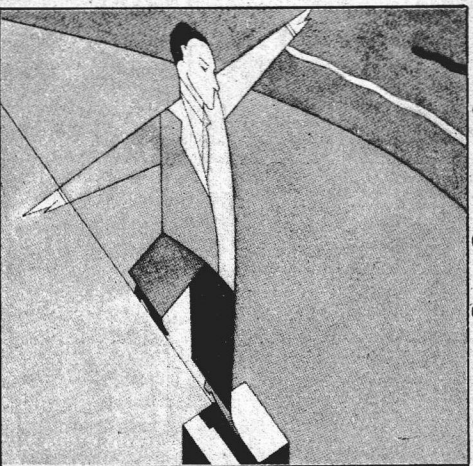


ESSES LABORIOSOS CATARINENSES



Investindo sempre, abrindo caminhos, produzindo muito, os empresários de Joinville e Jaraguá do Sul provam que a competência é a maior arma para enfrentar estes tempos difíceis.

Eles vão crescendo e as cidades os acompanham no caminho da prosperidade “Aqui, temos a sensação clara de que quem quebrou foi o governo, e não o Brasil”, diz o prefeito de Joinville.

E a palavra crise não saiu do dicionário

Reportagem de Lorena Aubriff Klenk

Uma vigorosa unanimidade cerca os empresários de Joinville, a cidade onde está o maior parque industrial de Santa Catarina e a terceira maior arrecadação do Sul do País: no vocabulário deles, a palavra **crise** só aparece quando o assunto é governo. Dentro dos portões das indústrias, a palavra forte é **investir**. Com 850 indústrias — das quais pelo menos dez de porte internacional e a maioria de origem e capital locais —, Joinville é um celeiro de histórias de prosperidade conseguidas com ousadia e muito trabalho.

Provenientes da Suíça, da Noruega e principalmente da Alemanha, os primeiros imigrantes chegaram à região em 1850, para um ano depois fundar a Colônia Dona Francisca. Foi uma homenagem à irmã de Dom Pedro II, cujo marido doou a Sociedade Colonizadora de Hamburgo as oito léguas de terra que deram origem à colônia, depois Joinville.

Ali, ao norte da então província de Santa Catarina, os imigrantes encontraram uma paisagem desoladora: apenas milho e manga, que se juntaram à dificuldade de adaptação cultural e linguística no rol de incontáveis adversidades. Nenhum, entretanto, capaz de tirar a força e os sonhos daquela gente trabalhadora. Cinco anos depois, a colônia — com 900 habitantes e 200 casas — já passava da economia de subsistência para um estágio que comportava contratação de assalariados e acumulação de capital. Desde então, não parou mais de crescer.

O empresário Udo Döhler é um dos joinvilenses que conhece e se orgulha da história da terra onde nasceu, cresceu e enriqueceu. Seu bisavô, o alemão Carl Döhler, construiu com as próprias mãos, no final do século passado, o primeiro tear da Colônia Francesa. Se pudesse ter vivido até hoje, o velho Carl certamente ficaria orgulhoso ao ver o bispeto administrando um complexo têxtil que emprega 2.500 pessoas, exporta para 36 países e está acabando de executar um projeto trienal que prevê investimentos de US\$ 30 milhões.

A Döhler S.A., quarta maior empresa do setor em Santa Catarina e 17ª no país, caminha a passos largos para aumentar produção e faturamento, por uma estrada que passa longe de qualquer sinal de crise. Quando concluir a execução do plano trienal iniciado em 87, a indústria terá aumentado sua produção em torno de 30%. E, de olho em fatias sempre maiores dos mercados interno e externo, estará pronta para investir mais US\$ 40 milhões.

Udo Döhler, que é também o presidente da Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina,

diz que a realidade da Döhler é a mesma de todas as grandes firmas de Joinville. “As empresas estão capitalizadas, operam a plena carga e mantêm intacta a capacidade de investir”, afirma.

