

PEQUENAS EMPRESAS QUE
ABRIRAM AS PORTAS PARA A

inovação

Como empresários de
Santa Catarina estão
melhorando sua produção
e crescendo no mercado
com o projeto que
incentiva a mudança

CONSELHO E DIRETORIA

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/SC

Presidente

Alcantaro Corrêa

Vice-Presidente

Sérgio Alexandre Medeiros

Entidades:

Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina – BADESC

Banco do Brasil S.A.

Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul – BRDE

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Santa Catarina – FAESC

Federação das Associações de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina – FAMPESC

Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina – FACISC

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina – FCDL

Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina – FECOMÉRCIO

Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras – CERTI

Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável – SDS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI/DR-SC
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/SC

Diretor Superintendente

Carlos Guilherme Zigelli

Diretor Técnico

Anacleto Ângelo Ortigara

Diretor Administrativo Financeiro

Sérgio Fernandes Cardoso

AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO - ALI

Aleisson Ludtke

Bárbara Samanta de Oliveira

Caroline Honório de Mello

Edivan Franz

Fabiele Schlickmann

Fernanda Carbonera

Fernando André Loch

Francieli Balem

Francieli F. Finger

Hedina Demarchi

Janaina Sachetti Pacheco

Jéssica Ramme Afonso

Larissa Da Fré

Marieli Aline Musskopf

Oender Pagliari

Sabrina Monteiro

Sebastiam Johann Batista Perini

Susan Letícia Galz

Vanessa Castanheiro

Consultores Seniores dos Agentes Locais de Inovação:

Airton Luiz Rigotto

Marcos Durval Sabota Breda

Ronaldo Valente Canali

Orientadora dos Agentes Locais de Inovação:

Edna Mara Baars

Contribuição técnica:

Gerente de Empreendedorismo e Inovação do SEBRAE/SC

Urandi Flores Boppré

Coordenação do Programa ALI - SEBRAE/SC

Luciana Sayuri Oda

Tatiane Mendes de Carvalho

Expediente:

Projeto editorial:

Alvo Conteúdo Relevante

Jornalistas Responsáveis:

Juliana Pamplona –SC-01401-JP

Aline Felkl –SC-02925-JP

Projeto Gráfico e Editoração:

Sanny Santiago

Fotos:

Renato Gama





Como empresários de Santa Catarina estão melhorando sua produção e crescendo no mercado com o projeto que incentiva a mudança

ÍNDICE

Palavra do Presidente

06

Palavra do Diretor Superintendente

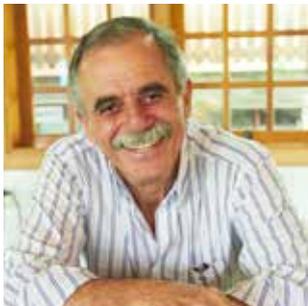
07

Apresentação

08



22
Tlic Rio



10
Grupo Kranz



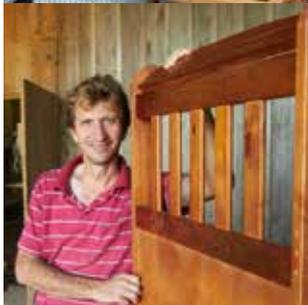
25
Cia da Casa



13
VRP Premium



28
Griims



16
Esquadrias Saraiva



31
Dipães



19
Dunati



34
Vaztec



37

Cerâmica Rolando Klitzke



52

Letuca



40

Móveis Nobreza



55

Escadas Santa Catarina



43

Sucos Vian



58

Ki-Chumbo



46

Vincenzi Reboques



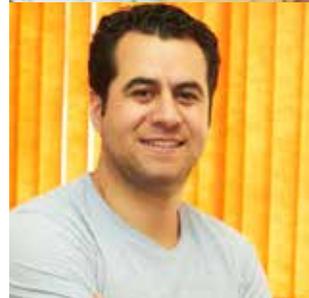
61

Casa da Cuca



49

AC&A do Brasil



64

Dias & Costa Móveis

PALAVRA

A competição que assegura a continuidade



Alcantaro Corrêa
Presidente do Conselho
Deliberativo do SEBRAE/SC

Há quase quatro décadas o SEBRAE atua no fomento ao empreendedorismo e no incentivo a ações que possibilitem a permanência no mercado das micro e pequenas empresas. E Santa Catarina é um terreno fértil para o desenvolvimento desse trabalho. Temos o quarto maior parque industrial do País, formado por algumas dezenas de grandes indústrias mas, em sua maior parcela, pelas menores. Nosso público-alvo abrange nada menos que 319 mil micros e 20 mil pequenas empresas.

E para isso contamos com uma coesa e capacitada equipe técnica e com uma rede de parcerias que nos permite promover um atendimento alicerçado em pesquisas, estudos, com metodologia, planejamento e programas específicos para oferecer soluções que contemplem a realidade socioeconômica de cada região. E, mais que isso, confiamos nossa missão à visão e ao conhecimento de profissionais que dedicam sua jornada ao fortalecimento de uma essência que é da natureza do povo catarinense: o empreendedorismo.

Nossa rede conta com 29 unidades próprias de atendimento no Estado, contemplando os principais municípios, com quase 200 pontos disponibilizados em parceria com entidades, e ainda com duas unidades móveis para alcance das cidades que não dispõem de equipes fixas do SEBRAE.

Sabemos que o caminho seguro para que uma iniciativa empreendedora tenha continuidade e não se perca ante a elevada carga tributária, a defasada infraestrutura e outros desafios do setor passa pela melhoria da competitividade das nossas MPEs. Permitir que elas tenham condições de concorrer e ganhar espaços no mercado é a meta que perseguimos.

E o projeto Agentes Locais de Inovação possui algo essencial no ambiente de negócio competitivo: o ato de inovar, em um produto, um processo, uma gestão. Tema já presente em outros programas do SEBRAE, como o Nova Economia@SC, desenvolvido por meio de polos industriais, e o Sinapse da Inovação, que fomenta a cultura empreendedora a partir de novas ideias - ambos conduzidos em parceria com o Governo do Estado de Santa Catarina, por intermédio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Sustentável (SDS), sendo que o Sinapse da Inovação ainda conta com a participação da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapes).

Este cenário ficará ainda mais positivo a partir dos recentes avanços legais que as micro e pequenas empresas conquistaram, capitaneadas pelo SEBRAE. No plano estadual comemoramos em especial a promulgação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e, na esfera federal, festejamos as alterações no Simples Nacional, garantindo que todo o processo burocrático possa se desenrolar na internet. Neste último tópico, Santa Catarina mostra-se mais uma vez na vanguarda, posto que a Junta Comercial do Estado já atua com sistema informatizado em parceria com alguns municípios.

Por fim, nada traduz melhor o certo enfoque do programa ALI do que o resultado da última pesquisa pela qual medimos o Índice de Competitividade das Micro e Pequenas Empresas Catarinenses, referente ao segundo semestre de 2013: 78,3% dos empreendedores consultados afirmaram que a inovação impactou positivamente no seu negócio, enquanto as empresas alcançadas pelo SEBRAE/SC têm competitividade maior do que as não atendidas pela entidade, e isso ocorre em todas as regiões do Estado.

Há sempre mercado para quem inova

A inovação é a maneira mais eficiente de fazer prosperar as micro e pequenas empresas. A cada nova marca lançada, a cada aprimoramento incorporado ao processo de produção, a cada relançamento de produto com novas funcionalidades ou características agregadas, a chance de ganhos de qualidade e de produtividade crescem, assim como a competitividade do negócio no mercado.

Neste sentido, podemos assegurar que o primeiro ciclo do Projeto ALI - Agentes Locais de Inovação em Santa Catarina foi um sucesso. Adotado pelo SEBRAE /SC em 2011, a partir de diretrizes estabelecidas pelo SEBRAE/NA, a iniciativa proporcionou a mais de mil pequenas empresas industriais de cinco cadeias produtivas - eletrometalmecânico, alimentos, têxtil e vestuário, madeira e móveis e construção civil - atendimento in loco, continuado, personalizado, especializado e totalmente gratuito, direcionado para o desenvolvimento da cultura da inovação.

Durante dois anos, Agentes Locais de Inovação, profissionais com nível superior nas mais diversas áreas do conhecimento que receberam treinamento intensivo em inovação e bolsas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), parceira do projeto, visitaram as empresas e auxiliaram os empreendedores a inovar produtos, processos e a gestão de seus negócios. Parte dos excelentes resultados deste trabalho pode ser conferida nesta edição especial.

Aliado a outras iniciativas que visam ampliar o acesso à inovação e a capacitação de micro e pequenas empresas para que façam a gestão do processo de transformar - Sinapse de Inovação, Startup SC e Nova Economia@SC, por exemplo -, o ALI é um importante avanço na superação de três desafios estratégicos do SEBRAE/SC: a difusão de uma cultura inovadora entre os empreendedores, a ampliação do acesso a serviços tecnológicos aos pequenos negócios e a prospecção de práticas vanguardistas em inovação.

Que o sucesso da empreitada sirva de motivação e exemplo para outras micro e pequenas empresas catarinenses, para que percebam a importância de buscar novidades para o seu desenvolvimento e o aprimoramento do ambiente de negócios no Estado. Afinal, a busca pela inovação é a busca por conhecimento e alternativas para melhorar uma empresa. E a empresa que inova é a que estará sempre preparada para continuar viva no mercado.



Guilherme Zigelli
Diretor Superintendente
do SEBRAE/SC



ALI, o impulso transformador

Num cenário em que o PIB do País cresceu apenas 2,3% em 2013, e que a produção industrial do Estado aumentou 2,1% no ano, segundo a Federação das Indústrias (FIESC), micro e pequenas empresas de Santa Catarina, por outro lado, viram suas expectativas superadas no mesmo período. Alcançaram expressivos resultados, como o impressionante faturamento 150% maior, conquistado pela Esquadrias Saraiva, de São Bento do Sul, a partir da mudança de comportamento do seu empreendedor e da participação da empresa em feiras, nas quais ganhou novos mercados.

No ano, houve empreendedor que tomou apenas uma decisão, e ela representou faturamento 50% maior já no mês seguinte. Foi o caso da Dunati, empresa do setor de alimentos de São José, que criou novo layout para suas embalagens, agora alinhado ao conceito dos produtos. E 2013 fechou ainda com um inédito resultado para uma indústria têxtil, a Tlic Rio, de Rio do Sul, que em 10 anos nunca havia obtido lucro. Seus sócios conseguiram pela primeira vez: foi de 3,6% sobre o faturamento, creditado às mudanças na gestão, um índice carregado de expectativas para o futuro.

São exemplos de empresas conduzidas por pessoas com espírito empreendedor, a quem um impulso transformador abriu um leque de oportunidades. Estas e outras 1.700 pequenas empresas de algumas cadeias produtivas do Estado (eletro-metalmecânico, alimentos, plástico, borracha, construção civil, calçados, têxtil, vestuário e acessórios, madeira e móveis) foram atendidas pelo programa Agentes Locais

de Inovação (ALI), criado em âmbito nacional pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e que teve sua primeira etapa em Santa Catarina desenvolvida entre 2011 e 2013.

Focado em promover a cultura da inovação nos pequenos negócios, base da indústria catarinense, com vocação econômica regional, o ALI contou com a atuação de 36 agentes, profissionais recém-graduados selecionados e capacitados pelo SEBRAE/SC para atuarem como bolsistas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Seu trabalho foi supervisionado e orientado por consultores seniores, profissionais credenciados e escolhidos também pelo SEBRAE/SC, sem custos para a empresa participante - que apenas investiu na implementação das ações sugeridas pelo programa.

A inovação como uma prática cotidiana nas empresas, a sua capacidade de promover o novo potencializada, empresários mais preparados para atuarem na gestão da inovação e a melhoria de sua competitividade eram algumas das metas do ALI. Enquanto a segunda etapa deste programa está em realização, esta publicação conta a história de 19 das pequenas indústrias contempladas na estreia do programa no Estado. Se a primeira edição deu certo? Bem, é de uma indústria de pequeno porte de Treze Tílias, município com apenas 6,5 mil habitantes no Meio Oeste catarinense, o Prêmio Nacional de Inovação 2013, concedido pelo governo federal. Mas essa história começamos a contar na próxima página!



Walter Kranz começou grupo com vinícola e, com aposta recente na tecnologia, sua empresa ganhou prêmio nacional

NOVA EMPRESA

Marca consagrada faz aposta na tecnologia

Fundado pelo descendente de austríacos Walter Melik Kranz, 64 anos, ex-presidente da montadora alemã Mercedes-Benz na China e no México, o Grupo Kranz, de Treze Tílias, traz a inovação do berço. O grupo divide-se hoje em quatro empresas: Kranz Transportes, Vinícola Kranz, Kranz Alimentos e Kranz Tecnologia. A lista de produtos inclui vinhos e espumantes de altitude, sucos de diversos sabores embalados a vácuo, sem conservantes, e geleias com

pedaços de frutas, as *schmiers*, também sem conservantes. A pioneira do grupo, Kranz Transportes, atende a Tirol, em Treze Tílias, empresa líder na comercialização de leite no Brasil.

Desde 2004, o empresário investiu mais de R\$ 10 milhões no grupo. Consciente da importância da inovação e da qualidade dos produtos, a Kranz importou da França, Itália, Áustria e Alemanha o maquinário para a fabricação dos

sucos e vinhos. De acordo com o sócio Walter Kranz Filho, 34 anos, a empresa sempre contou com a ajuda do Sebrae, “desde a primeira reunião em 2004”, como ele destaca. Segundo o empresário, a Kranz participou de 80% de todos os projetos coordenados pelo Sebrae em Santa Catarina. O projeto Agentes Locais de Inovação (ALI), em 2012, segundo Kranz Filho, ajudou a trazer para a companhia, o reconhecimento da Marca Kranz no mercado, influenciando desta forma o incremento nas vendas.



