

economia

madeireira se tornou gigante multimarcas



TÂNIA MEINERZ/JC

Empresário Agnelo Seger fala da expansão do Grupo Herval ao longo dos anos e de projetos para o futuro

de mola, estofados, que foi nosso início na parte moveleira. Fazemos móveis de madeira para sala de jantar, cadeiras, dormitórios, cozinhas, a chamada “indústria de impressão”, com chapas de MDF ou MDP. Então, temos uma atuação que abrange toda a cadeia moveleira, além de fornecer produtos.

JC - O grupo tem essa lógica de criar novos negócios ligados a seus produtos, se compra muito determinado suprimento, tenta passar a fabricá-lo. E também a vender esse produto no varejo.

Agnelo - No varejo, temos as Lojas TaQi, mudamos em 2010, antes eram Herval. Tem também a parte de atacado. E temos as (lojas) iPlace (que vendem produtos Apple) no Brasil inteiro, além da HT Solution, somos distribuidores da HP (Hewlett-Packard Company).

JC - O grupo tem uma atuação forte no setor de serviços.

Agnelo - Temos HS Financeira e a HS Corretora de seguros. E a HS Consórcios, empresa super importante. Nesse ano, devemos vender R\$ 20,5 bilhões de valor em consórcios. Vendemos consórcios de automóveis, outros bens, e principalmente de imóveis. Se olhar no Banco Central, os dados são públicos, tirando três ou quatro grandes bancos, depois já vem a HS Consórcios nesse ramo de imóveis. Precisa muita credibilidade. Há 30 e poucos anos, vendíamos consórcio no varejo - geladeira, TV, eletrodoméstico nas lojas. Aí chegou um momento das contemplações em que começou a ter problema. O pessoal chegava com o carnê quitado e dizia: “eu quero meu produto”. E aí (a empresa responsável pelo consórcio) não dava a carta

de crédito. Mas os clientes diziam: “eu comprei da Herval e eu quero ganhar o meu produto”. Então conversamos, eu, meu irmão e meu pai, e o pai disse que tínhamos que assumir a bronca, “porque o cliente era nosso”. Aí eu disse: “vamos vender consórcio novamente no momento em que pudermos garantir o que formos vender”.

JC - Oportunidade de negócio no ramo de consórcios...

Agnelo - Fizemos um plano, apresentamos ao Banco Central e uns seis meses depois já estava aprovado. E começamos a vender consórcio de eletrodomésticos. Isso faz 30 anos. Depois fomos para o automóvel. Fomos evoluindo. Imóveis é o grande (filão)...

JC - Entre indústria, varejo e serviços são 27 marcas?

Agnelo - Isso.

JC - E o grupo tem atuação com lojas no exterior também?

Agnelo - Sim. Temos a Apple no Uruguai, com duas lojas. E nos Estados Unidos vendemos móveis da Uultis, marca premium.

JC - Dos 6,8 mil funcionários do Grupo Herval, quantos trabalham em Dois Irmãos e no RS?

Agnelo - No Rio Grande do Sul, são 3 mil e poucos (funcionários). Só em Dois Irmãos, são uns 2,6 mil trabalhadores. Temos fábrica em Pernambuco, no Nordeste. O restante é espalhado pelo varejo no Brasil inteiro. E tem os CDs (Centros de Distribuição) em São Paulo e no Espírito Santo.

JC - E faturamento do grupo?

Agnelo - Em torno de cinco (R\$ 5 bilhões ao ano).

JC - Vemos indústrias gaúchas expandindo operação com grandes investimentos em ou-

tros estados. Há espaço para o Grupo Herval se expandir no RS com novos investimentos?

Agnelo - Temos um problema sério que é a falta de mão de obra. Há poucos dias, tínhamos 100 vagas abertas. A cidade (de Dois Irmãos), tinha 300 vagas em aberto. Então, é difícil. Toda hora fazemos novas linhas de ônibus (para transportar trabalhadores), vamos a Parobé, tem ônibus de Porto Alegre...

JC - Falta mão de obra...

Agnelo - Falta mão de obra mesmo. E Dois Irmãos tem problema de falta de mão de obra qualificada também. É complicado. Tem segmentos em que é preciso trazer pessoas de outro estado... Quando fizemos a indústria em Bezerros (PE), construímos em Dois Irmãos um alojamento e trouxemos 60 pessoas de Pernambuco, para pegar a cultura, a mentalidade da Herval. Estamos pensando em reativar esse alojamento e ir ao encontro desses lugares onde as pessoas perderam tudo (na enchente de maio). E fazer algo para famílias, com casa montada e oferecer em-

prego, para atrair pessoas, porque é um problema. Na nossa região, vivemos o pleno emprego. Quem não trabalha realmente não quer.

