca é o mesmo. Acontece que a indústria tem pressa. É preciso avançar nas reformas estruturais em favor da competitividade. São os empreendedores, afinal, que geram a riqueza que será redistribuída pelo setor público. Sem essa parceria não há desenvolvimento. Mas, para que possam fazer a sua parte, e fazer mais, os industriais precisam que as ações do setor público estejam alinhadas com as suas demandas.



ARQUIVO FIESC

Glauco José Côrte
Presidente da FIESC

FIESC

Federação das Indústrias do
Estado de Santa Catarina

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

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,

Lilian Simioni, Maurício Oliveira,

Mauro Geres (textos); Angélica Lüersen,

Eduardo Cesar e Tarla Wolski (fotos)

Apoio editorial

Ivonei Fazzioni, Elida Ruivo, Miriane Campos,

Dami Radin, Leniara Machado, Fábio

Almeida e Heraldo Carnieri

Capa: Luciana Carranca / Imagens Shutterstock

Comercialização

Rodrigo Coutinho / Editora Expressão

imprensa@fiescnet.com.br

(48) 3231 4670

www.fiescnet.com.br



SUMÁRIO

6 ENTREVISTA

O ensino médio, que está distanciado da realidade dos jovens, deve ser colocado no topo da agenda da educação, afirma Mozart Neves Ramos

10 DESENVOLVIMENTO

Safra de novos investimentos industriais dinamiza e diversifica a economia de Lages, num contraponto à “litoralização” da economia

20 ELEIÇÕES

Carta da Indústria lista ações em favor da competitividade catarinense para orientar políticas públicas dos próximos governantes e parlamentares

34 AGROINDÚSTRIA

Custos de produção colocam em xeque um dos setores mais importantes do Estado, que tem o desafio de se reposicionar no xadrez global da indústria de alimentos

54 PERFIL

Cesar Bastos Gomes poderia ter tomado rumos diferentes na vida, mas se realizou como industrial, liderando o crescimento do Grupo Portobello

58 PANIFICAÇÃO

Novidades como pães congelados, autosserviço e padarias gourmet compõem a receita para os empreendimentos de sucesso do setor

64 TECNOLOGIA

Equipamento de microusinagem do Instituto SENAI de Inovação em Sistemas de Manufatura abre um novo nicho de mercado para as ferramentarias

68 GENTE DA INDÚSTRIA

Bruno Campestrini passou de carregador de tijolos a operador do robô que hoje faz o serviço pesado na Cerâmica Lorenzetti

70 ARTIGO

Manoel Zaroni Torres, diretor-presidente da Tractebel Energia

TRABALHADORES DA INDÚSTRIA:

A FORÇA QUE GERA COMPETITIVIDADE.



A Indústria da Gente,
para a
Gente

Não existe tecnologia e inovação sem pessoas. É a capacidade de transformar dos trabalhadores da indústria que a torna mais competitiva e preparada para o futuro.

www.fiescnet.com.br

FIESC

Pé no acelerador da educação

Mozart Neves Ramos, integrante do Conselho Nacional de Educação e diretor do Instituto Ayrton Senna, é referência nacional na luta pelo ensino de qualidade. Por meio do movimento Todos pela Educação, que presidiu e do qual hoje é conselheiro, influenciou na formulação de leis e políticas públicas, como a criação de metas para a educação. Parceiro da FIESC no Movimento A Indústria pela Educação, Ramos põe o ensino médio no topo da agenda do País

Por **Fabício Marques**

Qual deve ser a agenda para a educação do presidente e dos governadores que serão eleitos neste ano?

Eu diria aos próximos governantes que há desafios absolutamente estratégicos para colocar o Brasil no cenário internacional, do ponto de vista da competitividade, da produtividade, da modernidade. O primeiro é pensar na escola do jovem. O ensino médio, que deveria ser a ponte para a educação tecnológica, para a universidade ou para o mundo do trabalho, está absolutamente distanciado da realidade do jovem no País. É preciso repensar o currículo e a forma de ensinar, de como trabalhar esse jovem para que ele se sinta comprometido com a educação e com seu futuro. Como a escola pouco dialoga com o mundo juvenil, temos uma evasão fantástica no ensino médio e um baixíssimo índice de aprendizagem. Entre os que terminam o ensino médio, somente 10% aprenderam o esperado em matemática. Em português, são 30%. Nos próximos 10 ou 15 anos, o Brasil termina o seu bônus demográfico e precisará cada vez mais de jovens

muito bem formados para poder enfrentar um futuro em que a base da pirâmide vai encolher e o topo tende a alargar e a crescer. E o País, hoje, infelizmente não está conseguindo resolver isso.

Como enfrentar o problema?

Naturalmente a escola de ensino médio precisa de professores bem preparados. Aí vem outro desafio, que é a valorização da carreira no Brasil. Atrair jovens para o magistério é essencial e os países que estão no topo da educação mundial, como Canadá, Finlândia, Cingapura, Coreia do Sul, têm em comum o fato de que todo jovem, lá, quer ser professor. No Brasil, somente 2% dos que concluem o ensino médio querem seguir a carreira. Sem uma pactuação pela questão da escola do jovem e pela valorização do magistério, nos campos estadual e federal, será muito difícil avançar.

O que essa nova escola para o jovem deve ter, pensando na competitividade que a economia brasileira precisa conquistar?

O jovem quer uma escola que dialogue com o seu mundo. Isso significa prepará-lo numa educação integral e em tempo integral. Será muito



EDUARDO CESAR

Ramos, no Instituto Ayrton Senna, em São Paulo: ensino está distanciado da realidade do jovem

importante que no currículo dessa escola haja certa articulação entre o ensino médio regular e a educação profissional e tecnológica. Hoje, o percentual de jovens no Brasil que passaram por alguma etapa ou formação de educação profissional e tecnológica é da ordem de 15%. É muito pouco. Na Alemanha ou de maneira geral nos países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), o percentual é de 50%. É preciso incluir empreendedorismo, mecanismos de incubadoras, protagonismo juvenil, associativismo, conteúdos que possam dar ao jovem a capacidade de formatar seu próprio futuro. Ou ele vai para a universidade, ou vai para um outro pós-médio, como cursos tecnológicos de ensino superior, ou vai para o mundo do trabalho bem preparado. Hoje ele não tem nenhuma dessas alternativas. Não é à toa que a gente tem 5,3 milhões de jovens de 18 a 29 anos, naquela geração ‘nem nem’ – que nem estuda nem trabalha. Eu brinco que é nem, nem, nem. Nem estuda, nem

trabalha nem procura, porque não se sente preparado para enfrentar um ou outro caminho.

Nos resultados do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes, chama atenção a estratificação dos alunos brasileiros por nota – os que têm a nota mais alta representam uma parcela ínfima do total. Como ampliar este contingente?

O Brasil tem avançado muito no campo da pós-graduação. Forma por ano 11 mil doutores, 38 mil mestres, está na 13ª posição no ranking da produção científica mundial. Temos uma boa elite de jovens. Mas é muito pequena em relação ao que o País precisa. O Brasil evoluiu na pós-graduação e no desenvolvimento científico e tecnológico, mas precisa avançar muito na inovação. As poucas patentes que o Brasil desenvolve saem, na maioria, dos bancos universitários. Isso é um equívoco. Nos países que estão na fronteira do conhecimento, da inovação, da ciência e tecnologia, as patentes são desenvol-

vidas nas indústrias. A universidade produz conhecimento, mas o conhecimento que vira inovação é feito nas indústrias. A gente precisaria formar cerca de 70 mil engenheiros. Estamos formando a metade disso. Isso porque só 10% dos que terminam o ensino médio aprenderam matemática. Se não sabem matemática, não têm o conhecimento básico para dar continuidade aos estudos. Temos uma faixa de jovens com baixíssima capacidade de aprendizagem e de ingressar no mundo do trabalho. Há empregos, só não estão acessíveis aos jovens porque eles não têm essa boa formação de base.

Como a indústria pode ajudar a melhorar a formação dos jovens?

Quando o presidente da FIESC, o doutor Glauco José Côrte, toma como bandeira a causa da educação, ele está tomando uma decisão estratégica de futuro com olhar na situação presente e na história passada. A indústria – como os governos – tem um passivo não resolvido com a sociedade brasileira. A gente tem uma massa de jovens que terminaram o ensino médio e outra que não, mas mesmo aquela massa que terminou está mal preparada. Será preciso fazer no âmbito da indústria um enorme esforço para aumentar a escolaridade dos trabalhadores e é essa uma das bandeiras do movimento A Indústria pela Educação. Outra é capacitar de forma permanente e sistêmica os atuais trabalhadores. Precisa estar no planejamento estratégico das indústrias a questão da educação ao longo da vida, o que exige escolaridade permanente e crescente dos trabalhadores e uma capacitação e formação continuada. Este é o grande recado que o movimento passa para os industriais.

“A competitividade não passa apenas pela educação, mas não dá para fazer a escolha de Sofia. Ou você aposta na educação ou não tem jeito”

As dificuldades na economia não são um entrave para esse tipo de investimento na indústria?

A competitividade não passa apenas pelo campo da educação, obviamente. Passa pelos juros, logística e superação de outros entraves para dar mais competitividade ao produto brasileiro. Isso é um ponto. Essa luta tem que estar na fronteira do diálogo direto com o Governo. Outro aspecto é que não existe para o empresário a alternativa de não investir em educação. Se o futuro sorrir para ele, esse sorriso virá se ele tiver gente qualificada a seu lado. Esse é um campo em que não dá para fazer a escolha de Sofia. Ou você aposta na educação ou não tem jeito.

Quais são os desafios específicos para Santa Catarina?

A FIESC colocou um desafio: tornar Santa Catarina a Finlândia do Brasil, que é um país de reconhecida liderança no campo educacional. Em relação ao restante do Brasil, os indicadores educacionais de Santa Catarina são muito superiores. Mas tem um grave problema a ser resolvido. Há regiões do Estado, como a de Chapecó e de Blumenau, em que o IDEB (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica) é muito bom, próximo do esperado nas metas para 2021. Mas em outras regiões, como em Caçador, o IDEB já é mais parecido com os da Região Nordeste. Para ser a Finlândia do Brasil é preciso tornar o Estado mais uniforme não só na oferta educacional, mas principalmente na oferta com qualidade. O movimento A Indústria pela Educação pode contribuir para reduzir essa desigualdade. ■

A INDÚSTRIA CATARINENSE TEM A NOSSA PARCERIA PARA CRESCER.



A Tractebel tem muito orgulho em fazer parte da indústria catarinense e de colaborar com o crescimento de todo o setor no Brasil. Com 25 Usinas em 12 estados nas 5 regiões, ela oferece a energia que você precisa com garantia de entrega, contratos flexíveis e condições sob medida. Para que a sua empresa possa continuar crescendo com toda a força, conte com a Tractebel: a maior geradora privada de energia do país.

Tractebel Energia
GDF SUEZ

Energia para a vida.



Investimentos aquecem a Serra



Pelizzaro: em novas instalações, confecção vai triplicar a produção e contratar mais 200 pessoas

EDSON JUNIKES

NA CONTRAMÃO DA TENDÊNCIA DE “LITORALIZAÇÃO” DE SANTA CATARINA, A CHEGADA DE NOVAS INDÚSTRIAS MOVIMENTA A REGIÃO DE LAGES, DIVERSIFICANDO A ECONOMIA E RENOVANDO SETORES TRADICIONAIS

Por **Diógenes Fischer**

Em meados de 2011, o supervisor de logística Jeann Pelizzaro deixou o emprego na Ambev em Lages para apostar em um negócio que começava a ganhar força na cidade: a indústria têxtil. Em parceria com o tio – o empresário Hélio de Liz, proprietário da Deliz, fabricante de roupas em jeans e malha então sediada em Blumenau – ele alugou um antigo ginásio de esportes com 1 mil metros quadrados para instalar a Planalto Confeções, que começou com 40 funcionários, produzindo 5 mil peças por semana. “A Deliz tinha dificuldade para encontrar profissionais no Vale do Itajaí e buscou uma alternativa para terceirizar parte da produção”, conta Pelizzaro, que acaba de transferir sua fábrica para uma sede própria, com 3.850 metros quadrados, em um terreno doado pelo poder público municipal.

O rápido crescimento do negócio, que em menos de três anos passou a contar com 205 funcionários e a produzir 12 mil peças por semana, é um retrato do bom momento pelo qual passa o maior município da Serra Catarinense. “Investimos R\$ 3,5 milhões em equipamentos e na nova sede, com a perspectiva de contratar mais 200 funcionários e triplicar a produção até o final do ano”, projeta o empresário lageano. “Temos confiança no futuro de Lages, tanto que o meu tio saiu daqui para abrir uma empresa em Blumenau e agora voltou a investir na cidade.”

Assim como a Deliz – por intermédio da Planalto Confeções – outras têxteis vêm “subindo a serra” nos últimos anos, ajudando a esquentar a economia da região, que vinha crescendo abaixo da média, perdendo participação na geração da riqueza estadual (veja o gráfico na página 16). É o caso da Bella Janella, de Blumenau, líder no mercado brasileiro de cortinas prontas, que desde 2008 tem parte da produção na cidade. Ela investe R\$ 4 milhões na ampliação da linha de tecelagem, gerando 100 postos de trabalho e fortalecendo parcerias com empresas lageanas – uma confec-

ção e uma injetora/metalizadora. São exemplos de como a cidade caminha para consolidar um novo polo têxtil – atividade que até pouco tempo atrás tinha pouca representatividade. Hoje, são mais de 70 empresas produzindo de uniformes a lingerie, que geram 2 mil empregos diretos e injetam R\$ 5 milhões por mês em salários na economia local.

Reversão de êxodo

O setor têxtil não é o único a contribuir para a nova fase. A cidade, que durante a segunda metade do século passado teve seu desenvolvimento atrelado aos altos e baixos da atividade madeireira, está reencontrando o caminho do crescimento ao investir na diversificação da matriz industrial aliada a um esforço para capacitar uma população jovem. Com o aumento da renda, o comércio e os serviços estão em ebulição. O terceiro maior shopping center do Estado está em construção na cidade. A prefeitura calcula que investimentos de R\$ 500 milhões estão em curso, entre públicos e privados, gerando 4 mil empregos diretos. A oferta crescente de empregos tem potencial para reverter o êxodo dos últimos anos – a população do municí-

pio caiu de 170 mil para 156 mil habitantes entre 2007 e 2012, e em 2013 voltou a subir, chegando a cerca de 159 mil habitantes.

“Lages vive o melhor momento de sua história. As coisas acontecem naturalmente, sem muito esforço”, afirma o prefeito Elizeu Mattos. “Há interesse em se investir na cidade como nunca se viu antes.” A prefeitura faz sua parte oferecendo incentivos, como isenção de impostos e doação de terrenos. Além dos incentivos estaduais, o governador Raimundo Colombo tem ajudado a “vender” a imagem de sua cidade natal como um destino para investimentos. “O governador nos ajuda bastante”, diz Mattos.

Além de incentivos, Lages oferece vantagens estratégicas para novas indústrias. A principal delas é sua posição geográfica, no centro da Região Sul, a 350 quilômetros de Porto Alegre e a 349 quilômetros de Curitiba. Cortado por duas rodovias federais (a BR-116, no sentido norte-sul, e a BR-282, no sentido leste-oeste) e duas estaduais (SC-425 e SC-114), o município é posicionado naturalmente como um centro de distribuição. Sua linha férrea encontra-se em processo de recuperação para, em 2015, movimentar 50 milhões de litros de gasoli-

Perfil de Lages



População (2013)
158,7 mil



PIB (2011)
R\$ 3,1 bi



% da indústria no PIB
34%



Indústrias*
702



Trabalhadores na indústria*
9.120



Exportações (2012)
US\$ 106 mi

Fontes: IBGE, FIESC, CAGED.
(* Inclui construção civil)



Shopping center em construção: salários da indústria movimentam comércio

na, diesel e álcool por mês (atualmente são 20 milhões), após a ampliação da unidade da Idaza, uma das maiores distribuidoras de combustível do País, que mantém operações na cidade. Conta ainda com um aeroporto regional, que deve ser reformado para começar a operar com voos diários a São Paulo ainda este ano.

Participação societária

Lages se apresenta, assim, como alternativa à “litoralização” de Santa Catarina, tendência que nos últimos anos carrou a maior parte dos investimentos para os municípios do litoral norte, onde há pouca oferta de força de trabalho e de terrenos. É o oposto do Planalto Serrano, onde também é mais fácil a obtenção de licenças ambientais para empreendimentos. Por tudo isso, Lages se transformou em um polo de atração de indústrias dos mais diversos portes e segmentos, que prometem ampliar os horizontes da economia local.

Uma das empresas mais aguardadas pelos lagesanos é a Novaer Craft, fabricante de aeronaves de pequeno porte com sede em São José dos Campos (SP), que vai se instalar em um terreno próximo ao aeroporto para desenvolver um novo modelo, 100% fabricado em fibra de carbono. O protótipo da aeronave T-Xc, que custou R\$ 35 milhões para ser desenvolvido, foi apresentado em março e a previsão é de que a produção em série comece em 2016. Segundo o presidente da empresa, Graciliano Campos, os investimentos na fábrica devem chegar a R\$ 80 milhões. “A produção deve se iniciar lentamente, pois depende de ajustes dos processos produtivos e da contratação e treinamento da equipe, mas projetamos uma produção de 10 aviões por mês até 2018”, afirma Campos.