O empresário conta que as ações propostas pelo ALI apoiaram a Kranz a consolidar sua estratégia de acesso à terceiros, através da Kranz Tecnologia. “A ideia surgiu quando associamos o *know-how* adquirido, com a importação de tecnologias nas áreas de suco e vinhos, que já haviam se tornado comprovadamente um sucesso na implantação da Vinícola Kranz. A empresa passou então a importar tecnologias da Áustria, França e Alemanha, adaptando-as às necessidades dos produtores de sucos e vinhos brasileiros. A nova empresa foi lançada oficialmente em abril deste ano, nas feiras Envasa Brasil e Brasil Alimenta, em Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul. A Kranz Tecnologia não somente fornecerá ao mercado máquinas e equipamentos, como também dará todo apoio nos processos de produção, desde a matéria-prima até o produto final, processo denominado pela empresa como “sistema vinho e sucos”.

PRÊMIO NACIONAL COMO RESULTADO

De acordo com Kranz Filho, o ALI estimulou também a divulgação do braço tecnológico do grupo no Brasil e no exterior, além de ter sugerido aos empresários a inscrição em prêmios. O resultado não poderia ter sido melhor. Em abril de 2013, a Kranz Tecnologia foi a vencedora nacional na categoria Empresa – Agente de Inovação do Prêmio Nacional de Inovação do governo federal. O empresário comemora o resultado intangível da participação no projeto ALI, que é a admiração de clientes e fornecedores pela marca.

De fato, a combinação entre alta tecnologia, know-how em inovação e gestores humildes, sempre dispostos a aprender, sem medo de errar ou colocar a mão na massa, faz da Kranz uma empresa única. Walter Filho diz que todo o conhecimento repassado pelo ALI foi 100% aproveitado pelos administradores da empresa. Os próximos investimentos da companhia serão no ramo de alimentos. Walter Kranz pretende aumentar a linha de geleias, em seguida partir para os lácteos, com atenção especial para os chocolates, e depois desenvolver embutidos de carne com padrão europeu.



OS RESULTADOS

- Criação da Kranz Tecnologia
- Conquista do Prêmio Nacional de Inovação
- Valorização da marca
- Capacitação
- Divulgação estratégica

GRUPO KRANZ
Rua dos Pioneiros, 220 - Centro - Treze Tílias/SC
(49) 3537.0833 | vinhos@vinicolakranz.com.br

O casal Luiz Alberto Padilha
e Ana Carina Lunardelli
Padilha comemora
aumento de 100% no
faturamento em um ano



FILTRO PRÓPRIO

Desenvolvimento de produto muda uma história

O empresário Luiz Alberto Padilha, 57 anos, sócio da VRP Premium, de Balneário Camboriú, afirma que as mudanças incentivadas pelo ALI mudaram a história da empresa. A companhia desenvolve filtros e válvulas redutoras de pressão para sistemas hídricos de uma série de edificações, desde indústrias a residências. Em 2012, o programa Nova Economia@SC, sob a orientação do

Sebrae, subsidiou uma consultoria tecnológica para a empresa. E o que era para ser uma solução de corte de custos tornou-se um case nacional de sucesso, com direito a um lugar entre os três finalistas do Prêmio Nacional de Inovação do governo federal em 2013.

Luiz Alberto e a esposa e sócia Ana Carina Lunardelli Padilha, 46, queriam superar os entraves financeiros da importação de filtros

de bronze da China. “Precisávamos quitar todos os impostos antecipadamente, mas não recebíamos os pagamentos dos clientes com antecedência. Além disso, só podíamos comprar em grande quantidade, o que nos obrigava a acumular estoque e afetava a nossa lucratividade”, explicou o empresário. A ideia era começar a fabricar os próprios filtros. A consultoria então testou materiais que pudessem diminuir o preço e aumentar a qualidade do filtro catarinense em relação ao importado.

Com a ajuda dos consultores, a empresa trocou o filtro de bronze, um material nobre,

por outro de aço inoxidável e alumínio atóxico. O produto conseguiu entregar um resultado superior ao do importado. O novo filtro (o único no mercado que pode ser submerso) não melhora só a qualidade da água, mas evita que ratazanas, insetos e resíduos maiores obstruam caixas d’água e cisternas e eventualmente quebrem o motor de recalque do sistema hídrico. A VRP Premium terceirizou a produção para uma fábrica de Schroeder, no Norte do Estado, e alcançou uma redução de 40% nos custos, ao mesmo tempo em que incentivou a cadeia produtiva catarinense.



ESTOQUE PASSA A ATENDER DEMANDA

Segundo Luiz Alberto, outro ganho importante foi na composição do estoque. “Hoje produzimos sob demanda, não ficamos com produtos parados no estoque. Conseguimos um lucro real muito superior ao que tínhamos com o importado”, comemora. Os clientes também saíram ganhando, já que o prazo de entrega com o novo sistema diminuiu de 60 para 7 dias. E não dá para esquecer das vantagens ao meio ambiente. A empresa passou a reutilizar todos os materiais. O empresário conta que 2013 registrou um faturamento 100% maior que 2012. “E tudo isso por causa da inovação”, afirma o empreendedor.

Luiz Alberto, que trabalhava no setor têxtil, teve a ideia de abrir a VRP Premium depois que enfrentou como síndico um problema na tubulação do prédio em que morava e administrava. A vontade de melhorar um padrão tecnológico que o levou a empreender pode o tornou um dos cases mais emblemáticos de inovação em microempresas brasileiras. Superando 2.300 concorrentes, o empresário foi finalista do Prêmio Nacional de Inovação 2013.



OS RESULTADOS

- Diminuição de 40% nos custos
- Aumento de 100% no faturamento
- Empresa finalista do Prêmio Nacional de Inovação
- Desenvolvimento de produto pioneiro no mercado
- Reaproveitamento de resíduos

VRP PREMIUM

Av. Alvin Bauer, 169 – Centro - Balneário Camboriú/SC

(47) 3367-7773 | www.vrppremium.com.br

vrppremium@vrppremium.com.br



Mário Kurowsky seguiu diretrizes do ALI e viu sua empresa ganhar novos clientes e aumentar o faturamento em 150%

ABERTURA DE MERCADO

Feiras impulsionam a
Esquadrias Saraiva

A empresa Esquadrias Saraiva, de São Bento do Sul, nasceu de uma adversidade. Antes de abrir o negócio, em 2007, Mário Kurowsky, 48, trabalhou por quatro anos como gerente de produção de uma empresa de móveis para exportação em São Bento do Sul. Com a crise da valorização do real em 2010, que tornou os produtos brasileiros menos competitivos no mercado internacional, a empresa fechou as portas e Mário perdeu

o emprego. “Saí procurando trabalho, mas como não tenho formação, ninguém queria me contratar”, conta. O que não faltava ao empreendedor, por outro lado, era know-how e experiência. E como há males que vêm para o bem, Mário decidiu aplicar o conhecimento adquirido no seu próprio negócio.

A Esquadrias Saraiva, como o nome da empresa sugere, começou fabricando esquadrias de madeira para portas e janelas. Os dois anos

iniciais, contudo, serviram para mostrar que Mário não estava no caminho certo. O empresário se especializou então na produção sob encomenda de camas, bicamas, beliches e cômodas. Os negócios pareciam ir bem até o ALI, em 2012, mostrar o verdadeiro potencial da empresa. Mário conta que no início do programa o faturamento mensal da Esquadrias Saraiva era de R\$ 40 mil. No final de 2013, a empresa estava faturando R\$ 100 mil ao mês, um aumento de 150%.

Para o empreendedor, a iniciativa que mais se destacou no ALI foi o incentivo à participação em feiras, ação que a empresa nunca tinha feito antes. Com estande próprio, a Esquadrias Saraiva esteve em uma feira de Chapecó, onde fez contatos para a abertura de dois novos mercados: Goiás e São Paulo. Mário também participou da Móvel Brasil, em São Bento do Sul, com resultados excelentes. Em quatro dias, o empresário vendeu R\$ 220 mil e fez seis novos grandes clientes, que o procuram até hoje. O empreendedor elogia ainda a qualidade do Empretec, do Sebrae. “Se eu tivesse feito o curso antes de abrir a fábrica, teria feito tudo diferente”, declara.



MUDANÇA DE COM- PORTAMENTO E GANHO DE CAPITAL DE GIRO

A agente de inovação Sabrina Monteiro destaca que de todas as empresas que orientou pelo programa ALI, a Esquadrias Saraiva foi a que mais se destacou. Segundo ela, o que mais impressionou no case foi a transformação de comportamento do empreendedor. “Se quando cheguei à empresa, Mário não se mostrou muito animado, logo nos próximos dias ele já estava falando em alcançar o topo do gráfico de inovação no quesito organização, um dos calos da empresa”, diz.

Sabrina conta ainda que a Esquadrias Saraiva era o tipo de companhia em que o proprietário trabalha no dia a dia operacional. Durante o projeto, a agente viu essa característica mudar: “questionaram como ficaria a empresa quando o proprietário saísse para fazer o Empretec, ao que Mário respondeu que um negócio precisa funcionar mesmo sem a presença do chefe”, conta.

A agente destaca que outro gargalo resolvido foi o das vendas a prazo. “Via a aflição da Arlete (esposa do empresário) ao perceber que o pagamento das vendas que eles tinham feito no dia só viria meio ano depois”, diz Sabrina. Arlete ia ao banco resgatar as parcelas, mas tinha que arcar com um alto custo de juros. A orientação então foi para que a empresa promettesse aos clientes somente o pagamento das duas primeiras prestações sem juros. As restantes, levariam as taxas que a própria empresária tinha que pagar ao resgatar as parcelas antecipadamente no banco. A iniciativa gerou o efeito esperado: os clientes começaram a pagar as compras dentro de períodos mais curtos e a empresa foi conseguindo capital de giro para fazer investimentos e ampliar a fábrica.



OS RESULTADOS

- Aumento de 150% no faturamento
- Dois representantes comerciais em dois novos estados
- Gestão profissionalizada
- Formação de capital de giro
- Ampliação da fábrica



ESQUADRIAS SARAIVA

Rua Mathias Nosso, 2.990, Serra Alta, São Bento do Sul/SC
(47) 3633-2293 | moveis.saraiva@ig.com.br

Caio Martins e a esposa,
Bárbara Kindermann,
seguiram o ALI e viram sua
empresa ganhar o Prêmio
Abre da Embalagem
Brasileira



BASTOU UMA AÇÃO

Empresa alavanca negócio
com uma mudança

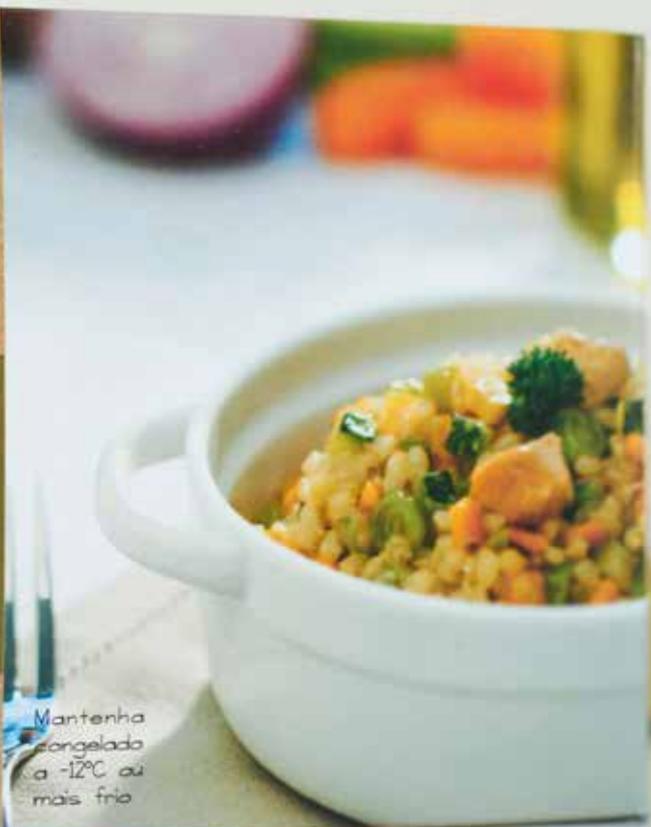
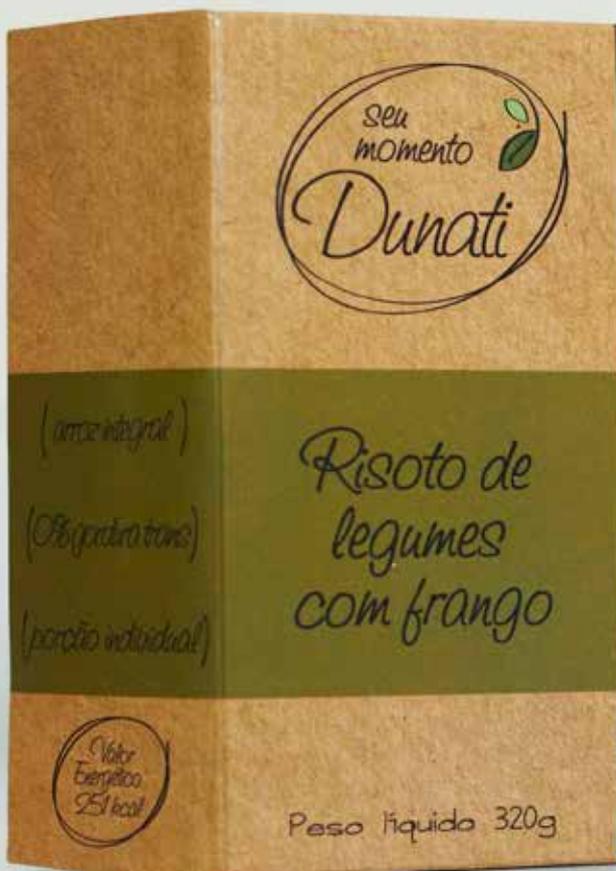
Para o empreendedor Caio Márcio Martins, 41 anos, a empresa Dunati, de alimentos saudáveis, é uma antes, e outra completamente diferente depois da atuação do ALI. É surpreendente saber que a transformação da companhia partiu de uma única ação, focada na identidade visual da marca. Foi a partir desta iniciativa que a empresa quase dobrou as vendas, fortaleceu sua imagem, criou novos produtos e iniciou um processo de ampliação de mercado.

