CLAMED
FARMÁCIAS

100 ANOS

Vencendo desafios

História do centenário da CLAMED Farmácias

Prestes a completar cem anos de existência, a CLAMED Farmácias, através de sua diretoria, lança um olhar acurado sobre a trajetória da empresa, como forma de honrar o passado e as sucessivas gerações que contribuíram para a construção dessa história de tanto sucesso.
Assim nasceu o projeto do livro memorial do centenário.

CLAMED
FARMÁCIAS

HISTÓRIA DO CENTENÁRIO DA CLAMED FARMÁCIAS.

“As empresas são construídas por pessoas e nunca serão maiores nem mais firmes do que as pessoas que nelas trabalham.”

Dr. Alberto Bornschein
Diretor Presidente
CLAMED Farmácias

Cenários históricos

Friedrich Albert Bornschein

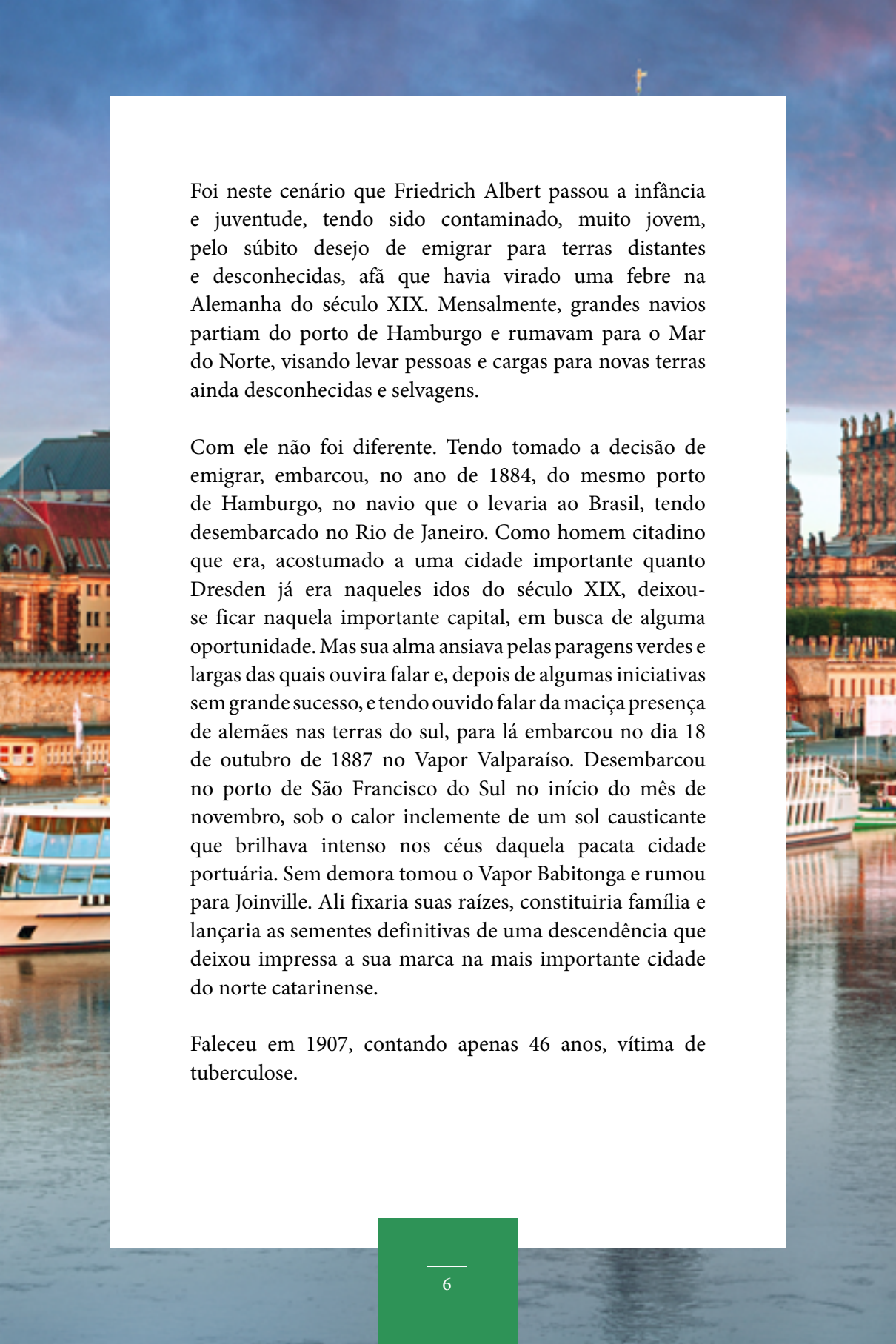
A ponte da Alemanha para o Brasil.

Friedrich Albert Bornschein nasceu na cidade de Dresden, na Alemanha, no dia 01 de janeiro de 1861. Alguns anos após o seu nascimento, a Alemanha era um império governado pela Casa de Hohenzollern, que existiu desde a sua consolidação como Estado-nação (Unificação Alemã) até à abdicação do Kaiser Guilherme II em novembro de 1918, após a derrota na Primeira Guerra Mundial. Este extinto estado é tido como a cópia perfeita da Roma Antiga, mais precisamente pela existência de seus reis vassalos.

O Império Alemão era constituído de 27 territórios constituintes (a maioria deles governados por famílias reais).
Depois de 1850, a Alemanha se industrializou rapidamente, com base no carvão, ferro (e mais tarde aço), produtos químicos e ferrovias.
De uma população de 41 milhões de pessoas em 1871, cresceu para 68 milhões em 1913, tornando-se predominantemente urbana.

Durante seus 47 anos de existência, o Império Alemão operou uma gigante indústria tecnológica e científica, recebendo mais prêmios Nobel em Ciência do que a Grã-Bretanha, França, Rússia e Estados Unidos juntos.[1]

[1] Biblioteca USP. Disponível em: <http://www.sibi.usp.br/>. Acesso em 02 jan. 2018.



Foi neste cenário que Friedrich Albert passou a infância e juventude, tendo sido contaminado, muito jovem, pelo súbito desejo de emigrar para terras distantes e desconhecidas, afã que havia virado uma febre na Alemanha do século XIX. Mensalmente, grandes navios partiam do porto de Hamburgo e rumavam para o Mar do Norte, visando levar pessoas e cargas para novas terras ainda desconhecidas e selvagens.

Com ele não foi diferente. Tendo tomado a decisão de emigrar, embarcou, no ano de 1884, do mesmo porto de Hamburgo, no navio que o levaria ao Brasil, tendo desembarcado no Rio de Janeiro. Como homem citadino que era, acostumado a uma cidade importante quanto Dresden já era naqueles idos do século XIX, deixou-se ficar naquela importante capital, em busca de alguma oportunidade. Mas sua alma ansiava pelas paragens verdes e largas das quais ouvira falar e, depois de algumas iniciativas sem grande sucesso, e tendo ouvido falar da maciça presença de alemães nas terras do sul, para lá embarcou no dia 18 de outubro de 1887 no Vapor Valparaíso. Desembarcou no porto de São Francisco do Sul no início do mês de novembro, sob o calor inclemente de um sol causticante que brilhava intenso nos céus daquela pacata cidade portuária. Sem demora tomou o Vapor Babitonga e rumou para Joinville. Ali fixaria suas raízes, constituiria família e lançaria as sementes definitivas de uma descendência que deixou impressa a sua marca na mais importante cidade do norte catarinense.

Faleceu em 1907, contando apenas 46 anos, vítima de tuberculose.

Dresden/Alemanha

Alberto Bornschein - fundador

Alberto Bornschein o fundador

Criando prosperidade com esforço e trabalho.

Alberto Bornschein, o fundador do estabelecimento que daria início à CLAMED Farmácias, nasceu em 29 de dezembro de 1893, na cidade de Joinville/SC, fruto do casamento de Friedrich Albert Bornschein com Clara Antonie Krisch, ocorrido no ano de 1889.

Ele foi o segundo filho de uma prole de sete e teve como irmãos: Emma Wilma Margarida Bornschein, primeira filha do casal, nascida em 1891; Ricardo Georg Bornschein (1895), Clara Emma Hedwig Bornschein (1898), Emma Thecla Hermina Bornschein (1900), Paul Ernest Rudolf Bornschein (1903) e Herta Paula Gabriela Bornschein (1905).

Com apenas 12 anos de idade Alberto começou a trabalhar, demonstrando desde cedo sua verve empreendedora, o que se mostrou muito útil, porque apenas 2 anos depois, quando contava 14 anos, seu pai faleceu prematuramente, deixando a enlutada família em difícil situação. Alberto era um apaixonado pelos segredos da química e, superando enormes obstáculos, formou-se em Farmácia, e depois fundou, em 1919, a primeira farmácia que daria origem à rede que hoje ostenta mais de 500 lojas espalhadas por grande parte do território nacional.

Imprimiu uma marca de probidade e justiça aos negócios da família, que é seguida e respeitada até os dias atuais pelos seus sucessores. Faleceu em 1972, aos 79 anos.

Alberto Bornschein

A sólida continuidade baseada nos princípios paternos.

Alberto Bornschein, o filho do fundador, que ficaria conhecido como Albertinho, nasceu no dia 29 de julho de 1926 em Joinville/SC, fruto do casamento de seu pai com a suíça Hilda Mori, ocorrido em 1925.

Desde cedo ia com o pai para a empresa e vivenciava, no dia-a-dia, a forma eficaz, discreta e justa com que o pai geria os negócios.

O negócio de farmácias entrou-lhe no sangue, de sorte que, mal atingida a idade necessária, rumou para Curitiba/PR e lá cursou a Faculdade de Farmácia e Bioquímica, graduando-se farmacêutico ainda muito jovem. Sempre respirou a química como atividade vital e apaixonou-se pelo laboratório, que se dedicava à produção de fármacos.

Em 1945, com a promulgação do Decreto Lei nº 7.666, conhecido pela alcunha de Lei Malaia, ficara proibida a coexistência de fabricação e comercialização de produtos farmacêuticos em um mesmo local, afetando todas as farmácias, que mantinham essa prática. Em decorrência disso, seu pai vira-se forçado a fundar o Laboratório Catarinense, em local separado das farmácias da rede, e as duas empresas passaram a ter sede e razão social distintas. Pois foi nesse ambiente que Albertinho vicejou e desenvolveu, por longos anos, a sua atividade profissional, elevando o Laboratório à categoria de mais importante estabelecimento desse gênero no sul do Brasil.

Faleceu em 1992, aos 65 anos.

Dr. Alberto Bornschein

Dr. Alberto Bornschein neto do fundador

Solidez e conhecimento caminham juntos.

Alberto Bornschein, que viria a ser conhecido como "Doutor Alberto", nasceu em 07 de junho de 1953, fruto do casamento de seu pai Albertinho com Zilda Wolf, em 1949. Em 1971 o jovem Alberto Bornschein seguiu para Florianópolis a fim de estudar medicina, tendo se formado em 1977. Logo após a formatura, foi para São Paulo, fazer a residência médica e em seguida, para os Estados Unidos, com o objetivo de realizar estudos em diversos centros médicos daquele país.

Encerrando seus estudos em solo americano, retornou ao Brasil, onde obteve seus títulos de especialista em Cardiologia, Cirurgia Cardíaca e Terapia Intensiva. Mudou-se então para Florianópolis, onde trabalhou enquanto paralelamente, construía o Instituto do Coração, em Joinville, para onde retornou, a fim de coordená-lo.

Completamente apaixonado pela medicina, só pensava em ampliar sua atuação na área de cirurgia cardíaca, tendo realizado várias intervenções cirúrgicas, pela primeira vez em Joinville/SC.

Foi colhido de surpresa com o falecimento prematuro do seu pai, em 1992, e por causa disso assumiu a presidência da rede de farmácias, tendo a parte do Laboratório ficado para sua irmã Karin e seus familiares.

Protagonizou a maior virada sofrida pela empresa ao longo de toda a sua história, revolucionando totalmente as estruturas da Drogaria Catarinense, que contava então com 60 lojas, incluindo as dentárias, levando a Companhia a atingir o patamar de uma das mais importantes redes de varejo farmacêutico do Brasil, com mais de 500 lojas instaladas e funcionando plenamente. Atualmente, aos 66 anos, é o Diretor Presidente da empresa.

Andrey, Sandrine e Alberto Bornschein

As novas gerações e o futuro

Inovação e expansão sob a ótica do comprometimento.

Doutor Alberto Bornschein tem três filhos, de seu casamento com Mariléa Hardt.
Em 1978 nasceu Sandrine Bornschein, hoje dirigente da Quimidrol, empresa subsidiária da CLAMED.
Em 1983 nasceu Alberto, homônimo na 4ª geração da família. É atualmente Diretor Financeiro da CLAMED.
Finalmente em 1985 nasceu Andrey Bornschein, atualmente ocupando o cargo de Diretor de Inovação da CLAMED.

Juntos, os três irmãos são a esperança de futuro da empresa. Com sólida formação acadêmica e acumulando produtivas experiências em outras empresas do mercado, prepararam-se adequadamente para, juntamente com o pai, atuar na empresa centenária.

São eles os atuais pilares sobre os quais apoia-se a garantia de sucesso no futuro da empresa.

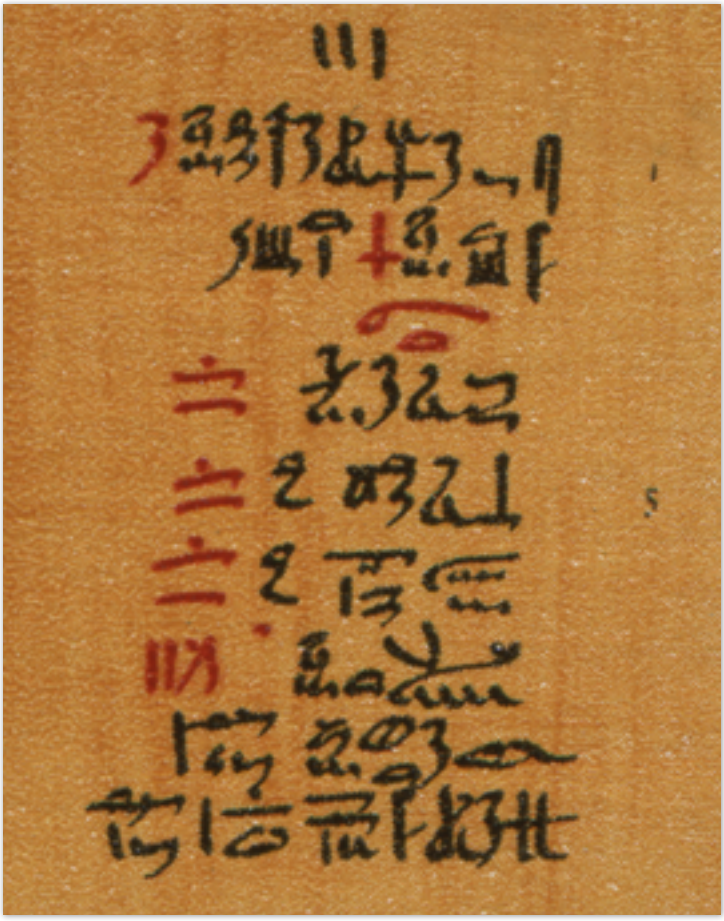
A farmácia ontem e hoje

A origem das atividades relacionadas à farmácia se dá a partir do século X com as boticas ou apotecas.

(Apotheke, em alemão).

A história da farmácia remete à preocupação com a saúde, a doença, ao aparecimento dos medicamentos e ao surgimento do farmacêutico. Textos antigos relatam o emprego das plantas e de substâncias de origem animal para fins curativos, desde a idade da pedra lascada. O mais antigo documento farmacêutico conhecido é uma tabuinha suméria descoberta em Nippur, datada do ano de 2100 a.C., contendo quinze receitas medicinais.

O papiro mais importante da história da Farmácia é o papiro Ebers, escrito por volta de 1500 a.C., espécie de manual destinado aos estudantes, que revela segredos da medicação. Esta verdadeira farmacopéia registra abundantes informações, contém 811 prescrições e menciona 700 remédios para distintas doenças, de mordida de serpente à febre puerperal, abrangendo uma grande variedade de temas médicos.



Papiro Ebers, 1500 a.C.

O sábio Hipócrates é considerado
patrono da saúde e da cura

A origem das atividades relacionadas à farmácia se dá a partir do século X com as boticas ou apotecas (Apotheke, em alemão), como eram conhecidas na época.
A figura do boticário aparece nos conventos da França e Espanha, desempenhando o papel de médico e farmacêutico. Neste período, a medicina e a farmácia eram uma só profissão.
Foi o grego Hipócrates quem marcou uma nova era para a cura, quando sistematizou os grupos de medicamentos, dividindo-os em narcóticos, febrífugos e purgantes. Também o sábio Galeno escreveu bastante sobre farmácia e medicamentos, sendo considerado o "Pai da Farmácia". Sua grande contribuição foi a transformação da patologia humoral numa teoria racional e sistemática, em relação à qual se tornava necessário classificar os medicamentos.

Durante a 1ª Guerra Mundial (1914 -1918), desenvolveu-se a terapia antimicrobiana, com avanços significativos em quimioterapia, antibioticoterapia e imunoterapia. E no período da 2ª Guerra Mundial (1939 -1945), começaram as pesquisas sobre guerra química que resultaram no descobrimento dos primeiros antineoplásicos.
As últimas décadas do século passado foram decisivas no descobrimento de fármacos a partir da aplicação de conceitos de genética molecular, genômica, proteômica e informática.
A biotecnologia e a tecnologia farmacêutica emergiram como poderosos instrumentos para romper com os limites terapêuticos estabelecidos.[2]

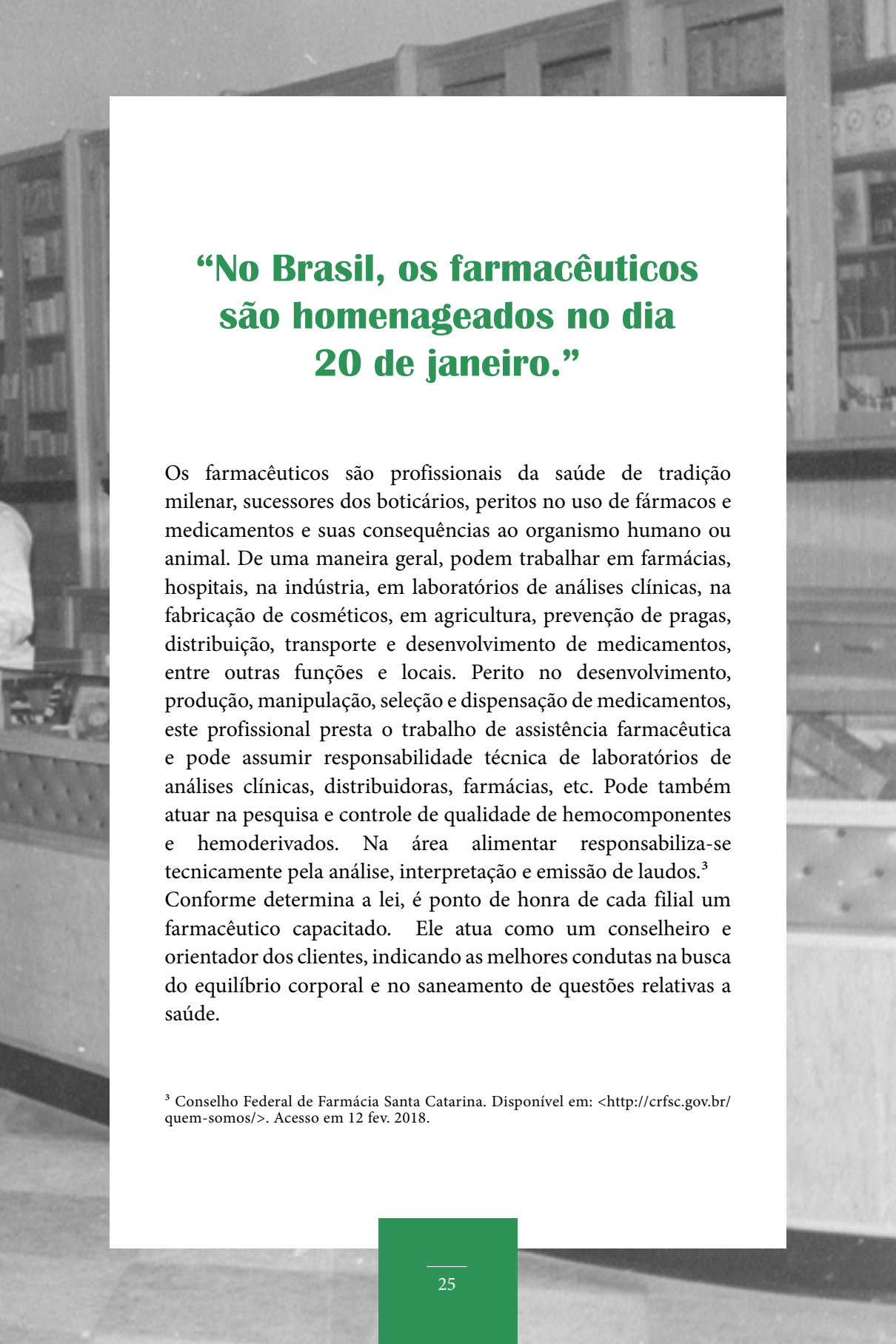
[2] Farmacopeia: Farmacopeia Brasileira. Disponível em: <www.anvisa.gov.br/hotsite/farmacopeiabrasileira/conteudo/cont_saiba_mais.htm>. Acesso em 04 nov. 2017.