É fácil constatar que Döhler não exagera. Basta pegar os mais recentes balanços de algumas empresas. A Carroceria Nielsen, por exemplo — que detém 40% do mercado nacional rodoviário —, teve um crescimento real de 25% no ano passado. O Grupo Tupy, que entre 24 empresas inclui a maior fundição independente da América Latina, faturou US\$ 250 milhões em 88, e termina daqui a dois anos um programa de investimentos que vai levar a produção da fundição de 95 mil para 135 mil toneladas anuais de fundidos de ferro.

“Quem quebrou foi o governo, e não o Brasil”.

O grupo Wetzel também é outro que não para de crescer. Norberto Cubas da Silva, o presidente do grupo, chega a quase galgar quando alguém lhe diz que a economia brasileira está em crise. Casado com uma herdeira da família Wetzel, Norberto foi comprando ações, incorporando empresas e hoje tem 75% do controle acionário do grupo, formado pela Metalúrgica Wetzel, Wetzel Fundição de Ferro e Wetzel Tecnomecânica. Ano passado, o conjunto das empresas alcançou um crescimento real de 30%. Norberto Cubas não deixa por menos: quer manter esse nível de crescimento e, para isto, tem um programa de investimentos de US\$ 25 milhões nos próximos dois anos.

Como receita para crescer tanto, ele indica, além de muito trabalho, a política de “valorizar a prata da casa”, comum nas empresas de Joinville. Hoje, 80% dos diretores do grupo Wetzel são funcionários que galgaram posições na empresa, muitas vezes a partir das oficinas de produção. Em todas as grandes indústrias da cidade, é fácil encontrar operários e diretores com anos e anos de trabalho na mesma empresa.

As empresas sabem valorizar e incentivar esse tipo de relação. Nas mais tradicionais, é prática entregar anualmente medalhas aos empregados que completam quinze, vinte ou mais anos de serviço. Mas a preocupação com os funcionários vai além das medalhas. Em Joinville, todas as grandes empresas têm sedes recreativas capazes de fazer inveja a clubes sociais de alto padrão; as funcionárias têm creches para deixar seus filhos enquanto trabalham;

e a comida nos restaurantes próprios é subsidiada de forma a não pesar no orçamento dos empregados.

Mas o vigor do parque industrial — o principal responsável pelo fato de Santa Catarina ter hoje o segundo maior PIB per capita industrial do país — pode ser sentido ainda melhor em outros setores. Estão em construção hoje em Joinville cerca de 50 prédios, dos quais pelo menos 20 de alto padrão. São cerca de mil apartamentos, a maioria vendida sem muito esforço, ainda na fase de construção, segundo o Sindicato da Indústria da Construção Civil de Joinville. “Estamos vivendo uma explosão imobiliária inédita na cidade”, diz o presidente em exercício do sindicato, Aldemir Dadalt. A explicação para tamanho crescimento do setor, aponta ele, está no investimento das indústrias, que melhoram o padrão tecnológico e precisam cada vez mais de funcionários qualificados — que, é claro, precisam morar em algum lugar.

A escassez de mão-de-obra qualificada, aliás, é um dos problemas enfrentados pelas indústrias, conforme atesta uma das maiores agências de empregos atuantes na cidade, a Employer Organização de Recursos Humanos. A gerente Odete Friedrichsen diz que, só de fora de Joinville — principalmente Paraná e São Paulo — chegam à agência, por semana, em média, cerca de cem pessoas, 95% das quais operários sem qualificação. São pessoas que viajam atraídas por notícias da prosperidade de Joinville e dos salários pagos pela indústria local, que progressivamente se aproximam dos níveis da indústria paulista. Hoje, segundo os levantamentos da Employer, um operário não qualificado não ganha menos que dois salários mínimos trabalhando em Joinville.

O fenômeno da migração provocada pelo crescimento econômico fez a população de Joinville dobrar nos últimos quinze anos. O prefeito Luiz Gomes (PDS) calcula que os mesmos índices vão perdurar daqui a mais de quinze anos. Depois, segundo sua previsão, a tendência será a estabilização, com a superação de todos os problemas que uma cidade de 800 mil habitantes está sujeita a enfrentar. A migração, ele está convicto, “é um fenômeno positivo”.