Antes de optar por Santa Catarina, a Novaer considerou instalar-se no Paraná ou em São Paulo, mas a proposta de sociedade com a SC Participações e Parcerias (SCPar) pesou na escolha por Lages. Por meio da SCPar, que tem 10% de





FOTOS: DIVULGAÇÃO

Aeronave T-Xc, da Novaer Craft: sua produção em Lages vai empregar 100 engenheiros

participação societária na unidade lageana, o Governo do Estado já aportou R\$ 9 milhões no projeto.

O Governo também foi buscar recursos federais junto à Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), que deve repassar R\$ 90 milhões para o projeto em um período de três anos. Tudo para incentivar a criação de um polo aeronáutico na região.

“O primeiro passo é ter uma empresa âncora, que gere demanda por produtos e serviços, in-

duzindo novas empresas a se instalar, e a capacitação de empresas locais para suprir a demanda”, observa o presidente da Novaer. “O apoio do Governo do Estado, da FIESC e o estímulo do município têm sido fundamentais, inclusive para a criação de cursos técnicos e de Engenharia.” A previsão é que a produção absorva 400 trabalhadores diretos, dos quais 100 engenheiros.

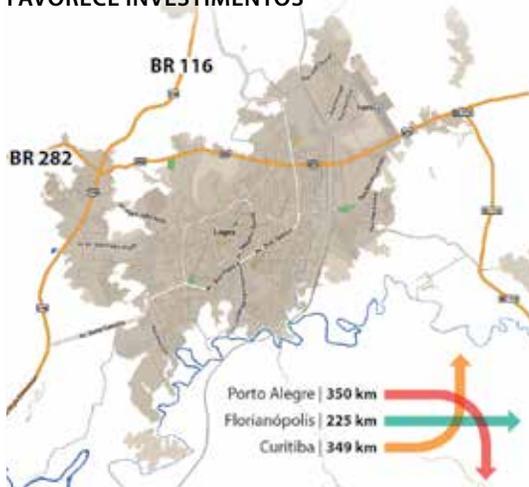
Parque de Inovação

Outra novidade que promete revolucionar a indústria local vem do outro lado do mundo. Trata-se da Sinotruk Brasil Truck Corporation (SBTC), braço nacional da maior fábrica chinesa de caminhões pesados, a CNHTC, que deve instalar em Lages sua primeira unidade fora da China para produzir caminhões da marca Sinotruk. Também em sociedade com a SCPAr, que terá 20% de participação, a implantação da fábrica demandará investimento inicial de R\$ 300 milhões. A unidade será a primeira a se instalar no Parque de Inovação da Serra Catarinense (PISC). A Sinotruk ocupará 1 milhão de metros quadrados, entre a fábrica e as empresas fornecedoras de peças e equipamentos, devendo gerar cerca de 1.100 empregos.

O projeto foi apresentado no início do ano e as obras de terraplenagem devem começar no

No centro da Região Sul

LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA DE LAGES FAVORECE INVESTIMENTOS



segundo semestre. A previsão é que a fábrica comece a produzir no final de 2015, em caráter de teste, e entre em operação plena no primeiro trimestre de 2016. A prefeitura concedeu isenção do ISS e cedeu o terreno. O Governo do Estado postergou a cobrança do ICMS, dentre outros incentivos. A companhia também deve se beneficiar do programa Inovar-Auto, do Governo Federal, que prevê descontos de até 30% no IPI. Inicialmente os caminhões serão montados com peças vindas da China, mas o objetivo é nacionalizar em até 65% a produção até o final de 2017. A expectativa é que se crie um polo automobilístico na região, com fornecedores de peças e serviços agregados ao complexo da montadora.

Cerveja e maçãs

Investimentos de grande porte não se resumem aos das empresas que estão subindo a Serra agora. A Ambev, que abriu sua cervejaria em Lages há 20 anos e é hoje a maior arrecadadora de impostos no município, investirá R\$ 140 milhões para aumentar a capacidade em até 20%. A fábrica, que produziu 4,8 milhões de hectolitros em 2013, emprega 600 funcionários diretos. Outras 100 vagas serão abertas com a ampliação. Segundo estudo da Fundação Getulio Vargas, para cada emprego gerado na cervejaria outros 46 são criados na cadeia produtiva, que inclui operação logística, produção de insumos e maquinários. Em 1994, quando se instalou na cidade, a Ambev foi uma das principais responsáveis por impulsionar a cidade da 13ª para a sexta posição no ranking das maiores arrecadações do Estado – atualmente Lages ocupa a oitava posição. A JBS, gigante global de alimentos, também amplia as atividades em Lages, gerando



cerca de 300 empregos diretos e 1 mil indiretos.

Já a instalação da fábrica de bandejas da Sanovo Greenpack é uma novidade

Fábrica da Ambev, que terá produção ampliada em 20%: maior arrecadação do município

no setor alimentício. Maior produtora de embalagens para frutas no Brasil, a empresa vai processar na cidade polpa moldada de papel e confeccionar bandejas para maçãs. O fato de Lages ter abundante produção da fruta e estar próxima de outros centros produtores, como São Joaquim, Fraiburgo e Vacaria (RS), foi determinante para a decisão de se instalar no município. Com planos de investir R\$ 25 milhões na nova unidade, a Sanovo deve começar fabricando cerca de 40 milhões de embalagens por ano e gerar até 100 empregos.

A atividade agrícola e a indústria florestal – que vem



Modelo da fabricante chinesa Sinotruk: objetivo é nacionalizar a produção

DESENVOLVIMENTO

se modernizando e se mantém como um dos setores mais importantes da economia regional – são responsáveis por alavancar um pujante polo metalmeccânico. Produzindo principalmente máquinas e implementos para ambas as áreas, as indústrias suprem não apenas a demanda local, mas também fornecem para todo o País e o exterior. Esse arranjo produtivo já consolidou a indústria metalmeccânica como uma das maiores geradoras de emprego e arrecadação em todo o Planalto Serrano.

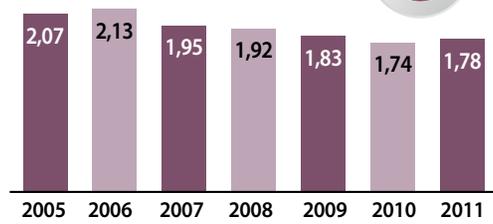
Um dos destaques é a Minusa, que começou em 1967 vendendo peças para tratores e hoje é a maior fabricante de material rodante (peças de máquinas movidas a esteiras) da América do Sul, com um parque fabril de 100 mil metros quadrados e mais de 600 colaboradores. A empresa produz peças para máquinas agrícolas, de mineração e de construção,

além de equipamentos para a indústria florestal. Outro destaque é a

Kracik, da Minusa: desenvolvimento de Lages deverá beneficiar cidades vizinhas

Chance de recuperação

PARTICIPAÇÃO DE LAGES NO PIB ESTADUAL (%)



Fonte: deepask/Datasus

GTS do Brasil, que produz equipamentos para colheita, pós-colheita, transporte e aplainagem de terreno, gerando 500 empregos. Há duas unidades em operação e uma terceira em fase de projeto, com previsão para operar em 2015. Outro nome representativo é o Grupo Mill, que fabrica equipamentos para a indústria madeireira.

“Com o apoio desses e outros fornecedores, a indústria florestal da região se encontra hoje em plena evolução”, diz o presidente da Câmara de Desenvolvimento da Indústria Florestal da FIESC,



EDSON JUNKES

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

free

Soluções em Qualidade de Vida
para a Indústria Catarinense.

FIESC **SESI**





DIVULGAÇÃO

Setor florestal, o mais tradicional da região, é renovado com o aporte de novas tecnologias

Odelir Battistella. Ele ressalta que os primeiros passos rumo à

industrialização de Lages foram dados pela atividade madeireira, que começou a se desenvolver nos anos 1930, quando se intensificou a exploração das florestas de araucária com o objetivo de “limpar” terras para a agricultura e a pecuária.

Renovação florestal

A partir daí, a cidade fundada em 1766 como ponto de parada para tropas de gado que iam do Rio Grande do Sul para o Sudeste experimentou um ciclo inédito de desenvolvimento, que teve seu auge nas décadas de 1950 e 1960. Nessa época, a madeira produzida no Planalto Serrano tornou-se o principal produto de exportação de Santa Catarina e uma de suas principais fontes de arrecadação.

Mas a atividade causou o esgotamento da vegetação nativa e, no início dos anos 1980, o setor entrou em crise. A recuperação veio com a introdução do pinus, espécie “importada” da América do Norte cultivada em sistema de reflorestamento de alto rendimento. Ao contrário da exploração da araucária, que tinha como produto final apenas a madeira serrada, começaram a surgir diversos pro-

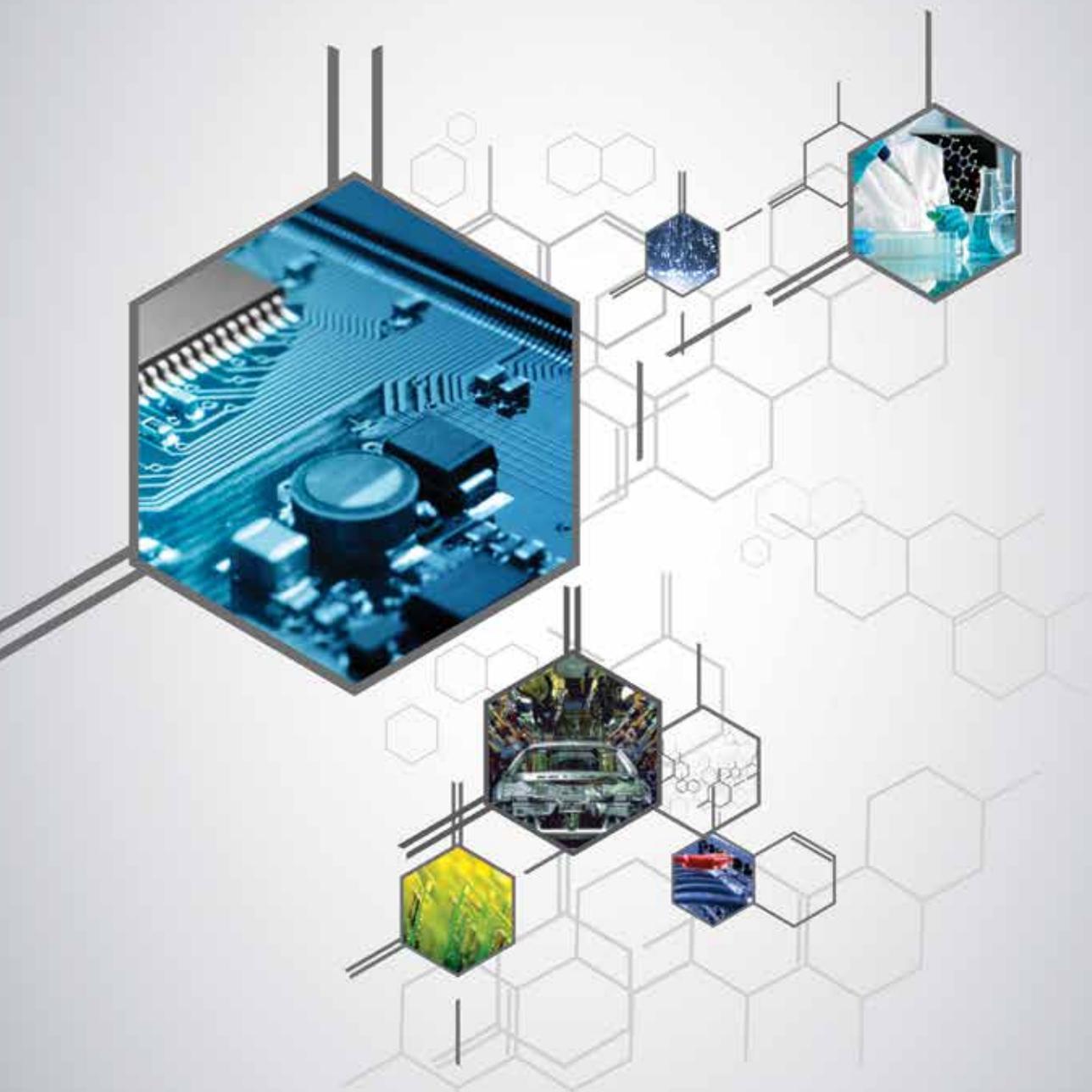
duto e subprodutos, desde embalagens e madeira processada até a indústria moveleira. “Hoje encontramos em Lages praticamente todos os segmentos da área florestal, da seleção genética das mudas até a geração de energia usando resíduos das serrarias”, explica Battistella. O setor segue avançando com a implantação de novos modelos de negócio.

É o caso da Ekomposit, que desenvolve um produto inovador que dá à madeira serrada resistência semelhante ao aço, podendo ser utilizado na fabricação de vigas para construção civil e revesti-

mentos internos para a indústria automotiva. Criada por empresários lageanos, a Ekomposit investe R\$ 48 milhões na construção da primeira unidade, que deve gerar 200 empregos diretos. “Esse aporte de tecnologia é importantíssimo, pois vamos sair de um produto simples para um com maior valor agregado”, explica Battistella. “A chegada de empresas capazes de trazer novos conhecimentos para um setor tradicional é um grande avanço, pois desenvolve a inovação e gera mais competitividade para a indústria lageana.”

“Lages realmente vive um bom momento, seja por força da implantação de novas indústrias, seja pela expansão das já instaladas”, diz o diretor da Minusa, Rubens Kracik. “Esperamos que o desenvolvimento fortaleça a economia e amplie a sustentabilidade regional, beneficiando também as cidades vizinhas.” Tudo indica que a movimentação econômica desencadeada a partir de Lages vai na direção apontada pelo Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense (PDIC), da FIESC. Segundo o estudo, os caminhos para o desenvolvimento regional são a agregação de valor à atividade madeireira e a abertura de novas frentes de desenvolvimento industrial. É assim que a região Serrana, a de menor peso na economia estadual, vai conseguir ampliar sua fatia no bolo. ■

REDE SENAI/SC DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA



Com iniciativa da FIESC e composta por 10 Institutos, a Rede SENAI/SC atende às demandas da indústria catarinense, focando na competitividade industrial, com soluções completas por meio de inovação (pesquisa aplicada), serviços laboratoriais, consultorias e serviços especializados.

Acesse www.sc.senai.br ou ligue **0800 48 1212**
e saiba mais sobre a Rede SENAI/SC de Inovação e Tecnologia.

Por um ambiente **favorável** à produção

CARTA DA INDÚSTRIA DETALHA A REALIDADE DAS EMPRESAS CATARINENSES E EXPÕE SUAS DEMANDAS PARA AJUDAR OS PRÓXIMOS GOVERNANTES E PARLAMENTARES NA FORMULAÇÃO DE PARCERIA PARA O DESENVOLVIMENTO DE SANTA CATARINA



Imagine um pequeno grupo de promissores jovens catarinenses, egressos de boas universidades, às voltas com os preparativos para erguer seu primeiro empreendimento industrial. Otimistas, como qualquer bom empresário, os sócios vislumbram boas oportunidades em seu ramo de negócios, ainda que a economia do País ande devagar, quase parando, sem grandes perspectivas de aceleração no curto prazo. Detentores dos

conhecimentos técnicos necessários, eles estão certos de que os diferenciais que desenvolveram ao longo de anos de estudo lhes permitirão fazer a diferença em um mercado para lá de competitivo. Com um pequeno capital disponível, estão prontos a realizar os investimentos necessários para pôr sua pequena indústria em operação.

Mas imagine que um dos sócios, o mais prudente, resolve, antes de abrir a empresa, aprofun-

→





EDSON JUNKEIS

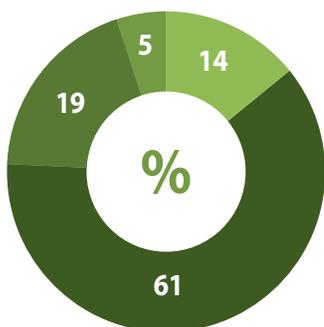
dar o estudo acerca do ambiente de negócios para ter mais clareza sobre os desafios que o grupo se propõe a enfrentar. Logo de cara, perceberia que um dos principais “insumos” do negócio não está disponível no mercado: recursos humanos qualificados. Este é um desafio comum a toda a indústria catarinense, setor em que apenas metade dos trabalhadores possui ensino médio ou superior. Hoje em dia, consideradas as tecnologias utilizadas e a organização complexa do trabalho, o ideal seria ter 85% dos trabalhadores nessa condição.

A angústia do empreendedor aumentaria ao se dar conta de que apenas 10% dos jovens que possuem ensino médio e que poderiam ocupar uma vaga em sua empresa têm os conhecimentos mínimos que seriam esperados para alguém com sua formação. Não lhe restará outra saída, conclui, que não a de gastar tempo e dinheiro na formação básica de uma equipe – se tiver a sorte de conseguir recrutar uma equipe. A essa altura, o negócio já não parece tão promissor.

Ao analisar outro item crucial para a competi-

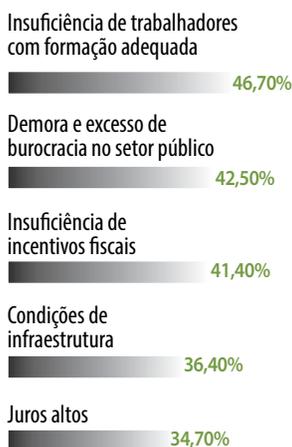
Dá para andar mais rápido

Percepção do ritmo de crescimento de SC



- Lento crescimento
- Estagnação
- Lento declínio
- Rápido crescimento

Entraves para o crescimento



Ações para estimular o desenvolvimento



Fonte: Instituto Mapa. Pesquisa estimulada, com resposta múltipla



tividade do futuro empreendimento, o candidato a industrial nota seu otimismo inicial fraquejar. A carga tributária a que estará submetido é a maior dentre todos os países emergentes. Mais de um terço de toda a riqueza gerada no País é carregada aos cofres públicos na forma de impostos. Mas não é apenas a carga tributária que choca: a complexidade do sistema é tamanha que cada empresa brasileira vê-se obrigada a gastar, em média, 2.600 horas por ano somente com o cumprimento de procedimentos necessários aos pagamentos e obrigações acessórias de um intrincado cipoal de impostos, taxas e contribuições.