PULV ACORI
PULV SALEP RAD
OL.
SYRUPUS ALTHAEAE

Museu da Farmácia, Heidelberg na Alemanha

O farmacêutico um profissional eterno

Na CLAMED Farmácias, a presença constante de um farmacêutico em cada unidade foi prática adotada muito antes de se tornar lei.



“No Brasil, os farmacêuticos são homenageados no dia 20 de janeiro.”

Os farmacêuticos são profissionais da saúde de tradição milenar, sucessores dos boticários, peritos no uso de fármacos e medicamentos e suas consequências ao organismo humano ou animal. De uma maneira geral, podem trabalhar em farmácias, hospitais, na indústria, em laboratórios de análises clínicas, na fabricação de cosméticos, em agricultura, prevenção de pragas, distribuição, transporte e desenvolvimento de medicamentos, entre outras funções e locais. Perito no desenvolvimento, produção, manipulação, seleção e dispensação de medicamentos, este profissional presta o trabalho de assistência farmacêutica e pode assumir responsabilidade técnica de laboratórios de análises clínicas, distribuidoras, farmácias, etc. Pode também atuar na pesquisa e controle de qualidade de hemocomponentes e hemoderivados. Na área alimentar responsabiliza-se tecnicamente pela análise, interpretação e emissão de laudos.[3]
Conforme determina a lei, é ponto de honra de cada filial um farmacêutico capacitado. Ele atua como um conselheiro e orientador dos clientes, indicando as melhores condutas na busca do equilíbrio corporal e no saneamento de questões relativas a saúde.

[3] Conselho Federal de Farmácia Santa Catarina. Disponível em: <http://crfsc.gov.br/quem-somos/>. Acesso em 12 fev. 2018.

O DNA da CLAMED

História marcada pela expansão.

Com sede em Joinville, a CLAMED Farmácias é um grande guarda-chuva, sob o qual estão abrigadas marcas de sucesso, consolidadas no mercado farmacêutico do Brasil. A visão empreendedora do grupo, baseada na tradição desbravadora do passado, no sucesso do presente e nas perspectivas do futuro, tem um objetivo bem claro: ser a melhor rede de farmácias e drogarias.

Visão

Ser a melhor rede de farmácias
e drogarias.

Missão

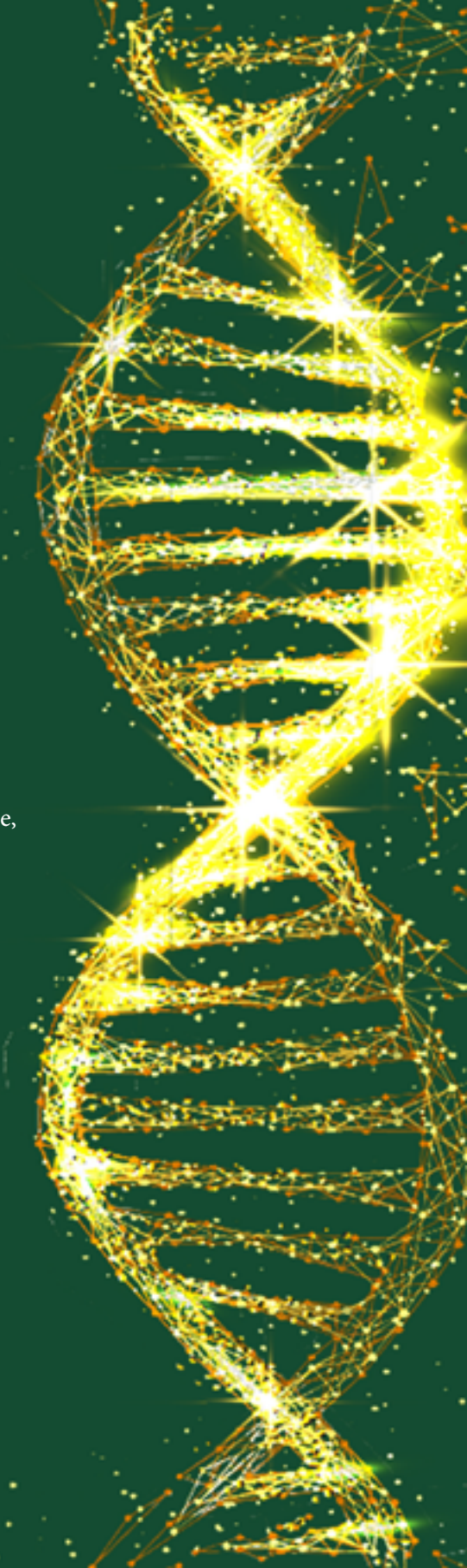
Satisfazer as necessidades das pessoas
através de atendimento qualificado e
ambiente acolhedor, oferecendo-lhes saúde,
beleza e bem-estar.

Valores

Conduzir os negócios de forma ética,
visando atingir a lucratividade
necessária ao desenvolvimento
sustentável da empresa.

Estabelecer com seus colaboradores
uma relação justa, de responsabilidade
e comprometimento.

Ser uma empresa cidadã responsável.



Marcas integrantes da CLAMED Farmácias

CLAMED
FARMÁCIAS
catarinense
catarinense
FARMÁCIA
PREÇO POPULAR
proformula
farmagora

Definição da marca

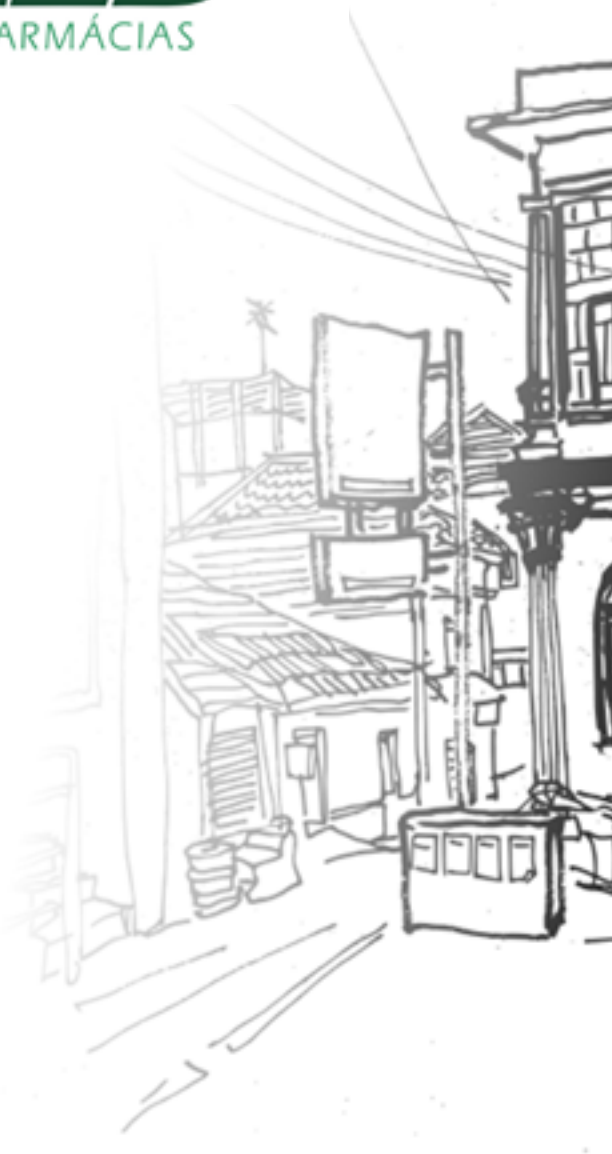
CLAMED
FARMÁCIAS

O desenho do logotipo possui em seu traço, características que simbolizam a essência da empresa. Solidez, união, proteção e tradição, sem deixar de ser uma empresa moderna e arrojada.

Cores: A cor verde apresentada em duas tonalidades, representa saúde, harmonia, cuidado e esperança.

Nome CLAMED Farmácias: Definido por reduzir de forma clara a razão social "Companhia Latino Americana de Medicamentos".

Arco acima do nome: Simboliza proteção. Estar sempre perto e estar à disposição para cuidar e atender com respeito, ética e profissionalismo.



FARMACIA

Sumário

Mensagem do Presidente

Capítulo I
Uma nova vida no Brasil

Capítulo II
A formação do caráter do fundador Alberto Bornschein

Capítulo III
Surge um pequeno grande negócio

Capítulo IV
A consolidação da rede e os percalços causados pela 2ª Guerra Mundial

Capítulo V
O início da formidável sucessão familiar destacando as gerações

Capítulo VI
Crescimento e expansão sob o signo da ética

Capítulo VII
Os percalços da década perdida

Capítulo VIII
A grande revolução interna com a terceira geração

Capítulo IX
Quebra de paradigmas no terceiro milênio

Capítulo X
A consolidação do grupo na iminência do seu centenário

Mensagem do Presidente

A CLAMED Farmácias é uma Companhia com alma. E nossa alma está sintonizada com a manutenção da saúde das pessoas.
Assim sendo, zelamos da melhor forma por todas as pessoas que convivem conosco, sejam elas clientes, colaboradores ou fornecedores.
Ao longo de cem anos de existência, construímos uma relação baseada na confiança, na seriedade e na absoluta honestidade em todas as nossas transações, erguendo assim uma sólida base para que todos os que, de alguma forma, estabelecem relações conosco, possam fazê-lo com absoluta tranquilidade, na certeza de que a dignidade sempre estará presente.
Esses valores vieram desde o meu bisavô, quando ele decidiu trazer sonhos e esperanças para essa parcela do mundo, e aqui construiu uma nova realidade para a família que formou.
O meu avô, herdou do pai os princípios e a coragem, tendo ele mesmo desbravado também novos horizontes, ao seguir para Curitiba, onde estudou e iniciou a sua vida de comerciante de medicamentos.
Meu pai herdou o negócio, mas principalmente os valores, que já estavam na segunda geração, mostrando ainda todo o seu vigor.
Fui educado dentro desses mesmos princípios e, mesmo tendo prestado o juramento de Hipócrates, quando foi necessário abracei a gestão da CLAMED Farmácias como uma missão que, muito mais do que elevar a nossa Companhia ao mais alto degrau do sucesso, teve e sempre terá seu foco no atendimento digno e honesto de toda a população. Foi assim que criamos novos modelos de varejo e de atendimento, foi por isso que diversificamos as nossas atividades, sempre de olho no que seria melhor e mais viável para o nosso público. Meus filhos, que hoje participam da gestão da empresa, possuem esse mesmo ideal.
É portanto, com muito orgulho que chegamos aos 100 anos de existência, com a certeza de que, apesar de todas as mudanças de cenário, na essência continuamos a ser a mesma empresa fundada há um século pelo primeiro Alberto Bornschein.

Dr. Alberto Bornschein
Diretor Presidente CLAMED Farmácias

Capítulo I

Uma nova vida no Brasil

Muito se tem escrito e falado a respeito das grandes levas migratórias que varreram a Europa nos séculos passados, notadamente no século XIX, e que resultaram no povoamento de países nascentes como, por exemplo, o Brasil. Nesse período, muitos jovens germânicos se lançaram ao desafio de tentar novos horizontes em terras desconhecidas, buscando oportunidades de desenvolvimento e progresso. Some-se a isso a forte ação das companhias colonizadoras, que faziam uma

Portugal
HIS
PAN
GIEN
Granada
Murcia
Valentia
Catalonia
VRANKRYK
DUYTS-
LAND.
Provence
Lombardia
HUNGARIA
Istria
Croatia
Totius EUROP
EURO

propaganda insistente e quase que enganosa, visando arregimentar colonos que pudessem ajudar a recuperar o seu capital investido, e está formado o cenário que explica a grande leva migratória que atingiu o continente americano durante esse período.

Mas, a par dos estudos sociológicos efetuados pelos mais renomados pesquisadores, paira um imenso acervo de cartas escritas à luz de velas, sobre mesas rústicas e improvisados apoios, de homens e mulheres que, apesar de saudosos de sua terra natal, referiam uma verdadeira euforia com as terras e condições encontradas. A saudade e a esperança se confundiam numa amálgama de sentimentos, no coração desses bravos pioneiros, que ousaram desbravar o novo e abrir, com sulcos regados a sangue e suor, novos caminhos de liberdade nas suas existências. Apesar de todos os percalços, a liberdade, a vastidão de horizontes e as oportunidades de crescimento aqui encontradas animava-os não só a permanecer, como também a escrever aos seus entes queridos, incentivando-os a fazer o mesmo. E foi assim que um vasto fluxo migratório se estabeleceu entre a Alemanha e diversos países do continente americano, dentre eles o Brasil.

O estabelecimento de colônias férteis e produtivas, de inúmeras iniciativas bem sucedidas, suplantava as reclamações e o desânimo dos mal sucedidos, que

também pululavam em torno do assunto. Fritz Muller, renomado botânico e naturalista que emigrou para a Colônia Blumenau em 1878, através de uma farta correspondência mantida com inúmeros sábios ao redor do mundo, entre eles o respeitado Charles Darwin, não se cansava de exaltar a riqueza e exuberância da flora e fauna locais, despertando em muitas almas inquietas o desejo pela terra desconhecida e misteriosa. Enquanto o fluxo migratório, estabelecido desde 1810, fervia com um número cada vez maior de adeptos, o primeiro dia do ano de 1861 marca o nascimento de Friedrich Albert Bornschein, na cidade de Dresden/Alemanha.

Dresden detêm uma longa história como capital e residência dos reis da Saxônia e é possuidora de séculos de extraordinária cultura e esplendor artístico. É também destaque na área da saúde, sendo a cidade onde surgiu o segundo curso de Fisioterapia do mundo, em 1918, perdendo apenas para Kiel, outra cidade alemã, onde surgiu o primeiro. É emblemático que a cidade tenha sido sempre um destaque na área da saúde, já que sedia a origem da família Bornschein que, até os dias atuais, tem na dedicação à saúde um lema de vida.

O Império Alemão, que até 1850 era constituído de 27 territórios independentes, a maioria deles governados por diferentes famílias reais, a partir desse ano se unificou e, em consequência, entrou num processo acelerado de

industrialização, com base no carvão, ferro (e mais tarde aço), produtos químicos e ferrovias. De uma população de 41 milhões de pessoas em 1871, cresceu para 68 milhões em 1913. De uma nação fortemente rural, em 1815, já era predominantemente urbana. Todas essas mudanças trouxeram um cenário propício para os sonhos de mudança, crescimento e progresso de uma multidão de jovens, que passaram a divisar na imigração uma nova oportunidade para a consecução desses planos e anseios.

Friedrich Albert Bornschein não passou incólume por todo esse movimento e, com apenas 23 anos, no ano de 1884, imigrou para o Brasil. Apesar de jovem, Friedrich Albert dependia exclusivamente do seu próprio esforço, pois era filho único e seus pais haviam falecido. Primeiro falecera o pai, e a mãe empregara seus recursos na formação daquele único e amado filho, permitindo que, dessa forma, o jovem se formasse como profissional da área de odontologia, desenvolvendo serviços práticos na área da saúde da população. Porém, apenas cinco anos depois do falecimento do pai, quando Friedrich Albert contava 19 anos, a mãe também adoeceu e morreu, deixando-o completamente só. Seus estudos ainda não haviam lhe propciado um trabalho de bom resultado pecuniário, de sorte que quase nada importante prendia-o ao país de origem. Era solteiro, vivia sozinho em extrema simplicidade, assim sendo, não havia laços sólidos prendendo-o ao local.

Friedrich Albert Bornschein com apenas 23 anos, em 1884, imigrou para o Brasil.

Assistiu algumas palestras de agentes de imigração, que eram sempre indivíduos dotados de excelente verve e sabiam descrever, com riqueza de detalhes atraentes, as distantes terras que se apresentavam como opção para uma nova vida, no longínquo e atraente continente americano. Obviamente omitiam o calor, os insetos, as pragas e toda uma série quase infindável de dificuldades que acometiam a vida dos emigrados. Com seus discursos inflamados e sedutores arrastaram verdadeiras multidões de jovens esperançosos e dispostos a tudo para conquistar a prosperidade no novo mundo que lhes era prometido.

Foi assim que Friedrich Albert Bornschein se viu, na segunda metade do ano de 1884, no Porto de Hamburgo, sob o sol e o vento, com uma passagem de navio nas mãos e uma férrea determinação no coração. Depois de tomar o navio, viajou durante alguns meses em condições precárias, até aportar na cidade do Rio de Janeiro, recebendo aqui o choque de uma terra quente, exótica e colorida.

Como possuía formação profissional, deduziu que um centro maior ofereceria maiores possibilidades para o desenvolvimento de sua atividade, mas sentiu-se igualmente só e isolado na grande metrópole que era então a capital do Brasil.

Emudecido pelo entrave da língua, pois obviamente só falava alemão, enquanto que poucas pessoas no Rio de Janeiro tinham noção do seu idioma, sentiu-se ainda mais sozinho, sem mencionar que isso dificultou em muito o pleno exercício da sua atividade profissional. Naquela época, os imigrantes eram vistos tão somente como mão de obra para a lavoura, e não lhes era creditada confiança em outros setores profissionais. Procurou conterrâneos com os quais pudesse trocar ideias, mas seu caráter sóbrio e introspectivo não facilitou o processo. Dos poucos compatriotas que encontrou, ouviu opiniões desencontradas sobre a vida na grande capital e, da maior parte deles, continuou ouvindo a cantilena das terras para colonização como o eldorado que todos ainda perseguiam. Homem prudente, não tomou nenhuma decisão imediata, adotada no calor que alguma desilusão pudesse ter causado, antes ponderou muito e fez inúmeras tentativas esgotando as possibilidades de estabelecimento no Rio de Janeiro. Mas as rodas do destino giravam para que o patriarca da família Bornschein acabasse optando pelo sul, e viesse dar com os costados na Colônia Dona Francisca, atual cidade de Joinville. Isso aconteceu no ano de 1887, quando a colônia ainda era um incipiente amontoado de casebres, cercado por ruas lamacentas e estreitas, pelas quais moviam-se carroças e cavalos.

Albert desembarcou no porto de São Francisco do Sul no início do mês de novembro de 1887, sob o calor inclemente de um sol causticante, que brilhava intenso nos céus daquela pacata cidade portuária. Sem demora tomou o Vapor Babitonga e rumou para a colônia, lá chegando ao entardecer daquele importante dia. Ali fixaria suas raízes, constituiria família e lançaria as sementes definitivas de uma descendência que deixou impressa a sua marca no norte catarinense.

A Colônia Dona Francisca, futura cidade de Joinville, era naquela época apenas uma promessa. Friedrich Albert Bornschein se viu, subitamente, transportado para um local que guardava semelhanças com a Alemanha medieval. As pequenas propriedades que circundavam a colônia, formando um cinturão rural, tinham que produzir de um tudo para garantir a sobrevivência dos seus moradores. Ele porém, não temia trabalho duro e logo se estabeleceu numa pequena propriedade nos arredores da cidade, onde plantava e criava animais que pudessem garantir a sua subsistência, enquanto procurava estabelecer-se na profissão para a qual era formado. Aos poucos, foi se adaptando ao local, as pessoas e a maneira de viver naquela pacata região colonial. Ali muitos falavam alemão, e assim como ele, tinham vindo para o Brasil em busca de uma nova vida.