Para o prefeito, o importante é que, em Joinville, “existe muito clara a sensação de que quem quebrou foi o governo, não o Brasil”. O cultivo dessa mentalidade, anuncia Luiz Gomes, vai tornar irrefreável a concretização da pfoecia que ele adota como bandeira: “Joinville será, em poucos anos, a grande cidade do Sul do Brasil”.



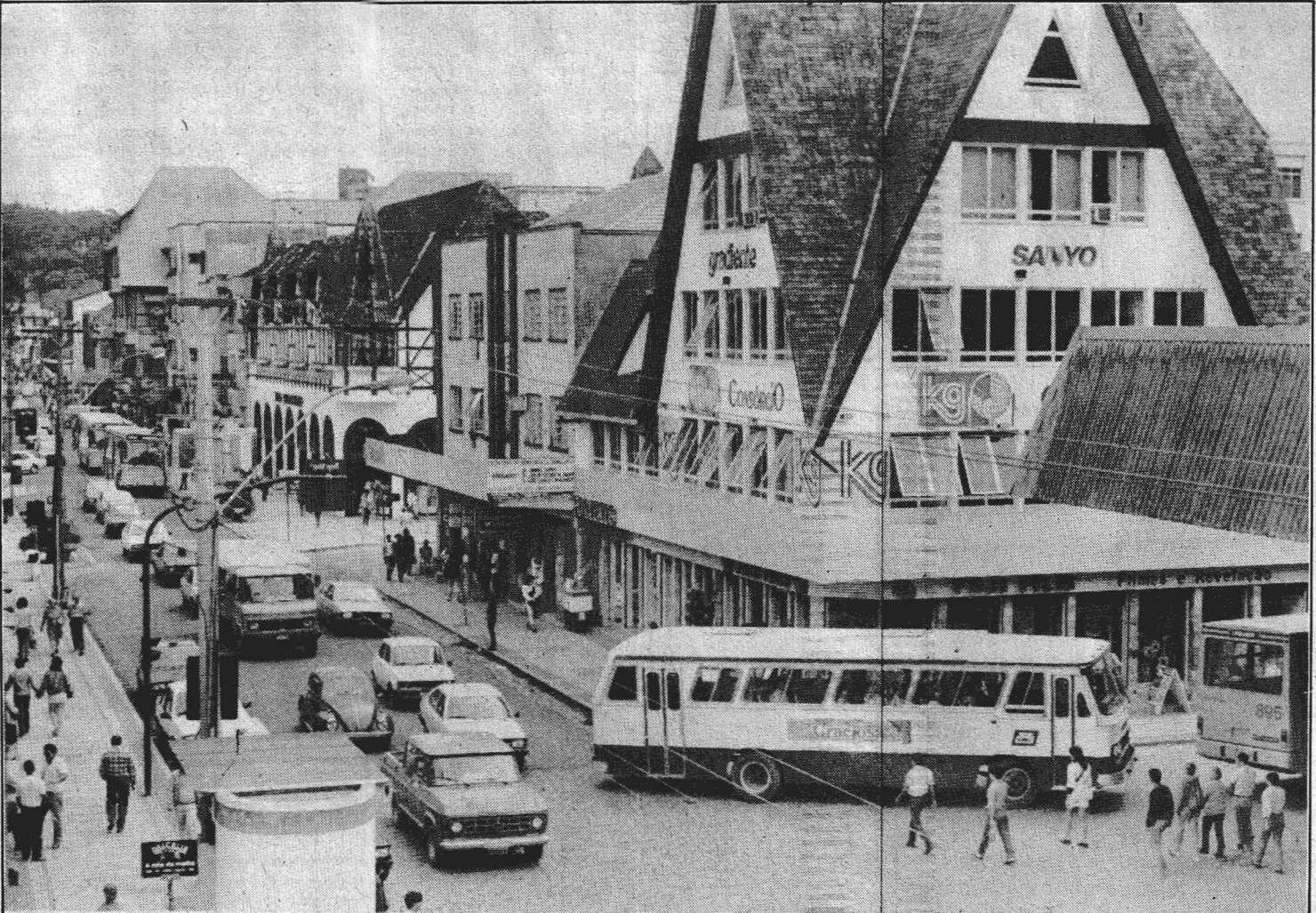
Muitos trabalhadores de todas as partes do país vão para Joinville atraídos pelos altos salários das empresas.