A percepção de que as antigas embalagens dos alimentos congelados da Dunati estavam defasadas foi consenso entre o empresário, sua esposa e sócia, Bárbara Kindermann, e a agente de inovação Francieli Balem. “Percebemos que as embalagens não condiziam com o valor dos produtos, naturais e saudáveis”, observa a agente. E na opinião de Caio, a identidade visual da marca estava ultrapassada. Depois do diagnóstico, o próximo passo da agente foi indicar uma consultoria de design entre as empresas

cadastradas no quadro do Sebrae. Começava aí uma ação de branding, que alinharia as novas embalagens à marca.

Em maio de 2013, a Dunati adotou um recipiente em forma de trapézio e trocou o papel alumínio do interior por papel cartão. Já o papel da nova embalagem lembra o reciclado, e junto com a marca redesenhada e a foto do produto, a mensagem é de leveza

e sofisticação. O resultado da iniciativa foi imediato. De acordo com o empresário, o mês seguinte ao lançamento das embalagens registrou um aumento de 50% nas vendas. Naquele semestre, o faturamento da empresa subiu 70% em relação ao anterior e a empresa ainda ganhou o prêmio Abre da Embalagem Brasileira. Caio afirma que o investimento total em design, que também incluiu a criação de um site, foi de R\$ 50 mil.



Mantenha
congelado
a -12°C ou
mais frio

MARCA GANHOU VISIBILIDADE E REDUZIU CUSTOS PARA O CONSUMIDOR

O empreendedor explica que a ação deu resultados tão positivos não só porque tornou o produto mais atrativo aos consumidores, mas também porque abriu espaço para a empresa no mercado. “Com a mudança, os nossos clientes eram estimulados a dar mais visibilidade aos produtos nos pontos de venda”, diz. Além disso, o aumento da demanda e a boa aceitação incentivaram a Dunati a relançar produtos que não giravam antes, como a berinjela à parmegiana e o strogonoff de soja. A empresa ainda aproveitou o sucesso nas vendas para colocar novos produtos no mercado: o farfalle ao molho bechamel sem lactose, o espaguete à bolonhesa de soja e o risoto de legumes e frango.

O crescimento da empresa a partir das orientações do ALI fez com que Caio pudesse pensar hoje em metas mais ambiciosas. O empreendedor está planejando expandir seu mercado, em 2014, para os estados do Paraná e Rio Grande do Sul.

Caio é formado em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e já passou por companhias como HSBC, Bradesco e Sesi, onde trabalhou com consultoria no setor alimentício. Adquirida em 2010, a Dunati tornou-se o primeiro negócio próprio do empreendedor. Mas ela vem dando pistas de que será também o único, e com um longo período de existência.



OS RESULTADOS

- Crescimento semestral de 70% nas vendas
- Lançamento de novos produtos
- Fortalecimento da marca
- Passo inicial para conquista de novos mercados
- Prêmio Abre da Embalagem Brasileira

DUNATI
Rua Alcino Manoel da Silva, 425 - Praia Comprida
São José/SC | 48 3037-4518
dunati.com.br | contato@dunati.com.br

Uma das apostas do sócio Pedro Leal da Silva foi antecipar coleções para evitar meses sem faturamento



AHORA DA VIRADA

Tlic Rio alcança lucro pela inovação

Os Agentes Locais de Inovação do Sebrae vêm participando de um momento histórico para uma pequena empresa têxtil de Rio do Sul, a Tlic Rio. Há dois anos, o empresário Pedro Leal, junto com suas duas irmãs, assumiu a administração da companhia familiar, que há pelo menos uma década operava no prejuízo. Pedro acreditou na inovação para promover a virada nos negócios e pôde contar com o projeto ALI neste novo caminho. Os resultados de 2013 demonstraram que a aposta deu certo. Pela

primeira vez em uma década, a Tlic Rio fechou o ano com lucro.

“A empresa não tinha a cultura de inovar. Fui eu quem trouxe esse espírito. Até hoje encontro resistências e a mudança é lenta. É preciso mostrar os números para convencê-los”, afirma Pedro, que, no entanto, já consegue somar uma série de efeitos positivos das mudanças que implantou com a ajuda do Sebrae. A primeira ação que o empresário de 62 anos destaca é o projeto de economia de energia. Pedro fechou um acordo com a distribuidora de

energia elétrica de Santa Catarina, a Celesc, e precisou contratar um engenheiro, comprar novos transformadores e mudar a rotina de horas extras dos funcionários, tudo para economizar energia.

Segundo ele, a medida foi tão bem sucedida que, apenas com o menor custo mensal de energia, a empresa conseguiu pagar o investimento de R\$ 19 mil no projeto dentro de um ano e três meses. Os gastos por ano com eletricidade caíram de R\$ 22,7 mil para R\$ 17,3 mil - 23,4% menos. “Não sabia que era possível fazer este tipo de mudança, que acabou representando uma economia bem importante para a empresa”, diz o empreendedor.

As diretrizes do Sebrae, fornecidas pela agente Hedina Demarchi, também colaboraram com a reestruturação financeira da companhia indicando um novo sistema de custos, “mais preciso e adequado a empresas com o perfil da Tlic Rio”, como explica Pedro. O novo método deu uma base sólida à composição dos preços e ajudou o empresário a ter uma margem de negociação para atender aos pedidos de desconto dos clientes.

Para aumentar a produtividade e sustentar a virada nos negócios, a empresa investiu mais uma vez em inovação. Por sugestão do Sebrae, as 12 máquinas de costura manuais foram trocadas por novas eletrônicas, que aceleraram a produção e simplificaram o trabalho das costureiras. Outra mudança foi no layout da fábrica. Além de distribuir melhor o maquinário, a nova organização previu a ocorrência de enchentes na cidade, que alagavam o primeiro andar da fábrica. Todos os equipamentos essenciais, então, foram movidos para o segundo piso.



Edla Knopf da Silva, fundadora da Tlic Rio, entre as filhas Joziane Leal Ayroso e Léa Leal Moreira Ferro, todas sócias

COLEÇÃO ANTECIPADA E APOSTA NO E-COMMERCE

Movido pela vontade de voltar a crescer, Pedro Leal continuou fazendo mudanças na companhia mesmo depois da atuação do Sebrae. Responsável por inovação, mas também pela parte comercial, o empreendedor percebeu que era preciso antecipar o mostruário das coleções para os clientes e combater o faturamento zero em junho e dezembro. “Nestes meses os lojistas querem vender e não comprar”, explica o empreendedor. Em 2013, a Tlic Rio já antecipou em 10 dias as coleções. Para 2014, a expectativa é apresentá-las aos varejistas três semanas antes.

Ainda para superar os altos e baixos do mercado, o empresário planeja abrir uma loja própria da marca no promissor modelo de e-commerce. Enquanto isto, Pedro trabalha no aumento da produção para atender uma cartela de clientes que ficou de 30% a 40% maior em 2013. Além de vender para os três estados do Sul, no ano passado a Tlic Rio abriu caminho no varejo do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.



OS RESULTADOS

- A empresa deu lucro (3,6% sobre o faturamento) pela primeira vez em 10 anos
- Economia anual de 23,4% nos gastos com energia elétrica
- Compra de novos equipamentos
- Ampliação de 30% a 40% na cartela de clientes
- Maior capacidade de negociação de orçamento com os clientes

TLIC RIO
Rodovia SC-302, nº 5.530, bairro Laranjeiras, Rio do Sul/SC
(47) 3521-1922 | tlicio@tlicio.com.br | tlicio.com.br

Com capacidade produtiva 33% maior e faturamento de mais 50%, irmãos e sócios Genoci e André Machado Rodrigues comemoram mudança



A VEZ DE RENOVAR

Do desperdício de tempo e material ao lucro

Com o programa de inovação do Sebrae, a Cia da Casa, de Tubarão, evoluiu de uma empresa que “só tinha problemas”, como descreve o empresário André Machado Rodrigues, 33 anos, para outra que dá lucro, paga o salário dos sócios e banca investimentos. E a chave da mudança para o comércio de madeiras foi melhorar a gestão da produção. Os resultados das mudanças incentivadas pelo

Sebrae apareceram de um ano para o outro no balaço da empresa: o faturamento aumentou 50% em 2013 e a capacidade produtiva, 33,3%.

“Tínhamos um funcionário que trabalhava demais e outro de menos. As máquinas também não estavam nos lugares devidos. O programa mudou o layout da fábrica. A produção ficou mais eficiente e passamos a evitar desperdício de tempo e de material”, conta o empreendedor,

que tem como sócio o irmão, Genoci Machado Rodrigues, 47 anos.

André afirma que a capacidade produtiva da empresa aumentou em 2013, depois da atuação do Sebrae. Segundo ele, sem comprar novas máquinas, aumentar o tempo de produção ou o número de funcionários, a empresa está fabricando hoje 33,3% mais dentro de uma mesma linha de produtos em comparação ao que confeccionava em 2012. Em maior volume, são produzidas madeira beneficiada para construção e portas.

Além de orientar para a implementação do Planejamento e Controle de Produção (PCP), a agente de inovação do Sebrae Janaina Sachetti propôs à Cia da Casa o sistema 5S. Nele, são colocadas em prática as cinco palavras iniciadas com a letra s em japonês, tão conhecidas no ambiente corporativo: utilização, ordenação,

limpeza, saúde e autodisciplina. A medida, aliada às mudanças na produção, reduziu em 15% o desperdício de matéria-prima.

André Rodrigues, que já atuava como administrador, mas no ramo da informática, diz que entrou para o setor madeireiro por acaso. Segundo o empresário, ele e o irmão abriram o negócio em 2009 a convite de um antigo sócio, que acabou saindo da empresa no início. Sem experiência na atividade, foram aconselhados no sindicato trabalhista da região a buscarem o auxílio do Sebrae. Passaram então pelo programa de inovação e também pelo Empretec, onde aprenderam noções gerais e valiosas de como administrar um negócio. “Eu já conhecia as ferramentas de gestão financeira, mas o meu grande problema era enxergar como gerar lucro. E foi aí que o Sebrae me ajudou. Consegui aumentar a taxa de lucro em até 30%”, comemora.



NOVA LINHA REAPROVEITA E AGREGA VALOR A SOBRAS

Evitar o desperdício e aprender a reutilizar os materiais não só reduziu os custos como abriu espaço para uma nova linha de produtos da empresa. “Antes vendíamos um saco de lenha, com a madeira que restava, por R\$ 2. Hoje, transformamos o mesmo saco de lenha em cachepô para plantas ao preço de R\$ 100”, comemora André. A Cia da Casa também começou a produzir mobiliário rústico, além de outros pequenos móveis e acessórios de floricultura. A nova linha aumentou em 31% as vendas e em 50% o faturamento da empresa frente a 2012. Segundo Rodrigues, 30% da matéria-prima para estes novos produtos vêm da madeira que seria colocada fora.

E os resultados do programa Agente Locais de Inovação (ALI) continuaram aparecendo em cascata. A ampliação do portfólio estimulou a contratação de dois funcionários, totalizando quatro colaboradores hoje. A nova linha e os preços diferenciados aumentaram a freguesia. A Cia da Casa contou em 2013 com 997 clientes cadastrados, 321 a mais que no ano anterior.

Na visão do empresário, a adesão ao Agentes Locais de Inovação foi um divisor de águas na história da empresa. Ele destaca a importância do atendimento continuado do programa e aconselha os empreendedores a aproveitarem cada oportunidade de aprendizado para inovarem sempre.



OS RESULTADOS

- Aumento de 50% no faturamento
- Aumento de 31% no volume de vendas
- Nova linha de produtos
- Aumento da taxa de lucro em até 30%
- Aumento de 33,3% da capacidade produtiva

CIA DA CASA
Rua Manoel Miguel Bittencourt, 95 - Humaitá de Cima
Tubarão/SC | (48) 3626-2500
contato@ciadacasatb.com.br | ciadacasatb.com.br



Com quatro anos de empresa, Iuri Selonki planejou estrategicamente, e por isso faz investimentos e fatura mais 56%



UM SALTO

Griims se preparou para crescimento planejado

Logo nos primeiros anos da Griims Gravação em Metal, de Joinville, o ALI entrou no dia a dia da empresa com o papel de preparar os gestores para um salto de produção e vendas. O primeiro passo foi incentivar a capacitação. O sócio Iuri Selonki fez o curso Empretec e a empresa contratou uma consultoria em Design de Embalagens e outra de Planejamento, Programação e Controle de Produção. “Aprendemos muitas coisas que

não sabíamos fazer. Criamos um planejamento estratégico e tivemos novos aprendizados sobre administração e gestão de pessoas. A nossa intenção é profissionalizar a empresa, que agora está no quarto ano”, conta Iuri. Ian Selonke, irmão de Iuri, e Jones Selonke, o pai, completam o time de sócios da companhia.