Na sua gleba de terra plantava, cultivava, amainava a terra e cuidava de animais que, bondosamente, garantiam o seu sustento. Ali sentia-se feliz e completo, só faltando, para a plena felicidade, uma família que pudesse garantir a sua continuidade. A sua solidão foi finalmente interrompida quando conheceu, em 1888, a bela e jovem Clara, filha de imigrantes austríacos que, assim como ele, tinham vindo em busca de uma vida melhor em terras americanas. Embora seus pais tivessem integrado a grande leva migratória daquele século, Clara nascera no Brasil, em 1870, quando seus pais já se encontravam estabelecidos em região rural pertencente a Colônia Dona Francisca. Encontraram-se por acaso num evento da comunidade, trocaram olhares e um imediato elo se estabeleceu entre eles. Prudente e discreto como era, Friedrich Albert aproximou-se protocolarmente da família e iniciou o namoro que, no ano seguinte, culminou no casamento dos jovens.

Corria o ano de 1889 e, enquanto no Brasil a política fervia com a Proclamação da República, a florida primavera do norte catarinense coloriu a cerimônia singela na qual contraíram núpcias Friedrich Albert e Clara Antonie. Passaram a residir na propriedade do jovem e uma rotina ao mesmo tempo exigente e pacata se estabeleceu na vida deles. Em 1891 o jovem casal teve sua primeira filha, a quem deram o nome de Emma Wilma Margarida Bornschein e a vida parecia tomar todos os

rumos corretos, apesar da extrema simplicidade em que viviam e dos poucos recursos com os quais contavam. Mas a terra era pródiga e eles esforçados, de sorte que comida na mesa e um teto protetor sobre as suas cabeças nunca faltava.

No início de 1893, enquanto preparava uma ceia festiva, juntamente com a mãe, irmãs e cunhadas, numa alegre e colorida azáfama, Clara sentiu uma forte tontura e teve que sentar-se, enquanto as mulheres a sua volta a abanavam, preocupadas com o seu estado. Mas a experiente e vivida Gabriele, sua mãe, olhou um pouco de lado para a silhueta da filha e declarou, em tom de voz que não admitia réplica:

- Então, vou ser avó novamente! Vem aí uma nova criança ao mundo, e dessa vez será um menino!

Clara passou por um sem número de emoções em poucos segundos. Primeiro sentiu-se descrente, atônita, assustada e finalmente sentiu-se inundar por um estado de ampla e pura felicidade. Colocou as mãos na barriga e comemorou intimamente a vinda de uma nova vida ao mundo, seu filho! Aquela gente simples e dedicada jamais poderia imaginar que ali se formava uma vida que mudaria, definitivamente, a face da comunidade que o veria nascer para se tornar um dos grandes empreendedores da história da cidade.

No dia 29 de dezembro de 1893 nasceu Alberto Bornschein, o primeiro filho homem de Friedrich Albert e Clara Antonie e segundo de uma prole de sete filhos.

Capítulo II

A formação do caráter do fundador Alberto Bornschein

Apesar das ingentes dificuldades de uma família constituída por nove membros e com poucos recursos, os Bornschein assistiram à virada do século com um profundo sentimento de realização. Afinal de contas, naquela época não era pouca coisa gerar e criar sete filhos com saúde e princípios, coisa que não faltava naquele lar.

Em 1901 Joinville festejou o seu cinquentenário. Atingira, por essa época, o status de cidade promissora, que antecipava, com suas casas de comércio

e pequenas iniciativas industriais, o grande polo metal mecânico no qual se transformaria nas décadas seguintes. Uma curiosidade da época é que a iluminação pública da cidade ainda era feita por meio de lanternas quadrilongas, colocadas a cada 100 metros sobre postes de madeira de 2 metros. As lanternas funcionavam a querosene, com camisa incandescente, sistema este que exigia alguém para acender e apagá-las diariamente. O posto em Joinville foi, durante décadas, ocupado pelo folclórico Senhor Sperling que, a cada anoitecer, percorria as ruas centrais carregando uma pequena escada e ia de lanterna em lanterna, fazendo o mesmo percurso ao amanhecer. No ano do cinquentenário, estas enormes "luas" artificiais fizeram o contraponto para o imenso Cometa Halley, que se projetou nos céus do planeta durante todo o ano, causando todo tipo de especulação nas almas simples dos habitantes. Houve quem relacionasse a aparição com o aniversário da cidade, tanto no sentido positivo – de sucesso e prosperidade, quanto no negativo – de catástrofes e desgraças vindouras. Todas as ruas de Joinville naquela época eram recobertas com uma fina camada de cascas de conchas que, retiradas dos inúmeros sambaquis vizinhos a cidade, faziam as vezes de um macadame diferente. Elas possuíam largas valas laterais para escoamento da água da chuva, o que obrigava os moradores das casas a construir um pequeno pontilhão a frente dos seus jardins,

a fim de ultrapassar o obstáculo. Esta característica dava a cidade um toque peculiar e, juntamente com os jardins públicos e particulares profusamente floridos, chamava a atenção dos visitantes que por ali passavam, o que não era muito comum naquele início do século XX. No local onde atualmente está instalado o Mercado Municipal, funcionava um porto canoeiro no qual, diariamente, chegavam dezenas de canoas trazendo lenha, bananas, peixes e camarões. Em meio ao movimento de gente que ia e vinha, comprava e vendia, soava a cacofonia de sons do burburinho diário, pontuado pela passagem do bonde de burros que, cruzando a Rua Santa Catarina (atualmente Avenida Getúlio Vargas) conduzia passageiros e cargas para lá e para cá, e do trem que cruzava diariamente o centro da cidade.[4]

Foi em 1905 que o menino Alberto Bornschein começou a trabalhar. Naquela época não era raro que um adolescente de apenas 12 anos procurasse colocação profissional, para reforçar os ganhos da casa paterna. Esse papel, no entanto, cabia aos filhos do sexo masculino, pois às meninas eram reservadas as tarefas do lar, como auxiliares da mãe. Sendo Alberto o filho homem mais velho, decidiu-se que cabia a ele esse papel. Friedrich Albert era homem de severos e nobres princípios, os quais foram inculcados no caráter de seus filhos, portanto o jovem Alberto, apesar da pouca

[4] Joinville em foco. Disponível em: <http://joinville-em-foco.blogspot.com.br/2009/07/historia-de-joinville.html>. Acesso em 13 nov. 2017.

idade, era dotado de excelente caráter, profundo senso de responsabilidade e honestidade inquestionável.

Sério e circunspecto como o pai, não era dado a brincadeiras e risadas sem motivo, tendo assim diversas características capazes de agradar qualquer patrão. A inclinação da família pela saúde, já que o pai era profissional da área, fez com que encontrassem para o menino uma colocação como auxiliar na Pharmácia Leão. O empreendimento localizava-se bem no centro da cidade, na confluência das Ruas Nove de Março e Comandante Eugênio Lepper, instalado num sobrado branco de aparência sóbria e limpa. Essa localização exigia que o garoto levantasse de madrugada para se deslocar de onde morava até o local de trabalho. Onde muitos jovens desistiriam, Alberto só viu estímulo para persistir e conquistar seu primeiro lugar ao sol. Instantaneamente encantou-se com o ambiente, pleno de odores misteriosos e um zelo silencioso que lhe conferia ares um pouco sagrados. Afinal de contas, ali se lidava com a saúde das pessoas, valor sagrado para todos. As farmácias, naquela época, ainda eram magistrais, ou seja, os medicamentos eram formulados e preparados no local, pelo farmacêutico que, via de regra, era o proprietário do empreendimento. Elas eram divididas em duas partes, na frente ficava a área das vendas e atendimento ao público, que ali acorria tanto para aviar receitas indicadas pelos raros médicos que clinicavam na cidade, quanto para

Pharmácia Leão em Joinville

solicitar medicamentos para os males mais corriqueiros, e para os quais o farmacêutico já conhecia a cura. Na parte de trás e longe dos olhos do público, havia um verdadeiro laboratório, equipado com uma variedade de utensílios, pós e substâncias. Para ali se dirigia o farmacêutico e, tanto seguindo as indicações dos médicos, quanto seu próprio conhecimento, realizava uma verdadeira alquimia de ingredientes, que resultava nos medicamentos para diversos males. Alberto, como auxiliar e aprendiz, fazia de tudo. Varria o chão, tirava o pó das prateleiras, fazia embrulhos, organizava materiais e também fazia entregas dos remédios nas casas dos clientes. Mas seu encanto especial era o laboratório. Esperava ansiosamente os momentos em que era mandado para limpar os balcões lustrosos, a impecável balança de precisão, os incontáveis frascos contendo sais, pós, ervas, líquidos e unguentos, que exalavam odores e mistérios. Menino, que praticamente não tinha tempo para os folguedos típicos da idade, ele não se importava. Além de possuir um trabalho no qual sua curiosidade e interesse eram constantemente estimulados, sentia-se especialmente orgulhoso quando, a cada mês, entregava o seu salário aos pais, contribuindo efetivamente para a economia familiar. Seus irmãos, por sua vez, também colaboravam de diferentes maneiras para reforçar a combalida economia doméstica, e assim a família mantinha-se em equilíbrio.

Foi no início do ano de 1907 que a saúde de seu pai, Friedrich Albert, começou a dar sinais de fragilidade. O homem emagreceu, tossia muito e seu aspecto tornou-se pálido e emaciado. Perdeu muito de sua resistência para o trabalho e uma sutil melancolia envolveu-lhe a personalidade, já de natureza circunspecta. Foi definhando a olhos vistos e, quando o diagnóstico de tuberculose chegou, já não foi grande surpresa para ninguém.

Nas primeiras décadas do século XX a tuberculose era um mal relativamente comum, que ceifava muitas vidas e para o qual praticamente não havia cura. Se detectada muito no início e tratada condignamente, tratamento esse que incluía internamento em clínicas especialmente instaladas para isso, em regiões altas, secas e frias, podia conduzir o paciente a uma sobrevida, mas na maior parte dos casos resultava em óbito ao fim de algum tempo.

Com Friedrich Albert não foi diferente e, poucos meses depois, em setembro de 1907, faleceu com apenas 46 anos. Um véu de tristeza cobriu a vida daquela família que, naquele momento, perdia o seu esteio maior. Naturalmente, a maior responsabilidade recaiu sobre os ombros do filho homem mais velho, Alberto Bornschein. Cedo ele compreendeu a necessidade do trabalho desmedido para auxiliar no amparo à sua família.

Inoculado pela certeza de que uma carreira promissora

poderia garantir o futuro dele e dos seus, percebeu que precisava fazer um esforço ainda maior para adquirir e se fortalecer em uma profissão. E esse caminho estava claramente traçado na mente e nos sonhos daquele jovem que, em tão tenra idade, já experimentava as dores e agruras de uma vida de esforço e dedicação. Assim é que o trabalho preenchia a maior parcela de sua vida. Aos poucos a curiosidade e um inato senso de empreendedorismo foram dando ao jovem Alberto a clara percepção de que, para prosperar, ele devia fazer mais do que permanecer como auxiliar na pequena farmácia que o acolhera, havia alguns anos.

Depois de nove anos de trabalho, esforço e dedicação, período no qual fizera-se indispensável e verdadeiro braço direito da família Hygon, proprietários da farmácia, sentia ter chegado a hora de galgar novos horizontes e encarar novos desafios. Havia sido um período especialmente difícil, pois a responsabilidade pelo sustento da casa e da família haviam estado principalmente sobre os seus ombros, embora cada membro da família procurasse fazer a sua parte. Agora era hora de ousar e procurar novos horizontes. Queria cursar Farmácia para ser, um dia, proprietário do seu próprio estabelecimento. De todos os negócios que fervilhavam naquele pujante início do século XX, havia sido a farmácia que conquistara

o coração de Alberto, de maneira definitiva. Os anos passados por entre os pós e sais, sopesando ingredientes na balança de precisão e assistindo a mágica da química na preparação de medicamentos, entrara definitivamente no seu sangue.

Decidiu então rumar para Curitiba, um centro de referência em matéria de estudos, e do pensamento partiu para a ação. Nos seus planos, aliar trabalho e estudo na área de farmácia, com vistas a se tornar farmacêutico. Considerando todos os fatores adversos e as agruras a serem enfrentadas, teria sido muito mais simples para o jovem Alberto, que à época dessa pequena migração contava 21 anos, permanecer junto da casa materna. Com o seu salário e os esforços dos demais membros da família, poderia ter tido uma juventude muito mais tranquila. No entanto, um sentimento de inquietude em relação ao seu *status quo* o animava a querer mais, ousando e buscando devassar novos horizontes.

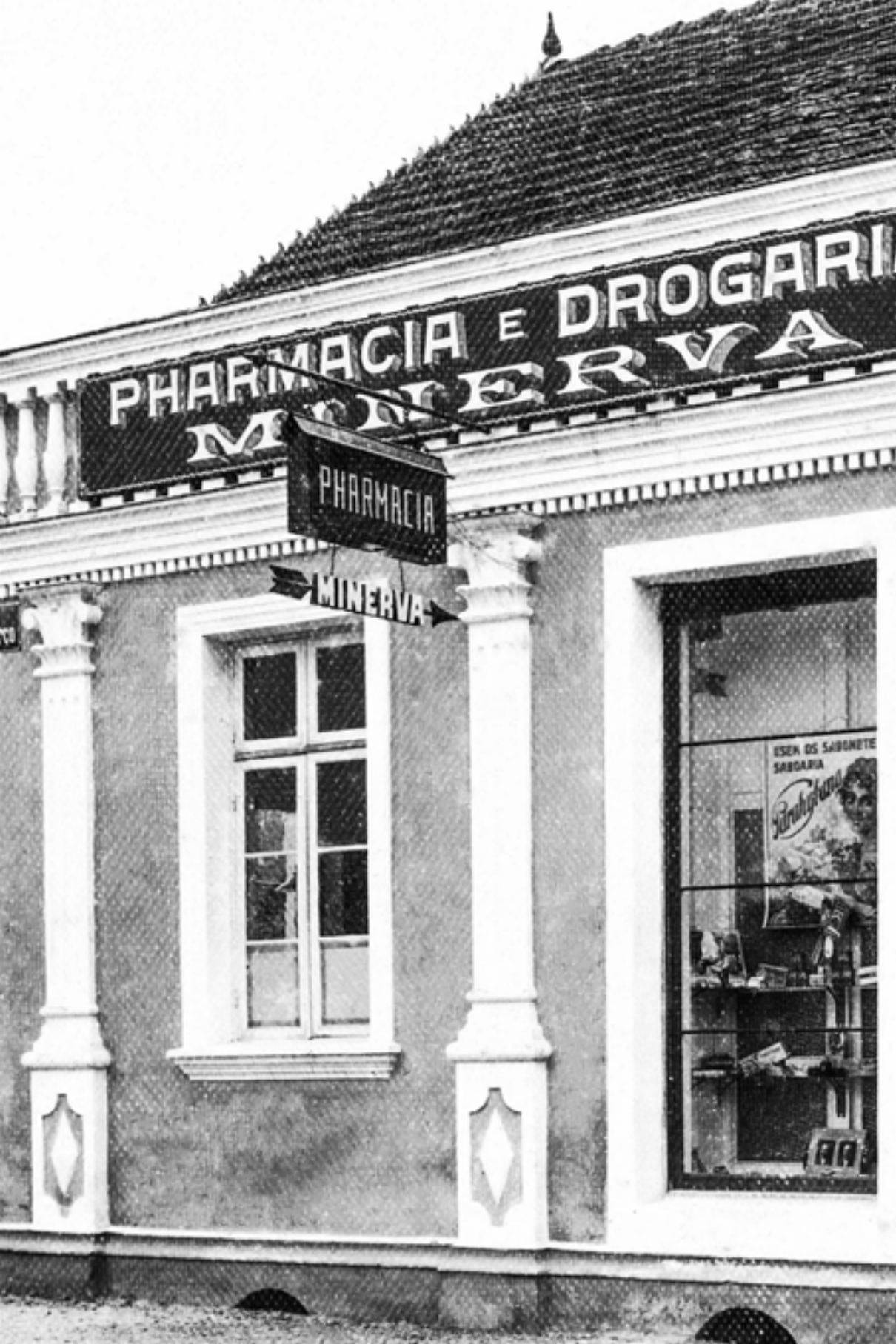
Rumar sozinho para a cidade de Curitiba, onde não conhecia nada e ninguém, foi acima de tudo uma ousadia. Foram tempos duros para ele, que teve que reunir toda a sua coragem para entrar no trem que rumava, resfolegando pela serra, para a pujante capital paranaense. Lá chegando, procurou rapidamente um local para morar, um emprego e a inscrição na Escola de Farmácia.

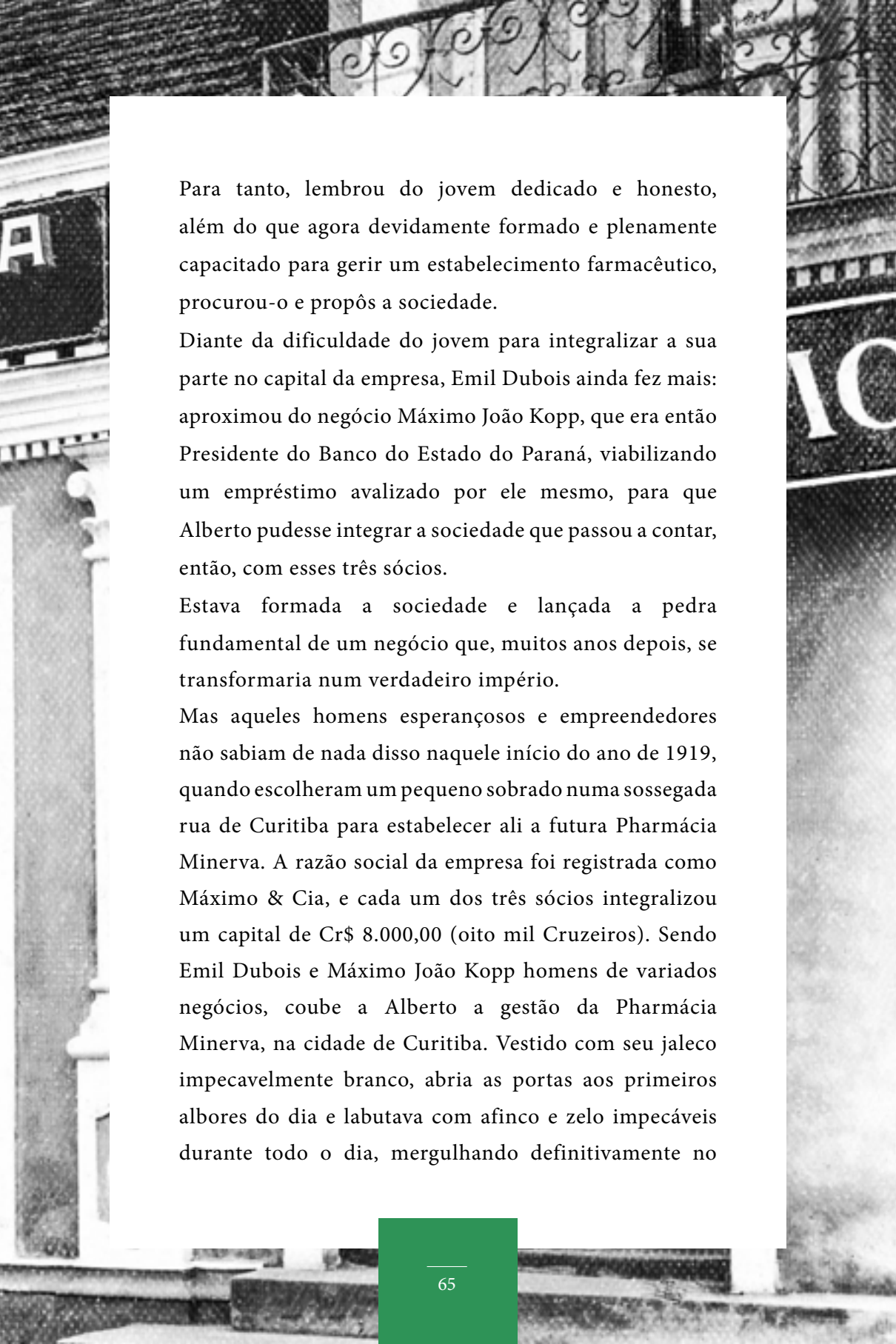
Decidiu então rumar para Curitiba, um centro de referência em matéria de estudos, e do pensamento partiu para a ação.