As barreiras ao desenvolvimento da indústria se avolumam à medida que avança a análise: infraestrutura logística precária, pouca oferta de



INFRAESTRUTURA



• TRANSPORTE E LOGÍSTICA

Realizar planejamento sistêmico e integrado da infraestrutura de transporte e logística

Aparelhar e fortalecer as agências reguladoras na área de transporte

Criar ambiente favorável para investimentos privados

Manutenção, ampliação e modernização das malhas ferroviária, rodoviária e dutoviária, dos acessos aos portos e aeroportos e da infraestrutura de armazenagem e distribuição

Melhorar a mobilidade urbana

• ENERGIA

Definir política industrial para o carvão mineral

Agilizar o licenciamento ambiental para Pequenas Centrais Hidroelétricas

Reduzir encargos e tributos nas tarifas de energia

Instalar um terminal de gás natural liquefeito (GNL)

Fazer aproveitamento do gás do pré-sal e gás não convencional e gaseificação do carvão mineral – alternativas de suprimento de gás natural

Ampliar a infraestrutura de transporte para o gás natural

Realizar leilões regionais de geração aproveitando as fontes energéticas disponíveis

Definir política tarifária para o gás natural

Fortalecer as agências reguladoras

Aprimorar a gestão do licenciamento para evitar atraso em obras

Reativar o grupo executivo de energia de Santa Catarina – Genesc (Governo Estadual) – para estruturação de uma política energética para o Estado

• TELECOMUNICAÇÕES

Melhoria nas telecomunicações – qualidade e abrangência

POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO



Desenvolver uma política industrial

Abrir linhas de crédito para modernização e instalações, capital de giro e novos empreendimentos

Fazer uso de bancos estaduais e regionais para fomento e financiamento a juros competitivos

Dar preferência às indústrias catarinenses para compras públicas

Instituir planejamento estratégico para o Estado

crédito a juros baixos, dificuldade para obtenção de licenças ambientais, legislação trabalhista ultrapassada, burocracia por toda parte. “Isso tudo inibe o espírito audacioso, empreendedor, que é substituído por justificadas cautelas”, afirma Frank Bollmann, engenheiro mecânico que se ariscou no empreendedorismo há 42 anos e hoje é CEO da Tuper, de São Bento do Sul, a quinta maior transformadora de aço do País, que gera 2.500 empregos diretos e fatura R\$ 1,9 bilhão.

O conjunto de ineficiências que constringe a produção tem até um termo síntese: “Custo Brasil”. Uma variável que faz encarecer em 36% o produto brasileiro em relação aos produtos fabricados na Alemanha e nos Estados Unidos, segundo estudo da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq). “Fatores não gerenciáveis pelos empresários podem ser um fardo muito mais pesado que o desafio diário de produzir com qualidade”, diz o presidente da FIESC, Glauco José Côrte.

Diante do quadro com que se deparam, os jovens catarinenses veem-se compelidos a abandonar seu projeto. Passam, suponha-se, a planejar o ingresso em carreiras no setor público, por meio de concursos. O espírito empreendedor foi sufocado e perdeu-se (mais) uma oportunidade

para alavancar o desenvolvimento do Estado e do País. Numa moderna economia de mercado, afinal, o desenvolvimento é fruto de uma parceria entre os setores público e privado. Cabe ao setor privado gerar as riquezas que serão redistribuídas pelo setor público, por meio de recolhimento de impostos, investimentos, prestação de serviços e programas sociais – o que inclui a oferta de educação profissional de boa qualidade, como a que formou os jovens do exemplo hipotético. Mas, para que o modelo funcione, é preciso que as riquezas sejam produzidas, e não há ninguém melhor que o empreendedor para a tarefa. Tudo o que ele precisa é de condições de competitividade global.

Visão da indústria

A lógica serve não só para negócios que sequer saem do papel diante das dificuldades conhecidas, mas serve principalmente para as 47 mil indústrias em operação em Santa Catarina, que enfrentam seu maior desafio em décadas. Cenários de queda de produção e de exportações estão levando o País à desindustrialização, processo em que a indústria perde participação relativa no total de formação de riquezas. Em Santa Catarina, um dos estados mais industrializados do País, o processo é



TRIBUTAÇÃO

- Redução da carga tributária
- Redução da complexidade do sistema tributário
- Combater a guerra fiscal entre estados
- Manter Prodec e Proemprego
- Homogeneização e redução de impostos estaduais (ICMS)
- Dedução tributária de algumas linhas de produtos estratégicos

FOTOS: ARQUIVO FIESC

particularmente preocupante.

Foi com o espírito de contribuir para a construção de um ambiente favorável à produção e, portanto, para o desenvolvimento, que a FIESC



EDUCAÇÃO

- Aumentar a oferta de cursos técnicos e profissionalizantes para trabalhadores
- Investir no aumento da qualidade da educação no Estado de Santa Catarina, de todos os níveis (básica até superior)
- Aumentar incentivos para formação e capacitação dos trabalhadores
- Oferecer oportunidades igualitárias de acesso à educação e qualificação nas distintas regiões do Estado
- Melhorar a escolaridade do trabalhador em todas as regiões

elaborou o documento Carta da Indústria, baseado em uma pesquisa de opinião realizada com 360 industriais e executivos de Santa Catarina e o subsídio técnico das diversas atividades realizadas pela FIESC com o setor industrial, como o Fórum Estratégico, câmaras setoriais e o Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense (PDIC 2022).

O resultado é a visão da indústria acerca do processo de desenvolvimento do Estado, os principais entraves para o crescimento e as oportunidades existentes. Além disso, os empresários listaram as principais ações do setor público necessárias à criação de condições de competitividade global.

EXPORTAÇÕES

Oferecer financiamento subsidiado para certificação de produtos

Desburocratizar as exportações

Reduzir tributos estaduais sobre exportações

Reduzir custos portuários

Ampliar o crédito destinado à exportação através de financiamentos externos

Ampliar o acesso a mercados pela participação em eventos internacionais

Promover e divulgar os produtos catarinenses no exterior



Organizadas em nove áreas e a partir das seis grandes regiões do Estado (veja os quadros com os principais pontos), as propostas constituem-se na Agenda da Indústria, que integra a Carta. O documento será entregue aos candidatos ao Governo do Estado e aos cargos legislativos. “O trabalho permitirá a aproximação entre a realidade das empresas e a formulação de políticas condizentes com tal realidade”, afirma Carlos Henrique Ramos Fonseca, gerente-executivo da Coordenadoria de Planejamento e Controle de Gestão da FIESC.

As conclusões do trabalho demonstram uma visão do empresariado não exatamente pessimista, já que eles enxergam pontos fortes na indústria – que são pilares para sua competitividade – e oportunidades para o desenvolvimento de Santa Catarina. A condição atual do Estado, entretanto, é de crescimento lento, abaixo do mínimo que seria necessário para que fossem aproveitadas as oportunidades que surgem em um mundo altamente conectado e globalizado. “Temos crescido insuficientemente para ao me-



nos acompanhar nossos concorrentes internacionais, que certamente estão felizes com nossa exasperante burocracia e lentidão”, diz Côrte.

Fator humano

A pesquisa indicou a necessidade de mais investimentos públicos ou mais incentivos ao investimento privado, já que para 67% dos industriais o setor privado é o principal motor do desenvolvimento estadual. Somente entre 20% e 25% dos empresários citaram fatores como incentivos fiscais, acesso ao crédito e condições naturais do Estado como fatores impulsionadores do crescimento.

Já o maior entrave ao crescimento é a falta de pessoal qualificado, de acordo com os industriais. Para corroborar a importância do fator humano, a falta de trabalhadores qualificados e a baixa escolaridade do trabalhador foram apontadas como o principal ponto fraco da indústria catarinense. Na sequência, foram citadas a burocracia, a falta de incentivos e a infraestrutura precária. “Os fatores

REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Ter atitude mais incisiva na cobrança dos recursos que Santa Catarina tem direito

Incentivar a redefinição da partilha da arrecadação dos impostos federais (pacto federativo)

Reforçar a cobrança de investimentos federais em Santa Catarina

Incentivar o associativismo e o cooperativismo

Divulgar mais os produtos catarinenses



externos, como a questão da infraestrutura e da qualificação de pessoal, prejudicam bastante as empresas em sua busca por eficiência e produtividade”, explica Flávio Castelo Branco, gerente-executivo da Confederação Nacional da Indústria (CNI). “Enfrentamos uma luta dura. Os custos dessas lacunas são incalculáveis”, reforça o empresário Carlos Victor Ohf, presidente da Cassava, de Rio do Sul.

Na visão dos empresários catarinenses, os pontos cruciais em que o Governo do Estado deve agir



Como a indústria se enxerga

Pontos fortes

Imagem de qualidade dos produtos e serviços
 68,9%

Marcas e empresas fortes e reconhecidas
 51,9%

Empreendedorismo
 46,1%

Pulverização de empresas
 37,2%

Diversificação dos setores de atuação
 24,7%

Pontos fracos

Insuficiência de trabalhadores qualificados
 68,1%

Nível de escolaridade do trabalhador
 45%

Empresas concentradas em poucas regiões
 34,4%

Inovação insuficiente para a competitividade
 30,6%

Pouca atuação em segmentos inovadores
 20,3%

Fonte: Instituto Mapa. Pesquisa estimulada, com resposta múltipla

para favorecer o ambiente de negócios são melhorar e ampliar a infraestrutura logística, oferecer incentivos fiscais, melhorar a qualidade da educação e desonerar e desburocratizar o empreendedo-

rismo. Os industriais também cobraram um posicionamento mais firme dos políticos catarinenses diante do Governo Federal, que precisa ouvir e atender melhor as demandas do Estado.

Quanto à infraestrutura logística, o mais urgente é a pavimentação, duplicação e conservação das estradas, item citado por dois terços dos entrevistados. Na sequência vem a diversificação dos modais de transporte, com ênfase para o transporte ferroviário. Em relação aos incentivos, uma demanda interessante emergiu da pesquisa: os industriais defendem que os incentivos sejam dirigidos, de preferência, às empresas já instaladas →

INOVAÇÃO

Desenvolver polos tecnológicos de acordo com cada mesorregião

Ampliar o investimento em pesquisa tecnológica

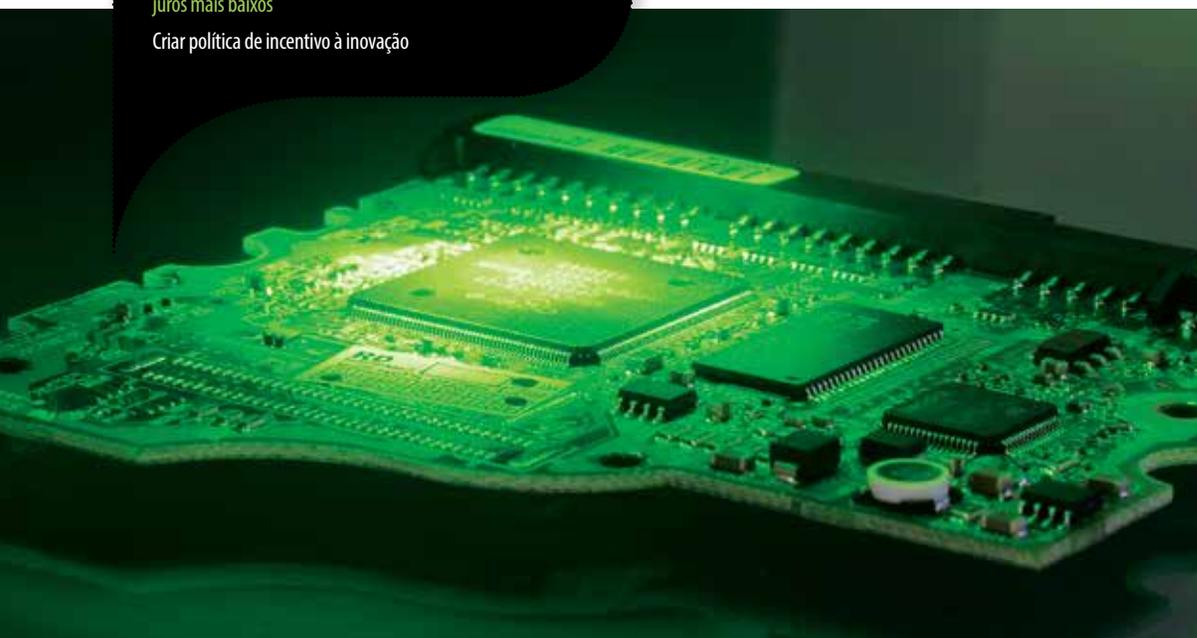
Fomentar a cultura corporativa de inovação

Incentivar a implementação de parque tecnológico voltado a startups de alta tecnologia

Buscar parcerias tecnológicas internacionais

Facilitar empréstimos direcionados à tecnologia com juros mais baixos

Criar política de incentivo à inovação



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.

ELEIÇÕES

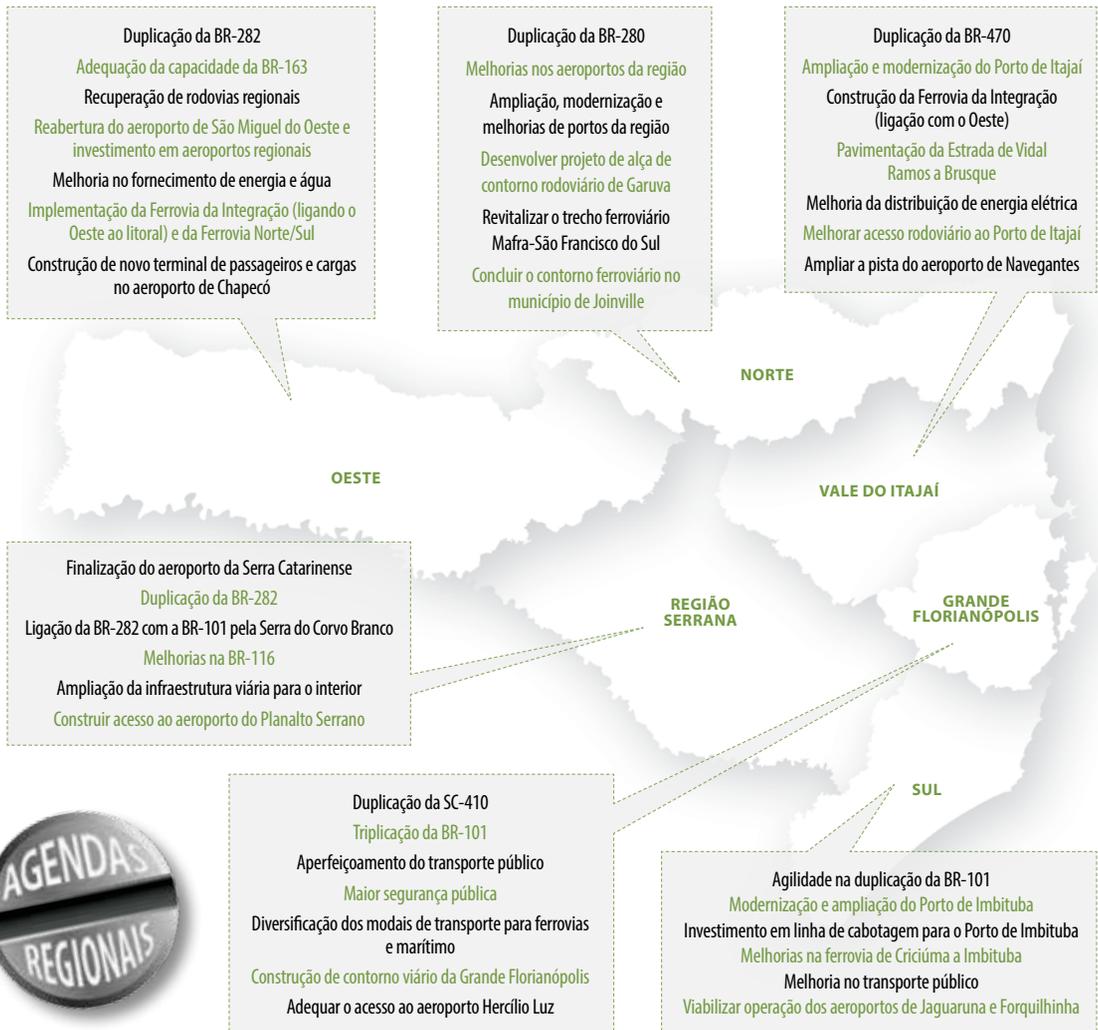
no Estado, pois elas já estão colaborando com o processo de desenvolvimento. Inovação tecnológica e micro e pequenas empresas também devem ser objeto de políticas de incentivos fiscais.