Sob a orientação do agente de inovação Sebastian Johann Batista Perini, a Griims também arrumou a casa, implantando o

sistema 5S e alterando o layout da recepção. A produção e o mix de produtos foram impulsionados por novas máquinas, entre elas uma de laser para gravação em acrílico, que foi comprada com financiamento do BNDES. O investimento de R\$ 70 mil no equipamento fez parte de uma nova estratégia na empresa: a de produzir troféus e placas de premiação, aumentando o valor agregado do serviço, ao invés de oferecer somente a gravação.

Com a ajuda do ALI, a empresa combinou a estratégia a uma iniciativa para aquecer as vendas. A Griims passou a oferecer premiações sob encomenda para campeonatos. Só para o aniversário de 90 anos da Federação Catarinense de Futebol, em 2013, produziu 300 troféus. Também foi a responsável pelas premiações do torneio mundial WTA Brasil Tennis Cup, em Florianópolis, do Athina Onassis International Horse Show, no Rio de Janeiro, da Copa Santa Catarina de Futebol e também do Campeonato Catarinense de Futebol. Em 2012, a companhia alcançou um faturamento de R\$ 270 mil. Já no ano seguinte, a Griims faturou R\$ 420 mil, um incremento de quase 56%.



Profissionalizando a companhia: Flaviana Bueno da Silva, esposa do sócio Iuri, entre Eduardo Miranda, seu marido, Phillip Parucker e Rafael N. da Silva



FOCO EM TRÊS SEGMENTOS AUMENTA RENTABILIDADE

luri conta que a empresa tinha um mix muito diversificado de produtos, que até atrapalhava na rentabilidade. A Griims foi então reduzindo a produção para os três segmentos mais demandados: premiações, comunicação visual e gravação industrial. Neste último ramo, a empresa se destaca com o trabalho em motores de montadoras como Ford, Toyota, Chevrolet, Wolkswagen, Mitsubishi e Citroën.

O empresário comemora a situação atual do mercado de consumo brasileiro, especialmente no que diz respeito à redução de impostos no setor automobilístico. Para ele, o mercado da Griims está em franca expansão, com os “clientes aparecendo automaticamente” e é por isso que a empresa planeja investir ainda mais em inovação e novos equipamentos. O sócio Jones Selonke, responsável pela administração financeira, afirma que a expectativa é investir aproximadamente R\$ 200 mil, só neste ano, na compra de máquinas mais modernas. O gestor espera que o faturamento da empresa em 2014 ultrapasse os R\$ 600 mil, o que significa um salto de quase 50% em relação ao resultado do ano anterior.

Segundo Jones, o ALI teve uma participação importante nesse processo de crescimento da empresa. “Eu tenho experiência com administração, porque durante décadas trabalhei no Banco do Brasil como gerente. Mas sinto que os outros sócios amadureceram muito como gestores depois do programa. Espero que mais empresas tenham a sorte de receber esse auxílio do Sebrae”, resume.



OS RESULTADOS

- Aumento de 56% no faturamento
- Nova área de atuação
- Novas máquinas
- Capacitação
- Projeção de crescimento de 50% em 2014



GRIIMS GRAVAÇÃO EM METAL

Rua Anita Garibaldi, 2.048 – Anita Garibaldi – Joinville/SC
(47) 3029-3740 | griims@griims.com | www.griims.com

Volmir Antônio Meotti começou com mil peças em 2004 e hoje, após integrar o ALI, fabrica um milhão de unidades de pães por dia



DNA INOVADOR

Panificadora pensa à frente desde o seu início

Com um olhar atento para a inovação, o empreendedor Volmir Antônio Meotti fez da alimentícia Dipães uma empresa pioneira desde o berço. Filho de proprietários de um pequeno mercado com padaria na cidade de São Miguel do Oeste, em Santa Catarina, o empresário conheceu em uma palestra da associação supermercadista do Estado (Acats) o pão francês congelado e decidiu torná-lo

o primeiro produto de fabricação própria da empresa. A inovação representou o impulso inicial da criação da Dipães, em 2004, até então uma das únicas indústrias brasileiras a investir na nova modalidade de panificação.

O empreendedor estava certo de que a técnica seria um bom negócio, mas não tinha dinheiro para dar o primeiro passo. Ele fez então um financiamento e importou uma máquina

italiana. Para não ter gastos com o aluguel e conseguir quitar a dívida no banco, Meotti iniciou a fabricação dos pães congelados dentro do mercadinho da família. Também comprou uma moto com o que ganhou no sorteio Baú da Felicidade e com ela seu irmão fazia as entregas. “No começo tive que economizar para ter uma empresa enxuta, mas não deixei de gastar com matéria-prima. Sempre comprei a melhor farinha para vender o melhor pão”, ressalta.

Em 2006, sentindo que a empresa estava prosperando, Meotti fez uma viagem para a Alemanha para aprimorar as técnicas de congelamento. Foi lá também que descobriu a panificação voltada para a saúde, começando a fabricar na empresa os pães vitaminados e de diferentes grãos. A inovação deu tão certo que, hoje, os pães saudáveis, como os de chia, soja ou fibras, são os campeões de venda da marca. “Começamos a produzir este tipo de pão quando ninguém no Brasil falava disso ainda” destaca o empresário.

Já os originais pães franceses congelados venderam tanto que esgotaram a pequena capacidade que a fábrica tinha inicialmente. Em 2013, no entanto, e orientado pelo Agentes Locais da Inovação (ALI), o empreendedor inaugurou um centro de distribuição em Itajaí para atender ao Litoral de Santa Catarina com a venda de uma única linha, a de pães congelados.

Volmir sempre demonstrou habilidade em encontrar saídas inovadoras para enfrentar os desafios do mercado. Em 2007, driblou

a disparada no preço da farinha de trigo produzindo pães com fécula de mandioca. A iniciativa gerou até publicidade instantânea para a empresa, tornando-se notícia na mídia estadual. E foi respeitando este DNA inovador que o empresário não pensou duas vezes antes de aceitar o convite do Sebrae-SC para participar do programa ALI em 2011. Como resultado, a empresa, que já vinha crescendo a um ritmo de 30% ao ano, passou a ter um incremento anual nas vendas acima dos 40% a partir de 2012.



QUALIDADE E NOVO DESIGN DE EMBALAGEM GUIAM CRESCIMENTO

Para Volmir, duas foram as mudanças que mais trouxeram resultado, incentivadas pela agente Francieli Fátima Finger. Na primeira, a Dipães contratou uma agência do Rio Grande do Sul para reformular as embalagens dos produtos. Segundo o empresário, o novo design foi responsável por 30% no incremento das vendas. Volmir destacou ainda a implementação de Boas Práticas de Fabricação, com foco na qualidade higiênico-sanitária da produção.

Em 2009, na transferência da fábrica de São Miguel do Oeste para Paraíso, ainda na região Extremo Oeste, a Dipães tomou o cuidado de adaptar o local aos padrões de fabricação recomendados pelo Sebrae. Na análise do empreendedor, além de melhorar a apresentação dos pães nas novas embalagens, a empresa conseguiu com o programa aumentar a qualidade dos alimentos, tanto na textura quanto no sabor. Hoje, a capacidade de produção da empresa é de 1 milhão de unidades ao dia. Em 2004, ano de sua fundação, o volume era de mil peças diárias.



OS RESULTADOS

- Incremento de 40% nas vendas em 2012
- Incremento de 47% nas vendas em 2013
- Diminuição de 10% na perda de produtos
- Novas embalagens
- Aumento de qualidade

DIPÃES
Rodovia BR-282, Km 669 - Área Industrial
Paraíso/SC | (49) 3627-0485
dipaes@dipaes.com.br | dipaes.com.br

Para o empreendedor Vanderlei Barbosa Vaz, com melhorias propostas pelo ALI a Vaztec passou "de uma oficina mecânica bagunçada para um consultório médico"



ALÉM DA EXPECTATIVA

Melhorias na empresa impulsionam colaboradores

Na Vaztec Indústria e Comércio, empresa do setor metalmeccânico de Chapecó, as mudanças estimuladas pelo Agentes Locais de Inovação (ALI) geraram impactos além dos que estavam previstos no papel. Quando questionado sobre os principais resultados das consultorias, o proprietário Vanderlei Barbosa Vaz, 41 anos, cita a motivação dos seus colaboradores. "Não fizemos nenhum trabalho focado

em Recursos Humanos. O estímulo dos funcionários veio como consequência natural da melhora na empresa", afirma o empreendedor. O programa do Sebrae-SC também abriu os olhos do empresário para uma linha de produtos até então pouco explorada, que acabou se tornando o carro-chefe da Vaztec: a fabricação de equipamentos para frigoríficos, lembrando que o principal mercado da empresa é a agroindústria.

Segundo Vanderlei, a ação de maior influência sobre o ambiente de trabalho foi a organização da fábrica e da recepção. A sugestão de implementar o 5S (utilização, ordenação, limpeza, saúde e autodisciplina) feita pela agente Jéssica Ramme Afonso incentivou a instalação de estantes na recepção. As peças prontas, que antes ficavam no balcão de entrada, passaram a ocupar seus devidos lugares etiquetados nas prateleiras. O local de produção das peças também ficou mais organizado. A Vaztec implantou inclusive uma rotina de organização dos setores. Agora todos os funcionários colaboram diariamente com a arrumação nos 15 minutos finais do expediente. A empresa melhorou ainda o visual da recepção e da fachada, fazendo Vanderlei acreditar que



o ambiente da Vaztec passou “de uma oficina mecânica bagunçada para um consultório médico” com o programa.

O impacto que as mudanças tiveram sobre a motivação dos colaboradores – desde a disciplina até a interação pessoal – abriu caminho na empresa para ações de incentivo à inovação. O empresário começou a fazer uma reunião semanal com os 10 funcionários para ouvir sugestões e definir o planejamento. Com apoio do ALI, a empresa também organizou os seus processos: agora o tempo de produção de uma peça é controlado e registrado, facilitando a conclusão dos orçamentos. Além disso, os prazos de entrega estão mais rígidos e há uma definição de prioridades.

NOVO PRODUTO E AUMENTO DE 20% NA MARGEM DE LUCRO

Vanderlei, que antes de criar a empresa em 2006 já tinha anos de experiência no ramo metalmeccânico, conta que conseguia identificar os problemas e necessidades da Vaztec, mas sem colocar em prática as mudanças necessárias. Durante a atuação do ALI em 2012, o empresário percebeu que um produto com que pouco trabalhava podia ser na verdade o mais lucrativo do negócio. Seguindo as orientações das consultorias implementadas a partir do programa, Vanderlei investiu suas fichas na fabricação de equipamentos para frigoríficos, conseguindo aumentar sua margem média de lucro em 20%. Ele também contratou quatro funcionários para trabalhar somente nesta linha.

Segundo Vanderlei, a curva de crescimento mais interessante nos números da empresa foi a da lucratividade, antes mesmo que a do faturamento. Em 2013, a Vaztec faturou 20% a mais que no ano anterior. “O aumento nas vendas não foi tão significativo, mas se considerarmos que não tivemos ampliação da fábrica naquele ano, 20% é um bom resultado”, pondera o empresário. A expectativa de Vanderlei é crescer mais 30% até 2015 e de contratar outros seis funcionários exclusivos na linha de equipamentos para frigoríficos.



OS RESULTADOS

- Aumento de 20% na taxa de lucro
- Incremento de 20% no faturamento anual
- Contratação de quatro funcionários e aumento da motivação dos colaboradores
- Nova linha de produtos
- Melhora estética da fábrica, recepção e fachada

VAZTEC INDÚSTRIA E COMÉRCIO
Rua Viena, 490-E – Líder – Chapecó/SC
(49) 3323-5897 | vaztec@vaztec.com.br | vaztecindustria.com.br



Equipamentos e matéria-prima de qualidade: casal Andreia e Marcos Klitzke perde hoje 5 unidades a cada 5 mil tijolos; antes eram 600

NA ERA MODERNA

Novas máquinas dão produtividade a antiga fábrica

Para o jovem casal de empreendedores Andreia e Marcos Klitzke, o ALI foi o incentivo de que precisavam para continuar batalhando pelo negócio próprio. E não se trata de qualquer negócio. Os dois administram uma fábrica de tijolos com mais de 40 anos, onde Marcos passou grande parte da sua vida brincando e ajudando os pais no trabalho. Como conta a sua esposa Andreia, quando assumiram a gestão da Cerâmica Rolando Klitzke, em 2000,

encontraram maquinários e técnicas antigas, que durante anos afetaram a qualidade dos produtos, reduziram a produtividade e aumentaram os custos, bem como as perdas de material. Isto, até a atuação do Sebrae, em 2012.

“O ALI veio em ótima hora. No início de 2012, estávamos em dúvida se continuaríamos com o negócio. Não víamos futuro. Tudo o que nós ganhávamos era usado para pagar as

despesas do mês na fábrica. O Sebrae fez com que enxergássemos a empresa com outros olhos”, afirma Andreia. Com a ajuda da agente de inovação Bárbara Samanta de Oliveira e de consultores do Sebrae e Senai, o casal começou o programa resolvendo o problema de produtividade.

Os empreendedores acrescentaram ao sistema de produção uma nova máquina, o laminador, que corta o barro e evita que pedras e raízes se prendam a outros equipamentos no processo. De acordo com Andreia, era necessário parar a produção por 15 minutos a cada hora de trabalho, quando algum resíduo do barro se prendia a outras máquinas. Com o laminador, o tempo de pausa para solucionar algum entrave diminuiu para 5 minutos. O casal adquiriu também um novo forno e um sistema mais moderno de queima dos tijolos. Os aparelhos

conseguiram reduzir o tempo de fornada em quatro horas. Outra aquisição foi a mini estufa, que tornou possível uma secagem mais rápida dos tijolos. O resultado das mudanças na produtividade foi imediato. A produção da cerâmica saltou de 80 mil peças ao mês para 100 mil, um ganho de 25%.