Enquanto essas graves decisões sacudiam as estruturas da vida de Alberto Bornschein, uma tragédia de proporções mundiais sacudia a sociedade humana. Fora declarada a 1ª Guerra Mundial, que perduraria até 1918. Nesse período, Alberto estudou com afinco e trabalhou sem descanso, tendo obtido seu diploma em Farmácia quase ao mesmo tempo em que se extinguiam, ao longo do planeta, os rumores do grande conflito. Enquanto milhares de homens pereciam nas horríveis trincheiras que foram a principal forma de combate nas regiões europeias, a vida no Brasil já voltava à normalidade, pois sua participação na guerra fora inexpressiva. A guerra gerou aproximadamente 10 milhões de mortos, o triplo de feridos, arrasou campos agrícolas, destruiu indústrias, além de gerar grandes prejuízos econômicos.

Foi no ano de 1919, enquanto um mundo estarrecido parava para contar os mortos e contabilizar as perdas, que Alberto, recém-formado, protagonizou a grande virada na sua vida, fundando uma farmácia em sociedade com outros dois empreendedores.

O embrião dessa sociedade fora plantado anos antes, quando Alberto trabalhava na Pharmácia Leão e travara relações com Emil Dubois que, em determinada época, tornou-se sócio daquele empreendimento. Como sócio atuante, percebeu a excelente índole de Alberto, bem como seu talento, dedicação e garra para o trabalho.


PHARMACIA E DROGARIA
MINERVA
PHARMACIA
MINERVA
ESSA OS SABONETE
SABOARIA



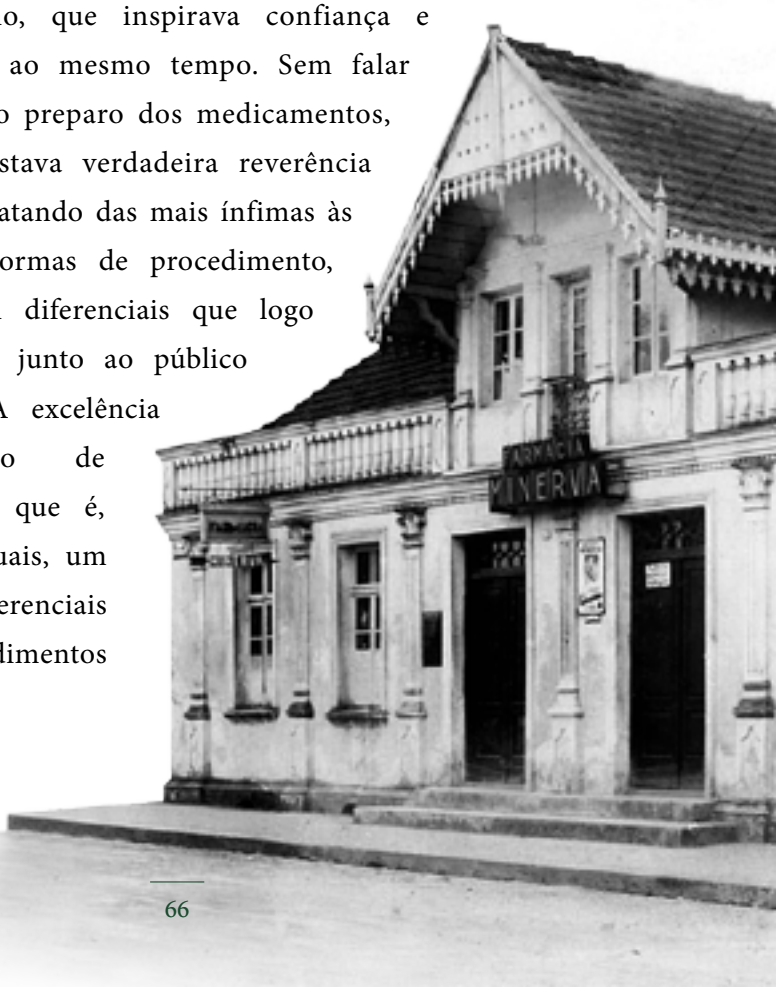
Para tanto, lembrou do jovem dedicado e honesto, além do que agora devidamente formado e plenamente capacitado para gerir um estabelecimento farmacêutico, procurou-o e propôs a sociedade.

Diante da dificuldade do jovem para integralizar a sua parte no capital da empresa, Emil Dubois ainda fez mais: aproximou do negócio Máximo João Kopp, que era então Presidente do Banco do Estado do Paraná, viabilizando um empréstimo avalizado por ele mesmo, para que Alberto pudesse integrar a sociedade que passou a contar, então, com esses três sócios.

Estava formada a sociedade e lançada a pedra fundamental de um negócio que, muitos anos depois, se transformaria num verdadeiro império.

Mas aqueles homens esperançosos e empreendedores não sabiam de nada disso naquele início do ano de 1919, quando escolheram um pequeno sobrado numa sossegada rua de Curitiba para estabelecer ali a futura Pharmácia Minerva. A razão social da empresa foi registrada como Máximo & Cia, e cada um dos três sócios integralizou um capital de Cr$ 8.000,00 (oito mil Cruzeiros). Sendo Emil Dubois e Máximo João Kopp homens de variados negócios, coube a Alberto a gestão da Pharmácia Minerva, na cidade de Curitiba. Vestido com seu jaleco impecavelmente branco, abria as portas aos primeiros albores do dia e labutava com afinco e zelo impecáveis durante todo o dia, mergulhando definitivamente no

universo com o qual sempre sonhara, dessa feita como dono do próprio negócio. As coisas logo melhoraram, o negócio prosperou e cresceu, sendo necessário contratar ajudantes, já que a fama de seriedade e maestria de Alberto como farmacêutico se espalhou pelos arredores com a rapidez de um rastilho de pólvora. Naqueles tempos de médicos raros e de difícil acesso, contar com um bom farmacêutico, de confiança e sabedoria, era um tesouro que as famílias preservavam com zelo ímpar. Era junto ao farmacêutico que iam obter conselhos sobre um sem número de coisas, e a sobriedade de Alberto Bornschein em muito auxiliou nesse processo, pois era profissional ético e sereno, que inspirava confiança e conhecimento ao mesmo tempo. Sem falar na maestria no preparo dos medicamentos, aos quais prestava verdadeira reverência e preparava acatando das mais ínfimas às mais sérias normas de procedimento, resultando em diferenciais que logo se destacavam junto ao público consumidor. A excelência na aquisição de medicamentos que é, até os dias atuais, um dos grandes diferenciais dos empreendimentos



comerciais da CLAMED Farmácias, começaram a ser construídos naquela época, quando Alberto Bornschein, o fundador, cunhou uma forma extremamente ética e cuidadosa na manipulação de toda e qualquer droga destinada ao público. O resultado mais eminente dessa sistemática foi que, poucos anos depois da fundação da Pharmácia Minerva em Curitiba, foi fundada uma filial na cidade de Joinville.

Filial da Pharmácia Minerva, em Joinville

Capítulo III

Surge um pequeno grande negócio

De volta a Joinville! A alegria inundava o coração do jovem que regressava triunfante à sua cidade natal. O sonho fora acalentado durante o longo período em que passara todo o tipo de dificuldade para sobreviver em Curitiba, quando estudava e trabalhava, tendo que subsistir com o pouco que lhe sobrava, depois de enviar dinheiro para a mãe e irmãos. Jamais descuidara da família, mas sempre fizera isso de maneira silenciosa e discreta, sem mencionar o fato ou muito

Joinville, Santa Catarina

menos vangloriar-se disso. As dificuldades de uma moradia precária e uma alimentação pobre, que tivera que encarar para vencer seus desafios, ficaram sempre guardadas no coração, sem que em momento algum tivesse comentado esses fatos com outrem, ou lamentado a sua sorte. Mas agora o momento era de comemoração. Ao completar 32 anos conseguira regressar a terra natal, vitorioso em todos os sentidos. Havia conseguido o tão almejado diploma, o que equivalia a dizer que conquistara a prática da profissão com a qual sonhara. E além, não era mais um empregado e sim seu próprio patrão, num empreendimento onde tinha a possibilidade de agir exatamente de acordo com a sua consciência e critérios, sendo dono e senhor absoluto dos rumos do negócio. E deixara na retaguarda outro estabelecimento, na cidade de Curitiba, o que era uma prova inequívoca da sua prosperidade.

Em Joinville, mais ainda do que ocorrera em Curitiba, recebeu carta branca para agir de acordo com seus princípios e pensamentos no estabelecimento do negócio. Assim sendo, logo após a sua chegada, Alberto caminhou pelas ruas centrais de Joinville, observando com seus olhos argutos e senso prático, procurando o local ideal para a instalação da filial catarinense da Pharmácia Minerva. Não demorou a bater os olhos na construção pertencente a Johann Heinrich Julius Colin, situada na Rua Nove de Março.

A localização era estratégica, bem situada, de fácil acesso, e embora próxima de outros estabelecimentos similares, esse era um fator que não assustava Alberto. Ele conhecia a própria maneira firme de gerir o negócio e dos resultados que isso trazia. Negociou com o proprietário e, em breves dias, a Pharmácia Minerva de Joinville já tinha seu próprio endereço. Supervisionou de perto cada detalhe da instalação do estabelecimento, exigindo que todos os mais impecáveis padrões de qualidade, beleza e limpeza fossem seguidos. E eis que surgia, na Rua Nove de Março, bem no coração da cidade de Joinville, a rainha das farmácias!

Naquela época, no início do século XX, Joinville já havia sido guindada a condição de município e possuía uma população girando em torno de 20 mil habitantes. Era pujante, apesar de ainda pequena, e gradativamente a vocação industrial ia se instalando, a partir da operosidade de inúmeros engenhosos imigrantes e principalmente seus descendentes diretos, como era o caso de Alberto. No centro da cidade já estavam instaladas outras quatro farmácias mas, ao invés de enxergar as concorrentes como um problema, Alberto via na sua existência uma solução para o incremento aos seus negócios. Possuidor de largo conhecimento na área da química farmacêutica, conhecimentos estes adquiridos na graduação e aperfeiçoados no trato diário com os princípios ativos medicamentosos dos sais, pós, unguentos e cremes, percebeu que as outras farmácias poderiam

E eis que surgia, na Rua Nove de Março, bem no coração da cidade de Joinville, a rainha das farmácias!

se transformar de concorrentes em clientes. Planejou fabricar remédios e vendê-los a esses estabelecimentos, açambarcando assim, de forma indireta, toda a clientela de joinvilenses.

Com a farmácia devidamente instalada no endereço escolhido e muito bem montada, ajudantes contratados, equipamentos e mercadorias compradas, Alberto começou a trabalhar com afinco, visando a consolidação do estabelecimento junto a clientela. Ponto positivo para angariar essa credibilidade, e até a preferência do público, era o largo conhecimento que ele detinha dos mistérios na produção de medicamentos, bem como da aquisição de princípios ativos que, nessa época, precisavam ser, na sua grande maioria, importados. Cabe lembrar que estamos falando de uma época em que os laboratórios ainda não haviam dominado o mercado e os medicamentos continuavam sendo produzidos dentro das próprias farmácias, que para isso mantinham seu laboratório próprio. Era nesse quesito que a maestria de Alberto impunha-se sobre os demais. Na grande maioria, as farmácias daquela época tinham o seu prático, na maior parte das vezes o próprio dono que, ao longo dos anos, ia adquirindo conhecimento empírico e aprendendo na prática cotidiana. Alberto Bornschein era diferente. Apesar de possuir forte intuição no que tange a formulação de medicamentos, somava a isso uma sólida formação acadêmica. Também

conhecia com rara acuidade, os melhores fornecedores que, em países mais desenvolvidos que o Brasil, produziam e forneciam a melhor matéria prima para a formulação de medicamentos. Assim sendo, não demorou a amealhar excelente reputação na cidade, tanto junto aos consumidores quanto aos donos das demais farmácias. Apesar do expediente duro de trabalho que se auto impunha, nessa época Alberto começou a atuar como instrutor de ginástica na Sociedade Ginástica de Joinville. Por gosto e também como um trabalho voluntário, dava aulas de ginástica para crianças e jovens, praticando ele mesmo uma atividade com a qual se acostumara durante os longos anos em que morara em Curitiba e onde, devido a condição econômica, não possuía grandes fontes de lazer e distração. O que principiou como um hobby, se transformou numa importante atividade de voluntariado que se prolongou por quase duas décadas na sua vida.

Tudo estava andando bem, tanto na vida profissional quanto na pessoal e Alberto decidiu que era chegada a hora de dar atenção a sua vida afetiva. A mãe e os irmãos estavam bem, todos já situados na vida, sendo que vários de seus irmãos já estavam casados e possuíam até sua própria prole. Alberto voltou um olhar para si próprio. Pensando em mitigar a solidão a que voluntariamente se entregara para obter a completa realização dos seus planos, viu chegada a hora de constituir a própria família.

Com pouca demora conheceu e encetou um namoro com a jovem Hilda Mori, nascida na Suíça e que viera para o Brasil já adulta, conservando por isso o modus vivendi suíço, o que fazia dela uma jovem circunspecta e formal. Em 1925, Alberto casou-se com Hilda numa cerimônia discreta e não demorou para que o casal fosse brindado com a chegada de um filho. Alberto Bornschein, como foi chamado, mantendo a tradição da família quanto a sucessão nominal, nasceu no dia 29 de julho de 1926, numa fria e chuvosa manhã que contrastou com a alegria que aquele nascimento trouxe ao casal e a todos os familiares. Um filho era o coroamento de todo o trabalho e conquistas realizadas até então pelo empreendedor Alberto. O menino cresceu saudável, forte e cercado de todo o tipo de cuidado e carinhos, como os filhos únicos costumam ser. Passou a ser chamado de Albertinho, para diferenciá-lo do pai que, por sua vez, era conhecido e chamado pela alcunha de "Chefe". Desde tenra idade acompanhava o pai ao trabalho, tendo de certa forma crescido envolto na alquimia da produção farmacêutica, que desde sempre o fascinou.

A sociedade entre Alberto Bornschein, Máximo João Kopp e Emil Dubois durou até 20 de Abril de 1927, quando cada sócio decidiu que seguiria seu próprio rumo. Alberto assumiu a farmácia em solo catarinense e passou a ser único dono do empreendimento, que crescia e prosperava a olhos vistos.

A transição foi pacífica, como costuma acontecer entre homens de bem, e a razão social da empresa foi alterada para Alberto Bornschein & Cia Ltda., mas ele manteve, até 1942, como nome fantasia a "Pharmácia Minerva", pois o estabelecimento já angariara significativa fama com essa denominação. Foi só alguns anos depois que soube não ser possível mantê-la, pois a mesma já fora registrada pelo seu ex-sócio. Esse fato, que de início pareceu-lhe uma decepção, foi na verdade positivo para a criação e consolidação da marca "Drogaria e Farmácia Catarinense", que se transformaria numa verdadeira grife farmacêutica em terras catarinenses, já nas décadas seguintes. Alberto Bornschein era um empreendedor nato, homem dotado de disciplina férrea e caráter ilibado, e todos esses fatores constituíram-se em diferencial que, agregado ao negócio, fez com que o mesmo crescesse de maneira exponencial, nos anos seguintes. Estratégias arrojadas, que só se tornariam prática de mercado muitos anos depois, já eram adotadas por ele, que intuía o caminho adequado a seguir para o atingimento de todas as metas que ambicionava para o seu empreendimento.

Chegava a década de 1930 e os sonhos de expansão de Alberto Bornschein estavam decolando. Faziam parte de seus planos a aquisição de inúmeras farmácias e pequenos laboratórios que produziam medicamentos já consagrados pelo público, que agregassem valor a marca da sua farmácia.

Capítulo IV

A consolidação da rede e os percalços causados pela 2ª Guerra Mundial

Havia na mente de Alberto Bornschein uma clara percepção a respeito do momento expansivo economicamente, que se vivia no Brasil. País atrasado em muitos aspectos, se comparado com a terra natal de seu pai, era uma terra em expansão e constante crescimento, no que tangia ao consumo.

E medicamento não poderia jamais ser considerado despesa supérflua ou substituível. Com seriedade e senso de responsabilidade, Alberto sabia perfeitamente que seu empreendimento estava situado exatamente

numa área de consumo no qual as pessoas, em necessitando, não podiam prescindir da compra. Exatamente por isso, sua mente planejava em duas frentes: tanto na expansão acentuada dos negócios, quanto na ética necessária a qualquer estabelecimento que lidasse com a saúde das pessoas. E Alberto fazia questão de imprimir essa ética em toda e qualquer tratativa da empresa. No que tange a expansão, foi naquela época que ingressou na empresa um jovem comunicativo, que atuaria nas primeiras campanhas da marca, Helmuth Ernesto Fallgater. Ele ajudou a iniciar o ambicioso plano de expansão que fora formulado na cabeça de Alberto. Tomando por base as farmácias da cidade que, paulatinamente, passaram a adquirir os medicamentos magistralmente elaborados pela sua empresa, à época ainda sob a denominação de Pharmácia Minerva (a mudança do nome ocorreria em 1942), tornando-se assim clientes, ao invés de concorrentes, Alberto estendeu essa estratégia por todo o Estado de Santa Catarina. Adquiriu um furgão da marca Chevrolet e, com este veículo pesado e dado a defeitos mecânicos constantes, comandou a realização de diversas viagens pelas precárias estradas do estado, levando a marca e a qualidade dos seus produtos e serviços para os quatro cantos de Santa Catarina. A qualidade irretocável dos produtos levou a empresa a acentuado crescimento em curto espaço de tempo. Logo se fez necessária a contratação de outros vendedores e uma pequena e aguerrida frota passou a singrar todo o

Desafios enfrentados nas estradas em péssimas condições

território catarinense, na busca constante de novos clientes e na ampliação da empresa. A estratégia, que tão bons resultados apresentara, acabou dando abertura para que Alberto iniciasse a venda de produtos odontológicos, aproveitando a mesma estrutura que já estava montada e funcionando para a venda de fármacos. Esse segmento experimentou crescimento fantástico e, em poucos anos, passou a ser uma das mais importantes fontes de renda da empresa, a partir do ano de 1935.

A empresa crescia a olhos vistos dada a competência e seriedade que Alberto imprimia aos negócios, ao mesmo tempo em que mantinha a sua natural sobriedade, apesar do significativo sucesso que lograra obter. Ficou notório e entrou para o folclore da empresa o fato de que ele, apesar dos bem-sucedidos empreendimentos, ainda era capaz de gestos singelos como vender ovos de sua própria produção para uma padaria que ficava em frente à sede da sua farmácia, numa clara demonstração do quanto ele valorizava o trabalho justo e a obtenção de renda a partir de todas as fontes, desde que justas e honestas. Essa é a herança principal que deixou como legado e que perpassa a organização como um todo, até os dias atuais.

Tudo ia muito bem na empresa e na vida familiar de Alberto Bornschein quando, em 1939, estourou a 2ª Guerra Mundial. Diferente da primeira, que atingira de maneira muito mais sutil o cotidiano brasileiro, esse conflito teve sérias consequências sobre a vida da nação, notadamente sobre os muitos alemães

e seus descendentes que aqui viviam há décadas. Embora no início do conflito, a situação dos brasileiros tivesse sofrido pouca alteração, com o passar dos anos os nomes de origem germânica passaram a ser perseguidos pelo governo de Getúlio Vargas, em virtude da rejeição ao nazismo, numa generalização que gerou muitas e grandes injustiças.

Um conflito desta magnitude não começa sem importantes causas ou motivos. Podemos dizer que vários fatores influenciaram o início deste conflito que se iniciou na Europa e, rapidamente, espalhou-se pela África e Ásia. Um dos mais importantes motivos foi o surgimento, na década de 1930, na Europa, de governos totalitários com fortes objetivos militaristas e expansionistas. Na Alemanha surgiu o nazismo, liderado por Hitler e que pretendia expandir o território alemão, desrespeitando o Tratado de Versalhes, inclusive reconquistando territórios perdidos na Primeira Guerra. Na Itália estava crescendo o Partido Fascista, liderado por Benito Mussolini, que se tornou o Duce da Itália, com poderes sem limites. Tanto a Itália quanto a Alemanha passavam por uma grave crise econômica no início da década de 1930, com milhões de cidadãos sem emprego. Uma das soluções tomadas pelos governos fascistas destes países foi a industrialização, principalmente na criação de indústrias de armamentos e equipamentos bélicos (aviões de guerra, navios, tanques etc.). Na Ásia, o Japão também possuía fortes desejos de expandir seus domínios para territórios vizinhos e ilhas da região.