Para que sejam aproveitadas as oportunidades de negócios existentes no mundo, os empresários apontaram como mais importante a ênfase na inovação tecnológica e na abertura e consolidação de mercados externos. Trata-se, na verdade, de aspectos que andam juntos. “Só quem inova tem um diferencial para estar à frente da concorrência, que é globalizada. Não se

pode fazer as coisas sempre do mesmo jeito porque senão os concorrentes que adotam estratégias e práticas de inovação passam à frente”, diz Celson Pantoja Lima, professor do Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Marcas fortes

Na mão inversa da abertura de mercados e da inovação, dois terços dos empresários citaram a entrada de produtos importados de baixo custo como principal ameaça ao desenvolvimento cata-





rinense – à frente até mesmo de itens como a falta de investimentos públicos em infraestrutura. Tal fato deve-se ao forte aumento das importações observado nos últimos anos, inclusive de produtos industrializados, o que reverteu a histórica tendência de superávit comercial de Santa Catarina, puxado por uma indústria de vocação exportadora. Nos últimos cinco anos as importações superaram as exportações do Estado, situação que deverá se repetir em 2014.

Já os pontos fortes da indústria catarinense, que devem ser potencializados em projetos de desenvolvimento para Santa Catarina, são, na visão dos empresários, a percepção de qualidade associada aos produtos e a existência de marcas fortes no mercado mundial. O empreendedorismo do empresário catarinense também é percebido como um ponto positivo. “Em Santa Catarina se valoriza o trabalho e o empreendedorismo, e o Estado tem o melhor desenvolvimento humano



RELAÇÕES TRABALHISTAS

Reduzir a burocracia trabalhista

Instituir política adequada para seguro-desemprego

Reduzir a carga tributária da folha de pagamento

Apoiar a modernização da legislação trabalhista

Estimular a utilização de mecanismos extrajudiciais para solução de conflitos

Buscar maior segurança jurídica nas rescisões trabalhistas

do País”, afirma Frank Bollmann, da Tuper.

A relação estabelecida por Bollmann não é fortuita. Santa Catarina tem o quarto maior parque industrial do País e é o mais industrializado, considerando o peso da indústria na formação de riquezas – na verdade fica atrás do Amazonas, mas lá a existência da Zona Franca de Manaus distorce a comparação. E Santa Catarina é o Estado com população mais longaeva, com índice de mortalidade infantil equivalente à metade da média nacional. É o que tem menos crianças pobres e a melhor distribuição de renda do País, segundo o Índice de

MEIO AMBIENTE

Assegurar a participação da indústria na construção de regulamentações sobre o tema

Reduzir a burocracia dos licenciamentos ambientais

Promover a cultura corporativa da sustentabilidade

Mais facilidade e benefícios à atividade de reflorestamento

Padronizar diretrizes, condutas e aplicações das normas pelas agências

Maior clareza na definição de competências das esferas federal, estadual e municipal

Criar mecanismos de incentivo fiscal para a reciclagem de materiais



Gini, dentre outros fatores associados à qualidade de vida. A indústria tem muito a ver com isso.

Indústria e desenvolvimento andam de mãos dadas, pois ela exerce efeito multiplicador sobre o crescimento econômico como um todo. A necessidade constante de atualização tecnológica e da produção de inovações associa indústria e tecnologia de ponta, o que gera a demanda por recursos humanos qualificados e bem remunerados. O processo resulta em ganhos de produtivi-

dade, num círculo virtuoso. A indústria também é responsável pela alta produtividade do setor agrícola (por meio de máquinas agrícolas, insumos e tecnologias como a de agricultura de precisão) e pelo desenvolvimento comercial, em função da geração de renda nas cidades.

Segundo o Relatório de Desenvolvimento Industrial das Nações Unidas, de 2009, baseado na experiência de 159 países, sendo que 121 deles em desenvolvimento, a produção e a exportação de manufaturas são o caminho mais viável para a superação de problemas sociais e o desenvolvimento socioeconômico. É por isso que a indústria deve estar no centro das estratégias governamentais para promoção do desenvolvimento. “O melhor programa social que o Brasil pode fazer é uma política industrial consistente, pois onde há indústria há crescimento”, diz o presidente da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul, Heitor José Müller. ■

business & investments in SC



O portal Business & Investments in SC é uma plataforma preparada para fornecer informações de negócios e investimentos em Santa Catarina.

A disponibilização de informações e serviços estratégicos através do portal deverá ajudar no processo de tomada de decisão de investidores e empresários estrangeiros e na promoção de Santa Catarina como Estado potencial para a recepção de investimentos e a realização de negócios no Brasil.

Principais objetivos do Business & Investments in SC

- Estimular e atrair empresas estrangeiros para SC;
- Oferecer um ambiente favorável às operações destas empresas no Estado, contribuindo para o ingresso de divisas, o desenvolvimento econômico catarinense e a maior competitividade de sua indústria;
- Prestar suporte as empresas interessadas em realizar negócios e/ou investir em SC;
- Auxiliar na identificação de locais e/ou parceiros para a recepção dos investimentos;
- Fornecer informações sobre setores e negócios estratégicos no Estado;
- Promover Santa Catarina, suas empresas e seus produtos no mercado internacional.

Funcionalidades

- Inserção e busca de oportunidades de investimentos, parcerias e negócios (exportação e importação);
- Diretório de empresas exportadoras e importadoras catarinenses;
- Mapa interativo de Santa Catarina;
- Calendário de eventos empresariais;
- Dados e informações do setor industrial do Estado;
- Guia de procedimentos de como investir em Santa Catarina.

Sobre a FIESC

A Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC representa a força da indústria em Santa Catarina. A entidade congrega mais de 130 sindicatos de indústria, tendo como principal missão representar, política e institucionalmente, o setor industrial catarinense e promover sua sinergia com a Federação, além de oferecer serviços nas áreas de comércio exterior, política econômica industrial, infraestrutura e meio ambiente, legislativa e tributária e relações do trabalho.

Acesse o portal

www.fiescnet.com.br/businessinsc

Competitividade catarinense em xeque

EPICENTRO DE UMA REVOLUÇÃO PRODUTIVA NO PASSADO, SANTA CATARINA CORRE O RISCO DE SER EMPURRADA PARA A PERIFERIA DO MERCADO POR DEFICIÊNCIAS LOGÍSTICAS E MUDANÇAS ESTRUTURAIS DO SETOR. MAS, NO XADREZ GLOBAL DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS, O ESTADO TEM ARMAS PARA SE DESTACAR PELA SANIDADE E QUALIDADE DOS PRODUTOS

Por **Vladimir Brandão**





Foi somente após a Guerra do Contestado que a ocupação do Oeste catarinense começou a ganhar contornos definidos. Companhias de colonização fundaram os municípios de Cruzeiro (atual Joaçaba) e Chapecó em 1917. Os colonos eram descendentes de imigrantes italianos e alemães da Serra Gaúcha, que ficara pequena para sustentar o crescimento populacional. As companhias propagandeavam terras férteis e milharais de 3 metros de altura em Santa Catarina. Até 1940, quase 80 mil colonos se assentaram no Estado, em pequenas propriedades. Logo a suinocultura ganhou corpo.

A ferrovia que cortava o Vale do Rio do Peixe, no Meio-Oeste, cuja construção fora o estopim da Guerra do Contestado, permitia o envio de mercadorias para São Paulo. Nos anos 1940, Atílio Fontana era um comerciante de Cruzeiro especializado em embarcar suínos vivos que comprou um frigorífico em Concórdia, fundando a Sadia. Vislumbrara a mesma oportunidade do comerciante Saul Brandalise, de Vila das Perdizes (atual Videira), que erguera um frigorífico pouco antes, dando origem à Perdigão. Os empreendimentos praticamente definiram o Oeste catarinense.

Até então os suínos eram criados soltos, comendo milho na palha e restos de comida – era o porco “tipo banha”. Programas de melhoramento genético envolvendo Governo, produtores e indústrias trouxeram, em aviões, matrizes dos Estados Unidos, Alemanha e Dinamarca, dando origem ao rebanho mais aprimorado da América Latina, fornecedor de carne para processamen-

to industrial. Ao mesmo tempo se estruturou o sistema integrado, parceria em que a indústria fornece insumos, tecnologia e assistência técnica e os produtores entram com parte de suas terras e o trabalho de engorda dos animais. Com o suprimento seguro e crescente de matérias-primas, as processadoras de carne se agigantaram. Carne suína *in natura*, presunto, salsicha, salame e linguiça ultrapassaram os limites das colônias e entraram no cardápio de milhões de brasileiros que viviam nas cidades.

Pacote de milho

Sadia, Perdigão e outros frigoríficos replicaram a fórmula para o frango. Em 1970, o Brasil produzia 200 mil toneladas por ano. Até então, dizia-se, alguém só comia frango se um dos dois estivesse doente – a pessoa ou o frango. Hoje se produz mais de 12 milhões de toneladas, sendo o frango a carne mais consumida no País, e o Brasil o maior exportador da mercadoria, que chega a mais de 150 países. Com o aumento de escala, as margens da indústria encolheram e os preços ao consumidor desabaram. “O frango é o pro-

duto mais bem acabado da moderna agricultura brasileira, é um pacote de milho de altíssimo valor agregado”, define José Graziano da Silva, diretor-geral da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO).

Não é exagero afirmar que Santa Catarina foi o centro irradiador dessa revolução protéica. O Estado chegou a responder por mais de 20% do comércio internacional de carne de frango e se firmou como um dos maiores polos de produção suína do planeta. Mas a continuidade do movimento migratório que está na origem desse notável sistema produtivo agora ameaça deixar Santa Catarina na periferia da atividade – afetando a economia e causando a redução populacional do Oeste, tendências identificadas por estudo da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), o que inverte o curso do povoamento e enriquecimento proporcionado historicamente pela agroindústria. A situação só não se agravou por causa do forte crescimento da produção de leite na região (leia matéria subsequente).

160 milhões
Número de frangos alojados em Santa Catarina

Avicultura industrial: Santa Catarina já teve mais de 20% do comércio internacional de frangos

A abertura de extensas áreas produtoras de grãos no Paraná e na Região Centro-Oeste, obra realizada por migrantes gaúchos e catarinenses que estão deixando justamente o Oeste do Estado, acaba levando junto a produção de frangos e suínos. “Há tendência de não crescimento da produção em Santa Catarina e estímulo à transferência da produção local para essas regiões”, diz Mário Lanznaster, presidente da Coopercentral Aurora Alimentos, de Chapecó, empresa que para fornecer ração aos mais de



SHUTTERSTOCK

30 milhões de animais que tem no campo precisa movimentar, todos os dias, 106 carretas de milho e 32 de farelo de soja, sendo que a maior parte vem do Centro-Oeste.

O problema é que os milharais que atraíram os migrantes há quase um século já não são suficientes para alimentar 160 milhões de aves e 8 milhões de suínos que formam o plantel do Estado. Da mesma forma que acontece com a Aurora, acontece com as demais empresas: boa parte dos insumos tem que viajar de mil a 2 mil quilômetros desde a Região Centro-Oeste a bordo de caminhões, já que não há trens para perfazer a rota, fator que pode dobrar o custo de uma matéria-prima cujo preço triplicou desde o ano 2000. Isso faz com que o custo de produção de um frango seja 5% maior do que no Paraná ou no Centro-Oeste. Diferença que pode ser fatal numa atividade em que a margem líquida das indústrias gira em torno de 3%. Não é à toa que a maioria dos empreendimentos novos erguidos nos últimos anos situa-se longe do Estado.

Tome-se o caso da BRF, maior processadora de suínos e aves do País, fruto da fusão entre as pioneiras Perdigão e Sadia. A maior parte de suas unidades mais novas situa-se em lugares como Rio Verde, Jataí e Mineiros (GO) e Lucas do Rio Verde e Nova Mutum (MT), regiões altamente pródigas na produção de milho e soja. A BRF concentra, hoje, apenas 20% de sua produção total em Santa Cata-



Produtos da agroindústria: tendência de não crescimento da produção no Estado

rina. O Paraná, segundo maior produtor de grãos do Brasil, também atraiu a agroindústria, desbancando

Santa Catarina do posto de maior produtor e exportador de frangos. Outro endereço que ganhou prestígio é a Região Nordeste, onde o consumo de carnes cresce duas vezes mais rápido que no restante do País, o que a tornou atraente para a instalação de novos projetos. “Nessas regiões há incentivos fiscais, infraestrutura, terrenos disponíveis, bancos de fomento e mais facilidade para obtenção de licenças ambientais”, afirma Jacir →



FOTOS: EDSON JUNKES

Pamplona, acionista da Pamplona Alimentos, de Rio do Sul.

Há ainda outros fatores que depenam a competitividade da agroindústria em Santa Catarina, como, por exemplo, a complicada equação dos recursos humanos. Nas contas da BRF, aumentos salariais nos últimos quatro anos nivelaram os custos de pessoal nos frigoríficos com os custos nos Estados Unidos, o que retirou 10% da competitividade do setor. Em Santa Catarina a situação é ainda pior, pois associado ao alto custo, há dramática escassez de trabalhadores disponíveis, condição que não se repete nas regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Calcula-se que há 10 mil vagas abertas nas indústrias de Santa Catarina que as empresas não conseguem preencher.

Mil dessas vagas abertas estão na Aurora, que emprega um total de 22 mil trabalhadores. O déficit de pessoal só não é maior porque a empresa se movimentou para contratar cerca de 400 índios e 500 imigrantes haitianos, além de 28 presidiários.

Marcas produzidas em Santa Catarina: maior parte é de grupos de atuação global

Isso sem contar os trabalhadores que vêm de locais distantes: mais de 200 ônibus levam e trazem diariamente

funcionários de cidades do Rio Grande do Sul para unidades da Aurora em Santa Catarina. A falta de gente prejudica as exportações de cortes de frango para o Japão – setor que demanda grande número de trabalhadores especializados.

Tabuleiro global

O rearranjo da cadeia produtiva e as limitações do Estado estão desidratando o setor em Santa Catarina. “Estamos perdendo produção”, diz Ricardo de Gouvêa, diretor-executivo do Sindicato das Indústrias da Carne e Derivados em Santa Catarina (Sindicarne). “O que poderia ser produzido aqui está sendo feito em outros lugares.” De fato, nos últimos anos, o Estado perdeu cerca de três pontos percentuais de participação na produção total do País de frangos e suínos (veja o infográfico). Vo-

lume que corresponde, atualmente, a quase meio milhão de toneladas de carne por ano. A perda não é só econômica – é também de oportunidades de desenvolvimento para o Estado. Levantamento do Sindicarne demonstra que nos municípios onde há avicultura a renda per capita chega a ser duas vezes maior do que em municípios da mesma região sem a atividade.

Além das mudanças estruturais em dois dos fatores de produção que sustentam a produção agroindustrial – terras e força de trabalho – houve trocas dramáticas também no terceiro fator: o capital. Comparando a agroindústria a um jogo de xadrez cujas peças (insumos, matérias-primas, trabalhadores, fábricas) estão dispostas sobre o tabuleiro representado pelas regiões produtivas em todo o mundo, os jogadores são os grandes *players* globais do setor. A questão é saber como os novos estrategistas da agroindústria moverão suas peças em Santa Catarina.

Na BRF, hoje dão as cartas o ex-controlador da rede varejista Pão de Açúcar, Abílio Diniz, o fundo de investimentos Tarpon e fundos de pensão. É mais uma reviravolta na companhia que, até alguns meses atrás, era comandada pelo grupo que reestruturou a Perdigão nos anos 1990 e incorporou a Sadia em 2009. Sob a batuta de Diniz, uma nova estratégia está em curso na companhia que obteve receita líquida de R\$ 30,5 bilhões em 2013. A estratégia privilegia, segundo analistas, orientação ao varejo e ao processo de internacionalização da empresa com aquisições no exterior, já que a fusão entre as gi-

gantes catarinenses impôs restrições legais a novas aquisições no Brasil. Seria então para se capitalizar e ir às compras que a empresa decidiu se desfazer de seus ativos no setor lácteo, colocando-os à venda. Em meio a esse turbilhão de mudanças, dezenas de altos e médios executivos foram demitidos da BRF.

Vários deles foram contratados pela JBS, o grupo de origem goiana que chacoalhou o mercado de proteína animal. Com o apoio do BNDES, que tem cerca de 25% de participação na companhia, a JBS tornou-se a maior processadora planetária de carne bovina e de frango, e a terceira de carne suína, com 300 unidades produtivas no Brasil, Estados Unidos, Canadá, México, Itália, Alemanha, China, Austrália, Argentina, Paraguai e Uruguai. Seu faturamento projetado para este ano é de R\$ 120 bilhões. Para se ter uma ideia

da grandiosidade desse montante, ele equivale a mais de 70% de todo o Produto Interno Bruto catarinense de 2011, o último dado oficial disponível.

Santa Catarina entrou no mapa da companhia em 2012, com a aquisição da Agrovêneto, de Nova Veneza, durante a crise que elevou o preço dos grãos e arruinou diversas empresas no Estado. Em 2013

**Há cerca de
10 mil
vagas abertas na
indústria que as
empresas não
conseguem preencher**

Lavoura de grãos: produção local é insuficiente para suprir as necessidades da indústria



FATORES QUE FORMAM O CUSTO SANTA CATARINA

INSUMOS

A produção de suínos e frangos em Santa Catarina depende de milho e farelo de soja que têm que percorrer longas distâncias, a custos elevados, pois a produção local é insuficiente.

70%
Fatia da nutrição
no custo total de
produção

2,3 milhões
DE TONELADAS

Grãos que vêm da Região Centro-Oeste para abastecer a agroindústria

A falta de armazéns não permite a estocagem de grãos comprados na safra a preços baixos para uso na entressafra

R\$ 5 bilhões

Custos anuais com a operação



A produção de carne de aves e suínos em Santa Catarina é

4%
mais cara do
que no Paraná

6%
mais cara do que
no Centro-Oeste



Em Chapecó, uma saca de milho pode custar até duas vezes mais do que em Mato Grosso, devido ao preço do frete



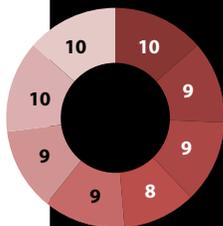
ARQUIVO FIESC

TRABALHO

No campo e na indústria há escassez de pessoal. Em Santa Catarina, o custo do trabalho é mais caro do que no Centro-Oeste e tão ou mais caro do que em países que detêm quase 90% da produção de suínos da União Europeia.

