

Sem TEMPO RUIM

Clima afeta toda a economia e previsões meteorológicas se tornam estratégicas para a tomada de decisões nos mais diversos negócios

Muita gente tem como hábito antes de sair de casa conferir em rádio, TV, jornal, internet ou celular a previsão do tempo para o dia. É um costume que tem ganhado adeptos diante das constantes oscilações climáticas, com eventos extremos como temporais, enchentes, ondas de calor e secas. Mas esse cenário não influencia só a vida cotidiana da população, como afeta toda a economia do planeta.

Por isso, setores produtivos cada vez mais lançam mão dos serviços meteorológicos para garantir o sucesso dos negócios nos mais variados setores. “Trata-se de informação estratégica para tomada de decisão”, explica o sócio-gerente comercial da Climatempo, empresa especializada em serviços meteorológicos, Nil Nunes.

O produtor Tadeuzzao Piantino é um dos dependentes do clima: ora depende do calor, ora do frio. Por isso, não organiza a agenda de sua produtora sem a consultoria de um meteorologista, profissional fundamental no seu dia a dia tanto para a preparação do set como para a realização da filmagem. “O custo de uma diária varia entre R\$ 200 mil e R\$ 1,2 milhão, por baixo, e não se pode cometer erros”, conta.

Um exemplo do que ele diz pode ser visto no YouTube, no comercial “Natureza dos Homens”, para a marca de uísque White Horse, com três cavalos brancos, na Serra do Rio do Rastro, em Santa Catarina. O terreno tinha de estar seco para os animais não atolarem, e a equipe estava à mercê do clima. “O tempo lá fecha por completo de uma

hora para a outra e a estação do ano não ajudava”, conta Piantino.

Então, para trabalhar dentro do orçamento da agência, a maioria das produtoras conta com serviços oferecidos por consultorias. Antigamente, existia o termo *weather day*, uma cláusula que evitava perdas caso não houvesse filmagem em razão do mau tempo. “Hoje em dia, isso está cada vez mais difícil, pois as agências não querem assumir o prejuízo e deixam toda a responsabilidade com a gente”, afirma Piantino, que tem sua meteorologista preferida e não deixa de contar ainda com as forças de Iansã, rainha dos ventos, na hora de realizar um trabalho.

Outro exemplo de negócio que não sobrevive sem a previsão do tempo é o dos parques, aquáticos ou não. Vide o caso do Hopi Hari, cuja localização já se justifica pelo clima: foi construído em Vinhedo, local do Estado de São Paulo em que há menos incidência de chuvas. Ao ligar para o empreendimento para reservar um passeio, o consumidor também tem à disposição uma linha direta com os meteorologistas para se prevenir quanto ao mau tempo.

O homem do tempo

Prova de que o uso desse tipo de estatística está cada vez mais presente no ambiente corporativo é o cardápio diversificado oferecido pela Climatempo. A empresa é pioneira na consultoria meteorológica do País e oferece serviços especializados para mais de duas dezenas de segmentos.

O serviço prestado para empresas influenciadas por riscos climáticos é

feito por meio de produtos e atendimento personalizados, com monitoramento de profissionais certificados. Fundada em 1988 pelo meteorologista Carlos Magno, conhecido Brasil afora como o “homem do tempo”, a Climatempo também foi a primeira a oferecer boletins informativos para meios de comunicação.

Com os avanços tecnológicos, as análises das previsões puderam ser feitas para períodos de tempo cada vez maiores, auxiliando inclusive órgãos governamentais na tomada de decisões, caso do Instituto Nacional de

Pesquisas Espaciais (Inpe), localizado em São José dos Campos (SP). É por lá que a Climatempo fez sua mais recente investida, em parceria com o Parque Tecnológico de São José dos Campos, para instalar na cidade o seu setor de pesquisa e desenvolvimento e criar projetos inovadores com instituições e empresas da região.

O centro de pesquisa do grupo Climatempo receberá R\$ 2 milhões de investimento nos próximos dois anos e triplicará o tamanho da equipe. Ocupando uma sala de 130 metros quadrados no Centro Empresarial 2 do

Hopi Hari: o parque foi construído em Vinhedo, local do Estado de São Paulo em que há menos incidência de chuvas



Foto: Divulgação



parque, a Climatempo tem dez profissionais trabalhando no local e pretende chegar a 30 até 2017, recrutando talentos formados na região.

O Impe é ligado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, e desde 1970 vem produzindo conhecimento nas áreas espacial e de ambiente terrestre. Também mantém um Centro de Previsão do Tempo e Estudos Climáticos (CP-

TEC). A Climatempo ainda pretende firmar parceria com o Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden), também de São José dos Campos.