2ª Guerra Mundial

Estes três países, com objetivos expansionistas, uniram-se e formaram o Eixo. Um acordo com fortes características militares e com planos de conquistas elaborados de comum acordo. O marco inicial ocorreu no ano de 1939, quando o exército alemão invadiu a Polônia. De imediato, a França e a Inglaterra declararam guerra à Alemanha. De acordo com a política de alianças militares existentes na época, formaram-se dois grupos: Aliados (liderados por Inglaterra, URSS, França e Estados Unidos) e Eixo (Alemanha, Itália e Japão). O Brasil entrou na Segunda Guerra Mundial após ceder à pressão do governo norte-americano para encerrar o período de neutralidade adotado pelo Presidente Getúlio Vargas. Até 1937, o Brasil mantinha relações cordiais com a Alemanha, condição que foi rompida no ano seguinte. Ainda assim, o País manteve a neutralidade. A situação mudaria em 1942, quando o Brasil rompeu relações diplomáticas com o Eixo. Assim, 19 navios brasileiros foram atacados na costa brasileira pelas forças alemãs causando a morte de 500 pessoas. Houve intensa pressão popular para a entrada do Brasil na guerra e o governo de Getúlio Vargas passou a apoiar os Aliados.[5]

Dessa forma, até o ano de 1942 as coisas ainda não haviam sofrido mudanças significativas no Brasil e a empresa de Alberto Bornschein prosseguia na sua marcha de crescimento. Tanto que, nesse mesmo ano de 1942 um feito emblemático marcou a trajetória da empresa: foi adquirida e passou a fazer

[5] Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/o-brasil-na-segunda-guerra-mundial/>. Acesso em 11 nov. 2017

parte da Alberto Bornschein e Cia Ltda. a Pharmácia Leão, local do seu primeiro emprego. O tradicional estabelecimento era bem equipado e a aquisição significou também o aporte de importantes equipamentos como destilador, bomba a vácuo e prensas que permitiam a fabricação de novos medicamentos. Também em 1942, a empresa abriu sua primeira filial em Blumenau e a seguir mais duas lojas na capital, Florianópolis.

Mas o problema do nome continuava, então Bornschein promoveu uma simbólica mudança para a empresa: adotou a nomenclatura Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense SA.

Assim evitava quaisquer represálias contra a mesma por causa da origem do seu nome e, ao mesmo tempo, adotava uma marca forte e patriota, que engajava os clientes. De quebra, extinguiu a firma individual e abriu o capital da empresa, numa jogada de mestre que, ao mesmo tempo, nacionalizava a empresa e aportava recursos. Reuniu seus mais fiéis colaboradores, transformando-os em acionistas e atribuindo-lhes cargos de confiança. Dessa forma, montou um corpo de elite preparado para enfrentar e vencer os reveses que a economia mundial ainda sofreria. No dia 30 de janeiro de 1944 uma carta assinada pela nova diretoria, constituída pelos homens de confiança de Alberto, comunicava ao mercado a importante mudança, conforme conteúdo a seguir:

COMUNICADO INTEGRAL DE INSTITUIÇÃO DA DROGARIA CATARINENSE,

Joinville, 30 de janeiro de 1944

Em data de 27 de dezembro de 1943 e em substituição à Firma Individual do Comerciante ALBERTO BORNSCHEIN, estabelecido nesta praça, constituímos uma sociedade anônima sob a denominação de "DROGARIA, FARMÁCIA E LABORATÓRIO CATARINENSE S/A, tendo por objeto os mesmos ramos de comércio e indústria da firma que sucede, sociedade anônima que assumiu a plena responsabilidade do ativo e passivo da firma antecessora.

Os atos de sua constituição foram arquivados na MM. Junta Comercial deste estado, sob o número 4.392 e publicados no Diário Oficial do mesmo Estado, edição número 2.668, de 27 de janeiro do corrente.

Na expectativa de merecermos a melhor consideração por parte de V(V). S(S)., rogamos tomar boas notas da assinatura dos membros da nossa primeira Diretoria e valemo-nos do ensejo para apresentar a V(V). S(S). os protestos de nossa estima e distinta consideração.

Drogaria, Farmácia e Laboratório CATARINENSE S/A

Alberto Bornschein – Diretor-Presidente

Helmuth Ernesto Fallgater – Diretor-Comercial

Anibale Stolf – Diretor-Gerente

Werner Frederico Manteufel - Diretor-Gerente

Harry Weege – Diretor-Gerente

Erich Jordan – Diretor-Técnico

O motivo da reunião é a distribuição das atribuições de cada diretor, de acordo com Artigo 12 dos Estatutos Sociais e após longo debate, ficou assim definido:

Diretor Presidente - Alberto Bornschein: plenos poderes, que a lei confere, para gerir e supervisionar a Sociedade, representá-la ativa e passivamente, convocar e presidir assembleias gerais e reuniões da diretoria, assinar documentos e papéis de valor... independentemente de autorização da assembleia geral dos acionistas, visando o bom funcionamento da Sociedade.

Diretor Comercial - Helmuth Ernesto Fallgater: organização e administração interna e externa da Sociedade, superintender todos os atos comerciais de compra e venda, zelar pelo bom funcionamento das seções da matriz e filiais, admitir e demitir empregados e em caso de ausência ou impedimento do Diretor Presidente, substituí-lo plenamente.

Diretor Gerente – Anibale Stolf: zelar pelo bom funcionamento das entradas e saídas de mercadorias, inclusive suprimentos às filiais, faturamento, despachos, correspondências, manter em boa ordem os livros de consumo e produção e em caso se ausência ou impedimento do Diretor Presidente e Diretor Comercial, substituí-los juntamente com os demais Diretores Gerentes, sendo que sua assinatura em documentos e demais papéis de responsabilidade, sempre será

referendada de acordo com os Estatutos Sociais, por um dos demais Diretores Gerentes.

Diretor Gerente – Harry Weege: ter a seu cargo, a organização e o movimento geral do varejo e adjacentes. Substituir conjuntamente, com os demais Diretores Gerentes, o Diretor Presidente e o Diretor Comercial no impedimento destes, assinando papéis e documentos de responsabilidade em conjunto com um dos demais Diretores Gerentes.

Diretor Gerente – Werner Frederico Manteufel: ter a seu cargo todos os serviços de contabilidade, com todos os respectivos anexos, elaborar os Balancetes Mensais e Semestrais e o Balanço Geral, bem como Relatório Anual a ser submetido à apreciação e julgamento do Conselho Fiscal e à Assembleia Geral, conjuntamente com os demais Diretores Gerentes. Substituir em caso de ausência do Diretor Presidente e o Diretor Comercial, assinar documentos de responsabilidade, sempre em conjunto com um dos demais Diretores Gerentes.

Diretor Técnico – Erich Jordan: cabe a Direção Técnica do Laboratório e da Farmácia da Sociedade, assinando todos os documentos decorrentes de suas funções e responder pela responsabilidade técnica perante as autoridades sanitárias.

Foi sugerido ainda, pelo Diretor Presidente, que além das atribuições acima, os Diretores se comprometessem ao auxílio mútuo, em caso de acúmulo de serviço em uma dada seção, o que foi unanimemente aceito.

*Trecho retirado da Ata de Reunião da Diretoria - de 31 de Março de 1944.

Respectivamente filiais de Blumenau e Florianópolis

Essa época também marca o ingresso de Raulino Kamradt, no quadro de colaboradores da empresa. Ele foi admitido aos 14 anos e, desde o início, demonstrou boa vontade e disposição para efetuar qualquer tarefa, atitude que acabou levando-o, ao longo dos anos, a importantes cargos de direção da empresa. Suas lembranças são extremamente significativas para o registro memorial da empresa, uma vez que trabalhou com todos os seus dirigentes, do fundador ao atual.

Segundo ele e suas preciosas lembranças: *"quando ingressei na empresa, quem a comandava era o 'Chefe'. Melhor patrão não poderia haver, era justo, sincero, simples, tinha respeito por todos que trabalhavam na empresa, que na época devia ter em torno de 60 empregados. Eu tenho excelentes recordações dele, chamávamos de 'Opapa' Bornschein. No começo eu fazia de tudo, minha principal função era fazer entregas de bicicleta, pois naquela época a parte de atacado estava muito aquecida, e vendíamos para muitas outras farmácias, produtos fabricados por nós mesmos. Tanto a produção quanto o atacado funcionavam todos no mesmo lugar, a parte de atacado era bem atrás, ali fazíamos os pacotes e saíamos para entregar, com eles amarrados no bagageiro das bicicletas. Mas além das entregas eu lavava vidros quando estava em falta na parte do laboratório, o espaço de lavação dos vidros era o mais democrático, ali todos se encontravam e trabalhavam de*

igual para igual, chefes e os mais simples funcionários. Também fazia outras tarefas, naquela época a gente não ficava limitado a uma função, fazia o que aparecia e era necessário para ajudar a empresa. Como eu não tive acesso ao estudo, pois minha família era muito humilde, eu quis compensar através do esforço pessoal, pois eu queria vencer. A empresa era a minha casa, a minha vida, e assim foi durante os mais de 50 anos que trabalhei lá. Minha sorte é que o Opapa Bornschein gostava de ensinar, mas ele não era do tipo que dava lição de moral, ele ensinava principalmente pelo exemplo e realmente tirava tempo quando percebia que alguém tinha interesse em aprender, o que era o meu caso. Um exemplo do valor que ele dava aos funcionários foi a construção de uma casa na praia, cuja frequência era facultada aos funcionários e familiares, mediante um sistema de escala. Foram algumas temporadas memoráveis e inesquecíveis que ali passamos, graças a ele. Os demais titulares, seu filho e neto, que vieram em seguida, foram também líderes inesquecíveis, tanto pela justiça com que sempre nos trataram, quanto pela genialidade no comando da rede. A maior prova disso é o crescimento que experimentou, sendo hoje a empresa que é.

Uma curiosidade é que, nos tempos antigos, as farmácias tinham nome próprio, por exemplo, a de Blumenau chamava-se Sânitas, aqui em Joinville tinha a Orion, a

São João e a Quinze, em Florianópolis a Vitória e assim por diante. Foi também nessa época, na década de 1940, que começamos a fazer reuniões anuais aqui na empresa, era mais ou menos no final do ano, mês de novembro, e reuniam-se todos os gerentes e chefes de lojas. Desde aquela época a empresa já tinha essa noção de planejamento estratégico, pois era mais ou menos isso que fazíamos nessas reuniões, todos juntos analisávamos os resultados obtidos e planejávamos novas ações de incremento ao negócio.

Meu irmão Heinz Kamradt começou a trabalhar na empresa também, e acabou sendo nomeado Gerente da filial de Blumenau, onde ficou por muitos anos, ele era constantemente citado como exemplo pela diretoria, pois também era muito dedicado."

Em junho de 1944 o mercado foi comunicado, através de uma circular assinada pelo Diretor Gerente Anibale Stolf, da inauguração de uma nova filial em Florianópolis, fato que atestava cabalmente o contínuo crescimento da organização.

Ainda no mesmo ano de 1944 foi aberto um livro de registro de Ações Nominativas, onde aparece em primeira mão a relação de acionistas da empresa:

Circular: 1º. De junho de 1944

Temos o grato prazer de comunicar-lhe(s) que em data de hoje, estamos inaugurando uma nova filial em prédio próprio e em pleno centro da capital do estado, Florianópolis.

Estamos ainda melhor habilitados a servir em melhores condições do que até hoje todo e qualquer ponto do Interior do estado, isto é, os fornecimentos poderão ser feitos em espaço de tempo muito curto e com ínfimas despesas, uma vez que também essa nossa nova filial foi instalada de forma e suprida já no início de tal estoque, que desde já poderão ser atendidos todos os pedidos de qualquer das secções anexas.

Rogamos especial obsequio de anotar(em) devidamente o endereço... pois em vista da apreciável distância entre esta Matriz e a mesma, autorizaremos futuramente muitos despachos diretamente a: RUA TRAJANO N.5 – FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA.

Atenciosamente
Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense SA.
Anibale Stolf - Diretor Gerente

Registro de Ações Nominativas:

Alberto Bornschein
Helmuth Ernesto Fallgater
Harry Weege
Anibale Stolf
Werner Frederico Manteufel
Edmundo Doubrawa
Heinz Kammradt
Erich Jordan
Alfredo Thomsen
Yvone Montenegro d'Acampora
Rudolf Peter
Dr. Benoni Laurindo Ribas
João A. Almeida
Nadir Fernandes Walter
Antônio de Souza Lima
Paula Boettger
Gregório Rubineck
Ivo Mosimann
Armando d'Acampora
José Lindolfo Borges
Carlos João Crippa
Ervino José da Cunha
José Dorigatti
José Augusto de Faria
José Maurício Friedrich
Viriato Alves Gareia
Carlos Hafermann
Hugo Haverroth
Ricardo Hachbein
Ricardo Jung
Erich Karmann
Walter Karmann
Adalberto Klintworth
Ilse Kreiling
Ervino Kretzschmar
Aloysio Michels
Ivo Müller
Mário Nicolini
Tomaz Conrado Peressoni
Dr. Wally Osmar Candido Picoli
Osny Justino Rosa
Waldemiro Souza
Frederico Struve
Taurino Honório de Souza
Willy Schulz
Arnaldo Otto Schulz
Max Jacobsen
Donaldo Ritzmann
Jorge Schuckz Jr.
Nilo Sbruzzi

1 NOME DO ACIONISTA: Alberto Bornschein
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	

2 NOME DO ACIONISTA: Helmut Ernesto Fallgatter
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	

NOME DO ACIONISTA: Harry Weege 3
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: solteiro Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	
11/44	11	11									
2-46	13	13									
5-48	34	34									
6-49	-	-									
6-49	-	-									
6-49	-	-									

4 NOME DO ACIONISTA: Aníbale Stolf
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: com

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Ave
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	

E DO ACIONISTA: Werner Frederico Manteufel 5
brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: Guarda-livros

	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
de ões	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	

6 NOME DO ACIONISTA: Edmundo Doubrawa
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	
20/11/44	5	5									

NOME DO ACIONISTA: Heinz Kammradt 7
Nacionalidade: brasileira Residência: Blumenau Estado civil: casado Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	
								1			

8 NOME DO ACIONISTA: Erich Jordan
Nacionalidade: brasileira Residência: Joinville Estado civil: casado Profissão: farmacêutico

DATA	AÇÕES								Livro de Transf.		Anotações e Averbações (*)
	Nº de ações	Subscritas	Entradas Cr$	Nº de ordem das ações	Adquiridas	Transferidas	Canceladas	Saldo que possuem	Folha	Termo	
20/11/44	2	2		099 a 100	-	-	1	1	-	-	
26/2/46	-	-	-								

Em 1945, finalmente a Segunda Guerra Mundial terminou, deixando um saldo de milhões de mortos e feridos e um cenário de grande devastação. Apesar dos reveses deixados pela guerra, através do trabalho árduo de Alberto Bornschein e seus associados, a empresa seguia seu caminho de crescimento e desenvolvimento enfrentando com galhardia todos os desafios.

Passados um ano e meio desde a transformação do negócio em Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense SA, ocorreu o desmembramento da indústria (laboratório), em data de 19 de julho de 1945, que passou a ser uma firma autônoma, com a denominação de "Laboratório Catarinense Ltda.", sendo que tempos depois, também foi transformado em sociedade anônima e passou a chamar-se "Laboratório Catarinense SA". Essa mudança ocorreu em função da aprovação, pelo governo federal brasileiro, de uma lei que proibia a produção e venda de medicamentos no mesmo local.
Forçados pela mudança compulsória, Alberto e sua diretoria constituíram uma empresa a parte para o laboratório, dotando-o de sede própria e recursos tais para que pudesse galgar o sucesso para o qual estava destinado.

Nesse mesmo ano, fiel a filosofia de expansão que sempre foi marca registrada da rede, adquiriu renomados laboratórios de Brusque, Itajaí, Blumenau e Joinville a fim de expandir os produtos produzidos sob a sua marca.

Capítulo V

O início da formidável sucessão familiar destacando as gerações

O ano de 1946 foi emblemático para a empresa, notadamente no que tangia à produção de medicamentos, pois foi deflagrada uma campanha de aquisição de pequenas farmácias. Com a entrada em vigor do Decreto Lei n. 7.666, que proibia a coexistência de produção e venda de medicamentos no mesmo recinto, as pequenas farmácias detentoras de fórmulas já conhecidas do público se viram em grandes

dificuldades para manter a estrutura em funcionamento. Alberto Bornschein, que havia se antecipado aos problemas com a transformação da empresa em uma sociedade anônima e, portanto, detinha capital, adquiriu diversos pequenos empreendimentos e com isso enriqueceu em muito o mix de medicamentos ofertados ao mercado, tanto no comércio quanto no atacado, ou seja, suprindo outras farmácias de todo o Estado de Santa Catarina.

Foram adquiridos, somente para citar alguns, a Farmácia Boettger, da cidade de Brusque, e o estabelecimento de Raul Heuri da Silva que, na cidade de Itajaí, fabricava o já afamado Renascim. Dessa forma, foram incorporados aos produtos da Catarinense marcas como Sadol, Melagrião, Lombrigueiro Catarinense, Pílulas Ferma, Chá de Hamburgo Boettger e muitos outros. Além destes, os laboratórios Odin e Silva, este último fabricante do Vermífugo Três Quinas, produto também já bastante conhecido.

Logo as instalações do Laboratório mostraram-se insuficientes para abrigar toda a produção, que experimentava grande expansão. A diretoria se colocou em campo para encontrar local e construir uma nova sede, o que aconteceu ainda naquele ano de 1946.

Esse mesmo ano marca o lançamento de um produto que habitaria, por décadas, o imaginário popular: o Almanaque

Renascim, que receberia sucessivamente os nomes de Almanaque Renascim Sadol e por fim, apenas Almanaque Sadol. Mesmo não sendo um medicamento, o Almanaque foi, durante décadas, um dos produtos mais conhecidos e desejados do Laboratório Catarinense. Ele se tornou literatura obrigatória de uma larga parcela da população catarinense, era disputado pelos leitores quando saía e cresceu tanto que a empresa chegou a adquirir a Gráfica Koch, em Joinville, para a impressão de milhares de exemplares a cada tiragem.

Foi na redação do Almanaque que o artista Juarez Machado, ainda adolescente, iniciou na arte que o transformaria em destaque no mundo todo. O estudioso André Luiz Bonomini descreveu com propriedade a trajetória da bem-sucedida publicação:

"O tradicional Almanaque Renascim, informativo publicitário do Laboratório Catarinense, não é apenas mais um na história dos almanaques farmacêuticos, que nunca abandonaram o imaginário popular. Pais, tios ou avós já devem ter aparecido em casa com um destes, depois de uma visitinha à farmácia do bairro. Pequeno, recheado de curiosidades, piadas, adivinhas, dicas caseiras, calendário lunar e previsões astrais, sempre com uma bela mulher ou uma paisagem de capa. Hoje, naturalmente, é algo

mais cultural, mas em tempos mais remotos, era um baita informativo para o ano todo. Tradicionais e nostálgicos, os almanaques farmacêuticos passaram de antiquadas publicações ao status de relíquias altamente valiosas e colecionáveis, uma verdadeira mina de história e costumes resumida em algumas poucas páginas. O Renascim é só uma pequena parte de uma história longa destas publicações denominadas almanaques, que atravessam décadas e nunca deixam de estar nas farmácias brasileiras. Há quem não as encontre mais pelas drogarias de confiança, mas alguns afortunados desviam os olhos e garantem sabiamente um exemplar, distribuído gratuitamente.

O início da publicação Almanaque Renascim ocorreu em 1946. Nos exemplares tratava de temas como: Conselhos para Criador de Animais, Previsão do Tempo, Horóscopo, Carta Enigmática e as propagandas dos produtos: Melagrião, Sadol, Lombrigueiro Vermífugo Catarinense, Pomada contra Sarna Boettger, Pomada São Jorge, Alicura, Açúcar de Baunilha Catarinense, Pastilhas Eukament para infecções de boca e garganta, Renascim recalcificante, tônico dos nervos e todo o organismo, Óleo Petrolado Subiol para caspa, Pílulas Ferma (combate a anquilostomose e amarelão), Camomila Rauliveira, Pomada Catarinense para feridas em geral, Figatil, Sarini (regulador de cólicas uterinas), Fubarim para combater os ratos, Essência de Frutas Catarinense, dentre outros, sendo estes os mais prosaicos."

almanaque RENASCIM
Laboratório Catarinense S. A
JOINVILLE – Sta. Catarina

Almanaque RENASCIM
Laboratório
Catarinense S. A.
JOINVILLE – Sta. Catarina

Almanaque
RENASCIM
O fortificante da atualidade!
RENASCIM

Almanaque RENASCIM
Laboratório Catarinense S.A.
JOINVILLE – Sta Catarina

Em 1947 a empresa instalou e inaugurou uma filial na cidade de Joaçaba, o que era muito significativo considerando a época em que ocorreu a inauguração. Naqueles idos tempos da década de 1940, as estradas catarinenses podiam ser classificadas como praticamente intransitáveis. Apresentavam-se, na sua esmagadora maioria, sem pavimentação asfáltica, munidas de pontes precárias e que, com grande frequência, eram levadas pelas fortes chuvas, deixando os motoristas na mão. Tudo isso fazia com que a região meio-oeste e oeste fosse quase um continente a parte, separado do núcleo mais desenvolvido do estado por barreiras significativas. Mais uma vez revelava-se a visão futurista do fundador da rede de farmácias, divisando nessa região o potencial desenvolvimentista que possuía, dada a extrema carência de tudo. Joaçaba foi a primeira, nos anos seguintes outras cidades da região oeste assistiram à instalação de filiais da Drogaria e Farmácia Catarinense.