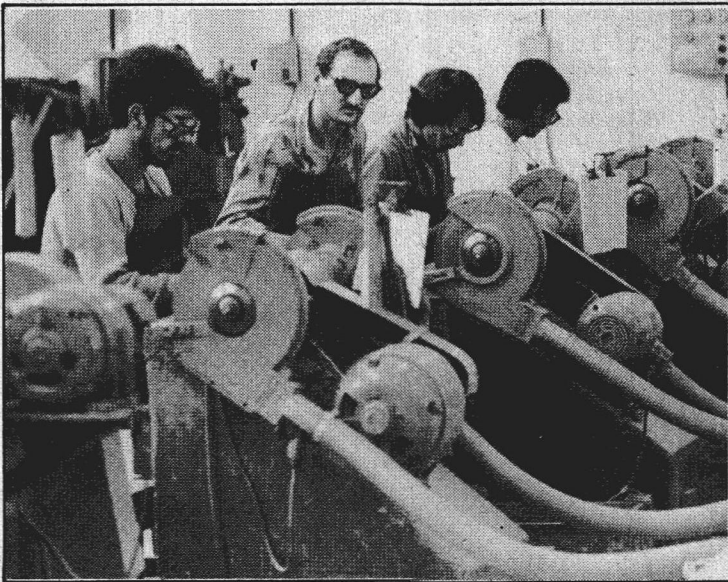
Weg: liderança continental...



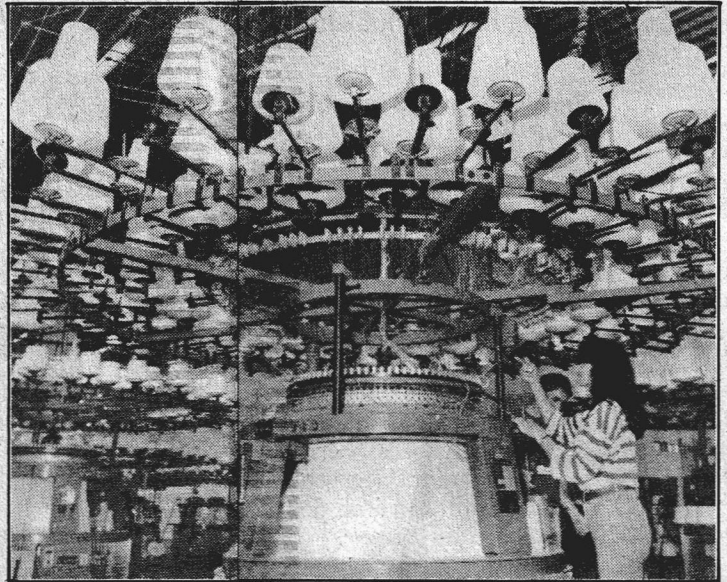
...na produção de motores elétricos.



Joinville: o maior parque industrial de Santa Catarina.