Além de serviços privados, a Climatempo vai oferecer dados para uso público, como já faz com defesas civis e municípios. Um dos projetos do grupo na cidade é um sistema para melho-



O centro de pesquisa do grupo Climatempo receberá R\$ 2 milhões de investimento nos próximos dois anos e triplicará o tamanho da equipe, chegando a 30 profissionais até 2017”

Nil Nunes
sócio-gerente comercial da Climatempo



Foto: Rubens Chiri

rar a qualidade de alertas de tempo severo no Brasil. Para tanto, já fechou parceria com a americana Planetiq, que terá rede de pequenos satélites em 2016. “Como a informação básica é a mesma, a inovação acontece na prestação de serviços e na distribuição das informações”, diz Nunes, diretor da Climatempo.

Segmentação

As empresas do setor atuam em diversas frentes e atendem clientes de diversas áreas. As formas de intervenção são muitas e podem vir de maneiras impensáveis para os leigos, por exemplo, como as condições de vento impactam nas usinas de cana-de-açúcar para armazenamento de bagaço. É que a construção do prédio depende totalmente do clima. A simples limpeza de uma vidraça na fachada de um prédio também exige a previsão do tempo, já que o colaborador fica pendurado no lado externo do edifício, exposto a grandes riscos.

As indústrias de alimentos e bebidas também dependem da meteorologia. Sorvetes e cervejas tendem a vender mais com temperaturas mais quentes. Ao antecipar tais informações, os varejistas podem planejar melhor seus estoques. O mesmo vale para o comércio de artigos de roupas e de calçados, que, no caso do calor, vendem pouco as coleções de inverno.

A mensuração equivocada dos estoques, mesmo que por fenômenos que não sejam do controle dos empresários, gera custos adicionais, especialmente para aqueles que estão enquadrados no sistema de substituição tributária, no qual o imposto já é cobrado antes mesmo da venda da mercadoria. As-



Setores que demandam serviços climáticos

Elétrico

Infraestrutura

Construção

Moda

Eventos

Entretenimento

Alimentação e bebidas

Agronegócio

Turismo

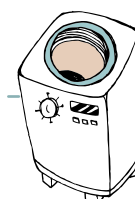
Aviação

Logística

Laboratórios farmacêuticos

Audiovisual

Limpeza



sim, as perdas das receitas e do capital de giro do setor são agravadas.

De outro lado, o turismo de sol e mar – que, como o nome indica, é típico do verão – é um dos grandes beneficiados, especialmente quando há predomínio de sol aliado às temperaturas um pouco acima da média. Na agricultura, o inverno mais ameno, desde que não seja quente demais, também é bem-vindo para manter as plantações saudáveis.

Especialmente em agropecuária, há pacotes de produtos elaborados pelo Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet), órgão vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que administra mais de 400 estações. A entidade possui dez distritos regionais, que recebem, processam e enviam dados para a sede em Brasília. “Daqui processamos os dados e os enviamos por satélite para todo o mundo”, conta a coordenadora de Desenvolvimento e Pesquisa do Inmet, a meteorologista Andrea Ramos.

De acordo com Andrea, as múltiplas aplicações dos produtos meteorológicos no setor agrícola fazem com que o Inmet busque continuamente ampliar seus serviços voltados para a área rural. O Sistema de Suporte à Decisão na Agropecuária (Sisdagro) é uma ferramenta de consulta que amplia o escopo e a qualidade dos aplicativos de agrometeorologia.

Há ainda uma série de mapas temáticos derivados da observação sistemática dos fenômenos meteorológicos que ocorrem em todo o território nacional, o que permite aos agropecuaristas e aos tomadores de decisão um

melhor planejamento de suas atividades, com redução de riscos naturais inerentes ao agronegócio.

Formação e carreira

Em relação à previsão do tempo, o Inmet emite avisos de fenômenos meteorológicos adversos para a Defesa Civil e outros órgãos governamentais de forma contínua. Mas nada disso seria possível sem a interpretação de profissionais como Andrea. Graças aos meteorologistas, as estatísticas todas são traduzidas em inteligência de mercado. Não à toa, a atividade ganha destaque cada vez maior diante das adversidades do clima e das necessidades de compreender e antecipar as alterações climáticas.

Um dos grandes entraves é o pequeno número de faculdades que oferecem o curso de graduação, pouco mais de uma dezena em todo o País. Algumas regiões brasileiras importantes, como o Centro-Oeste, não oferecem um único curso, apesar de o estudo ser vital para a agricultura, o que leva muitos formandos a migrar. A situação melhorou um pouco após a passagem do furacão Catarina pela região Sul do Brasil, em 2004.

Se o mercado está em expansão, contudo, é necessário ficar atento às particularidades da carreira. Os primeiros contatos com a disciplina se dão nas aulas de Geografia, porém, não pertence à área de humanas.

A profissão é regulamentada por lei federal e a graduação exige curso de bacharelado em uma faculdade. O curso demanda estudos de Física e Matemática, pois meteorologia é basicamente a física de fluidos. &