Posteriormente, o plano de expansão foi desenvolvido na região sul do estado, que guardava semelhança com a situação do oeste.

Enquanto reforçava a rede de farmácias, Alberto também investia no Laboratório, prova é que, em 1947, adquiriu uma vidraria e passou a produzir os vidros nos quais embalava os produtos.

Vivia-se uma época em que as empresas verticalizavam os seus processos produtivos, com vistas ao pleno domínio das qualidades e características dos seus produtos.

No que tange a produção de medicamentos, as embalagens revestiam-se de especial importância, por isso a aquisição da vidraria teve tanto significado.

Foi neste mesmo ano de 1947 que Alberto Bornschein, demonstrando raro senso de coletividade, diante dos excelentes resultados alcançados pela empresa, determinou que uma parte dos lucros fosse distribuído aos colaboradores, inaugurando uma prática que somente algumas décadas depois seria adotada por muitas empresas.
O fato ficou registrado na ata da reunião da diretoria de 22 de Dezembro de 1947.

Numa das primeiras reuniões da diretoria, no início do ano de 1948, foi a palavra facultada ao Diretor Comercial, Helmuth Ernesto Fallgater, que relatou brevemente o desastre ocorrido em Blumenau, com o desmoronamento completo do edifício onde estava sendo instalada uma filial. Dessa forma, pedia autorização plena para que fosse adquirido um imóvel no centro da cidade de Blumenau, para o qual pudesse ser transferida, o quanto antes possível, a filial daquela praça, o que foi aprovado de forma unânime pela diretoria.

Filial de Blumenau

Pioneirismo foi sempre a marca registrada dos empreendimentos capitaneados pela Família Bornschein e notadamente seu fundador. Prova disso foi a inauguração, em 02 de agosto de 1948, do primeiro estabelecimento com atendimento 24 horas, na capital catarinense. A nova farmácia, fora instalada a partir de uma reformulação da filial localizada na Rua Trajano. Era resultante da aquisição da Farmácia Rauliveira, localizada no coração de Florianópolis.

Ainda em 1948, Albertinho Bornschein, filho do fundador, concluiu o Curso Superior de Farmácia e Bioquímica, na Universidade do Paraná. Vale dizer que, antes de rumar para a cidade de Curitiba, a fim de estudar na mesma universidade que o pai cursara, Albertinho havia sido constante no acompanhamento ao pai, diuturnamente, e assimilara com curiosidade e interesse crescentes, o estilo administrativo do fundador. Empiricamente, aprendera na prática cotidiana a maneira arrojada com que o pai capitaneava os negócios, com um olho no avanço e progresso e outro na ancoragem segura de um negócio que pudesse resistir aos mais duros embates, gerados pelas flutuações políticas e econômicas de um país instável como o Brasil. Dessa forma, quando retornou à empresa formado, tendo adquirido a base técnica específica do negócio de farmácia, já tinha plena capacidade de auxiliar na gestão administrativa da empresa. Assumiu primeiramente a função de comprador, passando paulatinamente a englobar outros setores da empresa, preparando-se para, ao tempo certo, assumir o lugar de seu pai.

Farmácia noturna em Florianópolis

Em 1949, aos 28 dias do mês de maio, Albertinho casou-se com Zilda Wolf, filha de Durval Wolf e Lilly Nicodemus. Estava completa a equação já praticada pelo seu pai, estruturando a vida profissional primeiramente, para em seguida estabelecer a vida pessoal.

Prioritariamente apaixonado pela produção de medicamentos, voltou grande parte de sua atenção para o Laboratório, tornando-se ainda naquele ano seu Diretor Técnico e no ano seguinte, 1950, Diretor Presidente da instituição.
Assim que assumiu a direção geral da empresa, iniciou uma grande obra para dotar o Laboratório de uma nova sede, adequada aos monumentais números de produção que haviam alcançado nos últimos anos: o Laboratório se tornara um dos mais importantes do Brasil.

Ao mesmo tempo seu pai, percebendo a maturidade e o total preparo do filho para sucedê-lo, começou a acalentar o desejo de se retirar da empresa e gozar de alguns anos de tranquilidade, depois de tantos anos de labuta incansável. Porém, mesmo que falasse constantemente no assunto, permaneceu como membro do Conselho de Administração até 1967, quando uma doença grave obrigou seu total afastamento. Naquele período, embora não ocupasse mais um cargo executivo, envolvia-se pessoalmente com todas

as decisões relativas a determinação dos rumos futuros da Companhia.

O ano de 1950 marca um fato que assumiria vital importância na vida da Companhia e de toda a família Bornschein. Ingressava na empresa o jovem Hercílio Hardt e ali iniciava-se uma saga de dedicação, amizade e comprometimento que seguiria por toda a vida do então jovem aprendiz.
Hercílio uniu, de maneira indissolúvel, a sua vida à da empresa. Ali conheceu e posteriormente casou-se com a sua companheira Norma, que já trabalhava na empresa desde o ano anterior. Logo após o seu ingresso, encetou uma amizade que também duraria por toda a vida, com Albertinho, filho do fundador.

Em 1951 a cidade de Joinville comemorou o seu centenário. Em alusão a tão significativa data, a comissão de festejos publicou um livro, com todos os destaques e conquistas do município, no qual consta o seguinte trecho mencionando a Drogaria e Farmácia Catarinense:

Drogaria e Farmácia Catarinense S/A.: um esteio do comércio de Joinville

... Desmembrado da firma principal em Julho de 1945 (em consequência da Lei Malaia), a parte do Laboratório continua sob a razão social de Laboratório Catarinense Ltda., como firma subsidiária, com tipografia e vidraria próprias, sendo esta última a única em todo o Estado de Santa Catarina. Tanto a vidraria como a tipografia trabalham em primeiro plano para o próprio consumo. Todavia, também já estão atendendo a pedidos de fregueses em todo o Estado de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Aí temos, em traços gerais o que é a Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., a grande organização farmacêutica do sul do Brasil e que por ser joinvilense, honra o comércio de Joinville.

Oito viajantes, cada qual com sua caminhonete, percorrem os recantos de Santa Catarina e parte do Rio Grande do Sul e Paraná, tomando pedidos para mais de 20.000 artigos diferentes. Prédios próprios foram adquiridos ou construídos em Florianópolis, Blumenau e Joaçaba. O número de funcionários ultrapassa a casa dos 250 e todos os de maior responsabilidade fizeram-se diretores.

Dentre os diretores: Diretor Presidente – Helmuth Ernesto

Fallgater, Diretor Gerente - Harry Weege, Diretor Secretário – Anibale Stolf, DiretorTesoureiro - Werner Frederico Manteufel, Diretor Técnico – Alberto Bornschein, Diretor Comercial – Edmundo Doubrawa, todos brasileiros e na maioria, joinvilenses. Fator da férrea construtividade de diretores e funcionários é a camaradagem e a cooperação entre todos, bastando dizer que um estranho dificilmente perceberá diferença entre chefe e empregado, ao entrar em qualquer secção, pois chefes e empregados estão sujeitos à mesma ordem e disciplina. O bom exemplo dos diretores é suficiente para, dentro da organização, criar somente bons elementos.

A Drogaria Catarinense SA e sua subsidiária "Laboratório Catarinense", com sua vidraria e sua tipografia, são também das poucas organizações que construíram casa praieira para seus funcionários, na formosa praia de Itajuba, com 40 camas e vários apartamentos para famílias, destina-se aos funcionários que nela quiserem passar seu período de férias. Destaca-se a figura dinâmica do atual Diretor Presidente, sr. Helmuth Ernesto Fallgater, idealizador e organizador da secção de atacado e com ela do grosso do comércio da Drogaria e Farmácia Catarinense SA Desde o começo dos grandes progressos, o sr. Hemuth Ernesto Fallgater sempre foi a mão direita e o principal esteio do sr. Alberto Bornschein e como tal, assumiu, merecidamente, a presidência da firma, por ocasião da desistência do sr. Bornschein, que resolveu retirar-se da ativa para entrar em merecido repouso, após 45 anos de ininterruptos serviços farmacêuticos.

Colaboradores da então Drogaria Catarinense, participando do desfile do centenário de Joinville

Em consonância com todas essas afirmativas, podia-se perceber que a expansão dos negócios jamais foi negligenciada e, ainda nesse ano de 1951, ocorreu a inauguração de uma filial na cidade de Porto Alegre/RS. Albertinho, o filho e sucessor do fundador, tinha clara preferência pela produção, deixando a rede comercial ao encargo dos seus homens de confiança. Foi ainda no ano de 1951 que o casal Albertinho e Zilda tiveram sua primeira filha, que recebeu o nome de Karin Bornschein. A alegria do casal tornou-se completa quando, dois anos depois, no dia 07 de junho de 1953, nasceu Alberto Bornschein, o terceiro a receber o nome tradicional da família e sucessor do avô e do pai.

Caminhonete de entrega no Rio Grande do Sul

No ano de 1955 o Brasil elegeu como Presidente da República o político mineiro Juscelino Kubitschek de Oliveira. Ele tomou posse em janeiro de 1956 e permaneceu na presidência até 1961. Desde a campanha pela presidência, Juscelino enfrentara muita oposição, que permaneceu durante todos os anos do seu governo. Parecia não existir possibilidade de meio termo para o novo Presidente, e por isso mesmo o apoio da opinião pública seria a única forma de garantir sua manutenção no cargo. Era preciso ousar, e JK ousou ao anunciar seu programa de governo – 50 anos de progresso em 5 anos de realizações, com pleno respeito às instituições democráticas.

Esse ideal desenvolvimentista foi consolidado num conjunto de 30 objetivos a serem alcançados em diversos setores da economia, que se tornou conhecido como Programa ou Plano de Metas. Na última hora o plano incluiu mais uma meta, a 31ª, chamada de meta-síntese: a construção de Brasília e a transferência da capital federal, o grande desafio de JK. O Plano de Metas de Juscelino foi elaborado com base em estudos e diagnósticos realizados desde o início da década de 1940. O último grande esforço de diagnóstico dos entraves ao crescimento econômico brasileiro fora feito pela Comissão Mista Brasil-Estados Unidos entre 1951 e 1953. Os estudos da Comissão Mista, assim como os do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e os da Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL), indicavam a necessidade de eliminar os "pontos de estrangulamento" da economia brasileira. A premissa do

Plano de Metas, esboçado pouco antes da posse de JK por uma equipe do BNDE, era, assim, a superação desses obstáculos estruturais. As metas deveriam ser definidas e implementadas em estreita harmonia entre si, para que os investimentos em determinados setores pudessem refletir-se positivamente na dinâmica de outros. O crescimento ocorreria em cadeia. A meta de mecanização da agricultura, por exemplo, indicava a necessidade de fabricação de tratores, prevista na meta da indústria automobilística. E a introdução de uma meta de consolidação da indústria automobilística no país tinha como objetivo, entre outras coisas, a redução planejada e gradativa da importação de veículos.

As metas eram audaciosas e, em sua maioria, alcançaram resultados considerados positivos. O crescimento das indústrias de base, fundamentais ao processo de industrialização, foi de praticamente 100% no quinquênio 1956-1961.

Ao final dos anos JK, o Brasil havia mudado. Muitos foram os avanços, e muitas foram as críticas à opção de JK pelo crescimento econômico com recurso ao capital estrangeiro, em detrimento de uma política de estabilidade monetária. O crescimento econômico e a manutenção da estabilidade política, apesar do aumento da inflação e das consequências daí advindas, deram ao povo brasileiro o sentimento de que o subdesenvolvimento não deveria ser uma condição imutável. Era possível mudar, e o Brasil havia começado a fazê-lo.[6]

[6] FGV CPDOC. O Brasil de JK: 50 anos em 5:o plano de metas. Disponível em:http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies JK/artigos/Economia/PlanodeMetas>. Acesso em 11 nov. 2017.

Todo esse cenário afetou irremediavelmente o desenvolvimento da indústria e do comércio brasileiro, segmentos nos quais atuava a Catarinense.

Na reunião de diretoria de agosto de 1956, o Presidente da empresa fez um relato sobre as atividades e o franco progresso da filial de Curitiba. Disse ainda que fora instalado um posto de vendas de artigos dentários à Rua Presidente Faria, 153, naquela capital, dado ao grande número de vendas dos referidos materiais, numa clara demonstração de que o planejamento de crescimento do governo já dava sinais de resultados positivos.

Em 1957 a razão social do Laboratório passou a ser Laboratório Catarinense SA. Naquele mesmo ano, mais exatamente no dia 16 de maio de 1957, Arthur Kiefer, iniciava sua carreira como funcionário da Drogaria Catarinense. Contratado para serviços gerais, guardou mercadorias, envasou produtos químicos e até entrega nas farmácias da cidade fez. Exerceu diversas atividades também nas filiais de Florianópolis e Curitiba. Com raízes em Joinville, acabou retornando à cidade natal. Em 1964, ingressou na área financeira da empresa e atuou como Auxiliar Contábil, Auditor Interno e Tesoureiro, chegando às funções de Diretor Adjunto e Diretor Executivo. Trabalhava de dia e estudava a noite, tendo se formado na Faculdade de Ciências Econômicas de Joinville em 1972. Tudo isso, ele recorda com rara lucidez, daqueles anos em que, ainda muito jovem, entrou para a empresa que se transformaria na maior razão de ser da sua existência.

“Trabalhar com os três grandes homens com quem tive a honra de conviver foi mais do que uma escola, foi uma lição de vida que fez toda a diferença para mim, tanto que permaneço até os dias atuais nessa que, para mim, muito mais do que uma Companhia, é uma razão de viver.”

ARTHUR KIEFER

O ano de 1958 marca a inauguração de diversas novas lojas, nas cidades de Joinville, Itajaí e Blumenau e também a abertura de uma nova filial da dentária na capital de São Paulo. Já em 1959 foi a vez da cidade de Florianópolis ganhar nova filial, desta feita no Estreito, populoso bairro do continente e também de São Francisco do Sul, que recebeu a sua primeira "Drogaria Catarinense". Em 1960, com a saída de Helmuth Fallgater, para assumir a Prefeitura do município de Joinville, assumiu a presidência da rede de varejo da Farmácia e Drogaria Catarinense Werner Frederico Manteufel, membro de longa data da diretoria, enquanto Albertinho permaneceu à frente do Laboratório Catarinense.

Nessa época Hercílio Hardt assumira significativa importância junto a diretoria. Segundo Arthur Kiefer: *"Hercílio era nossa prata da casa, a sua dedicação à empresa era total, colocando-a acima, inclusive, dos seus próprios interesses. Grande amigo de Albertinho, Hercílio exerceu um papel fundamental na gestão da rede de varejo. Era um homem extremamente comunicativo e fazia as vezes de representante oficial da empresa junto à órgãos, entidades de classe e representação."* Secundando-os permaneciam Anibale Stolf e Wolfgang Olaf Pedro Kress como Diretor Técnico, por ser farmacêutico.

Inauguração da filial de Itajaí

Sobre a década de 1960, Raulino Kamradt traz com saudades e admiração, lembranças daqueles tempos: *"a Companhia tinha uma Kombi com auto falante que passava em todos os bairros anunciando remédios, promoções e distribuindo panfletos e amostras grátis. Ainda lembro da criançada correndo atrás da Kombi que eu, muitas vezes, dirigia pelas ruas da cidade. Aos finais de ano a empresa fazia uma comemoração de encerramento para os funcionários, com distribuição de presentes e brindes e muita música, comida e bebida, era uma explosão de alegria. Também costumavam fazer uma festa no dia do comerciário e os funcionários com muitos anos de casa ganhavam presentes e o reconhecimento de toda a diretoria."*

Em 1961 a empresa continuou o seu processo de expansão com a abertura de várias novas filiais, tais como uma nova filial em Itajaí, com a aquisição da antiga farmácia São Pedro, a instalação de nova filial em Florianópolis, denominada "Farmácia Vitória Ltda." e da "Farmácia Glória", em Joinville. Em 1962 seria adquirida a "Farmácia Orion", em Joinville, e aberta uma nova filial no Saco do Limões, bairro de Florianópolis, denominada "Farmácia Santa Catarina". A abertura dessa farmácia aconteceu devido aos vários pedidos dos moradores daquela região, que quando necessitavam de remédio, precisavam ir ao centro da cidade.

Farmácia Glória, em Joinville

EDIFICIO
IPIRANGA
FARMACIA
•ORION•

Farmácia Orion, em Joinville

Foi por essa época que a ressaca do plano econômico de Juscelino Kubitschek começou a dar sinais claros de que a economia brasileira enfrentaria períodos duros e a inflação começou a se instalar. Ainda assim a empresa continuava a executar seus arrojados planos de expansão e, em 1963, abriu mais uma filial da Dentária Catarinense na cidade de São Paulo. Também foram inauguradas filiais de farmácias nas cidades de Criciúma e Bairro Capoeiras, em Florianópolis, em atenção ao pleito dos moradores daquele populoso bairro.

No ano de 1964 a economia brasileira estava estagnada quando os militares começaram a governar. As finanças públicas estavam em frangalhos e a inflação anual se aproximava de 100%. A resposta do Presidente Castello Branco foi a adoção de um ambicioso programa de reformas, com três objetivos principais: equilibrar as contas do governo, controlar a inflação e desenvolver o mercado de crédito. A instituição da correção monetária, que passou a garantir reajustes automáticos de preços, permitiu que o governo começasse a se financiar emitindo títulos públicos e contribuiu para aumentar a arrecadação do governo e a poupança privada. A novidade permitiu que o governo começasse a cobrir seus gastos vendendo papéis financeiros no mercado, coisa que era impossível anteriormente porque os investidores temiam que a inflação corroesse seus ganhos se emprestassem dinheiro ao Tesouro. A correção monetária também ajudou a aumentar a arrecadação de impostos, reajustando as obrigações tributárias das empresas.

Outra inovação foi a criação do Banco Central, instituição que recebeu a missão de controlar a oferta de moeda na economia, antes papel do Banco do Brasil. Roberto Campos e Otávio Gouveia de Bulhões deram aos diretores do BC mandatos fixos, para que tivessem a independência necessária para tomar medidas impopulares sem temer eventuais consequências políticas.[7]

Parecia que tudo ia dar certo e a diretoria comemorou, em 1964, a inauguração de lojas nas cidades de Pomerode, Jaraguá do Sul e Rio do Sul. Mas nos anos seguintes os audaciosos planos dos governos militares começaram a fazer água e os sonhos de milhares de brasileiros foram sepultados por um mercado conturbado e descontrolado. A única saída de sobrevivência passou a ser o investimento de capital em aplicações de curto prazo, a fim de conseguir manter o capital com um mínimo de equilíbrio, diante da inflação galopante que se instalou, sacrificando as parcelas mais produtivas da sociedade.

A rede de Farmácias e o Laboratório Catarinense também sentiram os mesmos problemas que afligiam grande parcela da vida produtiva brasileira, tendo que lutar dia após dia para a sobrevivência e manutenção dos negócios. Um sinal disso é que, em 1966, Albertinho assumiu a Vice-Presidência da rede de varejo, acumulando esse mister com a do Laboratório, que já vinha capitaneando há vários anos.

[7] Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www.folha.uol.com.br/>. Acesso em 11 nov. 2017.