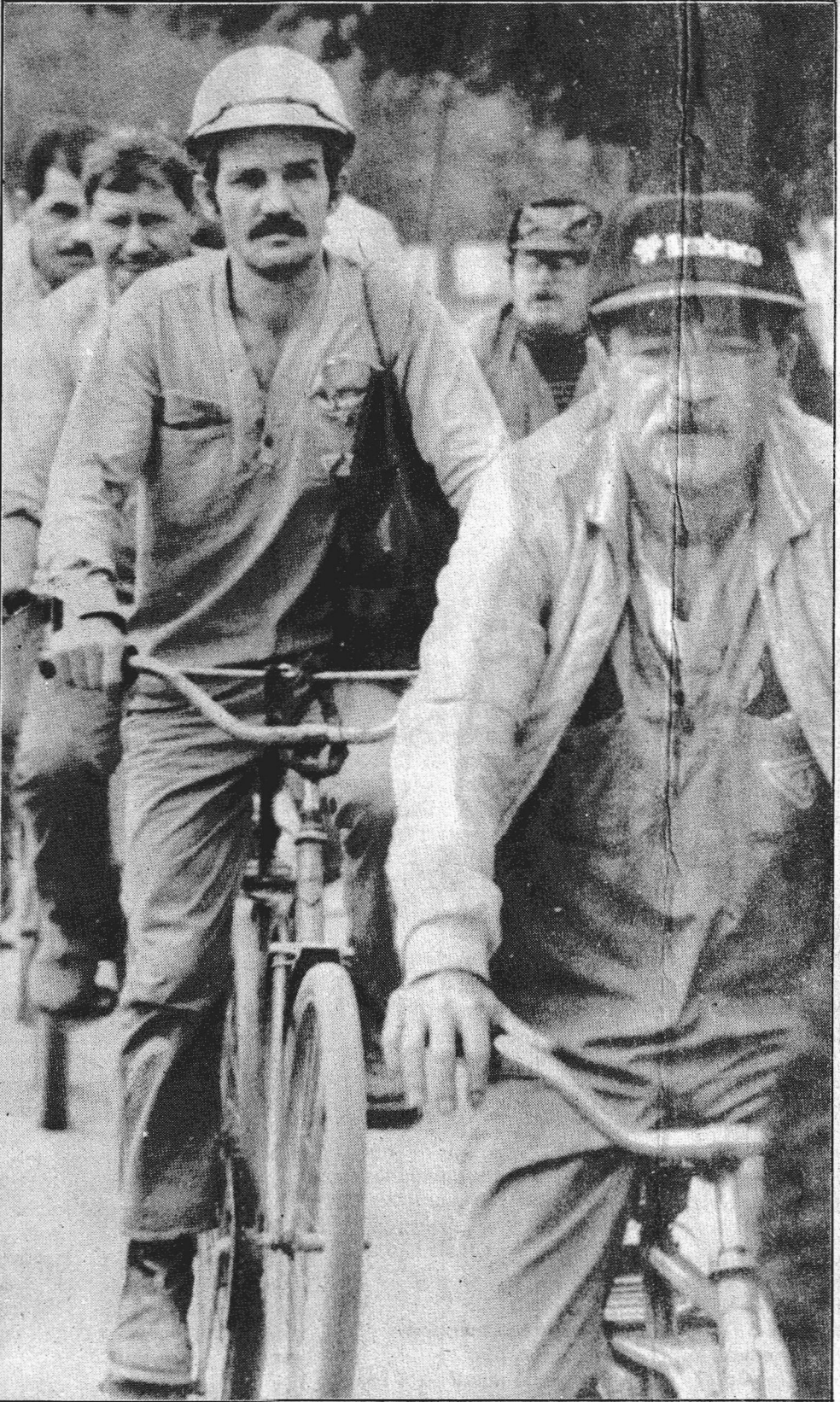
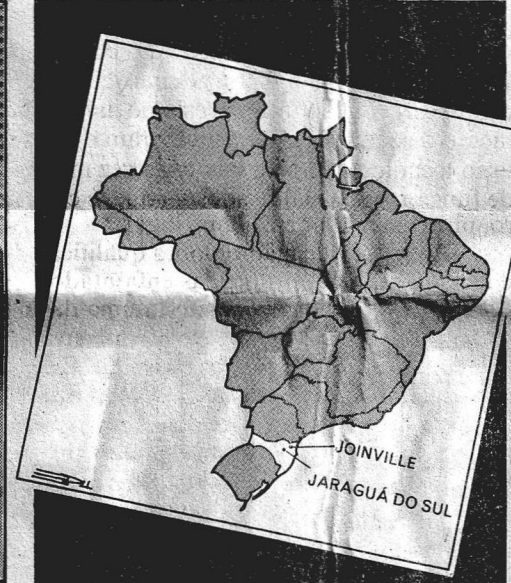
Wetzel: crescimento de 30% em 1988.