Participação do trabalho no custo de produção de suínos (%)

- Santa Catarina
- Mato Grosso
- Alemanha
- Espanha
- Itália
- Reino Unido
- Dinamarca
- Países Baixos

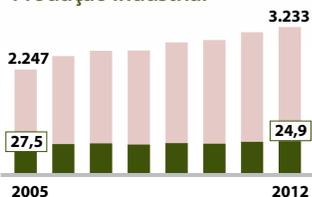


Diminui a fatia do Estado

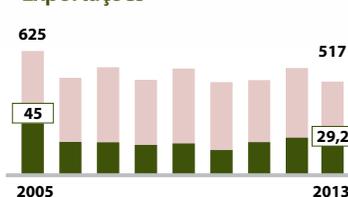
■ Total do Brasil
■ Participação de SC (em %)

Carne suína (mil toneladas)

Produção industrial

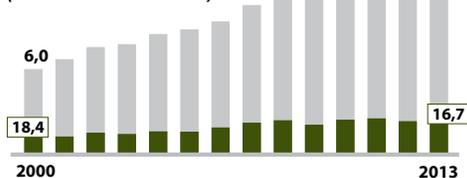


Exportações



Frango

Produção industrial (milhões de toneladas)





50 mil
Viagens de caminhão
de até 2 mil km
realizadas por ano
para transporte
dos grãos

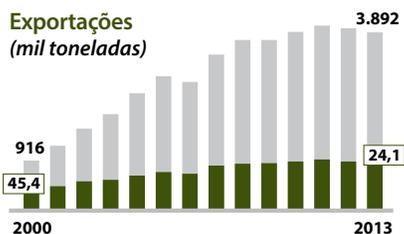
A inexistência de ferrovias encarece o frete,
realizado exclusivamente por caminhões

OUTROS FATORES

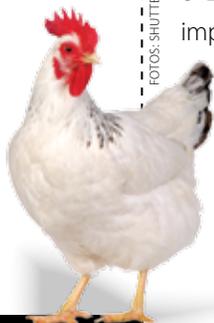
- Na integração, pequenos produtores catarinenses obtêm menor escala do que grandes criadores do Centro-Oeste
- O escoamento de produtos acabados é prejudicado pela grande distância dos centros consumidores e da infraestrutura viária deficiente
- Fábricas antigas dentro de cidades têm custo alto de operação



DIVULGAÇÃO AURORA



Fontes: ABPA, Aurora, Embrapa e Sindicarne



FOTOS: SHUTTERSTOCK

CASA DA ARTE

a JBS assumiu indústrias de menor porte e comprou a poderosa Seara, da rival Marfrig, por R\$ 6 bilhões. Em 2014, nova aquisição: a Sul Valle, de São Miguel do Oeste. Nesse curto período, a JBS passou a ter 10 complexos industriais no Estado, com mais de 14 mil funcionários – o equivalente a 7% do total de empregados da companhia no mundo. A Aurora também foi às compras na crise de 2012, incorporando indústrias em dificuldades (Bondio, Avepar e Diplomata), o que elevou a capacidade de processamento para 15 mil suínos e 850 mil frangos por dia, gerando faturamento de R\$ 5,8 bilhões em 2013.

O resultado de toda essa reorganização – que inclui ainda a aquisição da Frangos Macedo pela gigante global Tyson Foods, em 2008 – é que restam poucas empresas locais, mesmo de pequeno e médio portes. Ficou a sensação, no setor, que à exceção do peso relevante da Aurora, sediada em Chapecó, as principais decisões sobre os destinos da indústria de carnes em Santa Catarina distanciaram-se do Estado, hoje uma pequenina peça no jogo de xadrez global da agroindústria. Porém, mesmo perdendo terreno, Santa Catarina tem na manga algumas jogadas poderosas que podem lhe garantir um bom posicionamento no tabuleiro. O maior trunfo é a condição sanitária.

Conquista do Japão

Santa Catarina tem status de área livre de febre aftosa sem vacinação, o que significa que não é necessário vacinar os rebanhos suíno e bovino para garantir a não-ocorrência da doença – situação valorizada no mercado internacional. Assim o Estado gabaritou-se para acessar os mercados importadores de carne suína mais apetitosos do mundo. O principal é o Japão, maior importador mundial, que no ano passado abriu as portas para o suíno catarinense. O mesmo fizeram os Estados Unidos, para algumas linhas de produtos. A expectativa é de que outros

mercados importantes, como Coreia do Sul e México, também liberem as importações. Dada a boa infraestrutura portuária para a movimentação de contêineres refrigerados existente em Santa Catarina, o Estado tem a oportunidade de se posicionar como uma plataforma de exportações para o setor.

“Mais importante do que o tamanho de Santa Catarina é a garantia de qualidade sanitária que o Estado oferece”, disse à revista **Indústria & Competitividade** Joesley Batista, presidente do conselho de administração da JBS. “A gente sempre seguiu as possibilidades abertas pelas condições sanitárias. Sempre que um Estado se habilita a novos mercados tentamos adaptar nossas fábricas e buscamos desenvolver mercados nessa direção. E sem dúvida Santa Catarina está à frente, dando seguidos exemplos de boa condução da questão de saúde animal”, afirmou o empresário. O fator saúde foi decisivo para a aquisição da Sul Valle, em março. O frigorífico, com capacidade de abate de 600 suínos por dia, era um dos já habilitados a exportar para o Japão. As intenções da empresa são de ampliar a produção da unidade, podendo quadruplicá-la. A JBS também investe R\$ 60

milhões na ampliação e modernização das unidades de Lages, Seara, Itapiranga e Salto Veloso.

Motor dos investimentos

A expectativa com o crescimento da exportação de suínos é o principal motor dos investimentos agroindustriais no Estado. A BRF amplia a capacidade de abate na unidade de Campos Novos, de onde saiu o primeiro contêiner de carne suína desti-

nado ao Japão, em 2013. A Aurora reativou neste ano a unidade de Joaçaba, que estava fechada desde 2009, após investir R\$ 86 milhões para triplicar a capacidade de abate e processamento para 1.500 suínos/dia. Quase metade da produção será destinada ao mercado externo, inclusive para o Japão, país para o qual a empresa

já realiza embarques desde o ano passado.

A abertura do mercado japonês é de longe a maior conquista recente da agroindústria catarinense. Sendo mais exigente, paga mais por produtos com cortes especiais e melhor apresentação.

Tais diferenças, em tese, poderiam compensar os custos de produção mais altos do Estado. O Japão tem um potencial inigualável: quase 90% de todo o frango que o País importa é fornecido pelo Brasil, sendo que há 20 anos a fatia era de 20%. Atribuindo-se a mesma trajetória como probabilidade para o suíno – considerando que, de modo geral, os importadores são os mesmos – tem-se uma expectativa fabulosa de mercado para o produto catarinense, hoje o único habilitado.

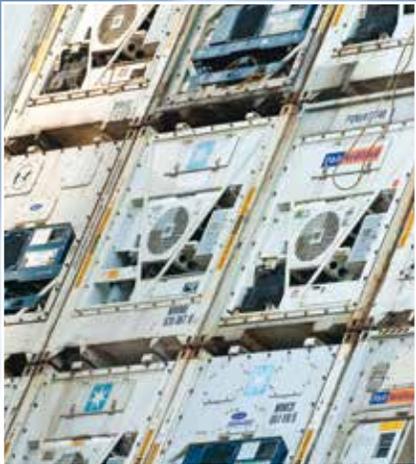
90%
das importações
de frango
do Japão são fornecidas
pelo Brasil. Expectativa
é que o mesmo ocorra
com suínos

Caminhões graneleiros: insumo mais importante viaja milhares de quilômetros desde o Centro-Oeste



EDSON JUNKES





ARQUIVO FIESC

Complexo portuário de Itajaí: infraestrutura para contêineres refrigerados

Jogadas de mestre

O QUE SANTA CATARINA PRECISA FAZER PARA SE DESTACAR NO MERCADO MUNDIAL DE PROTEÍNA ANIMAL

- Não perder o atual status sanitário diferenciado conquistado e ainda aprimorá-lo
- Viabilizar duas ferrovias: uma que permita o ingresso de insumos do Centro-Oeste e outra que facilite o escoamento de produtos para os portos
- Ampliar a infraestrutura de armazenagem de insumos e de transporte rodoviário para os grandes centros consumidores
- Modernizar as propriedades onde são criados frangos e suínos, valorizando a cultura produtiva já existente no meio rural

O problema é o tempo. O crescimento das encomendas é lento, o mercado deverá ser conquistado aos poucos, e os desafios da agroindústria são urgentes. Já os principais clientes atuais da carne suína são fonte constante de dor de cabeça: Rússia, Ucrânia e Argentina, às voltas com crises econômicas e sérios conflitos políticos, não mantêm regularidade no comércio, ora suspendendo, ora diminuindo as importações de Santa Catarina, causando desequilíbrios na oferta e demanda de matéria-prima. Já o excesso de exigências da China torna o negócio pouco lucrativo. "O mercado mundial é instável para carne suína", diz Marcos Zordan, presidente da Organização de Cooperativas Catarinenses e diretor de agropecuária da Aurora. "O melhor mercado hoje é o interno." Nele, tendem a sumir as vantagens comparativas de Santa Catarina.

As soluções para aumentar a competitividade requerem medidas do setor público e iniciativas das empresas. Do Governo se cobra principalmente infraestrutura. Para equacionar o problema de transporte de grãos é preciso construir duas ferrovias. Uma que integre o Oeste às zonas produtoras de grãos, na Região Centro-Oeste, e outra, a já chamada de Ferrovia da Integração, para ligar o Oeste ao litoral, facilitando as exportações. Os projetos estão no topo da agenda de reivindicações da indústria, sem





Lanznaster e trabalhadores da Aurora: 444 mil horas de treinamento em 2013

que tenham entrado efetivamente na agenda do poder público. Ainda que andem rápido daqui para frente, levarão anos para sair do papel. “São necessárias ações imediatas. É preciso desatar os nós e propiciar ambiente favorável para que a agroindústria catarinense continue saudável”, afirma Glauco José Côrte, presidente da FIESC.

Um desses nós é a não-inclusão de Santa Catarina em leilões do Governo Federal que oferecem condições vantajosas para aquisição de grãos do Centro-Oeste, com subsídios para o frete. Realizados há anos, o Estado foi contemplado apenas recentemente em dois únicos leilões, o que é irrisório diante da demanda. Outra urgência é facilitar a construção de armazéns, o que permitiria a compra de grãos em períodos de preços baixos e sua armazenagem para uso posterior, evitando os picos de preços da entressafra e os meses de fretes mais caros. Também é preciso modernizar e ampliar aviários e granjas nas propriedades rurais, que são antigos devido ao pioneirismo catarinense na ativi-

dade. Parte dessa agenda está sendo cumprida.

O Governo Federal criou programas para a modernização de propriedades e para construção e ampliação de armazéns, ambos com juros de 3,5% ao ano. Para os armazéns, há um reforço extra do Governo do Estado, que separou R\$ 83 milhões para pagar metade dos juros cobrados das empresas que usarem a linha de crédito, garante Airton Spies, secretário da Agricultura e da Pesca de Santa Catarina. A meta

O peso dos alimentos

SETOR É O SEGUNDO MAIOR EMPREGADOR INDUSTRIAL EM SANTA CATARINA

101
mil
trabalhadores

42%
das
exportações

17,4%
do VTI*
de SC

(*) Valor da transformação industrial: diferença entre o valor bruto da produção e o custo das operações industriais. Fonte: FIESC



é construir armazéns com capacidade para até 1 milhão de toneladas de grãos. Já há investimentos em curso. A Aurora aplica R\$ 27 milhões na construção de oito silos em sua unidade de Cunha Porã, onde possui uma fábrica de rações. O Governo do Estado também subsidia a instalação de cisternas em propriedades rurais e projeta a construção de açudes e poços artesianos, para mitigar os efeitos das estiagens prolongadas do Oeste. “Além disso, investimos pesado na manutenção da sanidade de Santa Catarina”, ressalta Spies.

Boa conversão

A indústria faz a sua parte, organizando a produção primária, em parceria com os produtores rurais, e extraindo a máxima produtividade das operações industriais. No campo, o desafio é melhorar as taxas de conversão (maior ganho de peso com menos comida) e diminuir a mortalidade dos animais, além de modernizar processos e obter ganhos de escala. Esses ganhos são importantes para a indústria e para os produtores, que aumentam sua renda. O processo, em curso no Estado, já mudou o perfil do integrado. “Estamos deixando de ter produtor rural para ter empresário rural. Os filhos estão estudando, voltando para as propriedades dos pais e transformando-as em empresas. Por isso está aumentando a produção e diminuindo o número de produtores”, diz Jacir Pamplona (leia o box ao lado). →

Rede de empresários rurais

SISTEMA DE INTEGRAÇÃO SE PROFISSIONALIZA COM PRODUTORES MAIS EFICIENTES E BEM REMUNERADOS

O arranjo que já foi festejado como “modelo catarinense de desenvolvimento” se notabilizou pela inclusão, nas cadeias produtivas encabeçadas pela agroindústria, de dezenas de milhares de produtores rurais organizados em propriedades familiares, obtendo renda para se manterem no campo com alto padrão de vida. O modelo segue existindo, porém ajustado a uma realidade mais áspere vivida pelo setor, em que o custo dos insumos subiu e as margens foram comprimidas. Cobrados por mais qualidade, produtividade, especialização e ganhos de escala, com o aumento do número de animais alojados, parte dos integrados já está organizando suas propriedades como sofisticadas empresas rurais.

“É preciso mudar a cabeça do produtor”, afirma Luiz Stabile Benício, diretor de agropecuária da BRF. “O aumento de renda tem que vir associado ao aumento da produtividade”, diz. Fornecedora de genética avançada e de assistência técnica aos produtores, a indústria só consegue os resultados esperados se o manejo for perfeito nas propriedades, resultando em boa conversão alimentar e baixo índice de





mortalidade dos animais. “Temos 30 milhões de frangos que são criados por produtores. Se para cada um deles houver desperdício de uma única colher de ração ao longo do ciclo, teremos prejuízos incalculáveis”, exemplifica Mário Lanznaster, presidente da Aurora, que conta com uma rede de mais de 500 técnicos para orientar os integrados.

Mário Fries, suinocultor em Guatambu, está ampliando e modernizando seu negócio. Até o início de 2015 estará pronto seu novo galpão para mil suínos, no qual investe R\$ 850 mil. Antes produtor de ciclo completo, hoje é especializado em leitões. Tem 400 matrizes que geram, em média, 26 leitões por ano. Eles ficam 60 dias na propriedade, até atingirem 23 quilos. Fries tem três funcionários e contratará mais três para a ampliação, que é mais bem planejada que a atual e incorpora novas tecnologias. O novo galpão terá o manejo facilitado, evitando que os animais sejam levados de um chiqueiro a outro. A distribuição de alimentos será au-

Mário Fries: R\$ 850 mil em galpão para suínos que incorpora novas tecnologias

tomática e o ambiente totalmente climatizado. A propriedade utiliza, desde 2009, um software que processa informações coletadas diariamente sobre cada animal e gera semanalmente resumos e tarefas. “Tivemos um bom ganho na produtividade porque sabemos com exatidão o que cada animal produz”, afirma Fries.

Com a especialização e o aumento de escala, o número de integrados de suínos e aves reduziu-se em Santa Catarina de mais de 30 mil para os atuais 19 mil, mas a produção total nunca foi tão grande. As mudanças não se dão sem polêmica. A indústria

enfrenta processos que pretendem estabelecer vínculos trabalhistas com os integrados, mas o entendimento jurídico predominante é o de que a relação se configura em sociedade comercial. “O produtor é parceiro de negócios da indústria, por isso o sistema de integração é um sucesso”, diz Ricardo de Gouvêa, diretor do Sindicarne.

Colaborou Lilian Simioni

Em Santa Catarina existem
19 mil
produtores integrados à agroindústria



A conquista de ganhos de produtividade na indústria passa pela qualificação dos recursos humanos. A Aurora realizou 444 mil horas de treinamento em 2013, numa média de 20 horas por funcionário. Bem treinados, os trabalhadores são mais eficientes do que as máquinas em ações como a obtenção de melhor rendimento nos cortes de carnes, segundo o presidente Mário Lanznaster. Como prêmio pela eficiência, os empregados receberam dois salários a mais no ano passado. Devido à falta de pessoal, entretanto, a empresa está ampliando a automação industrial. De um jeito ou de outro, o objetivo é aumentar a industrialização de matérias-primas para agregar valor aos produtos, em lugar de oferecer grandes quantidades de carne *in natura*. Com essa estratégia, a empresa tem obtido bons resultados no varejo. Só da linguiça toscana, por exemplo, a Aurora embarca uma média de oito carretas todos os dias para São Paulo. “Estamos industrializando tudo o que der”, diz Lanznaster.

Investimentos em industrialização estão em

curso pelo Estado, o que também é visto como uma tendência capaz de diferenciar Santa Catarina de outras regiões produtoras. “Com pouco espaço para crescer a produção em Santa Catarina, a indústria vai partir para agregar valor, inclusive transportando carne de outras regiões para processar no Estado”, explica Jurandi Soares Machado, diretor de Mercados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).

