

Setor de limpeza discute a crise internacional



Evento contou com mais de 20 empresários do segmento



A crise financeira mundial tem preocupado todos os setores, inclusive o de limpeza. Para discutir essa situação e buscar alternativas, a Abralimp (Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional) promoveu uma mesa-redonda, com cerca de 20 empresários, no dia 18 de novembro. O diretor da Top Marketing Consultores, Pedro Luiz Paulucci, considerou a atitude da entidade muito responsável. “O governo, até um mês atrás, estava sendo muito otimista, mas não responsável. Nós não temos culpa dessa crise, mas podemos ser afetados por ela e é preciso entender a situação. A crise está entrando pelo crédito e, em seguida, pela área produtiva. Somos um país capitalista que não tem capital e, para consumir, as pessoas precisam de crédito”, afirma.

Seguiu dizendo que acredita que o setor de limpeza terá problemas de balanço de pagamento, já que está exportando menos, mas que o problema não chegará a afetar diretamente o negócio no Brasil, porque seja com dois ou dez funcionários, no final do dia o escritório, o restaurante, o shopping e outros estabelecimentos precisam estar limpos.

Para Paulucci, a pequena empresa será a mais afetada, pois depende do crédito para realizar investimentos e melhorias. “Os fornecedores serão pressionados a aumentar a oferta dos produtos e serviços no momento das negociações. Muitas empresas certamente diminuirão a qualidade para conseguir reduzir os custos e, mesmo assim, as pessoas comprarão menos”, explica. Então, para ele, a palavra de ordem é produtividade. As empresas que não trabalham os processos, equipamentos e produtos mais eficientes certamente “morrerão”.

Em seguida, Renata Zanoli, diretoria comercial da Clean Mall – Grupo FG, começou seu discurso dizendo que o Brasil já passou por diversas crises e, por isso, a maioria das pessoas sabe como lidar com esse cenário. “Não devemos nos apavorar, mas, sim, tomar medidas para nos respaldar. É preciso fazer a lição de casa e reduzir custos. Nós estamos tranquilos, apesar de termos cortado alguns gastos e não estarmos contratando”, revela.

Para Miguel Antonio Sinkunas, diretor da Quiminac Indústria e Comércio, a tendência de qualquer colapso é negativa, por isso, é mais im-

portante falar do presente. “O maior problema foi o aumento dos preços das matérias-primas em dólar, mas isso aconteceu antes da crise explodir. Com a disparada do dólar tivemos prejuízo, mas não devemos repassar os aumentos para os clientes. É preciso ter paciência até que a moeda fique em equilíbrio e pare de oscilar. Mas, certamente, haverá um aumento de preço. De maneira geral, vejo essa crise atrelada à queda da qualidade”, conclui.

Luciano Bruno, gerente comercial da Perol Comércio e Indústria, acredita que a conjuntura ainda não chegou fortemente no segmento de consumo e sim nos bens duráveis. “Com a oscilação do dólar, vejo como problema o estrangulamento das margens. Será mais difícil contar com o lucro no final do mês, pois as empresas não geram muito prazo. Nós teremos que contribuir com as prestadoras de serviços. Como estamos fora da capital paulista, aproveitamos a crise para crescer territorialmente. Queremos sair pela tangente, mas segurando o caixa e os investimentos”, relata.

Já Leonardo Ongaro, gestor da Pointer Ambiental, não concorda com

o fato de o mercado aceitar uma redução na qualidade em consequência da redução do preço. “As empresas que passarem por essa crise vão conquistar o cliente na teoria e ‘oferecer mais por menos’”, diz.

Para Pierantonio Sedo, diretor da Pointer Ambiental, a expectativa é de que os pequenos contratos sejam mais saborosos do que foram até o momento, pois as companhias estão repensando os negócios para ampliar a competitividade: “As grandes empresas, por exemplo, não queriam contratos menores. Mas, atualmente, a maioria já avalia, repensa e vê como uma solução que traz maior competitividade. A pulverização vem a favor de muitos clientes pequenos. A dependência de grandes contratos é ameaçador. Quanto à crise, devemos fechar o caixa e segurar o dinheiro”.

Gilberto Motta, diretor da Accert Prestação de Serviços, também concorda com Sedo de que é preciso estar com o caixa “redondo” e não fazer dívidas em época de turbulência.

Já Lucian Galea, diretor da Leone Equipamentos Automotivos, está otimista. “Quando acontece um problema como este, aceleramos para con-

quistar mais espaço. Vai se destacar a empresa que mantiver e superar as expectativas de qualidade. Lembre-se que sempre tem alguém que pode fazer melhor”, aconselha.