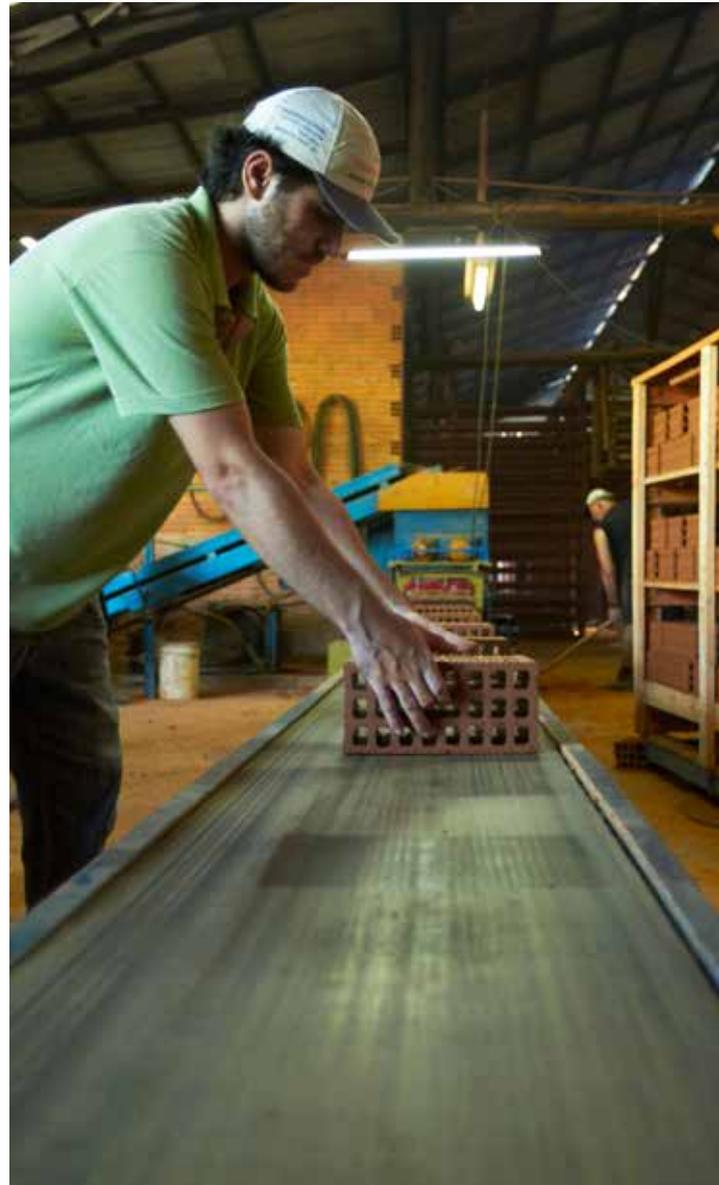
Andreia e Marcos conseguiram ainda diminuir consideravelmente as perdas de produto. O Senai fez testes em laboratórios e chegou à argila que poderia conferir maior resistência aos tijolos. Os empresários seguiram a orientação do centro de ensino, alteraram a matéria-prima, e acabaram reduzindo as perdas de 12% da produção para surpreendentes 0,1% do total fabricado. “De 5 mil tijolos que produzíamos antes, 600 quebravam. Agora, deste mesmo total, apenas 5 quebram”, comemora a empresária.



PRODUTO MAIS RESISTENTE E AGORA EM IMPORTANTE MERCADO

O que era para ser uma solução contra as perdas acabou também dando um ganho de qualidade aos produtos. Os tijolos ficaram mais resistentes e além disso ganharam uma abertura retangular central, mais fácil de manusear. Mas, para Andreia, a grande medida responsável pelo aumento de 10% nas vendas foi a criação de um site. Hoje, segundo ela, 10% de todos os pedidos vêm da plataforma online. “Até paramos de divulgar o site, porque a nossa produção não estava dando conta de atender a procura”, diz.

Situada em Benedito Novo, no Vale do Itajaí, a cerâmica conquistou novos mercados, além das cidades da região e de Navegantes e Penha, as quais já atendia. Agora, a empresa também vende para Balneário Camboriú, um forte mercado no setor de construção civil no Brasil. Para 2014, as perspectivas continuam boas. Os empreendedores esperam recuperar neste ano o investimento de R\$ 35 mil nos novos equipamentos e construir um galpão para uma estufa maior, aumentando a produção. Andreia e Marcos querem ainda diminuir o tempo de entrega para os clientes, continuar operando no lucro e registrar um aumento de 10% nas vendas.



OS RESULTADOS

- Maior qualidade do produto
- Redução considerável do tempo de produção
- Produção 25% maior
- Aumento de 10% nas vendas
- Lucro

CERÂMICA ROLANDO KLITZKE
 Rua Pedro Maus, 2.030 – Benedito Novo/SC
 (47) 3385-0258 | ceramica_klitzke@hotmail.com
ceramicaklitzke.com.br

Mauro Romeu Adada mudou o foco do negócio e, com o projeto ALI, investiu em máquinas, ganhou visibilidade e profissionalizou a gestão



ENFIM, REALIZADO

Empresário vê a sonhada
fábrica faturar mais

A história de Mauro Romeu Adada, 40 anos, é uma inspiração para quem tem o sonho de empreender, mas ainda não ganhou confiança para começar. O empresário iniciou sua trajetória nos negócios aos 17 anos com uma pequena fábrica de brinquedos de madeira. Hoje, Mauro administra uma empresa de móveis que fatura R\$ 160 mil ao mês. O Sebrae teve o privilégio de acompanhar o último salto no

crescimento da empresa, a Móveis Nobreza, com o programa ALI, que orientou as decisões do empreendedor em 2012 e 2013.

Percebendo que a cidade de Papanduva, no Planalto Norte do Estado, não poderia fornecer material suficiente para a sua fábrica de brinquedos, Mauro decidiu se mudar para São Bento do Sul, o polo da indústria da madeira em Santa Catarina. O empresário conta que ele e a mulher chegaram sem nada

na cidade e tiveram que morar de favor na casa de um familiar. Mauro trabalhou então por seis anos em uma fábrica de móveis, sem contudo desistir do sonho de abrir a própria empresa.

A experiência como funcionário serviu para lhe mostrar que o seu verdadeiro talento era empreender. “Em dois anos, virei supervisor da empresa e tive que liderar pessoas que estavam lá há 20 anos e que inclusive me ajudaram no início”, conta o empresário. Além de se dar conta da sua verdadeira vocação, Mauro diz que, no cargo de gestão, adquiriu competências de liderança, aprendendo qual era a melhor maneira de se relacionar com as pessoas em uma empresa. “Hoje, se preciso viajar durante dias para tocar a

parte comercial, posso ficar tranquilo em deixar a empresa nas mãos dos funcionários. Lembrando que nunca precisei ser um chefe autoritário para isso”, diz.

No início dos anos 2000, o empreendedor saiu da fábrica em que trabalhava e abriu a tão sonhada empresa de brinquedos, agora em São Bento do Sul. Mas já na primeira remessa que produziu, percebeu que o negócio não era rentável. Ele então mudou de estratégia, aproveitou o know-how adquirido na empresa em que trabalhava e abriu ao lado de casa a Móveis Nobreza. Ele começou com um galpão de 200 metros quadrados e hoje projeta transferir a fábrica para outro de 700 metros quadrados em no máximo dois anos.



PRODUÇÃO TRIPLICA E FATURAMENTO CRESCER 167%

A Móveis Nobreza terminou 2012 faturando R\$ 60 mil ao mês. Com o suporte do ALI, o faturamento mensal saltou para R\$ 160 mil no fim de 2013, um aumento de quase 167%. Mauro conta que a empresa triplicou a produção neste tempo, melhorando a organização da fábrica sob a orientação da agente de inovação Caroline Honorio de Mello e fazendo investimentos significativos (R\$ 250 mil) em novas máquinas, entre elas a CNC, de corte de chapas de madeira, que sozinha aumentou a produtividade em 70%. O empreendedor afirma que, não fosse o pagamento dos investimentos, seu lucro teria sido de R\$ 200 mil no ano passado. Ele projeta quitar as dívidas dentro de cinco anos.

Para fazer jus ao aumento da produção, aquecendo as vendas, o ALI orientou o empresário a participar da Feira Móvel Brasil 2013, em São Bento do Sul. A estratégia não poderia ter sido mais acertada. Com um estande próprio no evento pela primeira vez, a empresa vendeu cerca de R\$ 30 mil, conseguiu oito novos clientes e abriu representação comercial em mais um Estado, o Paraná. Outra decisão que impactou positivamente o faturamento foi terceirizar parte da produção. O empreendedor explica que o sucesso da iniciativa esteve em terceirizar também os custos. À Moveis Nobreza, cabe a parte da prospecção do cliente, o design do produto e a pintura final.

Mauro também investiu em capacitação e em novas ferramentas de controle financeiro. “Quando trabalhei na empresa de móveis, ganhei do meu chefe um curso de gestão de dois anos. Mas ano passado fiz o Empretec e percebi que aprendi mais em uma semana do que em todo aquele tempo” afirma o empresário. No início do ALI, Mauro contratou uma consultoria financeira, que o auxiliou a calcular todos os custos de cada peça produzida e a ganhar segurança na tomada de decisões.



OS RESULTADOS

- Produtividade triplicou
- Aumento de 167% no faturamento
- Novos clientes
- Novos produtos
- Capacitação



MÓVEIS NOBREZA
Rua Imigrante Ignatz Rorhbacher, 86 - Schramm
São Bento do Sul/SC | (47) 3634-3360
nobrezameveis@hotmail.com | moveisnobreza.blogspot.com.br



Projeção do fluxo do estoque e melhoria no atendimento ajudaram os irmãos e sócios Júlio e Adriano Vian a começar a lucrar

DA HERANÇA AO NOVO

Sucos Vian alia conhecimento à tradição familiar

Após formados, os irmãos Júlio Cesar Vian, 28, e Adriano Vian, 24 anos, escolheram desconsiderar o mercado de trabalho que batia à porta para encarar o desafio de abrir um negócio próprio. Adriano é técnico em alimentos com cursos no Senai e Senac, e Júlio Cesar é bacharel em Biotecnologia pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Os dois uniram o conhecimento à herança italiana da família, que costumava

produzir sucos de uva para consumo próprio, e criaram, em 2007, a Sucos Vian, situada em Pinheiro Preto, no Oeste. Em 2012, o ALL entrou nesta história sendo em grande parte responsável pelo primeiro ano lucrativo da empresa.

As sugestões da agente de inovação Larissa da Fré converteram-se em resultados importantes para a guinada dos irmãos Vian. O faturamento da Sucos Vian cresceu 15% em

2012, 25% em 2013 e, para 2014, a expectativa é de um faturamento 65% maior do que no ano passado. Orientados a buscar novos mercados, os empreendedores conquistaram 35% mais clientes, em sete estados: São Paulo, Paraná, Pernambuco, Paraíba, Ceará, Alagoas e Amazonas. E para começar os novos negócios com o pé direito, a Sucos Vian melhorou o atendimento aos clientes e acelerou os prazos de entrega.

Um dos pontos mais trabalhados pela agente de inovação foi o atendimento. Durante a atuação do ALI, a empresa avaliou a satisfação dos clientes através de e-mails e ligações e manteve o registro das reclamações em uma planilha específica. Adriano atribui o “resultado

excelente” das ações à maneira prática com que o sistema trata das insatisfações do cliente. Segundo ele, a relação da cooperativa com os seus consumidores, e até mesmo com cooperados e colaboradores, melhorou depois da participação no projeto do Sebrae/SC.

Os irmãos Vian também organizaram os pedidos e produtos do estoque em uma planilha, o que tornou possível fazer uma projeção do fluxo do estoque para até 50 dias. “Antes os pedidos eram feitos só verbalmente, não tínhamos controle. A gente prometia o prazo de 10 dias para entregar e a compra realmente levava este tempo para chegar à casa do cliente. Agora, prometemos o mesmo prazo, mas conseguimos fazer a entrega dentro de cinco dias”, comemora Adriano.



FOCO EM ORGÂNICOS E PREOCUPAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE

Os empreendedores aproveitaram a oportunidade trazida pelo projeto ALI para comprar novos equipamentos. Foram R\$ 240 mil investidos, os quais Adriano projetou recuperar ao fim de quatro anos. A empresa também investiu em uma produção mais limpa. Além de aplicar as Boas Práticas de Fabricação (BPF), preocupou-se com sustentabilidade. Em 2012, a Sucos Vian recebeu o selo SOS Sustentar de responsabilidade socioambiental, além do reconhecimento pela utilização de produtos orgânicos.

Dentro de mais uma ação do ALI na empresa, os selos foram parar nos rótulos dos sucos, que ganharam um novo design. Os irmãos, em seguida, aumentaram a visibilidade da empresa com participação em feiras, como na então recém-lançada SC Gourmet, em Blumenau, e na Exposuper, da Associação Catarinense de Supermercados (Acats). Além de produzir o suco de uva, que foi o grande responsável pelo início do negócio, a cooperativa tem uma extensa linha de sucos integrais das frutas abacaxi, caju, acerola, tomate, maçã, maracujá, laranja, pêssgo, manga e goiaba.