A BRF voltou totalmente a sua unidade de Videira à industrialização, com destaque para a produção de salsichas e linguiças que antes eram produzidas em unidades de outras regiões. “Nossas plantas de suínos em Santa Catarina são quase todas transformadoras, condição possível pela qualidade da força

EDSON JUNIKES



Gouvêa, do Sindicarne: Dinamarca é modelo



de trabalho”, diz Luiz Adalberto Stabile Benício, diretor de agropecuária da BRF. Já a Pamplona Alimentos, que possui marcas próprias e também fornece suínos para outras empresas processarem, investe R\$ 75 milhões na implantação de uma indústria de embutidos (produtos como salames, presuntos e linguiças) em Rio do Sul, com capacidade para 11 mil toneladas/ano. A fábrica vai operar em 2015 e deve elevar a participação de industrializados de 30% para 45% nas vendas totais da companhia, que teve receita bruta de R\$ 757 milhões em 2013.

Melhores práticas

Com todas essas alternativas na mesa, é possível concluir que Santa Catarina ainda está longe de sofrer um xeque-mate no xadrez global da agroindústria, mas tanto o setor público quanto o privado têm que realizar jogadas certas daqui para frente. Para Ricardo de Gouvêa, do Sindicarne, se a agenda for cumprida Santa Catarina reunirá os ingredientes

para se posicionar como a Dinamarca no mercado mundial de carnes: um pequeno núcleo de produção

intensiva que se diferencia internacionalmente pela sanidade e a excelência dos produtos que oferece.

O catarinense Gilberto Tomazoni, ex-presidente da Sadia e atual CEO da JBS Foods, unidade do grupo que engloba a Seara e a operação mundial de aves da JBS – a maior do planeta –, analisa o cenário de seu ponto de vista privilegiado: “Santa Catarina não vai conseguir competir com outras regiões em certos aspectos porque não tem produção de grãos, então tem que competir com armas diferentes. Não pode perder o status sanitário que conquistou, e tem que aproveitar as vantagens de estar perto dos portos e de contar com famílias de produtores com tradição no negócio. Se aportarmos as melhores tecnologias e as melhores práticas mundiais, a infraestrutura e as pessoas que têm aqui podem fazer a diferença”, diz Tomazoni. ■

Linha de processamento de carne de frango: indústria parte para agregar valor

Fábrica da Aurora em Pinhalzinho: indústria acompanha produção

A via-láctea

O leite é o protagonista de uma das mais radicais mudanças na geografia econômica de Santa Catarina dos últimos anos. O eixo de produção deslocou-se do Vale do Itajaí para o Oeste, de onde saem atualmente três de cada quatro litros produzidos no Estado. O volume estadual cresceu duas vezes mais rápido que no Brasil e a produção mais que dobrou em dez anos, chegando a 2,7 bilhões de litros em 2013. Os 70 mil produtores rurais dedicados à atividade são atraídos pela remuneração mensal – o faturamento da suinocultura, em comparação, entra a

cada quatro meses – e apoiados por programas de melhoramento genético e assessoria técnica do Governo e cooperativas. Bem adaptadas ao relevo montanhoso do Estado, as vacas da raça Jersey, de pequeno porte e alta produtividade, passaram a integrar a paisagem rural do Oeste, dividindo espaço com suínos e frangos.

Como resultante, o Oeste catarinense ocupa o centro do que hoje é a maior bacia leiteira do Brasil, composta ainda pelo Sudoeste do Paraná – onde a produção também cresce em ritmo acelerado – e Noroeste do Rio Grande do Sul. Santa Catarina tor-

AO DOBRAR A PRODUÇÃO
E TRIPLICAR A CAPTAÇÃO
PELA INDÚSTRIA EM DEZ
ANOS, SANTA CATARINA
POSICIONA-SE NO CENTRO
DA MAIOR BACIA LEITEIRA
DO BRASIL. DESAFIO
AGORA É AUMENTAR
A QUALIDADE

Por **Lilian Simioni**

do Sul

DIVULGAÇÃO AURORA

nou-se o quinto produtor nacional, mas a expectativa no setor é que ultrapasse Goiás e se torne o quarto em 2015. Acompanhando esse potencial, a indústria leiteira investiu alto no Estado.

Rastreabilidade

“Há poucos anos o leite catarinense, apenas refrigerado, era destinado, na maioria, para o processamento no Paraná e em São Paulo”, afirma Eneidi Zanchet, diretor técnico do Núcleo de Criadores de Bovinos de Chapecó e Região. Hoje, mais de 70 indústrias de Santa Catarina estão registradas no Sistema de Inspeção Federal (SIF), com capacidade instalada para processar 7,5 milhões de litros de leite diariamente. “Para atender à crescente oferta de matéria-prima, as indústrias investiram e precisam continuar investindo em automação, novas tecnologias e novos produtos, o que gerou crescimento de 50% na oferta de empregos nos últimos dez anos”, diz Valter Antonio Brandalise, presidente do Sindicato das Indústrias de Laticínios e Produtos Derivados do Estado de Santa Catarina (Sindileite).

Os investimentos têm origem dentro e fora do Estado. Para beneficiar o leite de seus associados, a cooperativa central Aurora, de Chapecó, inaugurou uma unidade de lácteos em Pinhalzinho em 2011, com capacidade para 2,2 milhões de litros diários e tecnologia que permite ao consumidor rastrear o leite desde a origem. Já a goiana Piracanjuba iniciou um projeto industrial em Maravilha também em 2011, para 450 mil litros diários, mas o volume já está sendo triplicado. Nesse ritmo, em 2013 as indústrias de laticínios receberam um total de 2,1 bilhões de litros em Santa Catarina, três vezes mais do que captavam há 10 anos. Novas movimentações são aguarda-

Sede de crescimento

PRODUÇÃO DE LEITE E CAPTAÇÃO PELA
INDÚSTRIA EM SANTA CATARINA

(em milhões de litros)



Fonte: IBGE - (*) Dados preliminares

das no setor, como o anúncio de novas fábricas e a entrada de novos *players* internacionais com a provável venda dos ativos da BRF no segmento de lácteos – a empresa é dona das marcas Batavo e Elegê e já anunciou que vai negociar a divisão.

200 produtos

A instalação de indústrias na região é natural, pois elas precisam estar próximas dos fornecedores ou dos clientes. “O frete se torna mais barato para uma carga de queijo em comparação a uma carga de leite, pois são necessários dez litros de leite para fazer um queijo. No caso do laticínio, a economia logística é bem maior se a indústria for instalada próxima ao fornecedor”, explica o acionista e administrador da Cordilat, de Cordilheira Alta, Daniel Tozzo. Saindo das propriedades rurais, o leite é a base para um portfólio variado das indústrias, que vai desde produtos para necessidades especiais, como zero lactose, light e leites enriquecidos, até os mais diversos tipos de queijos, iogurtes, bebidas lácteas, leite UHT, leite em pó e manteigas. Já consta no portfólio da indústria catarinense um mix de mais de 200 produtos.

Com isso Chapecó está se tornando um centro

irradiador de tendências para o segmento leiteiro. A feira MercoLáctea Rural, realizada em maio último na cidade, gerou negócios da ordem de R\$ 85 milhões. Pedro Mentges, proprietário da Suck Milk, de Nova Erechim, expôs suas máquinas para produtores e agroindústrias familiares processarem até 10 mil litros de leite por dia. Embora faça máquinas de portes variados, conforme a necessidade dos clientes, Mentges apostou na fabricação em série de equipamentos para pequenos volumes, de olho na entrada de novos produtores familiares no negócio.

A Suck Milk está crescendo com o setor: faturou R\$ 1,7 milhão em 2013, mas a meta é atingir, nos próximos anos, o patamar de R\$ 5 milhões. A fábrica tem 17 funcionários.

Já a tradicional feira MercoAgro, realizada há 20 anos em Chapecó e voltada ao merca-

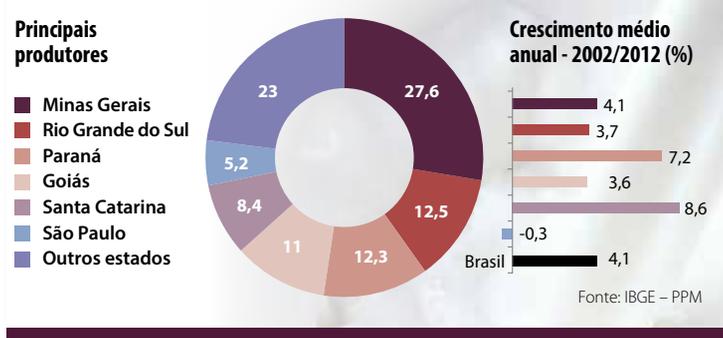
do de industrialização da carne, está incorporando o leite em 2014. A organização prevê que, das 35 mil pessoas esperadas em setembro, 20% estejam interessadas no leite. “A inclusão se deu por uma necessidade de mercado, transformada em oportunidade. Ocorre que a cadeia frigorífica, público-alvo da feira, também processa o leite”, conta José Danghesi, diretor da MercoAgro 2014.

Em busca de maior organização da cadeia produtiva, Santa Catarina criou o Conselho Paritário Produtores Rurais/Indústrias do Leite do Estado de Santa Catarina (Conseleite), nos moldes do Paraná. O objetivo é dar transparência a um dos fatores mais críticos do setor – a formação de preços ao produtor. “Em cima dos custos dos produtores e do que as empresas recebem é que se chega a um denominador comum de qual

A feira MercoLáctea Rural, realizada em Chapecó, gerou negócios da ordem de **R\$ 85 milhões**

Acima da média

PRODUÇÃO CATARINENSE DE LEITE CRESCEU DUAS VEZES MAIS RÁPIDO QUE NO BRASIL





TARLA WOLSKI

é o preço mais justo”, diz Enori Barbieri, presidente da Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (Cidasc).

Futuro é a exportação

Mas o grande passo que o setor precisa dar em Santa Catarina é o de qualificar a sua já robusta produção. O leite de alta qualidade permite fazer produtos de maior valor agregado, o que é essencial para tornar o negócio mais atraente para as indústrias, que reclamam da baixa rentabilidade do negócio. Tanto é assim que algumas empresas já praticam preços diferenciados para o leite de maior qualidade.

O objetivo é reduzir os níveis de bactérias e de células somáticas – indicativos de manejo e sanidade do rebanho. Outros fatores importantes são os níveis de gordura e proteína – são necessários valores diferentes, dependendo do produto a ser feito pela indústria. Ao deixar a propriedade, várias análises são realizadas no leite: pelo transportador,

nos postos de resfriamento ou nas indústrias. Essas enviam amostras

Análise de qualidade: cumprimento de normas e valor agregado

a laboratórios da Rede Brasileira da Qualidade do Leite (RBQL) para verificar o cumprimento dos requisitos exigidos pela Instrução Normativa 62, do Ministério da Agricultura, que estabelece os padrões de qualidade para o leite no País.

Mas, para que se possa escoar a produção crescente, uma das metas é conquistar espaço também no mercado externo. Um ponto a favor de Santa Catarina é o fato de ser livre da febre aftosa sem vacinação. O rebanho também não é vacinado para a brucelose. Quando a doença aparece, o animal é descartado e o produtor indenizado, segundo a Cidasc. Só que os níveis da brucelose e da tuberculose são de 0,3% no Estado, e internacionalmente são aceitos valores abaixo de 0,2%. “O futuro é a exportação, e para isso é necessário nos enquadrarmos às normas internacionais de produção e comercialização do leite”, afirma Brandalise, do Sindileite. ■

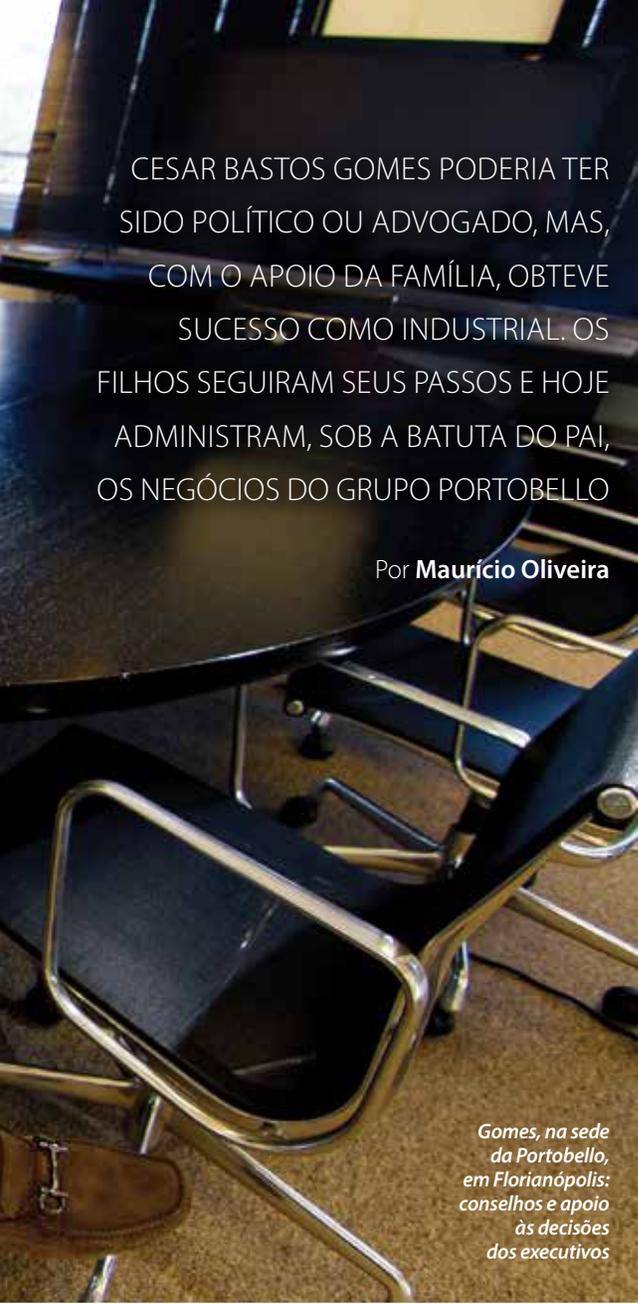


Realizações de um visionário

Aos 86 anos, Cesar Bastos Gomes olha para o passado com a serenidade de quem tem plena convicção de ter construído um belo legado em todas as dimensões da vida. Realizado no âmbito familiar, por conta de um casamento de mais de seis décadas que lhe deu quatro filhos, sete netos e oito bisnetos, ele criou e liderou a Portobello até transformá-la numa das mais respeitadas e competitivas organizações do setor cerâmico no mundo. “O sucesso profissional me permitiu proporcionar boas condições aos

filhos, mas as minhas conquistas só foram possíveis pelo esteio que eu encontrava em casa. Um aspecto sempre alimentou o outro”, descreve.

A história de empreendedorismo da família começou com o pai de Cesar, Valério Gomes, que partiu de origem simples e pobre no município de Major Gercino para estabelecer um negócio robusto no setor de açúcar. Em 1951, aos 23 anos, Cesar instalou-se em São João Batista para cuidar da Usina de Açúcar Tijucas, a Usati. Ele havia acabado de se casar com Maria Helena Ramos, três



CESAR BASTOS GOMES PODERIA TER SIDO POLÍTICO OU ADVOGADO, MAS, COM O APOIO DA FAMÍLIA, OBTEVE SUCESSO COMO INDUSTRIAL. OS FILHOS SEGUIRAM SEUS PASSOS E HOJE ADMINISTRAM, SOB A BATUTA DO PAI, OS NEGÓCIOS DO GRUPO PORTOBELLO

Por **Maurício Oliveira**

Gomes, na sede da Portobello, em Florianópolis: conselhos e apoio às decisões dos executivos

EDSON JUNKEIS

Na década de 1970, novos rumos começaram a ser planejados por Cesar e seu pai por conta da crise do Instituto do Açúcar e do Alcool, que até então assegurava o abastecimento de açúcar de muitas refinarias e passou a ser contestado como um símbolo da ineficiência estatal – a tal ponto que viria a ser extinto pelo presidente Fernando Collor, em 1990. Depois de avaliar várias possibilidades, os dois chegaram à conclusão de que criar uma indústria cerâmica poderia ser um bom negócio. Foram necessários alguns anos de preparação até que, em 1979, foi inaugurada a Portobello – nome escolhido a dedo para soar elegante e internacional.

Gesto político

O pai fazia questão de que o empreendimento fosse sediado na cidade que tanto amava, Tijucas. “A fundação da Portobello foi mais um gesto político do que propriamente empresarial. Político no bom sentido, de preocupação genuína com o povo, e não no aspecto meramente eleitoral”, descreve Cesar. Valério havia sido prefeito e deputado estadual pela região, que vinha sendo penalizada pela dificuldade de desenvolvimento econômico e a consequente carência de empregos. A pesca e a construção de barcos em estaleiros familiares, atividades tradicionais por ali, sofriram as consequências do assoreamento do Rio Tijucas. A chamada cerâmica vermelha – fabricação de tijolos e telhas – também já não dava os mesmos resultados de antes. Diante da situação, os jovens estavam deixando a cidade para buscar trabalho em outros lugares.

Cesar e o pai aproveitaram o lastro financeiro do açúcar para suportar os altos investimentos iniciais exigidos pela cerâmica – que, como ficou estabelecido desde o início, não seria uma empresa qualquer. “Nosso propósito era fazer produtos de alta qualidade, que pudessem se tornar referência

anos mais jovem, filha de Celso Ramos, que uma década depois governaria Santa Catarina.