Da peça aos motores elétricos.



Pedro Donini: dos chapéus à malharia.



Joinville: operários fiéis à empresa.

Uma história que vai da pesca à informática



Decio da Silva, presidente da Weg.

O empresário Décio da Silva não gosta de falar em sucesso. Nem presidencial — ele se diz “sem apetite” para tratar da política nacional — nem empresarial. Há três meses, ele substituiu o pai na presidência da Weg S.A., o grupo de Jaraguá do Sul, Santa Catarina, que lidera o mercado latino-americano de motores elétricos e consolida-se em campos que vão da pesca à informática. Aos 32 anos e uma

aparência ainda de garoto, Décio prefere que a relação familiar seja esquecida. Quer ser visto como um profissional com a responsabilidade de tocar um empreendimento que sustenta um quarto dos 80 mil habitantes de Jaraguá do Sul e que alcançou um crescimento real de 38% em 1988.

A tarefa é complexa, mas não assusta Décio da Silva. Ele, afinal, é mesmo um profissional do ramo. O sobrenome contraria os que insistem em dizer que brasileiro não trabalha. Décio trabalha — muito — há muito tempo. Aos doze anos já circulava pelas oficinas da Weg, fazendo estágio como ferramenteiro. Desde então, ganhou posições em quase todos os setores da empresa. “Sou uma pessoa de chão de fábrica”, gosta de dizer, orgulhoso.

Hoje, Décio tem pouco tempo para pôr os pés nas unidades fabris da Weg. Diz que tem saudades da fábrica, mas seu lugar agora é outro. Com a idade em que muita gente ainda está pensando no que vai fazer da vida, o jovem empresário está à frente de uma fortaleza econômica. De uma ampla e bem decorada sala na sede principal da Weg, ele comanda, com um ar quase maroto, um grupo de nove empresas que juntas faturaram US\$ 245 milhões em 88. São empresas espalhadas por vários ramos: a Weg Motores, que deu origem ao grupo, é a principal. Produzindo motores elétricos que servem desde a uma geladeira até a equipamentos industriais, só essa empresa tem hoje 4.800 funcionários.

O caixeiro viajante agora tem a terceira malharia do país

A administração do grupo exige muito trabalho de Décio da Silva. Todos os dias às 7 da manhã ele já está na empresa. “É sempre o primeiro a chegar e o último a sair”, atestam funcionários. Casado, pai de uma filha de três anos, Décio é tido como empresário sério. É com seriedade que ele derrama, por exemplo, críticas ao governo federal. Diz que o grupo foi afetado pelo Plano Verão, que reduziu a demanda e congelou os preços ao mesmo tempo em que permitia aumentos para os insumos básicos. Prejuízos? Ele foge dos números, mas permite constatar que, com ou sem Plano Verão, o grupo Weg só tem valores a colocar na coluna dos lucros. E cada vez mais eles vêm também de outros países.

A Weg, que nasceu em 1961 com um capital equivalente ao preço de três fuscas, vende hoje seus produtos em 54 países dos cinco continentes. No ano passado, conquistou mercados do oeste asiático e este ano chega ao Japão, onde vai colocar mensalmente 30 mil motores de baixa tensão — para um mercado atual de 150 mil motores/mês. Esse desempenho valeu à Weg o prêmio “Conquista de Mercado” da carteira de Comércio Exterior do Banco do Brasil (Cacex).

“Queremos ser sempre uma empresa moderna, com um conjunto de negócios equilibrado”, diz Décio da Silva. Ele não gosta de falar em metas nem de detalhar investimentos. Mas, ao citar os grandes projetos, já transmite o crescimento que o grupo ainda espera alcançar. Este ano, um dos objetivos é jogar forças na dinamização de duas empresas que têm a cara do futuro: a Weg Acionamentos e a Weg Automação.

A primeira, em atividade desde 81, fornece equipamentos eletroeletrônicos para acionar indústrias de papel e gráficas, além de outros produtos que impulsionam máquinas industriais. A empresa também fabrica e implanta sistemas de automação industrial.