Em 1967 a Quimidrol, então uma divisão da Drogaria Catarinense, separou-se da empresa mãe e passou a traçar sua trajetória própria. Arthur Kiefer explica o contexto que levou a empresa a tomar essa decisão: *"a partir de uma normativa governamental, que passava a considerar o fracionamento de produtos químicos como processo industrial, passando a incidir IPI sobre esses produtos, tornou-se inviável manter a Quimidrol como divisão da empresa. A solução foi desmembrá-la e estabelecer uma razão social específica, com o seguinte objeto social: comércio, distribuição, representação, indústria e importação de produtos químicos e farmacêuticos, drogas, produtos odontológicos, adubos, inseticidas e demais produtos de uso veterinário e agropecuário. A Catarinense participaria da nova entidade com 95% do capital social da mesma, tornando-se assim liberada de um imenso serviço burocrático, já que não mais seria considerada fabricante."*

A trajetória da Quimidrol foi coberta de sucesso e evolução pois, partindo da importação de produtos químicos e farmacêuticos, diversificou sua linha de produtos e hoje é uma das maiores e mais reconhecidas distribuidoras do setor. Atualmente, habilmente conduzida por Sandrine Bornschein e seu esposo Edson Fábio Pires, ela, bisneta do fundador, desempenha um importante papel na distribuição de produtos químicos, odontológicos e de limpeza para

todo Brasil. Com sua extensa linha de produtos, é a responsável por comercializar uma grande quantidade de químicos utilizados como matéria-prima em diversos tipos de indústrias. No segmento odontológico, importa e distribui produtos para diversas casas dentárias do país.

Tendo sempre como meta o aprimoramento constante de sua imagem, conquistou o respeito de seus clientes e tornou-se parte da história do desenvolvimento de Santa Catarina e do Brasil, evoluindo constantemente com a dedicação e o trabalho de seus colaboradores.

Ainda em 1967 os graves problemas econômicos de um país em total descontrole fiscal vieram somar-se às ingentes preocupações pessoais de toda a diretoria da organização, ao saberem que uma grave doença acometera o seu dirigente maior, Alberto Bornschein.
Nesse mesmo ano ele se afastou completamente da empresa para tratamento de saúde. Nos últimos anos estivera participando apenas do Conselho de Administração, acompanhando os rumos de seu crescimento, mas agora nem isso mais era possível, conforme a narrativa de Arthur Kiefer, atual Diretor Executivo: *"Alberto Bornschein, no período de 1967 até seu falecimento em 1972, ficou afastado da empresa, em tratamento médico, tendo inclusive ido à Suíça, a fim de cuidar da saúde. À época, a empresa passou a ser administrada por Hercílio Hardt, Raulino Kamradt, Werner Frederico Manteufel, Anibale Stolf e outros, além, é claro, do Sr. Albertinho."*

Em comemoração ao jubileu de ouro da fundação da Drogaria e Farmácia Catarinense, a homenagem a seguir foi publicada nos jornais da época, exaltando o sucesso da empresa:

“Comemora-se o Jubileu de Ouro da fundação da Drogaria e Farmácia Catarinense SA

Empresa comercial de respeitável projeção em Santa Catarina.Estreitamente ligada ao Laboratório Catarinense SA, que teve nela a sua origem, tendo se desmembrado em 19.07.1945, implicando na mudança de razão social.

É que até aí, existia somente a “Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense SA”

e daí para a frente, passaram a existir duas firmas, a Drogaria e Farmácia Catarinense SA, e o Laboratório Catarinense,

inicialmente como limitada e mais tarde também como sociedade anônima. Nada mais justo pois, que se mencione aqui, não somente aquela nossa hoje coirmã, mas principalmente e muito especialmente o fundador da mesma, Sr. Alberto Bornschein (Pai), progenitor do nosso homenageado, Alberto Bornschein (Filho).”

Enquanto isso, a forte tradição familiar de vocação para as causas da saúde revelava-se também no terceiro Alberto Bornschein a participar da história da Drogaria e Farmácia Catarinense. Desde cedo fortemente inspirado pelo ideal do avô e do pai, Alberto, neto do fundador, decidiu-se por uma carreira na área médica e, depois de passar com brilhantismo no vestibular da UFSC, mudou-se para Florianópolis para cursar a faculdade de medicina. Contava então apenas 18 anos, mas já trazia na bagagem intelectual o espírito empreendedor e dedicado do pai e do avô. De suas lembranças da época, narra que *"Desde muito jovem me interessei pela medicina e eu ouvia constantemente do meu pai a seguinte frase: 'meu filho, estude medicina e estarás garantido. Se isso aqui pegar fogo e acabar tudo, é só pegares a tua maleta e tens como ganhar a vida em qualquer lugar'. Vocação eu sempre tive, mas o incentivo dele contou muito para construir a minha carreira. Quando eu tinha uns 16 anos eu falei com ele que, apesar de adorar medicina, eu queria pelo menos conhecer a empresa e seu funcionamento. Ele então me levou até o departamento pessoal e me deixou aos cuidados do coordenador. Esse, por sua vez, me colocou para preencher fichas o dia todo e eu lembro de pensar bem assim: se é isso trabalhar aqui, eu não quero não. Na verdade, naquela época eu estava mergulhado nas experiências que fazia num laboratório que eu tinha no fundo do nosso quintal. Lá eu torneava e trabalhava com madeira, fazia aeromodelos e também mexia com fórmulas químicas e outras experiências. Ao observar*

isso, meu pai passou a me presentear com instrumentos de precisão e, em breve, comecei a operar sapos, cães e gatos, com procedimentos completos e bem executados. A partir daí, a paixão pela cirurgia ocupou completamente os meus pensamentos. E meu pai praticamente não falava de assuntos da empresa comigo. Minha única outra experiência na empresa fora escolher vidros e dobrar caixas, quando criança, com a minha irmã. Mas naquela época meu pai levou-me com ele para fazer um curso motivacional e eu gravei para sempre uma frase que o professor disse naquele curso: 'Administrar é fazer com que as pessoas queiram fazer as coisas.' Em 1971 fui para Florianópolis estudar medicina e me formei em 1977."

Foi em 1972 que um profundo sentimento de luto acometeu todos os colaboradores da organização, com o falecimento do seu fundador, no dia 19 de julho. Segundo Arthur Kiefer, relembrando o difícil momento vivido por todos na empresa, com o falecimento de Alberto Bornschein, aos 79 anos, devido a um câncer de pulmão: *"as exéquias foram concorridas, com grande números de pessoas presentes, consternadas, devido seu grande prestígio."*

O falecimento do "Chefe", como era carinhosamente chamado por todos que o conheciam e trabalharam com ele, marcou o final de uma era, com a implantação e solidificação de um empreendimento que fora fruto do sonho e do arrojo de um homem. O seu legado seria honrado e valorizado pelas gerações subsequentes, como está registrado nessa palpitante história aqui narrada.

“Meu avô era um homem arrojado, com uma visão além do seu tempo. Dos seus sonhos construiu a própria realidade, deixando para nós uma empresa pautada em princípios éticos e comprometida em fazer o melhor para seus clientes, funcionários e fornecedores”.

Dr. Alberto Bornschein
Diretor Presidente
CLAMED Farmácias

Alberto Bornschein, o “Chefe”

Capítulo VI

Crescimento e expansão sob o signo da ética

Em 8 de Dezembro de 1972, ingressou na empresa uma jovem cheia de sonhos e que encontrou na Drogaria Catarinense o palco perfeito para a realização de seus ideais. Estamos falando de Maria Rosita Giacomelli.

Segundo ela, *"entrei sendo adepta da filosofia de fazer carreira numa mesma empresa e aqui encontrei aderência com essa filosofia. Assim como o perfil da Companhia, também sou uma pessoa*

reservada e aqui encontrei como se fosse a minha segunda casa. Iniciei minha carreira no departamento de RH, fazendo cálculos de comissão, depois fui migrando para diversas outras áreas e ocupando diferentes cargos. Naquela época a empresa era uma espécie de segunda casa para todos os colaboradores, havia muito engajamento e participação na vida da empresa, pois essa filosofia, que fora criada e difundida pelo seu fundador, foi incentivada pelo seu filho e por todos os membros da sua diretoria."

No dia 10 de dezembro de 1975 Alberto Bornschein, conhecido como "Doutor", e terceiro na linha de sucessão desde a fundação da empresa, casou-se com Mariléa Hardt, filha do Diretor da empresa Hercílio Hardt. O jovem casal passou a residir em Florianópolis, onde Alberto cursava Medicina, curso que viria a concluir dois anos depois, em 1977.

Segundo Dr. Alberto *"nossa empresa tinha uma casa de praia em Itajuba, mais uma das grandes ideias do meu avô, ele montou uma casa que podia ser usufruída pelos funcionários. Ocorre que, nessa época, Hercílio Hardt era Diretor aqui na empresa e frequentava a casa com sua família. Nossa casa de praia era próxima e convivíamos com eles, foi assim que conheci a minha esposa Mariléa."*

Casa de praia com uso facultado
aos funcionários

Dr. Alberto lembra com imenso carinho e respeito do seu sogro, que sempre foi uma peça fundamental na vida da empresa. *"Ele e meu pai eram grandes amigos, trocavam muitas ideias e ele era um exímio conselheiro para todas as situações que a empresa enfrentava. Dedicou toda a sua vida para a nossa Companhia e trabalhou aqui até perto de seu falecimento. Com certeza a Companhia deve muito à ele."*

Enquanto Dr. Alberto iniciava a estruturação de uma bem sucedida carreira na área médica, os rumos da empresa fundada por seu avô seguiam caminhos difíceis, dadas as inseguranças de um país de complexa administração, como o Brasil. Ainda assim, toda a diretoria, sob a gestão de seu pai, lutava cotidianamente para manter o empreendimento nos rumos do crescimento.

Esta mesma época registra o ingresso de Pedro Paulo da Silva, atual Gerente de Negócios, na empresa. Através de suas lembranças é possível desenhar um panorama da situação à época. *"Quando a Drogaria Catarinense comprou a Farmácia Iguaçú, em 1976, eu trabalhava lá, com o proprietário Sr. Clarindo, sua filha e genro. Eu era responsável pelo faturamento e cobrança, inclusive a externa, e sabíamos que ela estava em grandes*

Hercílio Hardt (à direita), inaugurando
uma das novas filiais

dificuldades financeiras. Bem nessa época a Farmácia Quinze, que era uma das mais importantes da nossa rede, estava entrando em reformas. Então, para não perder a clientela, foi adquirida a Iguaçú e o movimento da Quinze foi desviado para lá. Fui escolhido para ingressar na Catarinense, e vim para cá para ser correspondente interno.

Diariamente eu recebia diversas cartas provenientes das filiais, com todo tipo de demanda. Lia tudo e pelas 10 horas da manhã eu começava a escrever as respostas necessárias, finalizando tudo até o início da tarde, para que as cartas fossem despachadas no mesmo dia. Como não tinha mais tarefas a tarde, comecei a dirigir fazendo entregas e pequenos serviços diversos.

Depois de algum tempo, fui convidado para ser líder do Centro de Distribuição. Esse foi um grande desafio, era uma área enorme, de mais de 2 mil metros, à época anexa a sede principal e necessitava de grandes mudanças.

Fiquei nesse setor por aproximadamente 7 anos até que surgiu novamente uma vaga no Departamento Comercial, como correspondente externo, escrevendo cartas e pedidos para fornecedores e parceiros de negócios."

Alberto, o Doutor, concluiu com brilhantismo o curso de medicina em 1977 e, assim que se formou, foi para São

Paulo fazer residência e em seguida uma série de estágios nos EUA.

Quando retornou ao Brasil obteve seu título de especialista em Cardiologia, Cirurgia Cardíaca e Terapia Intensiva, estabelecendo-se em Florianópolis, onde trabalhou por 3 anos enquanto ia construindo o Instituto do Coração em Joinville.
Após esse período, voltou para Joinville, a fim de coordenar o Instituto. Segundo ele, *"Nesse período era totalmente apaixonado pela medicina, só pensava em ampliar minha atuação na cardiologia e na cirurgia cardíaca. Naquela época, esse parecia ser o rumo profissional para toda a vida."*

Em 1978 o casal Alberto e Mariléa comemoraram o nascimento de Sandrine Bornschein, sua primeira filha.

Neste mesmo ano, ingressou nas fileiras profissionais da Companhia, o então jovem Nelson Germano Nass, atual Gerente Regional. Suas recordações expressam o estado de coisas que reinava naquela época: *"quando tinha apenas 14 anos, entrei na Companhia por indicação de um padrinho. Entrei como auxiliar de escritório no que, naquela época, chamava-se Departamento Pessoal. As minhas funções dividiam-se entre trabalhar no arquivo*

e fazer serviço externo de banco, entregas, etc. Trabalhei por 25 anos nesse departamento, ocupando diferentes cargos enquanto ia recebendo promoções. Aos 19 anos fui promovido a coordenador e, devido a uma fatalidade ocorrida alguns anos depois, acabei sendo guindado ao cargo de chefe. Ocorre que, nessa ocasião, nosso chefe era Jaime Latzke, e era ele quem abria o escritório diariamente, pois residia próximo à empresa.

Certo dia ele não chegou, ficamos preocupados pois nem chaves tínhamos para entrar, então acabamos indo ao apartamento dele, chegando lá tivemos que arrombar a porta e o encontramos morto.

Essa fatalidade acabou me levando a gerência do departamento, com apenas 24 anos.

Nessa função eu passei a viajar muito, pois tinha que resolver inúmeros problemas nas filiais e passei a gostar da área comercial, para a qual acabei migrando.

A Companhia sempre foi familiar, um local tranquilo para se trabalhar, pois os atributos essenciais aqui são respeito e ética. É uma empresa correta, que mantém seus pagamentos rigorosamente em dia, o que nos transmite grande segurança. Acho que esse é um grande diferencial, a empresa sempre nos deu muita segurança, tanto que todos os colaboradores tem prazer em vestir diariamente essa camisa. A política da empresa é que o funcionário aqui dentro trace uma trajetória aprendendo

de tudo, ocupando várias funções, para fazer carreira. Quando surgem vagas em cargos gerenciais, a busca pelos talentos acontece internamente, permitindo aos interessados que se julgam capacitados, concorrer.
Para a nossa direção, sempre foi desejável uma trajetória que obedecesse uma graduação, a partir da contratação, traçando uma carreira bem sucedida"

Em 1979 foram abertas novas filiais nas cidades de Caxias do Sul/RS e São Bento do Sul/SC.
No ano seguinte, 1980, foi a vez da cidade de Tubarão ganhar a sua filial e da instalação de uma filial da Dentária Catarinense na cidade de Ponta Grossa/PR.

Apesar de todos os esforços empreendidos pela diretoria e um comprometido corpo de funcionários, entrava-se, naquele ano, naquela que ficaria conhecida como a "Década Perdida" do Brasil, com as consequências maléficas recaindo sobre todo o tecido produtivo brasileiro.

Capítulo VII

Os percalços da década perdida

A década de 1980, no Brasil, foi um período de significativas mudanças e de novos ordenamentos no quadro político da nossa sociedade.

O início do processo de abertura política possibilitou o surgimento de novas organizações da sociedade civil e da sociedade política.

A população foi mobilizada a participar dos destinos do Estado e de intervir nos diferentes níveis de governo. No entanto o país, embora vivenciasse essa efervescência de mudança, convivia com grandes contrastes

sociais e econômicos, fruto de um modelo de sociedade extremamente excludente, em que a maioria da população não tem acesso aos bens sociais básicos, entre estes educação, saúde, saneamento básico e habitação. Foi neste contexto que, nos anos 1980, surgiram novos atores no cenário político e social, através de organização de sindicatos, associações científicas e comunitárias, novos partidos políticos e organizações não governamentais que começaram a desenvolver as ações que não eram assumidas pelo Estado. Ao mesmo tempo foram retomadas as campanhas para eleições diretas em todos os cargos eletivos, possibilitando a chegada, em alguns Estados e Municípios, de grupos que buscavam desenvolver políticas públicas voltadas para atender às necessidades e interesses da maioria da população. Neste quadro, surgiram vários movimentos e organizações que, através da educação formal e não formal, procuravam conscientizar os indivíduos da sua condição, enquanto sujeitos, de direitos e consequentemente de deveres. Era imprescindível que os indivíduos se apropriassem do instrumental e de mecanismos básicos para fazer valer os seus direitos, tendo na educação o seu principal veículo, uma vez que a educação é um dos principais instrumentos de formação da cidadania. Apesar de indireta, a eleição de Tancredo foi recebida com entusiasmo pela maioria dos brasileiros. Tancredo, contudo, não chegou a assumir a

presidência. Na véspera da posse foi internado no Hospital de Base, em Brasília, com fortes dores abdominais, e José Sarney tomou seu lugar interinamente no dia seguinte, em 15 de março de 1985. Depois de sete cirurgias, morreu, em 21 de abril, aos 75 anos de idade, com infecção generalizada. Em 22 de abril, Sarney foi investido oficialmente no cargo. Governou até 1990, um ano a mais do que o previsto na carta-compromisso da Aliança Democrática, pela qual chegou ao poder. Deflagrou um plano econômico denominado Plano Cruzado, que teve o efeito imediato de conter a inflação e aumentar o poder aquisitivo da população. O país foi tomado por um clima de euforia. Milhares de pessoas passaram a vigiar os preços no comércio e a denunciar as remarcações feitas. Eram os "fiscais do Sarney".

Cresceu o consumo em todos os estratos sociais. Quatro meses depois, o plano começou a dar sinais de problemas. As mercadorias desapareceram das prateleiras, os fornecedores passaram a cobrar ágio, e a inflação voltou a subir. O governo manteve o congelamento até as eleições, tentando extrair maiores dividendos políticos do plano, levando o país ao mais completo caos. Foi com base na coragem e resistência que os empresários brasileiros, nos mais diversos ramos de atividade, sobreviveram a essas e outras turbulências as quais o país esteve exposto desde então.[8]

[8] Biblioteca Digital de Periódicos. Disponível em <http://revistas.ufpr.br/historia/article/view/37041>. Acesso em 11 nov. 2017.

A Catarinense reagia e procurava manter seus negócios em alta, apesar das dificuldades. Em 1982, o setor de artefatos de plástico do Laboratório Catarinense foi transformado numa empresa independente, denominada AB Plast Manufaturados Plásticos.

Além dos imensos percalços que os equívocos econômicos do grupo gestor do governo provocou, em 1983 uma enchente de proporções gigantescas atingiu a região do Vale do Itajaí e Norte Catarinense, deixando graves e extensos prejuízos para a empresa. Numa demonstração de coragem e engajamento com a comunidade, a equipe da Drogaria Catarinense de Blumenau, apesar de a loja ter sido totalmente inundada pelas águas, atendia a comunidade que ali vinha em busca de remédios. O curioso da situação era que os clientes chegavam em botes de madeira e "estacionavam" na marquise da loja, que era a altura das águas então, onde eram atendidos.

Foi nesse mesmo ano que nasceu o quarto Alberto da família Bornschein, filho do Dr. Alberto e sua esposa Mariléa, no dia 10 de maio. Seu nascimento foi seguido, em 20 de fevereiro de 1985, pelo de Andrey, terceiro e último filho do casal.

Enquanto a situação do Brasil piorava gradativamente, eram cada vez maiores os esforços que a empresa fazia para ampliar suas relações com o mercado. Raulino Kamradt recorda que, nessa época, uma das estratégias utilizadas pela empresa eram os eventos realizados em parceria com marcas importantes da cosmética. *"Como revendedora exclusiva de marcas*

Evento em parceria com Helena Rubinstein

prestigiadas como Helena Rubinstein e Wella, desenvolvemos ações em parceria com essas gigantes da cosmética, visando encantar os consumidores e aumentar o consumo. Essa era uma prática aplicada em toda a rede, nas mais de 50 lojas que a Catarinense possuía então. As mais proeminentes senhoras da sociedade acorriam as lojas, ansiosas pelas novidades, e animavam o ambiente com o farfalhar de seus vestidos e o som alegre de suas vozes."

Também em 1983 a empresa resolveu abrir novamente uma filial em Joaçaba, buscando novos mercados, que pudessem responder positivamente à necessidade de enfrentamento da crise generalizada que o Brasil vivia.
Vale lembrar que a cidade já chegara a ter duas filiais da farmácia, mas que em dado momento tinham se tornado deficitárias e haviam sido fechadas. Agora os rumos do novo consumo e as necessidades da rede determinavam uma nova tentativa naquela cidade, o que foi feito ainda naquele ano. A diretoria julgava que os maiores empecilhos, enfrentados pela empresa quando da primeira tentativa, haviam sido por causa da precária comunicação possível entre matriz e filiais, fato que naquele momento experimentava grandes mudanças.

