Economia

PRODUTOS Empresas encontraram novos filões para agregar à produção já existente em meio à pandemia do novo coronavírus

Crise que provoca soluções

LUCAS MORAES
lmoraes@jc.com.br

A pandemia da covid-19 tem sido devastadora. Seus efeitos têm ceifado vidas, distanciado as pessoas e introduzido à rotina da humanidade mudanças de hábitos antes nem pensadas. O momento inspira uma série de cuidados, assim como também demanda inovação. Se das crises surgem as oportunidades, empresas de diversos segmentos sabem disso e já conseguem apresentar algumas soluções. As novas necessidades trazem consigo também novas oportunidades de negócios, o que gera demanda a mercados específicos e garante ganhos, às pessoas e companhias, num momento marcado por perdas.

Ainda no fim de março, quando o País começava a vivenciar os efeitos da pandemia, a Nielsen contabilizava pelo menos 150 cadeias varejistas crescendo de forma exponencial a cada semana. A partir dos primeiros casos, a primazia das compras era por produtos de limpeza e de prevenção à doença. Álcool em gel (+623%), filtros de ar (+100%), álcool (+85%) e limpeza em geral (+58%) apresentaram crescimento exponencial, conforme as auditorias da Nielsen. Mais de quatro meses se passaram, e a pandemia não acabou. Em alguns locais, como em Pernambuco, começa-se a ter um gerenciamento da doença para flexibilização das medidas restritivas, o que permite às pessoas a retomada do consumo, ou melhor, um novo consumo que leva em consideração todos os aspectos que contribuem para a manutenção de controle do contágio.

É justamente esse novo consumo que desperta nas empresas a busca por soluções que atendam o que passou a ser necessidade. Ajudar a suprir o que a população precisa, foi justamente a ideia que norteou uma mudança nas linhas de produção da Anjo Tintas e Solvente. A empresa que fabrica por ano um milhão de toneladas de tintas, agora também é responsável pela produção de 100 mil litros ao mês de álcool 70%. "Tivemos a ideia de produzir o álcool no intuito de doar. Fizemos isso em hospitais, instituições e diversos municípios. Como apareceu muita gente querendo comprar, adaptamos toda a nossa produção para dar uma modernizada. Estávamos fazendo de forma bem manual, mas readaptamos por conta da demanda, e além de doar demos início à comercialização, primeiro em gel, depois na forma líquida e, agora, em spray", conta o CEO da Anjo, Filipe Colombo.

> Tem quem acrescente produto novo e quem adapte um já existente

Num primeiro momento, as vendas já somam R$ 700 mil e devem representar pelo menos 2% da receita da empresa, que fatura em torno de R$ 60 milhões ao mês. Com produção no Sul e escoamento para todo o País, inclusive Pernambuco. "No ano, estamos com crescimento de 7%, mesmo com a pandemia. O álcool em gel representa ainda pouco do nosso volume, mas gera uma venda que para nós não existia. Estamos contratando 40 novas pessoas para que possamos atender toda essa demanda. É um mercado que a Anjo não atuava antes, mas o que a gente sabe é se tratar de um mercado com tendência a crescer", avalia. Com mais de 6 mil clientes ativos no País, a empresa tem no Estado 3,5% do seu faturamento.

Da mesma forma que a covid-19 ampliou mercado para produtos já existentes, também foram criados novos produtos para atender específicas demandas. A necessidade de clientes pernambucanos fez com que a Trox, multinacional que atua na fabricação e venda de componentes, equipamentos e sistemas de ar condicionado e ventilação interior, desenvolvesse um filtro capaz de reter 99,97% da partículas até 3 microns de tamanho (gotículas líquidas, por exemplo, correspondem a uma partícula com tamanho variando de 0,5 a 5 microns). "Havia uma demanda dos clientes por salas de isolamento, onde pode isolar uma pessoa sem contaminá-la ou transmitir a doença pelo ar. A Trox tem alguns equipamentos, eles atendiam mas não da forma como precisávamos. Em interlocução com o pessoal de projetos da empresa, desenvolveram um produto que passou a nos atender, nesse tipo de grau de filtragem", diz o engenheiro Leonardo Medeiros, da Meta Medeiros, responsável pela execução dos projetos.

O filtro de ar passou a fazer parte do portfólio comercial da Trox, reconhecido pela "filtragem absoluta". "Os hospitais já demandam essas salas, mas na covid isso acelerou. A demanda foi muito maior do que o que foi feito. Os hospitais de campanha, por exemplo, não têm essa tecnologia, porque demoramos pelo menos uns 45 dias no desenvolvimento, não dava tempo. O equipamento filtra quase tudo. o vírus não se locomove sozinho, precisa de gotículas ou grãos de poeira. O filtro retém isso e impede que vá para o ambiente. A gente filtra do paciente e do ambiente exterior. Até a descarga desse ar passa pela filtragem para não jogar a doença na atmosfera", reforça Medeiros.

Representante comercial da Trox em Pernambuco, Izzabela Martins tem visto crescer a procura pelos filtros de ar. "Houve demanda por essa parte dos filtros. As pessoas não costumam trocar. Foi agora uma procura geral para proteger as pessoas e se proteger. Os filtros mais comuns têm percentual de filtragem mais baixo. Esses filtros de filtragem absoluta são usados na parte hospitalar, mas hoje as pessoas estão querendo adotar a filtragem absoluta para algumas outras soluções". Os orçamentos variam de acordo com o projeto, partindo em média dos R$ 3 mil.