OS RESULTADOS

- Aumento de 25% do faturamento em 2013
- Crescimento de 35% na cartela de clientes
- Novos equipamentos
- Selo SOS Sustentar
- Contratação de seis funcionários

SUCOS VIAN

Linha Santo Isidoro, s/nº - Bairro Interior

Pinheiro Preto/SC | (49) 3562-1405

atendimento@sucosvian.com.br | sucosvian.com.br

Por sugestão do Sebrae, Sidnei Vincenzi mostrou seus reboques em eventos e os ofereceu como prêmios em rodeios, ampliando mercados



CONEXÃO DIRETA

Empresa cresce de olho na
necessidade dos clientes

A Vincenzi Reboques é uma empresa que nasceu dos pedidos de seus clientes e que até hoje baseia sua produção na necessidade do consumidor. Em 2005, o proprietário Sidnei Vincenzi, 38 anos, resolveu ampliar o mix de produtos, composto de peças metalúrgicas e estruturas metálicas, para algo mais específico e com valor agregado: os reboques de veículos para o transporte de motos e cavalos. O novo produto, que partiu

do pedido de um amigo e cliente, foi tão bem sucedido nas vendas que acabou se tornando o único da empresa apenas dois anos depois, em 2007.

Os reboques ficaram conhecidos principalmente entre o público que frequenta rodeios, populares na região de São Miguel do Oeste, a cidade da empresa. E foi este mesmo público que incentivou a fabricação de pequenos trailers para os frequentadores

que também acampavam nos eventos. Hoje, os trailers estão entre os campeões de vendas da Vincenzi Reboques.

Seguindo essa conexão da empresa com o público alvo, uma das estratégias do agente de inovação Oender Pagliari para alavancar as vendas foi sugerir a participação do empresário em uma feira agrícola de Vacaria, no Rio Grande do Sul. Sidnei acredita que a divulgação dos

produtos no evento, com a distribuição de 10 mil folders, oferece impacto nas vendas por um período de dois a três anos. Outra ação para divulgar a empresa, iniciada a partir do ALI, foi oferecer reboques como premiação em competições de rodeios e cavalgadas, iniciativa que tem gerado um resultado excelente, segundo o empreendedor. Em 2013, as vendas da empresa aumentaram 20% em comparação com o ano anterior.



PRODUÇÃO É AMPLIADA, E O MERCADO TAMBÉM

Sidnei conta que as estratégias de vendas acompanharam o aumento da produção, outro resultado alcançado durante o ALI. O empresário afirma que o melhor aproveitamento do espaço, com a redefinição do layout da fábrica, somado ao início da implementação do sistema 5S, gerou um aumento imediato de 20% na produtividade. A maior capacidade produtiva demandou uma ampliação do mercado da Vincenzi. O empreendedor desenvolveu então um catálogo dos produtos e contratou representantes comerciais em Lages e Rio do Sul (SC) e em Marau e Panambi, no Rio Grande do Sul.

O empresário lamenta que o ALI não tenha podido contribuir também para a ampliação da fábrica, pois o terreno onde a Vincenzi produz os reboques atualmente não é próprio. Mas o cenário deve ser outro em breve. Sidnei comprou um terreno às margens da BR-163, próximo a São Miguel do Oeste, que terá 3 mil metros quadrados de área destinada à produção, 1,8 mil metros a mais do que a atual estrutura. O empresário espera mudar a fábrica para a nova locação até o final de 2014. Ele, que já foi eleito o melhor participante de um curso Empretec, pretende contar novamente com a ajuda do Sebrae no novo caminho que tomará a Vincenzi Reboques depois da expansão.



OS RESULTADOS

- Aumento de 20% na produtividade
- Redução de 10% nos custos
- Incremento de 20% no faturamento
- Ampliação da representação comercial
- Novos clientes

VINCENZI REBOQUES
Rua Oiapoque, 1.345 – Bairro Agostini – São Miguel do Oeste/SC
(49) 3622-2891 | atendimento@vincenzireboques.com.br
vincenzireboques.com.br

Os irmãos Idson José e Antônio Carlos Alves apostaram na fabricação própria e sua distribuidora deu lugar a uma fábrica com 15 produtos patenteados



POTENCIAL AMPLIADO

AC&A do Brasil muda e tem
lucratividade 25% maior

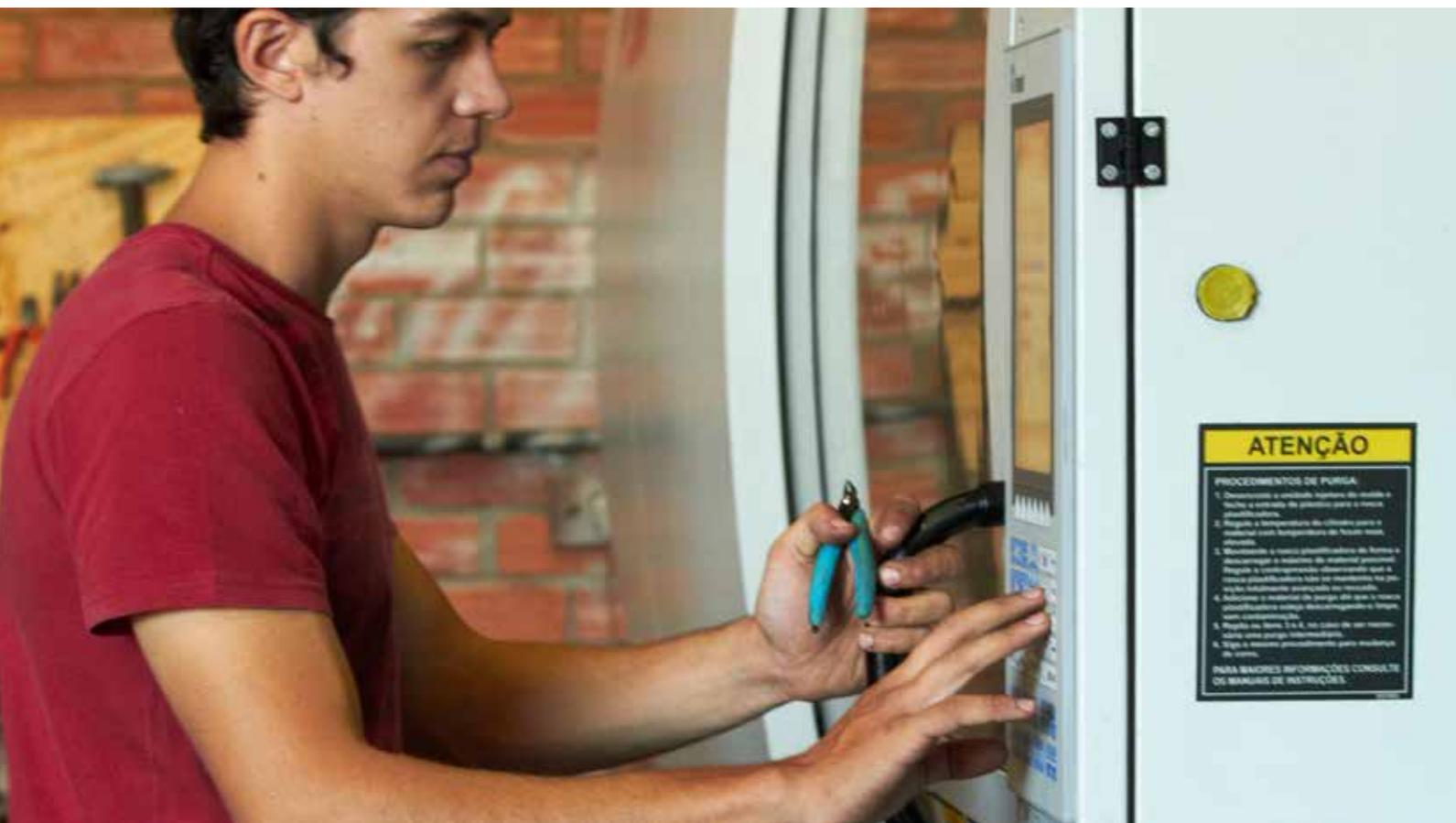
A AC&A do Brasil, de Chapecó, nasceu como uma distribuidora de produtos para a construção civil. Em 2006, quando o então representante comercial da empresa Idson José Alves uniu-se a Antônio Carlos Alves na sociedade, a companhia começou a fabricar os próprios produtos. Especializando-se em soluções de plástico para edificações, os empresários iniciaram a nova fase com o pé direito. As grades plásticas, encaixadas em canos, para uma ventilação

permanente dos ambientes, foram um sucesso de vendas e acabaram mudando a maneira de construir as passagens de ar nos edifícios. Como um complemento à venda das grades, foi desenvolvida uma máquina para fazer a perfuração das paredes. O equipamento é um dos 15 produtos patenteados da empresa hoje. Com a ajuda do ALI, os sócios puderam expandir a capacidade produtiva e inovadora da AC&A do Brasil. Sob a orientação da agente Fernanda Carbonera, a companhia adquiriu uma máquina injetora para a fabricação

dos moldes dos produtos, além de um novo galpão. A ação aumentou em cerca de 25% a lucratividade da empresa. Segundo os empresários, o trunfo foi trazer todas as etapas de produção para dentro da companhia. Antes, a injeção era terceirizada. “Nessa parceria, o Sebrae contribuiu com o acompanhamento das ações e o conhecimento”, diz Idson.

Depois do ALI, os empreendedores observaram também uma mudança completa no fluxo de produção da empresa, que recebeu consultorias em 5S e layout. De acordo com a agente de inovação, a AC&A adquiriu novas prateleiras, reorganizou o fluxo de trabalho, otimizou e higienizou o espaço da produção e distribuiu melhor as funções entre os colaboradores.

Fernanda conta que foram retirados e vendidos aproximadamente uma tonelada de materiais não utilizados. Os empresários destacam que a organização da empresa promoveu um aumento considerável da qualidade dos produtos e serviços. Idson afirma que as melhorias e os investimentos em maquinário fizeram o faturamento da empresa triplicar em 2013 na comparação com 2012.



META PARA 2014 É DUPLICAR FATURAMENTO

O Sebrae participou ainda da prospecção dos novos clientes para a AC&A. Segundo os empreendedores, antes do ALI a empresa já tinha uma carteira extensa de clientes nos três estados do Sul, incluindo as maiores companhias de construção civil. Mas, com o auxílio da parceria entre Sebrae e governo estadual, por meio do projeto Nova Economia@SC, a empresa esteve em uma feira nacional, a partir de onde conseguiu conquistar novos fornecedores, representantes comerciais e novos clientes em diversos estados brasileiros.

“Nossa expectativa para 2014 é continuar aprimorando continuamente todos os aspectos da empresa, sejam eles físicos, tecnológicos, éticos ou humanos. Com essa base, pretendemos duplicar o faturamento em relação a 2013 e dar sequência ao projeto que visa às novas instalações da empresa”, projeta Idson.



OS RESULTADOS

- Aumento de 25% na lucratividade
- Faturamento anual três vezes maior
- Conquista de novos mercados no Brasil
- Desenvolvimento de novos produtos
- Aquisição de equipamentos

AC&A DO BRASIL
Rua Wenceslau Bras P. Gomes, 243D - São Cristóvão -
Chapecó/SC
(49) 3323-7484 | atendimento@aceadobrasil.com.br
www.aceadobrasil.com.br

Leonardo Thiago Müller aprendeu a ser empreendedor no Sebrae, mas foi com o ALI que fez sua empresa dar um salto de crescimento



MAIS E MAIS BISCOITOS

Empresa triplica produção
ao se transformar

Leonardo Thiago Müller, 28 anos, é um empreendedor nato. Decidido a seguir sua vocação, ele abandonou a faculdade de Engenharia Civil e, em 2004, transformou uma receita de família em negócio de sucesso, a Letuca. Sua formação, como ele diz, foi no Sebrae. Em 10 anos de empresa, Leonardo já cursou muitas horas de capacitações na instituição. Mas foi em 2012 que um dos programas do Sebrae, o ALI, proporcionou à empresa de alimentos de

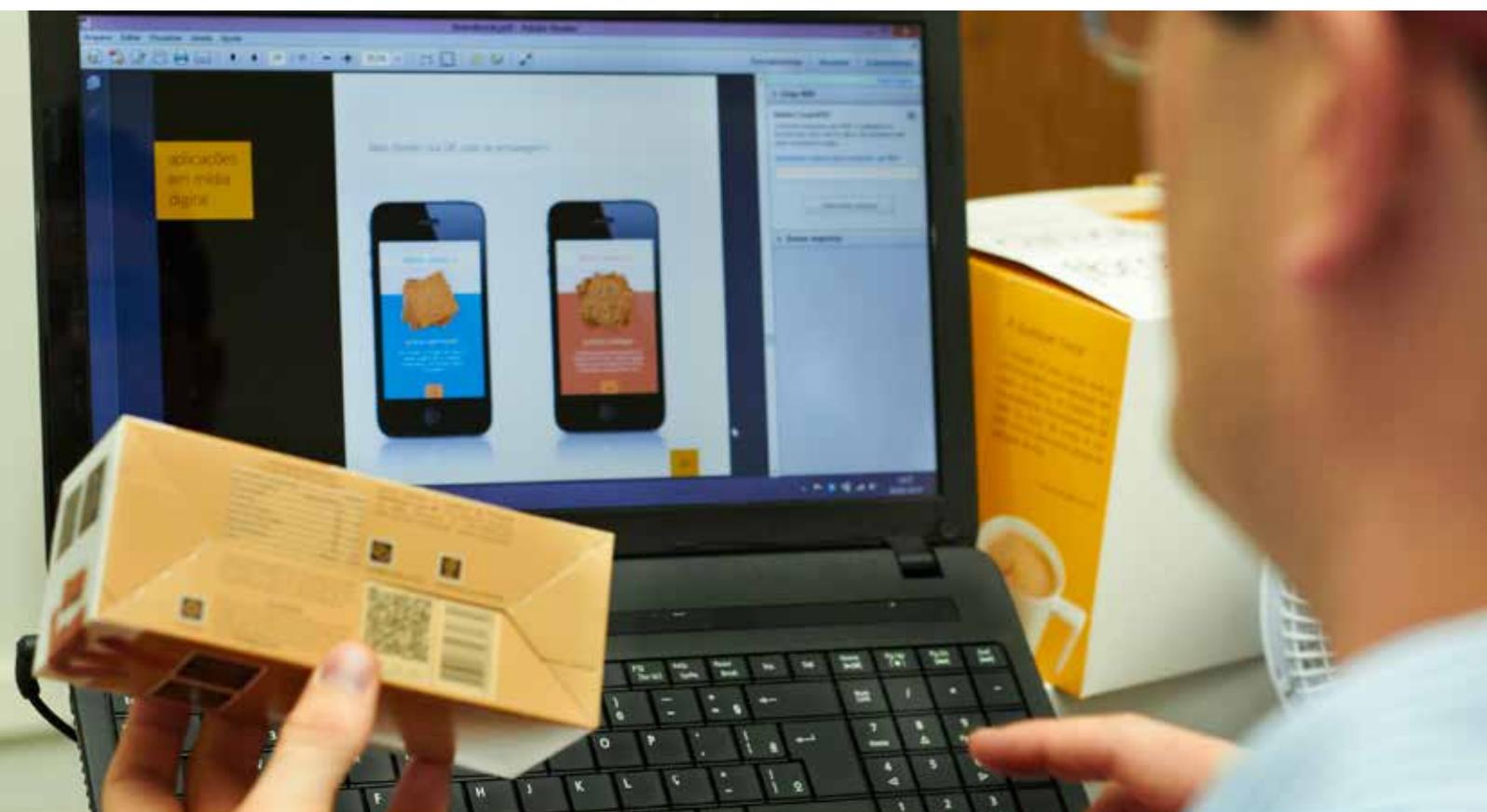
Blumenau um salto maior que o esperado. E é assim que o empreendedor define os resultados alcançados: “crescemos cinco anos em um!”.