Para Maurício Fiathoski, da Columbia Paulista, muitos distribuidores vêem a crise como oportunidade para se salvar. “Os distribuidores têm facilidade de se adequar, o que facilita as parcerias, mas é o mercado quem as determina. Nesse sentido, a maior preocupação é a inadimplência e o diferencial certamente é o melhor atendimento. A crise ajuda a retirar do mercado as empresas que não são boas, ou seja, ela saneia o mercado”, finaliza.

Salvator Haim, diretor da Alfa, uma empresa Tennant, iniciou seu pronunciamento dizendo: “Um guru já dizia: tire o ‘S’ da CRISE. Com isso a palavra torna-se CRIE. É assim que devemos enxergar - uma oportunidade de criar, de reduzir custos, de fazer melhor”. Assim como os outros empresários, ele afirmou que essa crise não é um problema de liquidez e, sim, de confiança. Para ele, existe dinheiro e o crédito será dado para quem tiver confiança: “A Europa está caótica porque as pessoas atingiram

um grande patamar de consumo, com alto grau de endividamento. No Brasil, ao invés de crescermos 5%, talvez cresceremos 3%, mas não deixaremos de crescer”.

Outra ressalva que fez é para quem não possui dinheiro ou para aqueles que ainda não estão no mercado: a oportunidade é a utilização de equipamentos usados. “A mecanização deve começar de baixo para cima; começar com uma máquina usada e depois ir evoluindo. Quem não tem dinheiro compra o equipamento usado, e quem tem, vende o usado para comprar o novo”, explica.

Ernesto Brezzi, diretor da Top Clean e presidente da Abralimp, encerrou a mesa-redonda dizendo que a dificuldade está em encontrar mão-de-obra qualificada e reter talentos, porém é preciso continuar contratando. “Um ponto indispensável para driblar qualquer crise é manter o nível de emprego. Sem emprego não há consumo. Um país com a população empregada consegue superar qualquer crise, por isso é hora de arregaçar as mangas, cortar gorduras e aumentar a eficiência e produtividade, como bem disseram os colegas aqui presentes”, conclui.

Revista Higiplus com selo do IVC

A administração da revista HigiPlus já finalizou o processo de auditoria dos 12 mil exemplares da publicação. No final de dezembro, os profissionais do IVC – Instituto Verificador de Circulação, já fez a checagem do



cadastro e da qualificação dos leitores da revista, que está de acordo com as normas do Instituto. Sendo assim, agora anunciantes e leitores tem a garantia da circulação dos 12.000 exemplares da publicação.



Jantar reúne categoria

O presidente da Abralimp, Ernesto Brezzi, afirmou que apesar das incertezas quanto ao cenário econômico, irá trabalhar para o crescimento do mercado de limpeza profissional.



Para encerrar as atividades de 2008, a Abralimp promoveu um grande encontro do setor, no dia 11 de dezembro, através de um jantar. No evento, a entidade homenageou toda a diretoria de 2008 e também os colaboradores, como a editora desta revista, Lea Lobo, e a diretora da ADS Assessoria de Comunicações, Vera Santiago.

O presidente Ernesto Brezzi iniciou seu discurso afirmando que o ano que se passou foi de imensas conquistas para a Abralimp e para toda a cadeia produtiva de limpeza profissional: “Estamos aqui para comemorar um momento histórico da Abralimp, em que as palavras ‘união’ e ‘parceria’ foram – e continuarão sendo – a chave para o sucesso e para o futuro da nossa entidade e nossa atividade”.

Brezzi citou as principais parcerias. “Reestruturamos a atuação da Uniabralimp com o SENAI e disponibili-

zamos cursos ‘in company’, mais adequados às necessidades dos clientes. Firmamos importantes parcerias internacionais, em especial com a Afidamp;



Homenagem ao trabalho da diretoria - Ernesto Brezzi e o Vice-Presidente Lucian Galea



e no âmbito nacional, com a Febrac e Seac’s”, revela.

E para finalizar, disse que o setor de limpeza é essencial para a sociedade e que através de um árduo trabalho irá fortalecer ainda mais a Abralimp e suas atividades. “Entre as incertezas de 2009, pelo menos temos uma certeza: a de que devemos arregar as mangas e trabalhar ainda mais em prol do desenvolvimento deste país. Nossa cadeia tem uma expressiva participação no nível de emprego e na capacitação de trabalhadores”, conclui.