O jovem Cesar teve participação decisiva na expansão dos empreendimentos do pai. Logo outra usina foi adquirida – a Adelaide, em Itajaí –, e ambas transformadas em refinarias. O mercado externo se tornou o principal alvo do grupo, que chegou a ser responsável por mais da metade do movimento de cargas no porto de Itajaí. “Tínhamos navios que saíam lotados, todos os dias, exclusivamente com os nossos produtos”, recorda.

PERFIL

no Brasil e mesmo fora do País, pois já tínhamos o know-how de exportação e queríamos tirar proveito disso”, lembra.

Empresas italianas e alemãs do setor foram visitadas e os primeiros equipamentos importados diretamente ou adquiridos de concorrentes brasileiras que renovavam seu maquinário. Enquanto isso, os 200 funcionários que formavam o time inicial eram cuidadosamente treinados. “A maneira mais cara de formar pessoas é dentro da fábrica. Quando começamos a operar, a equipe já sabia muito bem o que fazer”, recorda Cesar.

Estratégia revista

A vocação para exportar foi se concretizando ano após ano, até que mais da metade da produção da empresa estava sendo vendida para o exterior – principalmente para os Estados Unidos, onde a cerâmica catarinense chegou a ter uma equipe de mais de 100 funcionários. Mas aí veio a desvalorização do real em relação ao dólar e a necessidade de recuar.

“Não tivemos alternativa a não ser redirecionar a nossa estratégia

para o mercado interno, que felizmente estava reagindo naquele período. Foi preciso mudar o perfil dos produtos e toda a estrutura comercial”, descreve. Deu certo: a empresa, que hoje tem 2.600 funcionários e vem mantendo uma média de 20% de crescimento ao ano, ultrapassou R\$ 1 bilhão de receita em 2013.

Embora já não tenha mais um cargo executivo – tornou-se presidente do Conselho de Administração –, Cesar frequenta a Portobello semanalmente. Ele também preside os Conselhos da Cidade Sustentável Pedra Branca, em Palhoça, e do Porto Seco de Itajaí – Multilog, empreendimentos do grupo que, da mesma forma, visita todas as semanas. Os quatro filhos estão à frente dos negócios. Cesar Junior preside a Cerâmica Portobello, Eleonora administra a loja Portobello Shop de São Paulo, Valério e Eduardo cuidam da Pedra Branca e da Multilog. Os pontos de vista de Cesar continuam sendo muito ouvidos pelos filhos e demais diretores – mas ele procura não exagerar na intensidade das opiniões. “Meu papel hoje é acima de tudo dar apoio às decisões dos executivos”, define.

A inesgotável energia que Cesar demonstra ainda hoje lembra o jovem que iniciou a vida profissional na metade do século passado – período

Cerâmica Portobello, em Tijucas: projetada para ser referência no Brasil e no mundo em seu setor



em que, vivendo a 400 metros da usina que administrava, em São João Batista, ele se dedicava ao trabalho praticamente 24 horas por dia. “A usina funcionava em três turnos e eu também”, brinca.

Papel de líder

Com o pai e o sogro respirando política, ele foi muitas vezes incentivado a se candidatar a um cargo público. Mas nunca quis, por considerar que seu perfil sempre foi mais adequado ao mundo corporativo. Formou-se em Direito, mas jamais exerceu a profissão. Desde cedo se deu conta de que o mais importante para um gestor é ter profissionais competentes e comprometidos, das mais diversas áreas, ao redor. E saber como cultivar um bom clima de trabalho. “A personalidade de uma empresa vai se formando como resultado dessa convivência. Promover a harmonia e a cooperação da equipe é o principal papel de um líder”, considera.

Quando fundou a Portobello ao lado do pai, Cesar era um profissional bastante experiente, com 51 anos – idade em que muita gente já está pensando na aposentadoria. “Parar de trabalhar nunca passou pela minha cabeça. E só vai acontecer quando eu realmente não tiver mais con-

A voz da experiência

CESAR BASTOS GOMES PRESIDE O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS DO GRUPO

Portobello Indústria cerâmica com produção de 30 milhões de m²/ano, 2.600 funcionários, R\$ 1 bilhão de receita e 115 lojas franqueadas Portobello Shop

MULTILOG Concessionária de estação aduaneira, realiza operações logísticas integradas. Tem mais de 400 funcionários

PEDRA BRANCA Projeto de urbanismo sustentável em Palhoça. O bairro construído pela empresa é dimensionado para 30 mil moradores

dições”, afirma. Se há um segredo para a sua longevidade e saúde, é manter a mente ocupada. E ter paciência, muita paciência. “Os jovens de hoje querem conquistar tudo rápido demais. Recordo até hoje do dia em que meu pai comprou a primeira geladeira da minha família. Passaram-se 80 anos, mas lembro com muita emoção e clareza da festa que fizemos”, descreve, com os olhos marejados e um sorriso bom de saudade. ■

DIVULGAÇÃO



Receitas para fermentar os lucros

PARA FAZER FRENTE AOS CUSTOS
CRESCENTES E À CONCORRÊNCIA

DOS SUPERMERCADOS, PADARIAS ASSUMEM NOVAS IDENTIDADES E INCORPORAM
TECNOLOGIAS E TÉCNICAS DE GESTÃO QUE REVOLUCIONAM O SETOR

Por **Maurício Oliveira**



*Pães e ambiente ao
gosto do freguês:
desafio do setor é
manter a casa cheia
o dia todo*

Já faz algum tempo que acordar cedo e acertar o ponto do pãozinho francês deixaram de ser as maiores preocupações dos donos de padaria. O negócio se tornou bem mais complexo nos últimos anos, por conta de uma série de fatores que passaram a influenciá-lo. Dois deles podem ser considerados os mais importantes, pois estão na ponta da língua de todos os empreendedores do setor: o aumento progressivo dos custos e a concorrência dos supermercados. Para cada uma das padarias brasileiras – incluindo as 4.500 existentes em Santa Catarina –, a saída é reinventar-se em busca de novas estratégias para atrair e fidelizar os consumidores.

Possíveis caminhos foram apontados pela Asso-

ciação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), que projetou como o mercado evoluirá nos próximos dez anos. Devem ganhar espaço dois tipos de estabelecimentos, situados em pontas opostas da cadeia evolutiva do setor. De um lado, as charmosas “butiques de pão”, pequenos estabelecimentos dedicados à fabricação artesanal de pães especiais e doces sofisticados, que remetem a uma espécie de “releitura” do passado. De outro, as padarias gourmet, com mais de 300 metros quadrados e grande variedade de produtos alimentícios, para serem consumidos ali mesmo ou levados para casa, símbolos da modernidade no setor. De um modelo a outro, o nível de investimento inicial pode variar de R\$ 300 mil a R\$ 5 milhões. O fator considerado mais decisivo para o sucesso será a localização adequada, pois cada um deles se direciona a um tipo de público bem específico.

Novidades e modismos

Os prognósticos indicam que o modelo tradicional de padaria, aquele em que são comercializados apenas tipos básicos de pão e no qual o movimento se concentra no início da manhã e no final da tarde, está condenado. “O grande desafio é manter a casa cheia ao longo de todo o dia. Os custos de pessoal, dos imóveis e dos impostos se tornaram muito altos para que a utilização da estrutura não seja plena na maior parte do tempo”, diz o presidente da Câmara de Panificação da FIESC, Nestor Wenzewski.

Além da necessidade de faturar mais, outro fator que impulsiona mudanças são as exigências dos consumidores, que têm se mostrado cada vez mais conectados a novidades e modismos – um exemplo é a quinoa, que, de tanto aparecer na mídia como sinônimo de produto saudável, passou a ser um ingrediente bastante procurado em pães. Os estabelecimentos têm percebido, também, a necessidade de investir na melhoria do ambiente, pois os clientes esperam encontrar decoração moderna e quesitos de



FOTOS: EDSON JUNKES



Congelado e quentinho

TÉCNICA DE CONGELAMENTO DE PÃES
MELHORA A VIDA DOS PADEIROS

A tradição de padeiros que acordam bem cedo é algo que mudou com a evolução das chamadas “tecnologias do frio” – um verdadeiro grito de libertação para profissionais que já não precisam sair da cama de madrugada para preparar a massa, a tempo de oferecer pão fresco aos clientes junto com os primeiros raios de sol. O maquinário apelidado de “padeiro noturno” adianta o serviço. O Padeiro de Sevilha, que produz tudo o que vende, muitas vezes assa os pães na frente do consumidor, para valorizar uma das características mais apreciadas pelos clientes das padarias: a sensação de frescor dos produtos. Há cerca de 600 receitas em seu cardápio, mas não mais que 200 são produzidas diariamente. Certos tipos de pão, que vendem poucas unidades por dia, são produzidos apenas uma vez por semana e congelados. Nem por isso o cliente deixa de ter a sensação de frescor, pois a fornada sai no momento necessário.

O aproveitamento coletivo das vantagens do congelamento é uma alternativa para reduzir os custos das pequenas padarias. A ABIP aposta na criação de “centrais de congelamento”, espécies de cooperativas que fornecerão a matéria-prima para que as padarias apenas finalizem o trabalho em seus fornos próprios.

conforto, como ar-condicionado e boa iluminação.

No caso da limpeza e das condições sanitárias, durante muito tempo, as preocupações se justificavam principalmente pelo receio da fiscalização, mas agora são resultado sobretudo da vigilância dos próprios consumidores. O mesmo se aplica às fórmulas dos produtos – os ingredientes e as datas de validade têm sido cada vez mais monitorados pelos clientes.

Para enfrentar esse novo cenário, a padaria Della Nonna, de Blumenau, decidiu contratar uma nutricionista exclusiva, responsável por desenvolver todo o cardápio e coordenar a preparação e a manipulação dos produtos. Com isso, iniciou um processo que culminou com a obtenção do certificado do Programa Alimentos Seguros (PAS), desenvolvido por entidades do Sistema “S” com o objetivo de reduzir os riscos de contaminação. “Tudo aqui dentro tem que ser feito rigorosamente dentro dos padrões que estabelecemos”, conta o proprietário, Miguel Salvalagio.

Para aumentar as fontes de receita e sobreviver bem numa cidade com cerca de 400 concorrentes, a padaria, sediada no Bairro Vorstadt, passou a receber eventos, a organizar coffee breaks empresariais, criou um bufê de café da manhã e abriu uma adega com mais de 100 rótulos de vinhos nacionais e importados. Lançou também uma linha de “presentes gastronômicos”, incluindo chocolates e cervejas especiais. Tudo isso “afrontou” de certa forma as tradições germânicas, nas quais ir a uma padaria ou confeitaria costumava ser um ritual específico para esse fim. “Em certo sentido, foi preciso reeducar nossos consumidores para tempos mais modernos”, descreve Salvalagio.

Ex-consultor de empresas que tem como sócio um cunhado com experiência em departamentos de recursos humanos de grandes empresas, ele destaca que o ponto-chave da estratégia é a gestão de pessoas. “Somos exigentes com nossos funcionários, mas fazemos questão de oferecer salários e

benefícios acima do mercado”, diz. O resultado são vínculos duradouros: metade dos 48 colaboradores já acumula mais de quatro anos de casa, sendo que nove deles já passam de dez anos.

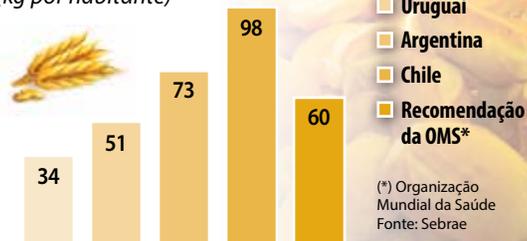
Lanches coerentes

Os empreendedores sabem que um dos riscos que envolvem a busca pela diversificação é a perda da identidade. Qual seria, exatamente, o limite para que os estabelecimentos possam continuar sendo chamados de “padarias”? Há certo consenso de que o mix deve se limitar à alimentação, o que de imediato excluiria produtos como cigarros e créditos para celular. Dentro do universo da alimentação, contudo, nem tudo parece combinar com uma padaria – lanches à base de pão certamente estão coerentes, mas o que dizer, por exemplo, de um bufê de sushi?

A medida certa das soluções depende do *feeling*, da criatividade e da perseverança de quem está à frente dos negócios, sentindo o dia a dia e

O pão de cada dia

CONSUMO ANUAL DE PÃES
(kg por habitante)



buscando informações. Uma das padarias mais conhecidas de Florianópolis, O Padeiro de Sevilha, adotou na sua loja do centro da cidade a ideia da mesa comunitária. Com 32 lugares, a grande mesa preencheu o espaço que até então comportava seis mesas com quatro lugares cada – que dificilmente eram inteiramente ocupadas, pois o público mais comum da padaria, localizada na movimentada Rua Esteves Júnior, é composto por uma ou duas pessoas. Na prática,

Salvalagio, da Della Nonna: “reeducação” de consumidores





Mesa comunitária da Padeiro de Sevilha: capacidade triplicada

a mudança representou a multiplicação por três da capacidade do estabelecimento – por onde chegam a passar, nos dias mais movimentados, até 1.800 pessoas.

Não foi fácil, contudo, habituar os clientes à novidade de sentar lado a lado com desconhecidos. “Muita gente demonstrava desconforto e não hesitava em criticar a mudança”, lembra o proprie-

tário, Maurício Machado, que buscou inspiração para a novidade durante uma viagem à Europa. Ele vislumbrou a possibilidade de resolver um grande problema – a falta de espaço – e ao mesmo tempo conceder ares mais contemporâneos ao estabelecimento. Tudo isso com um custo relativamente baixo, limitado à aquisição das mesas e das cadeiras.

Aos poucos, a resistência do público foi quebrada e as histórias de aproximação provocadas pela mesa comunitária se tornando comuns. “Uma cliente contou só ter conhecido a vizinha de porta do prédio aqui, na padaria, quando as duas começaram a conversar e descobriram a coincidência. Foi o início de uma boa amizade, e isso é muito gratificante para a gente”, exemplifica Machado, que é também presidente do Sindicato da Indústria de Panificação (Sindipan) da Grande Florianópolis.

A grande preocupação das entidades de classe é evitar que as padarias sejam “engolidas” pelos supermercados, a exem-

Machado: compras compartilhadas podem gerar economia de 15%



plo do que já vem ocorrendo, em maior escala, com açougues, quitandas, peixarias e até com lojas de eletrodomésticos. O Sebrae investigou os motivos que favorecem os supermercados e concluiu que aspectos bem práticos, como a facilidade de estacionamento e a possibilidade de encontrar em um mesmo lugar tudo o que se precisa – incluindo pães –, são atrativos valorizados pelos consumidores. A favor das padarias estão a sensação de que os produtos são mais frescos e o atendimento mais personalizado – o público tende a simpatizar com estabelecimentos em que o proprietário está atrás do balcão, sobretudo quando a família também está envolvida.

Sem atravessadores

O Sindipan da Grande Florianópolis colocou este ano em prática um projeto que incentiva a cooperação com o objetivo principal de reduzir os custos: um portal de compras compartilhadas, projeto desenvolvido com o apoio da FIESC. A ideia é ter vários estabelecimentos comprando insumos coletivamente, numa espécie de leilão eletrônico. A economia para as padarias pode chegar a 15%. Outra vantagem do portal é a contribuição ao sindicato de 1% sobre as vendas, feita pelos fornecedores cadastrados. O valor é suficiente para manter as atividades do sindicato, livrando as padarias desse ônus. “As compras compartilhadas são uma daquelas situações em que todo mundo sai ganhando”, afirma Machado. “Os padeiros precisam estar cientes de que, hoje em dia, não dá para encarar tudo sozinho. É preciso buscar parcerias e associações. Daí a importância das entidades de classe”, reforça Wenzewski.

Feitos todos os descontos com os custos, as padarias com boa gestão obtêm algo em torno de 8% a 10% de margem sobre o faturamento. O maior desafio, para muitas delas, tem sido manter a folha de pagamento sob controle. O preconizado



pelos consultores é que os gastos com funcionários se limitem a 15% do fatura-

mento (sem os encargos), mas raras têm conseguido mantê-los abaixo de 20%. A margem de lucro pode estar sendo consumida justamente aí.

Uma das medidas mais eficazes para segurar os custos com pessoal é a adoção do autosserviço, cada vez mais comum. Trata-se de permitir ao cliente escolher diretamente os produtos que vai levar para casa, sem a intervenção de atendentes. Além de possibilitar a redução no número de funcionários, a providência faz aumentar o índice da chamada “compra por impulso”, situação em que muitos clientes decidem comprar o que não estavam planejando.

Apesar das ameaças que rondam as padarias, não faltam aspectos promissores. Um deles está nas estatísticas: o consumo médio de pão no Brasil é bem inferior ao registrado em países vizinhos (veja o gráfico). Com base nisso, há uma evidente tendência de crescimento. A padaria é também muito atraente do ponto de vista financeiro, pois trata-se, ao mesmo tempo, de indústria e de comércio. Ou seja: quem faz os produtos também os vende ao consumidor final, sem atravessadores. Outra vantagem é que o empresário recebe à vista, pois o maior índice de pagamentos é com dinheiro vivo ou cartão de débito. ■

Autosserviço: custos reduzidos e mais compras por impulso

Pequeno só no nome

INSTITUTO DE INOVAÇÃO DO
SENAI INVESTE EM EQUIPAMENTO DE MICROUSINAGEM,
PROCESSO QUE PERMITE A MINIATURIZAÇÃO DE PRODUTOS
E ABRE NOVOS HORIZONTES PARA A
INDÚSTRIA NACIONAL

Por **Mauro Geres**



*Heitor opera a "Lamborghini":
como treino, ele fez miniatura
de um BMW (na outra página)*

Em uma sala refrigerada do Instituto SENAI de Inovação em Sistemas de Manufatura, com temperatura constante na casa dos 20 graus centígrados, desde fevereiro está em operação, oficialmente, um equipamento que promete ampliar os horizontes de indústrias de variadas áreas – ainda que seu trabalho seja o de fazer coisas muito pequenas. Com preço de R\$ 1,5 milhão, a máquina de microusinagem fabricada pela alemã Kern é uma das “estrelas” da unidade instalada no distrito industrial de Joinville. O equipamento de modelo Pyramid Nano atende uma das principais tendências da indústria mundial: a miniaturização dos produtos. A máquina permitirá ao SENAI dar sequência ao seu papel de indutor de novas tecnologias, elevando o poder de competitividade da indústria nacional. “Em um futuro próximo teremos pessoal especializado e um novo nicho de mercado para as ferramentarias”, diz o diretor do instituto, André Marcon Zanatta.