JC - Além da mão de obra, a logística é outro desafio do RS?

Agnelo - Sim. Temos problemas enormes na questão de logística, porque o custo... No mobiliário, no colchão, temos que ser 10% mais competitivos, porque isso é o custo da logística do frete para o Sudeste, que é o grande mercado. Vendemos no Brasil inteiro, principalmente colchões e estofados. No Norte e Nordeste fornecemos pela indústria de lá (Pernambuco, inaugurada em 2015). Esse foi o motivo (para criar a nova fábrica lá) e, claro, também tem incentivo, importantíssimo para o desenvolvimento daquela região. E lá tem mão de obra à vontade.

JC - O senhor se preocupa com a desindustrialização?

Agnelo - Existem indústrias que estão saindo do País. Outras estão diminuindo. Daqui a pouco vamos depender do importado. A indústria já teve uma participação muito mais representativa no PIB (do Brasil). E a questão do Custo Brasil é complicada. Tem a parte tributária, a insegurança jurídica. As empresas, quando investem, precisam ter segurança. Uma vez, um julgado de uma questão tributária é uma coisa, na segunda, passa a ser outra. Então, como faz? É complicado. Sei que, com a reforma tributária, vai simplificar. De início, ainda vai complicar, porque vamos ter dois sistemas. Mas me preocupa a alíquota que estão colocando. Lá em Miami (EUA), o IVA (imposto) é 6%, 7%. E a simplicidade (tributária) é tão grande. A parte trabalhista é simples, não é que nem aqui. Agora a discussão é seis por um (da jornada de trabalho)... São coisas que vão para custo, alguém paga. Não tem almoço de graça. A sociedade paga.

JC - Simplificação da parte tributária é um caminho...

Agnelo - Nós (Grupo Herval) temos tributação municipal, porque temos assistência técnica, temos a estadual, porque estamos em todos os estados da federação, e temos federal, que é comum. E aí precisa de gente, gente, gente, por causa das mudanças (tributárias), aí um estado inventa uma coisa, é complicado. Então, não é à toa quando vemos que o Custo Brasil onera o produto. O brasileiro paga caro pelas coisas, pelo imposto... Quando tu sai (ao exterior), pensa, às vezes: “puxa vida, como pode ser (mais barato no exterior)”...

Mas é imposto, imposto. Essa coisa de “ah, o salário poderia ser maior”. Sim, mas é que o funcionário que me custa um, custa, no mínimo, 1,8 (o valor do salário para a empresa, incluindo encargos).

JC - Como vê o desafio da inovação para a indústria?

Agnelo - A inovação, a indústria 4.0 e agora a Inteligência Artificial... Eles (executivos da Herval) estiveram na convenção mundial da HP em Las Vegas há três meses. E voltaram abismados. “Olha, temos que desenvolver isso (Inteligência Artificial) urgentemente.”

JC - E na questão da inovação entra também a educação.

Agnelo - Sim, a educação é extremamente importante. Estamos querendo desenvolver aqui, não sei se através de startups, alguma coisa. Precisamos trabalhar em cima disso (inovação), rever processos... E o varejo mudou muito. Na pandemia e no pós-pandemia, as pessoas, o e-commerce, a internet... E aí vemos gigantes tomando fatias... isso é preocupante. Então, temos que nos reinventar.

JC - Qual é a perspectiva das redes locais de varejo em meio a fusões, aquisições e o avanço das big techs e do e-commerce?

Agnelo - Temos que cuidar da proximidade das pessoas, oferecer serviços, não basta só o produto. Tem que cuidar dessas coisas. É preciso estar atento... O juro era 2% e disparou, isso criou um problema para empresas, pela questão do financiamento e da inadimplência. Então, o varejo sofreu muito. E continua... E se o governo não parar de gastar, as coisas vão ficar mais difíceis. Se não fizer o dever de casa, prevejo que o fim desse governo vai ser parecido com o da Dilma (Rousseff, que terminou com a crise de 2015-2016). Só que é difícil, as promessas são tantas... E aí deputados colocam emendas, pegam um volume enorme, e não sobra dinheiro para certos investimentos. É complicado.

JC - Como projeta o futuro?

Agnelo - Muito para essa questão de serviços. E o varejo tem que entender essa questão de proximidade (com o cliente). Vejo que o varejo tem nichos, como esse de colchões (premium, nova marca Volis Colchões, do Grupo Herval), assim como abrimos quiosques da Mistertech em shoppings, outra marca em que vendemos multimarcas de eletrônicos. Então, estar próximo do consumidor e essa questão de serviços. E uma revisão total de processos com a Inteligência Artificial.



No mobiliário, no colchão, temos que ser 10% mais competitivos, porque isso é o custo do frete para o Sudeste