Mas é a Weg Automação a melhor imagem do avanço tecnológico do grupo. Os produtos da empresa são de última geração, com tecnologia de ponta. Em funcionamento há oito meses, a Weg Auto-

mação produz sistemas de automatização industrial que, além de utilizar a verticalização da produção do próprio grupo, também fornece para terceiros nos setores metalmeccânico, têxtil e de outros, prestando inclusive serviços de engenharia e desenvolvimento de projetos.

Ainda para este ano, a Weg espera iniciar a construção de uma nova fundição, automatizada e com capacidade para produzir mensalmente 900 toneladas de alumínio. A empresa, como todas as outras do grupo Weg, será instalada em Santa Catarina, num município que Décio da Silva ainda não revela qual é.

Aplicar os recursos em Santa Catarina faz parte da política do grupo, que nasceu em Jaraguá do Sul, com capital local, e ali tem hoje uma enorme responsabilidade social, empregando quase 8 mil pessoas. Grande parte da vida da cidade gira em torno da Weg, mas a história de prosperidade do grupo repete-se em outras empresas, que juntas fazem do parque fabril de Jaraguá do Sul o terceiro maior de Santa Catarina.

Uma dessas histórias de crescimento e trabalho é a de Pedro Donini. Catarinense de Brusque, Donini estudou apenas até concluir o primeiro grau, e cedo começou a trabalhar como caixeiro viajante. Em 1964, “bem no dia da revolução”, ele acertou o aluguel do andar inferior de um velho casarão em Jaraguá, contratou dois funcionários e ali começou a fabricar chapéus de praia com rafia, palha de madeira e náilon. Havia nascido a Marisol. Hoje, aos 55 anos, Pedro Donini dá a impressão de ser um homem tão simples quanto na época em que fazia chapéus. Mas é dono da terceira maior malharia do Brasil em faturamento (US\$ 69 milhões ano passado) e quarta em produção.

Além disso, também começa a expandir-se para outras áreas. Já há dez anos a empresa usa fontes alternativas de energia (como a serragem, responsável hoje por 80% da energia utilizada pela Marisol) e até 1995 deve tornar-se auto-suficiente em madeira para fins energéticos, graças ao desempenho da Marisol Reflorestamento Ltda., fundada em 1978.

Hoje, a marca Marisol está presente em 15 países, da América do Norte e Europa Ocidental e, pelas previsões de Pedro Donini, nos próximos três anos o volume exportado deverá crescer dos atuais 5% para 15% da produção.

A Marisol adota uma política descentralizada de administração: distribuiu suas unidades produtivas por oito municípios catarinenses. “A pessoa sente-se melhor trabalhando perto de casa e, além disso, evitamos trazer problemas sociais para Jaraguá do Sul”, diz Pedro Donini.

Em Jaraguá, todos investem sem se preocupar com a crise.

Até agora, Jaraguá tem conseguido contornar esse tipo de problema. A renda per capita do município é uma das maiores de Santa Catarina — um Estado de forte presença industrial — e seu índice é de um carro para cada 2,8 habitantes. O desafio da habitação popular tem sido vencido através de um programa de mutirão, que envolve as empresas e a prefeitura: os operários interessados trabalham na construção das casas até atingir um determinado número de horas dedicadas à obra, quando então terão direito a uma das moradias. O valor da casa é descontado dos salários em prestações que não comprometem o padrão de vida do operário.

Mas o problema da moradia já chegou às outras classes. Hoje, um executivo ou técnico qualificado que chega para trabalhar em Jaraguá do Sul precisa batalhar muito para alugar um apartamento de um quarto — não por menos que R\$ 250 mensais. Se conseguir, ele estará satisfeito, porque meios de pagar não faltarão. Os salários nas indústrias seguem o caminho da valorização determinada pela crescente profissionalização. Em Jaraguá, atestam os empresários, estão todos investindo como se nunca tivessem ouvido falar em crise econômica. Seguindo a receita de Pedro Donini, o caixeiro viajante que virou grande empresário: “Investindo normalmente e trabalhando muito”.