Outra solução que deve chegar ao mercado nos próximos 15 dias diz respeito ao vestuário. A Santista, que tem capacidade para produzir 70 milhões de metros de tecido ao ano, se prepara para entregar aos consumidores sua linha de tecidos com proteção contra a covid-19. A olho nu, conforme a empresa, não há diferença no material, mas a tecnologia introduzida na produção vai trazer um grande complemento na proteção das pessoas também por meio da roupa. "Os tecidos não têm nenhuma alteração, o que muda é o acabamento aplicado. Esse acabamento é composto por nanomoléculas de prata, micropartículas que penetram o mais profundo possível na fibra de tecido e fazem com que ele tenha essa propriedade", afirma o gerente de Marketing da Santista, Inácio Silva.

Tecnologia 100% brasileira, o tecido foi testado pelo Instituto de Ciências Biomédicas da Universidade de São Paulo (USP). Nas análises, segundo a Santista, o novo produto se mostrou eficiente para inativar vírus SARS-Co-2 em até três minutos, com 99,8% de eficiência. "A proposta do produto é ser mais um complemento de combate à propagação do vírus. Os distribuidores já têm o material disponível, em todas as regiões do Brasil, tanto para trabalhar na linha de uniformes quanto na divisão de moda. Temos parcerias também com as principais magazines do País, e muito em breve a tecnologia já chega aos pontos de vendas, seja para compra física ou e-commerce", detalha Silva.

Com mais de 80 confecções homologadas pela Santista, algumas já deram à produção uniformes com o tecido, para atender hospitais e indústrias, mas a tecnologia também estará disponível para compra de peças unitárias, vendidas através dos distribuidores.

A linha também ganhou uma versão combinada à função 'Repeller', que repele líquidos e fluídos corporais, como espirros, sangue, suor e outras secreções, que ajuda a manter o tecido limpo e seguro por mais tempo.

BRUNO CAMPOS/JC IMAGEM

DEMANDA Com volta gradual ao dia a dia, a população necessita de produtos que ajudem a diminuir as chances de contrair o vírus

DIVULGAÇÃO

DESENVOLVEU Santista se prepara para entregar uma linha de tecidos com proteção contra a covid-19

DIVULGAÇÃO

ACRESCENTOU A Anjo Tintas e Solvente produz agora álcool 70%

DIVULGAÇÃO

FILTRO DE AR Demanda para empresa vinda de hospitais cresceu

COLUNA DO SINDIFISCO

Nº 11 - 2020 - Recife, 26.07.2020
www.sindifiscope.org.br - comunicacao@sindifiscope.org.br

"SUPER-RICOS" PEDEM AUMENTO DOS SEUS IMPOSTOS

Um grupo formado por 83 milionários convocou os governos para que aumentem a carga tributária de suas fortunas, de forma permanente, para minimizar os efeitos econômicos decorrentes da crise provocada pela covid-19, que podem se estender por décadas e empurrar meio bilhão de pessoas para a pobreza. Como forma de influenciar autoridades mundiais, o grupo - formado pela herdeira da Disney, Abigail Disney, além de outros 82 milionários e bilionários -, divulgou a carta antes do encontro dos líderes políticos do G20 e dos dirigentes de bancos centrais de seus respectivos países.

Infelizmente, no Brasil, a atitude desses grandes milionários não contagiou as autoridades, num momento em que o país tem a oportunidade de fazer uma reforma tributária capaz de corrigir graves defeitos que acentuam a desigualdade social. De forma controversa, a realidade dos países ricos é usada como referência pelos nossos líderes apenas para promover mudanças que beneficiem os historicamente muitíssimo bem abonados e em desfavor da classe trabalhadora.

Até o presente, as medidas sugeridas pelas autoridades econômicas locais têm sido pura e simplesmente voltadas para a simplificação, sem atacarem a velha equação da desigualdade, que tem morada na taxação do consumo, que pesa mais sobre os mais pobres. E o que se viu nos primeiros tópicos da reforma encaminhada ao Congresso Nacional, na última terça-feira. Nem sequer é uma reforma para gringo ver, pois, como se viu nas primeiras linhas dessa coluna, os gringos muito ricos de outras nações desejam um aumento de taxação em suas próprias riquezas, embora, lá fora, as grandes fortunas já experimentem considerável tributação.

Mesmo antes da existência dessa carta dos milionários, no Brasil já havia sido publicado um estudo bem trabalhado - que surgiu por iniciativa da FENAFISCO, federação da qual o SINDIFISCO-PE é filiado, e da ANFIP -, que oferece uma das mais claras contribuições para se promover uma justa reforma tributária. Batizada de Reforma Tributária Solidária, a iniciativa orienta políticos, organismos sociais e toda e qualquer pessoa interessada em construir um sistema tributário mais justo para o Brasil. Trata-se de um norte para fixar bases estruturantes sobre as quais pode nascer uma sociedade menos desigual e com mais semelhança com as nações verdadeiramente desenvolvidas, capaz de mostrar musculatura para enfrentar a atual crise, e melhor estruturar-se diante de acontecimentos que volta e meia atingem a humanidade, castigando os mais pobres.

Como se costuma dizer: das crises nascem as oportunidades. Que como país saibamos, nessa crise de alcance mundial, reformar na direção e sentido da minimização das diferenças de renda e de desenvolvimento entre os entes nacional e subnacionais, entre os cidadãos e entre as empresas que compõem a nossa economia.