O ALI atuou em diversas frentes do negócio, desde a formação do preço de venda à criação de uma nova marca. No processo de amadurecimento da Letuca, Leonardo destaca o aumento da produtividade. Segundo ele, em 18 meses de participação no projeto, a empresa conseguiu triplicar a sua produção sem aumentar a equipe.

E evidenciando a cultura de inovação dentro da companhia. “Um pensamento maluco, que foge do padrão”, como descreve Leonardo, e que alterou o processo de fabricação dos biscoitos e permitiu um salto de 143,7% na produtividade por forma. “Se antes fabricávamos 48 biscoitos por forma, hoje conseguimos produzir 117.

Com a ajuda do ALI e de consultorias contratadas no Sebrae, Leonardo fez mudanças importantes no produto, que lhe renderam o aumento da rentabilidade e a conquista de novos mercados. A empresa passou a mensurar os custos variáveis de cada sabor de biscoito, chegando à redução de 16 sabores para 11. O que o empresário fez foi direcionar a capacidade produtiva da fábrica para itens mais rentáveis. Até o formato do biscoito mudou, agilizando o processo de embalagem.

E por falar em embalagem, é nela que reside uma das mudanças mais significativas da empresa. Uma consultoria de design ajudou Leonardo a criar uma nova identidade visual para o seu produto, que representou um reposicionamento de mercado para a Letuca. As novas embalagens, em formato de pequenas caixas, com abertura transparente, por onde se vê os biscoitos alinhados, ou em saquinhos de papel, mudaram a percepção de valor dos clientes.



PRODUTO GANHA VALOR E CHEGA A PONTOS DE VENDA GOURMETS

A alteração abriu um leque de potenciais clientes, como delicatessens, empórios, mercados gourmet e consumidores mais exigentes. Leonardo afirma que o custo para produzir as novas embalagens aumentou 6% em relação à antiga, de plástico. O ganho, porém, superou as expectativas. O empreendedor conta que o segundo semestre de 2013, imediatamente depois do lançamento da “nova cara” dos biscoitos, registrou um aumento de 64% nas vendas.

A mudança foi reconhecida não somente pelos clientes. As embalagens reformuladas no projeto concederam à Letuca, na segunda semana de setembro, o terceiro lugar no Prêmio ABRE 2014 de Embalagens, na categoria Família de Produtos, ficando atrás apenas das gigantes Boticário e Brasilata. “Para nós, faz com que o bronze tenha gosto de ouro!”, disse o empresário.

A empresa também criou uma nova marca, a Fibratto, que oferece biscoitos funcionais, com sabores como quinoa, chia e gergelim, combinados com linhaça. O nome Fibratto era utilizado para diferenciar a principal linha de produtos da marca Letuca. Mas a palavra remetia tanto à proposta de valor dos produtos da empresa, além de ser sonora e de fácil assimilação, que passou a designar uma nova marca. O resultado é um posicionamento mais forte dos biscoitos da companhia no mercado.

Uma das principais dificuldades da empresa, como relatou a agente de inovação Susan Letícia Galz, era na produtividade. A Letuca tinha inclusive que recusar pedidos por não conseguir atender à demanda. Hoje, as alterações no processo de produção, combinadas com a compra de máquinas e a readequação da linha de produtos, fez a capacidade de produção superar a demanda, que é ainda maior do que antes. Leonardo investiu R\$ 95 mil no processo, que espera recuperar dentro de cinco anos.



OS RESULTADOS

- Produtividade triplicou
- Aumento de 50% no faturamento em 2013
- Criação de uma nova marca
- Abertura de novos mercado, incluindo grandes redes
- Aumento do valor agregado dos produtos

LETUCA
Rua Marechal Deodoro, 174 – Bairro da Velha – Blumenau/SC
(47) 3037-2027 | sac@fibratto.com.br
letuca.com.br

“É preciso fornecer o aprendizado para então cobrar resultados em cima disso”, aprendeu Neimar Antônio Colpani, que tem fábrica em Xanxerê



A META FOI SUPERADA

Capacitação é chave para a Escadas SC crescer

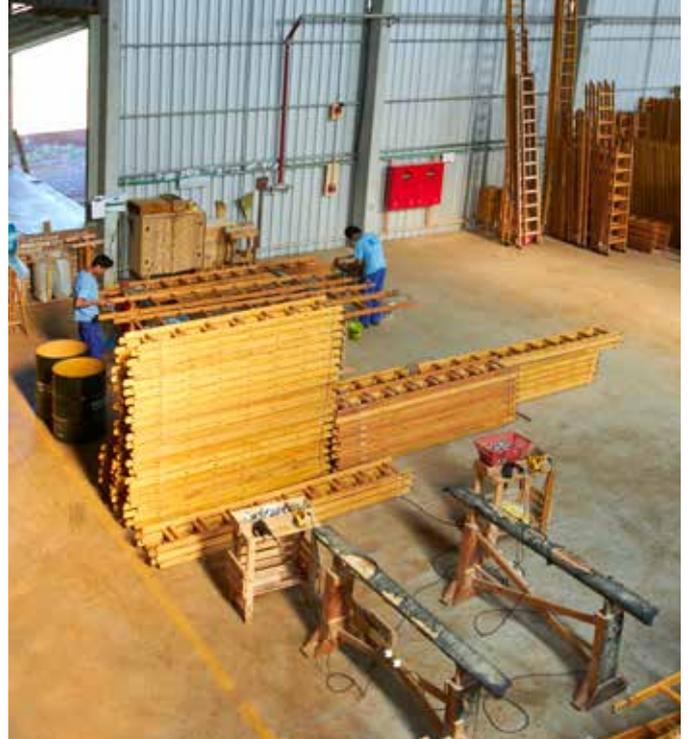
Neimar Antônio Colpani, 52 anos, é empreendedor da Escadas Santa Catarina, uma empresa de Xanxerê, no Oeste, que não para de crescer, mas sempre “com os pés no chão”, como define. Para conduzir o negócio ele tem o auxílio do filho, Vinicius Colpani, 31, e nos últimos dois anos os empresários puderam contar com a ajuda do Sebrae para colocar em prática um projeto de crescimento. O objetivo era alcançar um incremento de 20% nas vendas em 2013. Com a atuação do ALI, no entanto, os

resultados superaram a expectativa: a empresa vendeu 40% a mais no ano em comparação a 2012.

Para Neimar, a chave da mudança esteve no investimento em capacitação. Inicialmente, foram quatro dias de cursos que, segundo o empresário, “abriram a cabeça para um entendimento mais global do negócio”. O empreendedor conta que a empresa manteve a parceria com o Sebrae depois do ALI, oferecendo com frequência palestras para os funcionários.

A iniciativa, bem como a reestruturação da empresa, vem representando um forte impacto na motivação dos colaboradores. “Aprendemos que não se deve só cobrar. É preciso fornecer o aprendizado para então cobrar resultados em cima disso”, observa Neimar.

Entre as ações incentivadas pelo agente de inovação Edivan Franz, o empresário destaca a organização da fábrica em 5S, a redefinição de layout, a cronometragem do tempo de produção e o investimento de aproximadamente R\$ 250 mil em novas máquinas. Juntas, as medidas resultaram em um aumento imediato de 30% na produtividade. Em janeiro deste ano, a empresa alcançou uma produção de 2.500 escadas por mês frente às 1.500 do começo do programa, um crescimento de quase 67%. O aumento da capacidade abriu espaço para novos clientes no portfólio. Além dos já cativos Estados da região Sul, a empresa conquistou mercado em São Paulo e no Mato Grosso do Sul.



META AGORA É CERTIFICAÇÃO DE QUALIDADE INÉDITA NO BRASIL

A empresa também aumentou o espaço físico e adquiriu um caminhão maior, que reduziu em 15% os custos com transporte. Agora, a meta dos empreendedores é tornar a Escadas Santa Catarina a primeira empresa do tipo no Brasil a conquistar a certificação Inmetro de qualidade. “O objetivo é algo que tem nos deixado muito motivados a conquistar”, resume o empresário. A expectativa é conseguir o selo até 2015, mirando, então, novos mercados, até mesmo o externo. Neste ano, os empreendedores colocaram o pé no freio na produção e estão focados na certificação. A ideia, como define Neimar, é crescer muito ainda, mas com responsabilidade.

Antes de fundar a empresa, em 2003, Neimar já tinha trabalhado com madeira, segmento no qual seu pai é especialista. Também atuou durante oito anos na Perdígão na área de vendas. O empresário já teve negócios no setor de transportes e suinocultura, mas foi na Escadas Santa Catarina que encontrou o caminho para o sucesso. Além das experiências anteriores que teve no mercado, o empresário pode contar com a ajuda do filho, formado em Administração pela Unoesc, para seguir firme nesse processo de amadurecimento da empresa.



OS RESULTADOS

- Incremento anual de 40% nas vendas
- Aumento de 67% na produtividade
- Colaboradores mais motivados
- Novos mercados
- Capacitação

ESCADAS SANTA CATARINA
 Prolongamento da rua 27 de Fevereiro,
 acesso à SC-480, Km 2,5 – Xanxerê/SC
 escadas.sc@bol.com.br | escadas-sc.com.br

Empresa de Clair Zancanaro agora produz até 29 toneladas diárias de peças para balanceamento de carros, frente às 10 toneladas que fabricava por dia antes do ALI



TECNOLOGIA QUE RENOVA

Empresa produz mais com
automatização e novas máquinas

Na empresa Ki-Chumbo, de Xanxerê, o programa de incentivo à inovação do Sebrae chegou a dois resultados essenciais para motivar o crescimento de 100% em 2013. Sob as orientações da agente Marieli Musskopf, a empresa aumentou a sua produção e cortou custos. O primeiro passo para a mudança, como relata o proprietário Clair Zancanaro, de 51 anos, foi fazer o controle do processo produtivo, que reduziu as perdas de material de 30% para 5,6%

e restabeleceu o tempo de fabricação de cada peça. “Antes não sabíamos de quanto era a nossa perda. Nós só derretíamos o chumbo sem fazer nenhum controle”, diz o empresário. Hoje, segundo ele, a produção diária de peças é de até 29 toneladas, frente às 10 toneladas fabricadas por dia antes da atuação do ALI na empresa.

Outra condição que vinha atrapalhando a produtividade e sobrecarregando os custos era a necessidade constante de manutenção

do maquinário. “O equipamento trabalhava por alguns dias sem problemas, mas depois tinha que ficar parado por um dia inteiro para manutenção”, descreve Zancanaro. O projeto ALI chamou a atenção para o problema e o empresário decidiu automatizar ou substituir as 11 máquinas antigas, além de comprar outras duas novas. O investimento total foi de R\$ 650 mil, que o empresário espera recuperar dentro de poucos meses.

A Ki-Chumbo é uma microempresa com nove funcionários que produz peças de contrapeso para balanceamento de carros e, em menor volume, chumbos para pesca e prática esportiva. Ela foi fundada em 1997, mas na época reciclava sucata de bateria para extrair lingotes de chumbo. Somente há quatro anos mudou seu produto para o atual, de maior valor agregado. De acordo com o proprietário, no processo de reciclagem, a relação de rentabilidade na produção era de 120 toneladas ao mês para um faturamento de R\$ 70 mil. Hoje, a empresa chega a ganhar R\$ 280 mil com a venda de apenas 30 toneladas mensais.



ESPAÇO FÍSICO É 50% MAIOR E VENDAS ULTRAPASSAM REGIÃO SUL

Foi seguindo este novo caminho de crescimento que Clair Zancanaro decidiu passar pelas consultorias sugeridas pelo ALI. “A agente nos disse que precisávamos ter uma produção X para começarmos a ter lucro”, conta o empresário. Sendo assim, além de trabalhar para aumentar a produtividade, a Ki-Chumbo comprou novos equipamentos, aumentou em 50% o seu espaço físico, contratou representantes comerciais e, ainda neste ano, vai produzir peças para o balanceamento de caminhões.

