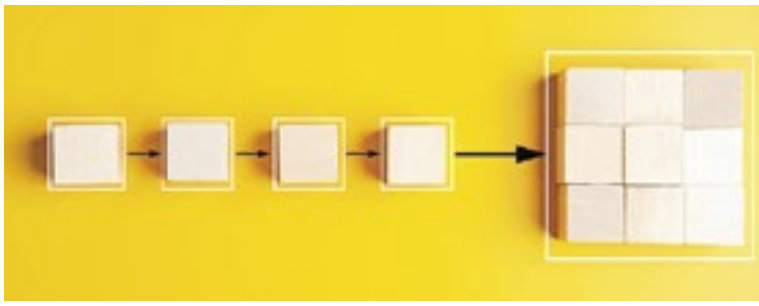


FEED DE MERCADO

ORISOL
CONECTAMOS VOCÊ À INOVAÇÃO

A série Feed de Mercado dá sequência ao projeto Calçado & Carreira, iniciado em 2016. Capitaneado pelo Jornal Exclusivo e Orisol do Brasil, apresenta cases inspiradores e valoriza os profissionais que fazem a diferença no setor calçadista, tanto no mercado nacional como internacional.

Cenira Verona: trajetória de muitas conexões no setor calçadista

Profissional tem atuado "para ajudar a transformar desafios em caminhos possíveis"

MICHEL POZZEBON
michel.pozzebon@gruposinos.com.br

Cenira Verona é uma pessoa de raízes muito fortes no Vale do Sinos, onde nasceu e foi criada. Vem de família de origem italiana, na qual o trabalho, a palavra e as relações éticas sempre foram muito valorizadas. "Esses valores seguem comigo até hoje e influenciam a forma como construo minhas relações e conduzo meu trabalho", frisa a profissional, que tem uma trajetória de muitas conexões, especialmente no setor coureiro-calçadista. "Gosto de aproximar estratégia e prática, conectando sustentabilidade, inovação e gestão para ajudar a transformar desafios em caminhos possíveis. Acredito que esses temas ganham força quando fazem parte das decisões e da realidade dos negócios", complementa.

A profissional começou sua formação na Fundação Escola Técnica Liberato Salzano Vieira da Cunha, onde se formou Técnica em Química. Considera essa uma base muito importante de sua trajetória. "O curso me ensinou sobre relacionamentos humanos, amizades e posicionamentos", conta. A partir dali, se graduou em Química pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), fez mestrado em Engenharia de Produção também pela UFRGS e hoje está na reta final do doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), em cotutela com a Universidade de Florença, na Itália. Ao longo de todo esse caminho, Cenira comenta que também buscou formações que "dialogassem com os desafios" da atuação profissional. Tem um pós-MBA em Gestão da Inovação e especializações em áreas como Gestão de Projetos, Sustentabilidade, ESG, Mercado de Carbono, Investimento em Startups e Comunicação.

Hoje, atende o setor calçadista e outros mercados por meio da Salt Projetos, Produtos e Serviços, empresa que fundou. Também vem introduzindo no setor calçadista a inovabilidade, abordagem que desenvolve em sua pesquisa de doutorado e que integra inovação e sustentabilidade.

DIVULGAÇÃO



Aproximando estratégia e prática, Cenira conecta sustentabilidade, inovação e gestão

PESSOA DE MUITAS FACETAS

Cenira é casada e mãe de um casal de filhos, hoje praticamente adultos, cada um começando a trilhar o próprio caminho. Se diz uma pessoa de muitas facetas: "gosto de festa e de estar com as pessoas, mas também preciso de momentos de recolhimento e descanso". "Posso ser leve e descontraída, mas também sou profunda quando um assunto me mobiliza. Essa mistura faz parte de quem sou — e talvez ajude a explicar por que gosto tanto de conhecer diferentes realidades e perspectivas, de circular em ambientes distintos", conta.

A INDÚSTRIA CALÇADISTA

O primeiro contato de Cenira com o setor calçadista aconteceu na adolescência, quando sua irmã se especializava em Estilismo de Calçados na Feevale. "Na época vi a importância do Vale do Sinos para essa cadeia produtiva e comecei a conhecer as etapas na criação do calçado, os materiais utilizados, a presença de arte", comenta. Ela conta que achou "tudo fascinante" e que, naquele momento, desenvolveu o olhar "para reconhecer bons calçados e valorizar o trabalho por trás do produto".

A vida profissional de Cenira a levou inicialmente a outros segmentos, mas ela retornou ao Vale do Sinos e se envolveu com o calçado. "Isso aconteceu em 2005, quando trabalhava no Grupo Killing e passei de formuladora de resinas à gestão do laboratório de adesivos. Assim comecei a conduzir projetos junto a importantes fabricantes e marcas de calçados, implantando produtos, promovendo inovações e adaptando processos", recorda. Destaca que a passagem pela Killing "foi um aprendizado muito rápido, guiado pelos profissionais que estavam ao meu lado". Desde a primeira visita a uma linha de produção até a construção de parcerias internacionais, Cenira ampliou a compreensão sobre a força e a trajetória do calçado brasileiro. Uma dessas trocas foi com empresas de máquinas, como a Orisol do Brasil, em conversas sobre inovação, tendências, automação e mercado.

SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade entrou na vida de Cenira pelo setor calçadista. Em meados de 2000, começaram a surgir restrições ao uso de alguns componentes nos adesivos. "Quando fui entender essas restrições, passei a olhar para além da formulação dos produtos: comecei a me interessar pelos impactos das escolhas das empresas e por como construir soluções que fossem sustentáveis no longo prazo e viáveis", comenta. Menciona que as leituras de John Elkington (britânico conhecido como o pai da sustentabilidade corporativa) foram decisivas no processo. Conta que teve oportunidade de conversar pessoalmente com Elkington e de agradecê-lo pelas reflexões.

PESQUISA QUE VIRA PRODUTO

Com experiência na indústria química e vivência acadêmica, Cenira aponta o descompasso de prazos como um dos principais gargalos para transformar pesquisa científica em produtos. "Pesquisas levam tempo para chegar aos resultados. O caminho é incerto, com erros e acertos, validações que precisam ser feitas." Comenta que na indústria, "os ciclos de decisão são mais curtos, e há expectativa de retorno em prazos menores do que os necessários para desenvolver uma pesquisa de base sólida". O problema, segundo ela, "não está nos atores, mas no próprio processo".

CALÇADO COMPETITIVO

Como engenheira de produção, Cenira considera que a colaboração da cadeia de valor é o que ainda falta para a indústria calçadista brasileira ser ainda mais competitiva nos mercados em que atua. "A indústria brasileira de calçado tem um vasto conhecimento em produtos e processos, e, melhor de tudo, muita criatividade - somos ícones em design! Porém, observo falta de parceria entre os players, fornecedores e clientes. Criamos uma certa guerra interna que nos enfraquece perante os competidores estrangeiros, e assim perdemos algumas batalhas", comenta. Ela acredita que "em um cenário de plena parceria de toda a cadeia, poderíamos avançar muito, com menor custo, maior capilaridade, maior orgulho do produto nacional".