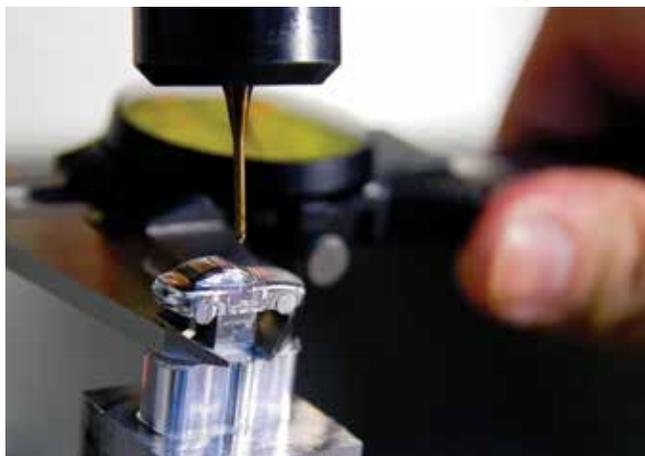
Engenheiro mecânico formado na Udesc (Universidade do Estado de Santa Catarina), com doutorado no ITA (Instituto de Tecnologia Aeronáutica) de São José dos Campos (SP), e no Fraunhofer IPK, instituto de pesquisa alemã que é parceiro do SENAI no projeto, Zanatta afirma que o investimento pode beneficiar cerca de 2 mil ferramentarias existentes no Brasil – incluindo aí as 450 instaladas em Joinville. “Há equipamentos que devem ser pequenos e há aqueles que podem ser diminuídos”, diz o engenheiro. Equipamentos e sistemas que serão inseridos no corpo devem ser pequenos para serem menos invasivos. Outros sistemas e dispositivos, como os eletrônicos de carros e aeronaves, podem ser miniaturizados para a redução de peso e, por

consequência, reduzir consumo de combustível.

Além disso, a microusinagem, em alguns casos, pode substituir a fabricação por eletroerosão, que geralmente é mais demorada e cara. As áreas médica, odontológica e de linha branca, além da automotiva e da aeroespacial, entre outras, são algumas das que podem desenvolver um grande número de inovações com a adoção da nova tecnologia.

0,0001 mm de espessura

Chamado de “Lamborghini” pelos colaboradores do Instituto, o equipamento é uma das duas únicas máquinas de microusinagem em operação na rede SENAI no País – a outra está instalada no Cimatec (Centro Integrado de Manufatura e Tecnologia) do SENAI em Salvador (BA). Ela tem capacidade para fazer cortes imperceptíveis a olho nu, chegando, por exemplo, a 0,0001 mm de espessura, medida correspondente à centésima parte do diâmetro de um fio de cabelo. As semelhanças com o famoso carro não se restringem ao fato de suas portas abrirem para cima, no mesmo sentido das portas do superesportivo de origem italiana, mas que está ligado, atualmente, também a um grupo alemão, no caso a



Volkswagen. Além das chamadas “asas de gaivota”, o equipamento – assim como os bólidos da Lamborghini – tem desempenho singular.

No caso da máquina Kern Pyramid Nano, o processo de usinagem pode ser feito em dimensões micrométricas e em cinco eixos, com suas ferramentas de corte chegando a 50 mil RPM, contra algo entre 4 mil e 6 mil RPM de um torno ou de 10 mil a 12 mil RPM de uma fresadora CNC (controle numérico computadorizado). “Em máquinas de microusinagem, a rotação elevada do Spindle (eixo-árvore da máquina) é um requisito obrigatório para alcançar as velocidades de corte recomendadas para usinagem de aços, quando utilizamos fresas com diâmetros na ordem de décimos de milímetro”, explica o pesquisador do Instituto, Angelo Marcos Gil Boeira, doutor em Engenharia Mecânica pela UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina).

Tecnologia difundida em países como Alemanha, Suíça e Japão, a microusinagem permite a construção de moldes com tamanho entre 2 e 3 mm, que por sua vez serão usados na fabricação de peças de 1 mm. A Biokyra Pesquisa e Desenvolvimento, de Florianópolis, é uma das empresas brasileiras que já utilizam a tecnologia. Desenvolvedora de produtos médicos voltados a cirurgias minimamente invasivas, como implantes e cateteres, a empresa se beneficia da disponibilidade do equipamento em Joinville e do bom relacionamento com o Instituto. Antes o serviço tinha que ser feito em outros países. Agora, a troca de informações sobre a fabricação das peças às vezes ocorre em frente à própria máquina.

Veia cava

“Com isso, pudemos avaliar as dificuldades e possibilidades tanto para essa etapa de prototipagem e validação como para depois que o protótipo tornar-se produto”, diz Isaias Masiero Filho, engenheiro de produto e diretor da empresa. Atualmente, dois pequenos cilindros com menos de 3 mm de diâmetro, um deles ranhurado e o outro com um conjunto de pequenos furos (0,35 mm ou menores), estão em desenvolvimento. Feitas em uma liga de titânio, serão usadas na construção de protótipos de um filtro de veia cava.

Antes de iniciar a operação da máquina de microusinagem em cinco eixos, são necessários alguns passos. Primeiramente, a peça tem que ser modelada em um software CAD (Computer Aided Design) 3D. Na sequência, por meio de um software CAM (Computer Aided Manufacturing), são definidas as ferramentas, os parâmetros de corte e

as trajetórias das ferramentas em função do modelo 3D da peça. Por fim, o software CAM gera o programa CNC (Computer Numeric Control)



Marcon Zanatta:
equipamento abre novo nicho de mercado para as ferramentarias

Outras estrelas do Instituto

O Instituto SENAI de Inovação em Sistemas de Manufatura integra programa da Confederação Nacional da Indústria que prevê a aplicação de R\$ 2 bilhões em 60 institutos de Tecnologia e 25 institutos de Inovação. Suas máquinas atendem setores de ferramentaria, aeroespacial, automobilístico, médico e odontológico, dentre outros.

Microscópio Eletrônico de Varredura Karl Zeiss Supra 55VP: Com tecnologia FEG (Field Emission Gun), permite caracterização estrutural, análise química pontual e análise de planos cristalinos.

Manufatura Aditiva Concept Laser M2 Cusing: Utiliza a tecnologia de fusão seletiva a laser. Único no Brasil, permite a prototipagem rápida em metal e a fabricação de peças complexas e mais leves.

Difratômetro de Raio-X Panalytical Empyrean DY 1312: Permite a realização de análises de tensões residuais, de planos cristalinos e de pós, filmes finos, nanomateriais e objetos sólidos.



Centro de Usinagem 5 Eixos High Speed Hermle 42C U: Usado em projetos de usinagem avançada envolvendo otimização de parâmetros de usinagem em até 5 eixos simultâneos, desenvolvimento de máquinas e dispositivos e de protótipos por remoção de material.

com as linhas de programação, que permitirão a máquina-ferramenta CNC usinar a peça.

Ponto de partida

Os cursos profissionalizantes em mecânica são o ponto de partida para quem pretende operar uma máquina como a Kern. Também são necessários conhecimentos de modelagem CAD em 3D, programação CAM e de linguagem CNC para usinagem em 5 eixos, além de todos os processos de usinagem. Esse é o caminho que o tecnólogo Heitor de Borba Amaral, operador do equipamento, está percorrendo. Aos 17 anos ele decidiu fazer um curso gratuito do SENAI na área de fabricação mecânica. Gostou tanto que, em seguida, se formou tecnólogo na mesma área também no SENAI.

Atualmente, cursa o mestrado em Engenharia Mecânica, na PUC/PR, de olho na força do setor metal-mecânico de Joinville.

Como treinamento, ele decidiu fazer uma miniatura do esportivo BMW Z4, em uma escala de 1:200. Apesar do tamanho diminuto da peça de alumínio “esculpida” pelo equipamento – pouco mais de 2,1 cm de comprimento, o resultado impressiona pela riqueza de detalhes e precisão. Feliz por unir a teoria à prática num equipamento de ponta e aprender com Angelo e Zanatta no dia a dia, Heitor está animado com o futuro profissional, mas sabe que precisa continuar se aprimorando. “A meta é acabar o mestrado no ano que vem e já emendar num doutorado”, afirma. Afinal de contas, de pouco adianta ter uma “Lamborghini” à disposição se não se sabe extrair dela todo o potencial. ■

Em 2003, com o curso de Manutenção de Sistemas Eletrônicos do SENAI recém-concluído, Bruno Cezar Campestrini se viu diante de uma mudança que poderia adiar – talvez indefinidamente – seus planos de seguir uma carreira na área técnica. Aos 20 anos de idade saiu de Curitiba para morar com a família no interior de Santa Catarina. “Meu avô comprou um sítio em Pouso Redondo, construiu duas estufas de fumo e resolveu ser agricultor”, conta. Depois de quase quatro anos trabalhando na lavoura, Bruno teve certeza de que não tinha aptidão para a vida no campo e começou a procurar trabalho nas empresas da região. O que ele não imaginava era que, 11 anos depois, estaria ganhando a vida operando um robô industrial em uma linha de produção automatizada.

A oportunidade surgiu no ramo da cerâmica vermelha, atividade tradicional no Alto Vale do Itajaí e que vem passando por intensa modernização tecnológica. Em 2006, assim que saiu do sítio, Bruno conseguiu uma vaga no setor de descarga da Cerâmica Lorenzetti, uma das maiores fabricantes de tijolos da região. Sua função era pegar os tijolos que vinham do forno e carregá-los nos caminhões. “Hoje em dia é tudo paletizado, mas na época a gente ‘batia’ o tijolo solto, carregava quatro tijolos de cada vez, cada um com cerca de três quilos”, lembra.

Um ano e quatro meses depois veio o convite para trabalhar como ajudante na maromba, máquina responsável por dar forma ao bloco de tijolos que depois é cortado em peças individuais. Na época o automatismo ainda era incipiente e as “grades” (vagonetas) tinham que ser ajustadas manualmente para que a máquina pudesse carregá-las. Ficou ali por dois anos e foi transferido para a secagem, onde também passou quase dois anos, até passar para a área de carga. “Na época era um serviço tão pesado



Campestrini controla robô: ele quer voltar a estudar para acompanhar evolução tecnológica do setor

O trabalho braçal ficou para a má



EDSON JUNKEIS

BRUNO CAMPESTRINI CARREGAVA,
NO BRAÇO, 30 TONELADAS DE
TIJOLOS POR DIA. HOJE OPERA UM
SOFISTICADO ROBÔ QUE PASSOU A
FAZER O SERVIÇO PESADO NA CERÂMICA
LORENZETTI, DE POUSO REDONDO

Por **Diógenes Fischer**

quina

quanto a descarga, onde comecei”, diz Bruno, que costumava carregar “no braço” até 30 toneladas de tijolos por dia.

Foram cinco meses nesta função até que finalmente veio a chance de abandonar de uma vez por todas o trabalho braçal. No começo de 2010 a empresa adquiriu duas novas marombas para substituir a máquina antiga, que foi desativada, e Bruno foi chamado para operar uma delas. “Entrei quando estavam implantando um sistema novo, com alto nível de automação. Já tinha uma noção básica de eletrônica dos tempos do SENAI, mas tive que entender melhor coisas que ainda não conhecia, como sensores e regulagens.”

Tela de toque

Mas foi em março de 2014 que aconteceu a maior mudança na carreira de Bruno – e também na produtividade da Cerâmica Lorenzetti. A empresa adquiriu dois robôs italianos, que eliminaram o trabalho manual nas áreas de carga e descarga, e o ex-carregador de tijolo foi um dos selecionados para operar o novo equipamento. “Quando eles chegaram, ninguém aqui acreditou que as coisas fossem mudar tanto”, lembra. “Antes a gente levava até duas horas para carregar um vagão e hoje o robô não leva mais de oito minutos. Além de tudo, as cargas saem todas iguais, padronizadas.”

Controlado por uma tela de toque, o robô operado por Bruno é capaz de transportar 12.900 tijolos por hora. Segundo ele, a nova experiência está sendo tão interessante que até despertou a vontade de voltar a estudar, talvez em um curso técnico de Eletromecânica. Tudo para continuar acompanhando a revolução tecnológica em sua profissão. “Trata-se de uma grande transformação que está se iniciando no setor”, diz Claudio Luis Kurth, presidente do Sindicato da Indústria da Cerâmica Vermelha do Vale do Itajaí (Sindicer). ■

Energia: soluções de longo prazo

Atualmente, as indústrias respondem por cerca de 35% da energia consumida no Brasil, o que faz do setor industrial o maior interessado nos rumos do desenvolvimento energético do País. Os desafios a serem vencidos são muitos e o sucesso de nossa economia vai depender de como vamos lidar com a necessidade crescente de energia.

Considerada apenas a energia elétrica, o Brasil possui uma base amplamente suportada por fontes renováveis. A hidroeletricidade responde por 77% da capacidade de geração brasileira. Esse dado foi sempre celebrado porque garante à matriz energética do Brasil um atestado de sustentabilidade e respeito ao meio ambiente.

Por outro lado, essa fonte de energia possui forte dependência das chuvas e dos níveis dos reservatórios e é, atualmente, fonte de preocupação na sociedade. O temor de que os reservatórios continuem baixos e o despacho das termelétricas prossiga elevado têm encaminhado a discussão para soluções de curto prazo, se vai ou não faltar energia no Brasil, quando, na verdade, devemos focar o que deve ser feito para não dependermos tanto da hidrologia.

Entendemos que o País precisa aproveitar essa crise momentânea para propor desafios de longo prazo que garantam o crescimento da oferta de energia a preços competitivos. O momento é propício à inclusão de novas fontes, como a fotovoltaica, e ao aprimoramento das fontes já existentes, como biomassa,

eólica, carvão e gás natural. Novas tecnologias precisam ser desenvolvidas para que possamos aproveitar mais e melhor o que cada uma dessas fontes pode oferecer. Também é oportuna a discussão pragmática sobre a utilização do potencial dos rios amazônicos e de usinas com reservatórios maiores, sem perder de vista o respeito ao meio ambiente e às comunidades abrangidas por tais projetos.

Sabemos que quanto maior a segurança energética, menor é o custo da energia. E quanto maior for a segurança para os investimentos em geração, maior será a segurança energética do País. O custo da energia é um fator preponderante do custo industrial e, por isso, o setor energético tem de ser visto e se posicionar como um parceiro estratégico das indústrias brasileiras. Somos interdependentes e temos, todos, o mesmo interesse de salvaguardar o investimento que proporciona crescimento sustentável.

Esse é o desafio que temos de encarar e vencer: trabalhar juntos em prol do crescimento e da

diversificação da oferta de energia para podermos continuar a olhar para frente, mirando o horizonte dos projetos estruturantes e do desenvolvimento sustentável da indústria nacional. Não temos dúvidas de que o desenvolvimento do País e a consequente melhoria da qualidade de vida de sua população se darão especialmente com o fortalecimento da indústria e de sua capacidade de gerar empregos qualificados e de promover a inovação. ■



Manoel Zaroni Torres

*Diretor-presidente da
Tractebel Energia*

DIVULGAÇÃO/PLINIO BORDINI

Prêmio FIESC A INDÚSTRIA PELA EDUCAÇÃO

Compartilhe as ações educacionais protagonizadas pela sua Indústria em prol da elevação da escolaridade e qualificação profissional de seus trabalhadores e sociedade.

Vamos transformar a Educação em prioridade para impulsionar o crescimento econômico e social do nosso Estado e do País.

MAIS EDUCAÇÃO.
MAIS COMPETITIVIDADE.



FIESC



- Localizado em Florianópolis/SC
- 1 milhão de m² de mata preservada
- Golf e SPA
- 5 restaurantes de alta gastronomia
- 22 salas para eventos
- Hospedagem para até 1.500 pessoas
- Capacidade de atendimento para eventos de pequeno, médio e grande porte para até 4.000 pessoas
- Proximidade a grandes centros
- Malha aérea privilegiada



IDEAL PARA O SEU EVENTO SER UM SUCESSO.

COSTÃO DO SANTINHO. ELEITO 7 VEZES O MELHOR RESORT DE PRAIA DO BRASIL.

Eleito pela sétima vez o melhor resort de praia do Brasil pela revista Viagem e Turismo. Ganhador do Prêmio Caio da Década em 2010, como o melhor empreendimento nacional para eventos, e campeão na edição de 2012. Estas, entre outras conquistas, confirmam a excelência atingida pelo Costão do Santinho em estrutura, instalações, atendimento e serviços. Completo em lazer, esportes, relaxamento e diversão para todas as idades, o Costão é o cenário ideal para eventos de todos os tamanhos. **Um cenário onde a combinação das belezas naturais com toda esta estrutura é sempre um espetáculo à parte.**



PROPAGUE



COSTÃO DO SANTINHO.
TODAS AS CREDENCIAIS PARA UM EVENTO DE SUCESSO.
WWW.COSTAO.COM.BR

48 3261 1992