Antes do programa, a empresa vendia suas peças para parte de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. Atualmente, seus novos vendedores conseguem cobrir a região Sul, além de parte de São Paulo. Para o empresário, a construção de um site, como indicado pela agente de inovação, divulgou a companhia e ajudou muito na ampliação do mercado. A expectativa de Zancanaro é que o faturamento cresça 30% em 2014 frente ao ano passado. “Com certeza o crescimento da empresa hoje se deve às orientações que o Sebrae nos passou”, conclui.



OS RESULTADOS

- Incremento de 100% no faturamento anual
- Empresa começou a operar com lucro
- Compra de 13 máquinas
- Ampliação de 50% do espaço físico
- Contratação de seis representantes comerciais



KI-CHUMBO
Rodovia BR-282, Km 507,8 – Xanxerê/SC
(49) 3433-7482 | kichumbo@gmail.com
kichumbo.com.br

Sempre apoiado pelo Sebrae, Gilberto Schneider já tinha um negócio rentável e maduro. Mas o ALI fez história: cresceu em 102% o faturamento



DÁ PARA CRESCER MAIS

Os resultados que surpreenderam a Casa da Cuca

O ALI alcançou resultados surpreendentes na Casa da Cuca, del porã do Oeste, no Extremo Oeste de Santa Catarina. O proprietário Gilberto Schneider, 42 anos, conta que, desde a sua fundação, em 2002, a pequena empresa sempre operou com lucro, registrando um ritmo de crescimento anual acima dos 30%. Segundo o empreendedor, o Sebrae esteve presente em muitos momentos deste histórico de sucesso. Mal sabia ele, porém, que a sua empresa poderia crescer ainda mais com o

programa do Sebrae focado em inovação. Logo depois das consultorias sugeridas pelo ALI, em 2012, a Casa da Cuca teve a maior evolução da história no faturamento: 102%.

Gilberto conta que antes da empresa nunca havia tido contato com o mundo dos negócios. Seu trabalho era como funcionário de uma fábrica de laticínios e é por isso, inclusive, que ele sempre contou com a ajuda do Sebrae para administrar a empresa. Em 2005, a Casa da Cuca, que até então era uma padaria, virou

uma distribuidora de alimentos de panificação. Hoje, fabrica dezenas de produtos, vendidos em todos os Estados do Sul.

Embora já fosse um negócio rentável e maduro, a Casa da Cuca precisou passar por uma série de mudanças para alcançar um novo patamar de crescimento. O agente de inovação Aleisson Ludtke indicou as consultorias de Boas Práticas de Gestão e Recursos Humanos, fez um estudo de layout da empresa, motivou o lançamento de nove produtos e a participação em feiras, ajudando a Casa da Cuca a conquistar o selo SOS Sustentável, além de ter incentivado a confecção de um projeto para uma nova planta industrial.

O agente de inovação conta que, durante o processo, os gestores tiveram uma postura proativa. A empresa buscou o Sebrae Mais e proporcionou ao seu gerente comercial o seminário Empretec, subsidiado pelo Nova Economi@SC, programa em parceria com o governo estadual. Depois de um olhar mais profundo sobre o próprio negócio, o empreendedor reviu o planejamento da empresa e definiu metas de crescimento para os próximos 10 anos.

Para Aleisson, a consultoria em Recursos Humanos também alcançou bons resultados. A empresa aplicou duas pesquisas internas para medir a satisfação dos colaboradores: a de clima organizacional e a de liderança. Rapidamente, o proprietário percebeu um maior envolvimento dos funcionários e uma diminuição da rotatividade.



“BOAS PRÁTICAS” ABRIU MARCA AO MERCADO DE FORMA SEGURA

A implantação da consultoria em “Boas Práticas de Fabricação” possibilitou um avanço mais seguro da marca em novos mercados. A empresa acabou ampliando suas vendas com a conquista de grandes clientes, como as redes de supermercados Walmart, Brasão e Mufato, estas no Paraná, além de Brasão, Caitã e o supermercado Passarela, em Santa Catarina. A Casa da Cuca ainda negocia a entrada na rede Walmart de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Além de terem mudado o momento atual da empresa, as diretrizes do ALI deixaram boas perspectivas para o futuro. O proprietário acredita em um crescimento de 50% em 2014.

A Casa da Cuca precisava melhorar também o fluxo de materiais na fábrica e o tempo de organização do estoque. Então, o espaço do ponto de venda, na parte da frente da empresa, foi reduzido em 90%, resolvendo o problema da falta de lugar para estocar produtos acabados. Com a mudança, o processo de carga e descarga de produtos dos veículos ficou 20% mais rápido. A empresa também conquistou o selo SOS Sustentar. Como a lenha é a sua fonte de energia, a Casa da Cuca criou uma ação de responsabilidade socioambiental em que constrói casas para agricultores familiares e faz o reflorestamento de áreas de preservação.



OS RESULTADOS

- 102% de crescimento anual
- Lançamento de nove produtos
- Conquista do selo SOS Sustentar
- Conquista de novos clientes de grandes redes de supermercados
- O processo de carga e descarga de veículos ficou 20% mais rápido

CASA DA CUCA

Rua Primeiro de Maio, 216 – Centro - Iporã do Oeste/SC
(49) 3634-1993 | casadacuca@brturbo.com.br
casadacuca.com.br

Dias
&
Costa
Móveis sob Medida

Carlos Alberto Costa Neto aceitou proposta de amigo para sociedade em uma fábrica de móveis e impulsionou a empresa ao participar do ALI



TIRANDO PROVEITO

Mesmo com ritmo sólido de crescimento, fábrica aposta no novo

Em 2011, o então diretor de logística da Ferrero do Brasil, Leonardo Ferreira Dias, decidiu deixar para trás a atribulada São Paulo e buscar, em Lages, na Serra catarinense, a tão sonhada qualidade de vida. Ao chegar à cidade, e sem um plano profissional definido, Leonardo soube que uma antiga fábrica de móveis estava à venda. A habilidade para os negócios pesou e ele logo se tornaria o mais novo empresário do setor moveleiro no município. Leonardo

comprou a fábrica com um amigo que conheceu em Lages, Carlos Alberto Costa Neto, e juntos abriram a Dias & Costa Móveis Sob Medida.

A vasta experiência corporativa – em um frigorífico e depois na multinacional Grupo Ferrero – não desestimulou Leonardo a aprender ainda mais com o Sebrae. Das consultorias indicadas pelo ALI ao longo de 2012, o empresário destaca a organização em 5S, que incentivou principalmente os colaboradores a

manterem o ambiente ordenado e focado em produtividade. A metodologia ainda tornou possível o descarte de materiais inutilizados e a ordenação do depósito.

Segundo a agente de inovação Vanessa Castanheiro, foram sugeridas também mudanças no layout da fábrica, que melhoraram os processos. “Estas melhorias, aliadas à mão de obra capacitada e ao maquinário moderno que a empresa já possuía, permitiram o aumento da produtividade”, revela Vanessa.

Para Leonardo, outro destaque na atuação do ALI foi o lançamento de um novo produto na feira multisetorial Expolages. Com a consultoria em design de produto sugerida pela agente, a Dias & Costa desenvolveu uma mesa extensível para cozinha, seguindo a tendência dos móveis funcionais. Quando reduzida, parte da mesa torna-se um painel. A empresa ainda aproveitou a atuação do programa para fazer um investimento de R\$ 400 mil em novos equipamentos. Segundo o empresário, o montante será recuperado dentro de cinco anos.



EMPRESA CHEGA AOS MAIORES POLOS MOVELEIROS DO BRASIL

O programa do Sebrae também investiu na visibilidade da empresa e na expansão da rede de contatos dos empreendedores. Além da Expolages, Leonardo e Carlos Alberto participaram de feiras e visitas técnicas nos dois maiores polos moveleiros do Brasil, nas cidades de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul e de São Bento do Sul, em Santa Catarina. “A visita a feiras do setor aumentou a rede de parceiros da empresa e apresentou aos empreendedores as últimas tendências em móveis e maquinários. Enquanto isso, a presença como expositores aproximou o negócio dos seus clientes”, resume Vanessa.

Os sócios atribuem grande parte do incremento de 15% no faturamento da empresa em 2013 à atuação do Sebrae. Para ele, apesar de a Dias & Costa já ter alcançado antes do programa um ritmo sólido de crescimento, com foco claro no lucro, valeu muito a pena ter participado do ALI. “Desde o início da intervenção do programa os empresários demonstraram muito interesse em aproveitar a oportunidade que estava sendo oferecida pelo Sebrae. Os empreendedores são visionários, proativos e estão sempre em busca do aprimoramento contínuo. Este perfil foi de fundamental importância para que as mudanças tivessem êxito”, destaca a agente de inovação.



OS RESULTADOS

- Incremento de 15% no faturamento anual
- Lançamento de um novo produto
- Aumento da produtividade
- Aumento da visibilidade
- Melhora dos processos



PONTOS DE ATENDIMENTO DO SEBRAE/SC

SEBRAE EM BLUMENAU

R. XV de Novembro, 1466 - Centro - CEP: 89.010-400
Fone: (47) 3702-6400

SEBRAE EM CHAPECÓ

R. Porto Alegre, 315D - Centro - CEP: 89.802-130
Fone: (49) 3330-2800

SEBRAE EM CRICIÚMA

R. Cel Marcos Rovaris, 321 - Centro - CEP: 88.801-100
Fone: (48) 3403-2200

SEBRAE EM FLORIANÓPOLIS

Av. Osmar Cunha, 278 - Centro - CEP: 88.0151-10
Fone: (48) 3330-2600

SEBRAE EM FLORIANÓPOLIS PARQTEC ALFA

SC 401, Km 1, Lote 2 - João Paulo - CEP: 88.030-000
Fone: (48) 3221-0800

SEBRAE EM ITAJÁÍ

Rua Brusque, 650 - Centro - CEP: 88.303-001
Fone: (47) 3390-1400

SEBRAE EM JOAÇABA

R. XV de Novembro, 100, Térreo - Centro - CEP: 89.600-000
Telefone: (49) 3527-6200

SEBRAE EM JOINVILLE

R. Blumenau, 835 - América - CEP: 89.204-251
Fone: (47) 3402-3200

SEBRAE EM LAGES

R. Frei Rogério, 415 - Centro - CEP: 88.502-160
Fone: (49) 3289-1300

SEBRAE EM SÃO MIGUEL DO OESTE

R. Almirante Tamandaré, 558 - Centro - CEP: 89.900-000
Fone: (49) 3631-2100

SEBRAE EM BRUSQUE

R. Paes Leme, 111 - Centro - CEP: 88.350-075
Fone: (47) 3351-3701

SEBRAE EM CAÇADOR

Av. Barão do Rio Branco, 327 - Centro - CEP: 89.500-000
Fone: (49) 3563-1977

SEBRAE EM JARAGUÁ DO SUL

Av. Marechal Deodoro da Fonseca, 776 - SALA 13 - Centro - CEP: 89.251-700
Fone: (47) 3371-7843

SEBRAE EM RIO DO SUL

R. XV de Novembro, 730 - Centro - CEP: 89.160-000
Fone: (47) 3521-1092

SEBRAE EM SÃO BENTO DO SUL

R. Barão do Rio Branco, 248 - Centro - CEP: 89.290-000
Fone: (47) 3633-5053

SEBRAE EM TIJUCAS

R. Leoberto Leal, 185, Sala 01 - Centro - CEP: 88.200-000
Fone: (48) 3263-0830

SEBRAE EM TUBARÃO

Av. Marcolino Martins Cabral, 1.920 - Vila Moema
CEP: 88.705-000
Fone: (48) 3626-4580

SEBRAE EM XANXERÊ

Av. Victor Kondes, 1.005 - Centro - CEP: 89.820-000
Fone: (49) 3433-2600

SEBRAE EM CAMPOS NOVOS (CASE)

R. Cel Pedro Carlos, 974 - Centro - CEP: 89.620-000
Fone: (49) 3544-0812

SEBRAE EM CURITIBANOS (CASE)

Av. Salomão Carneiro de Almeida, 388 - Centro
CEP: 89.520-000
Fone: (49) 3245-1438

SEBRAE EM DIONÍSIO CERQUEIRA (CASE)

Av. Internacional, 11 - Praça Julio Pereira de Sá - Centro
CEP: 89.950-000
Fone: (49) 3644-1103

SEBRAE EM FLORIANÓPOLIS

ACIF Canasvieiras (CASE)

R. Dr. João de Oliveira, 743 - Canasvieiras - CEP: 88.054-100
Fone: (48) 3266-2910

ACIF Continental (CASE)

R. Fúlvio Aducci, 438 - Estreito - CEP: 88.075-000
Fone: (48) 3244-5578

ACIF Lagoa da Conceição (CASE)

R. Nossa Sra. da Conceição, 30, Salas 4, 5 e 6
Lagoa da Conceição - CEP: 88.0620-015
Fone: (48) 3232-0185

ACIF Ingleses (CASE)

R. Intendente Joao Nunes Vieira, 1683 - Ingleses
CEP: 88.058-100
Fone: (48) 3269-4111

ACIF Sul (CASE)

Rodovia SC 405, 174 - Rio Tavares - CEP: 88063-000
Fone: (48) 3237-4388

SEBRAE EM PORTO UNIÃO (CASE)

R. Joaquim Nabuco, 244 - Cidade Nova - CEP: 89.400-000
Fone: (42) 3523-7123

SEBRAE EM VIDEIRA (CASE)

R. XV de Novembro, 19, 1º andar, sala 05 - Anexo ACIAB
Centro - CEP: 89.820-000
Fone: (49) 3533-7590

SEBRAE EM ITAPEMA (CASE)

R. 264, Esquina com Segunda Avenida, 239, 1º andar
Meia Praia - CEP: 88.220-000
Fone: (47) 3368-4387



www.sebrae.com.br/santacatarina