Nos últimos dias de 1983 foi eleito e empossado o Conselho de Administração da empresa para o triênio 1984-1986, ficando com a seguinte nominata:

TERMO DE POSSE
DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Termo de Posse do Conselho de Administração

Alberto Bornschein

Anibale Stolf

Werner Frederico Manteufel

Dr. Alberto Bornschein (Neto)

Já para a Diretoria Executiva, foi reeleita a nominata que vinha atuando até então:

Diretor Presidente

Alberto Bornschein

Diretor Gerente

Eloy Struve

Diretor Comercial

Hercílio Hardt

Diretor Adjunto

Osvaldo Silva Filho

Data ainda, desse mesmo ano de 1983 a admissão de Margarete da Costa Ribeiro, atual Gerente de Recursos Humanos da empresa e que, como muitos outros, é um exemplo da bem-sucedida política de valorização de profissionais praticada na empresa, e que dá como resultado a manutenção de bons profissionais nos quadros da organização.

Conforme sua narrativa, é possível verificar o quanto a Companhia preza o reconhecimento e aproveitamento das qualidades de profissionais interessados em evoluir dentro de sua estrutura: *"fui admitida como auxiliar de escritório, no departamento de crédito e cobrança. O teste de admissão era principalmente de datilografia, pois a minha principal função era datilografar duplicatas. Quando ingressei na empresa, me disseram que a Drogaria Catarinense era uma verdadeira escola e eu posso afirmar que é bem assim mesmo, ela ensina e dá muitas oportunidades para quem se dedica e acredita nela. Tanto que, apenas dois anos depois da minha entrada, em 1985, tive a minha primeira oportunidade e fui transferida para o departamento de RH. Naquela época o Gerente era Gervásio Burig e o chefe era o Nelson Nass.*

Gostei muito da mudança, pois passei a realizar um trabalho muito mais dinâmico e me entrosei muito com todas as tarefas."

Em 1984 foram abertas uma filial da Dentária Catarinense na cidade de São Paulo e uma nova farmácia na cidade de Timbó.

Também foi nesse ano que, com o falecimento de Werner Frederico Manteufel, antigo membro da diretoria e do conselho da empresa, o Dr. Alberto Bornschein, o neto do fundador, passou a integrar a nominata diretiva da empresa, ocupando inicialmente o cargo de membro do Conselho de Administração.

A indicação obedecia a tradição da empresa, mas o Dr. Alberto continuava totalmente dedicado à sua carreira na medicina, com a qual alcançava cada vez maior sucesso e excelentes resultados.

Mesmo com as dificuldades encontradas nos âmbitos político e econômico do país, a Drogaria Catarinense mantinha-se firme nos seus propósitos de trabalho árduo e ocupação de mercado, conforme descrito no Manual do Colaborador, a seguir:

Manual do Colaborador, distribuído em 1985.

A Drogaria e Farmácia Catarinense é uma empresa comercial de respeitável projeção em Santa Catarina, conhecida pelo seu grande sortimento de mercadorias, equipes treinadas para oferecer sempre o melhor atendimento, e respeitada pelo altruísmo e capacidade de seus incansáveis dirigentes e funcionários.

A drogaria possui 48 estabelecimentos: uma (1) matriz e 47 filiais nas seguintes cidades: 9 em Joinville (matriz mais 8 filiais); 8 em Florianópolis; 4 em Blumenau; 3 em Criciúma; 2 em Itajaí; 2 em Jaraguá do Sul; 2 em São Bento do Sul; 2 em Tubarão; 1 em Lages; 1 em Rio do Sul; 1 em Chapecó; 1 em Joaçaba; 1 em Gaspar 1 em Pomerode; 1 em São Francisco do Sul; 1 em Timbó. Fora de Santa Catarina: 3 em São Paulo (capital) dentárias; 3 no Paraná (Curitiba, Ponta Grossa e Londrina)dentárias; 2 no Rio Grande do Sul (Porto Alegre e Caxias do Sul) dentárias.
Em todas elas desenvolve-se um trabalho consciente e organizado, voltado inteiramente para a sua clientela.

Farmácia Vitória, em Florianópolis

Mas nem mesmo os mais bravos e competentes profissionais da época conseguiram reverter os reveses, tamanha a dificuldade econômica vivenciada na época e decisões difíceis tiveram que ser tomadas. A partir de 1987 a empresa decidiu fechar inúmeras filiais, devido aos baixos resultados. Cidades como Timbó, Jaraguá do Sul, São Bento do Sul e São Francisco do Sul, entre outras, assistiram ao encerramento das atividades de suas lojas.

Em 1988, o Diretor Anibale Stolf solicitou seu afastamento definitivo da empresa, para aposentar-se. Depois de décadas de bons serviços e completa dedicação, o bom capitão finalmente largava o barco para usufruir de alguns anos de tranquila aposentadoria. Foi lembrado, na ocasião, o empenho de Anibale Stolf para o engrandecimento da rede, nas palavras de Albertinho Bornschein: *"lamentamos o seu afastamento, pois Anibale Stolf labutou na empresa por 48 longos anos, tendo se tornado parte ativa de sua evolução, primeiramente na praça de Florianópolis, como Gerente Geral, na direção e orientações das filiais daquela cidade e depois, desde 1966, como Diretor Gerente da empresa, em Joinville. Nossos agradecimentos, em nome da diretoria da empresa e Conselho Diretor, com votos de merecido descanso e uma nova etapa feliz em sua vida."*

Anibale Stolf marcou época não só na Drogaria e Farmácia Catarinense, mas também na comunidade como um todo. Era uma figura conhecida, respeitada e apreciada na cidade, por ter sido durante décadas o regente do coral da Catedral São Francisco Xavier, mas principalmente pela grande figura humana que era. Destacado pela impecável educação com que tratava a todos, era uma espécie de conselheiro para grande parcela dos colaboradores da empresa, que o tinham como amigo para todas as horas e homem de extremo bom senso para se obter um conselho. Deixou profundas saudades e um imenso respeito em todos que com ele conviveram e trabalharam.

Essa década de 1980 também marcou a história da rede de farmácias, com a expansão do conceito do chamado "Homem de azul". Havia até um dito popular, que era "se tem algum problema, chame o homem de azul". A referência era aos gerentes das lojas que, de maneira participativa, tentavam sanar todas as dúvidas dos clientes e resolver suas questões. Havia também uma grande interação cliente/farmácia, como lembra Maurildo Amorim, atual Gerente Regional, que ingressou na empresa em 1988: *"na década de 1980 havia uma grande proximidade com os clientes, inclusive íamos até a residência das pessoas para aplicar injetáveis, quando os clientes estavam acamados. Claro que estamos falando de uma época em que a legislação permitia esse tipo de*

atendimento, que depois foi banido por novas normativas, as quais a Companhia sempre fez absoluta questão de acatar." Outra lembrança marcante desse período é a questão das embalagens que as lojas ofereciam aos clientes. *"Nessa década atuávamos muito fortemente com a chamada perfumaria seletiva, que era a revenda de perfumes de qualidade e marcas então famosas, como Coty, Max Factor e Helena Rubinstein, entre outras. Para agregar valor ao produto, quando o cliente comprava um perfume ou cosmético, tínhamos em loja uma especialista em embalagens que fazia verdadeiras obras de arte com os embrulhos para presente. Era um grande destaque nas lojas e fazíamos questão de treinar uma funcionária especialmente para esse mister."*

Em maio de 1990 integra aos quadros funcionais da empresa, José Lino da Rosa, atual Gerente Regional.
José Lino, a exemplo de outros profissionais de carreira, galgou seu crescimento dentro da Companhia. Começou como Contínuo, passou a Estoquista, depois Atendente, Sub-Gerente, e na sequência, Gerente de Loja.

Neste mesmo ano, com a saída de José Sarney do governo, foi eleito Fernando Collor de Mello como Presidente. O governo Fernando Collor teve como principal destaque o chamado Plano Collor, decretado através de uma medida provisória. Isso quer dizer que ele não foi levado ao Congresso Nacional

para debate e nem votado pelos congressistas. Igualmente, Collor de Mello e sua equipe jamais tinham mencionado o plano durante a campanha eleitoral. O candidato prometia acabar com a inflação e melhorar a economia, mas reforçava que seria através do combate à corrupção e da demissão de maus funcionários públicos. Assim, a população brasileira foi tomada de surpresa com o feriado bancário de três dias após a posse. Mas o que gerou mais espanto foi a comunicação realizada pelo próprio Presidente Collor de Mello, no dia 16 de março de 1990, explicando o plano econômico, que incluía o confisco da poupança dos brasileiros e a mudança da moeda de cruzados novos para cruzeiros, sem alterações de zeros. Collor também deu início ao processo de privatização de estatais, determinou uma reforma administrativa com o fechamento de ministérios, autarquias e empresas públicas, demitiu muitos funcionários públicos e promoveu a abertura do mercado brasileiro ao exterior com a extinção de subsídios do governo. Os Planos de Fernando Collor foram considerados polêmicos, e sua gestão causou mais estragos do que benefícios, tanto que em 1992 ele renunciou ao mandato evitando assim, ser cassado, devido a diversas denúncias de corrupção.[9]

Essa era a situação do Brasil, que de maneira mais ou menos direta, atingia todos os negócios produtivos, quando a empresa foi colhida pela mais desagradável notícia que poderia surgir:

[9] Economia e mercados. Disponível em:<https://economiafenix.wordpress.com/tag/fernando-collor/>. Acesso em 11 nov. 2017.

o falecimento de seu Presidente, Albertinho Bornschein. O então Presidente da empresa partia com apenas 65 anos, vítima de câncer. Em decorrência disso, Dr. Alberto e sua irmã Karin fizeram a divisão do patrimônio herdado. Dr. Alberto ficou com a rede de varejo e Karin passou a controlar o Laboratório. A rede possuía então pouco mais de 60 lojas. Segundo Raulino Kamradt, *"quando Albertinho morreu ficamos chocados, apesar de saber de sua doença há algum tempo."*

Todos os membros da diretoria sentiram sobremaneira a partida do Presidente, e um dos mais afetados foi Arthur Kiefer que se transformara num verdadeiro braço direito para o Presidente, e o mesmo papel passaria a exercer com o seu sucessor. Conta ele: "o ano de *1992 marca para nós o início de uma nova era, com o falecimento do Sr. Albertinho, aos 65 anos. Com a morte prematura do pai, impõe-se ao filho assumir o comando da empresa, ele médico mergulhado de corpo e alma no seu projeto pessoal de salvar vidas pelo exercício da medicina. Como conciliar? Se, de acordo com um dito popular, dividindo somente a miséria aumenta! Mas as circunstâncias exigiam esse cometimento, então era preciso aceitar mais esse desafio. Somente a coragem, a determinação e a perseverança, qualidades tão próprias do jovem empresário, o levaram a definir metas e estabelecer etapas a serem vencidas de forma a não esmorecer. O desafio era enorme, a empresa já então com 73 anos de existência,*

importante na vida da cidade, bem como em todo o estado de Santa Catarina, e na visão da sociedade de então, um empreendimento de absoluto sucesso. O que fez o Dr. Alberto então? De saúde sabia muito, de administração tinha a experiência do INCOR, o seu Instituto do Coração, porém do varejo de farmácia sabia apenas que era um dos negócios da família. Embora tudo tivesse iniciado com essa rede de varejo, a família já não detinha o controle da Drogaria, pois o capital havia sido aberto e as ações pulverizadas. Diante de tantas incertezas, a saída era arregaçar as mangas e mergulhar nos problemas, em busca de soluções inteligentes, capazes de fortalecer os negócios. Uma das primeiras e mais importantes ações empreendidas pelo corajoso Presidente foi o fechamento do capital da Drogaria e Farmácia Catarinense SA, transformando-a em uma sociedade anônima de capital fechado, o que lhe permitiria, dentro do possível, recomprar a empresa que fora do avô. Isto porém era quase nada diante do maior desafio, que seria manter e expandir o negócio herdado. Dono de uma enorme sensibilidade e uma força interior incomum, não aceitou o fato de poder não ter domínio e conhecimento sobre tudo que envolveria o negócio. Baseado nisso, contratou uma empresa de consultoria com ampla experiência em varejo, para fazer um diagnóstico completo e um planejamento plurianual, que pudesse dar segurança para cada passo a ser dado na nova fase da

Drogaria Catarinense. Foi desenvolvida uma nova marca, lançada oficialmente em novembro de 1996 e que seria o norte para a modernização das lojas existentes e as futuras que viriam. A primeira grande meta era atingir a marca de 100 lojas, mas tudo tinha que ser feito com segurança para nunca comprometer a solidez da empresa. Anteriormente, as empresas do grupo haviam criado a OSIC - Organização Sistemas de Informações Catarinense, para os controles informatizados de todas as unidades de negócio. Norteado pela urgência de melhorar o controle dos negócios, o Dr. Alberto tomou uma decisão difícil, pelos transtornos que poderia criar, inclusive em família, já que a Drogaria era o acionista mais forte, mas coragem e determinação jamais lhe faltaram e assim fez a retirada da Drogaria e da Quimidrol dessa sociedade. E ainda no mesmo ano buscou alternativas de mercado, sempre com pouco êxito, até que tomou a decisão de criar o setor interno e próprio para o desenvolvimento de soluções, colocando a empresa definitivamente no mundo da informática. Era preciso construir passo a passo a nova estrutura que permitisse crescer com segurança. O Dr. Alberto é detentor de grandes qualidades, entre as quais se destaca o grande respeito pelas pessoas que junto dele trabalham. Tanto que ele costuma repetir, sempre que a ocasião se apresenta, que as empresas são feitas de pessoas e que sozinhos, jamais seremos tão fortes quanto todos juntos.

Dr. Alberto é decididamente um homem nascido para o sucesso. Sua ousadia só se compara a sua determinação em realizar tudo aquilo que idealiza, buscando a perfeição nos mínimos detalhes. Creio que essas características, que fazem dele um Presidente tão brilhante e bem sucedido, vem da perfeita associação entre caráter, formação e personalidade."

Com esse singelo resumo, Arthur Kiefer, colaborador que já completou 60 anos de casa, passando por cada um dos dirigentes da família Bornschein, resume a grande virada que a empresa experimentou com a entrada do Dr. Alberto Bornschein na gestão, premido pela perda prematura do pai.

Na primeira reunião da qual participou, já como sucessor do pai, o Dr. Alberto tomou a palavra e falou sobre a profunda lacuna que se abria em sua vida, como também na Companhia, face ao prematuro falecimento de seu pai, que após formar-se farmacêutico, ingressara em 15 de dezembro de 1948 na Companhia, desenvolvendo diversas funções, para em 29 de janeiro de 1976, ser eleito Presidente, cargo que assumiu efetivamente já no dia seguinte, exercendo-o até o seu falecimento. Desnecessário falar do zelo e dedicação, com que administrou a Companhia, pois o desenvolvimento e a projeção que a empresa alcançou, espelham com maior fidelidade do que as palavras o resultado de seu trabalho.

“Meu pai sempre teve grande consideração pelas pessoas que ajudaram na condução do dia a dia da empresa. Como marca registrada dos seus tempos como Presidente, fica o cuidado em ter as pessoas certas, nas posições certas, comprometidas com o bem comum”.

Dr. Alberto Bornschein
Diretor Presidente
CLAMED Farmácias

Sr. Albertinho

Capítulo VIII

A grande revolução interna com a terceira geração

Depois de proceder toda a parte legal da partilha de bens do seu pai, quando de maneira amistosa e pacífica, Dr. Alberto e sua irmã Karin deliberaram sobre a melhor maneira de dividir a herança, tendo obtido uma conciliação perfeita, Dr. Alberto optara pela rede de lojas, já que a família de sua irmã havia muito se integrara à gestão do Laboratório Catarinense, e estava afeita a esse negócio.

Dr. Alberto até então estivera integralmente dedicado ao seu projeto de medicina, com a inauguração e subsequente gestão do Instituto

do Coração, que era uma organização de absoluto sucesso em matéria de provimento de qualidade de vida à larga parcela da população, e já executara diversos procedimentos de alta complexidade, quando foi colhido pela surpresa de herdar e se ver a frente de um negócio que, se não era exatamente o que vinha fazendo até então, também estava ligado a vocação para a saúde que sempre fora a marca registrada da família Bornschein. Negligenciar a herança da família, a tradição de um empreendimento erigido à custa do sacrifício e extrema dedicação do avô e do pai era algo que não estava na ética do talentoso médico, portanto elaborou uma forma de poder atender às duas missões de sua vida, arregaçou as mangas e se pôs a trabalhar.

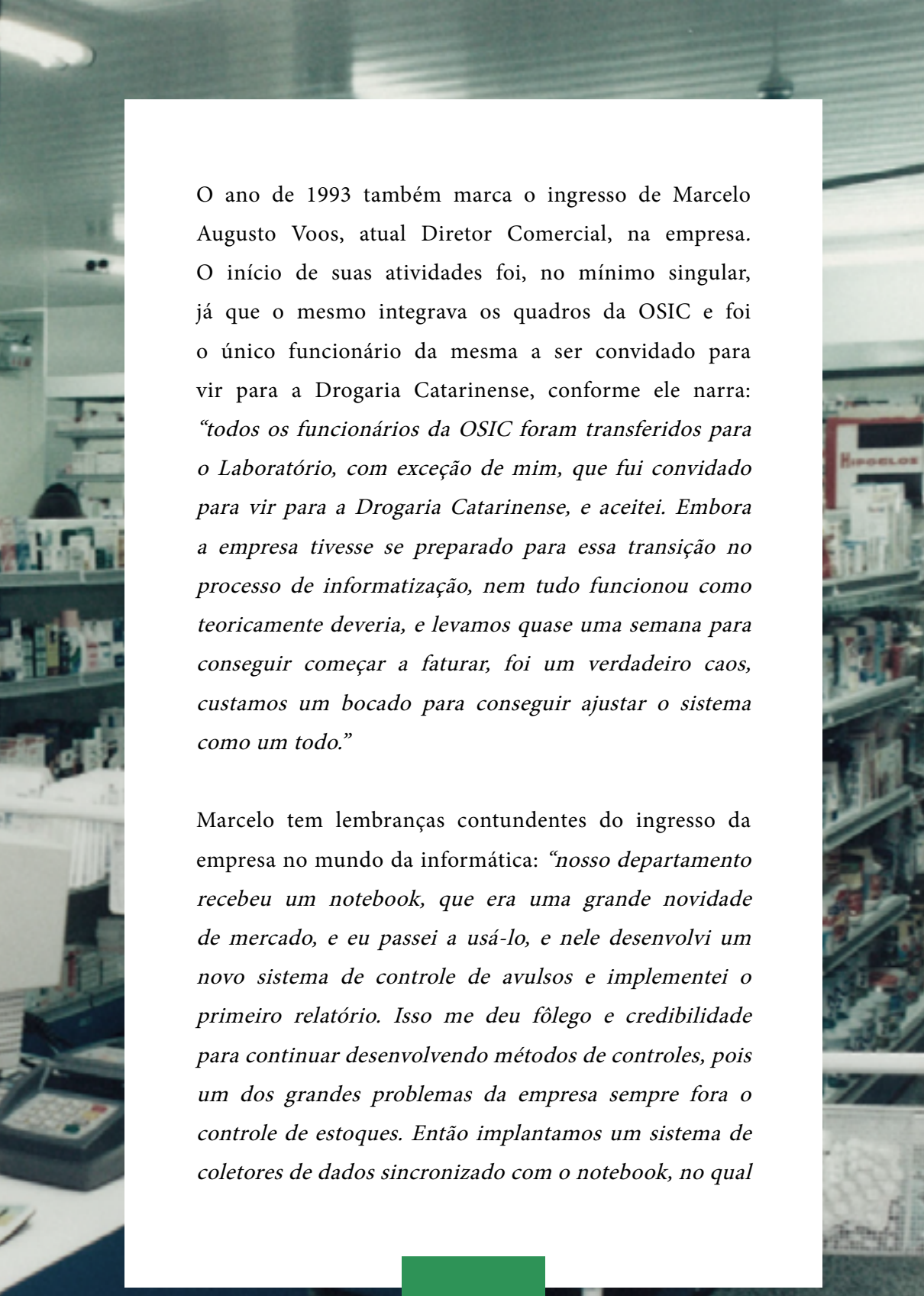
Primeiramente lançou um olhar crítico para a empresa que herdara, uma rede de varejo composta de 61 lojas, várias delas com problemas estruturais. A primeira grande decisão, que afetaria todo o futuro do negócio, foi a de cancelar o registro de empresa de capital aberto. Essa era uma importante e decisiva mudança, que afetaria todo o futuro da empresa, mas tornara-se vital para a sobrevivência do negócio. Com sua visão aguçada, percebeu que uma empresa controlada firmemente por um grupo fechado reagiria melhor às turbulências do mercado brasileiro. Na Assembléia de 15 de julho de 1993 foi oficializado o cancelamento do registro. A partir daí, empreendeu um movimento de recompra das ações da Companhia, realizando muitos e delicados acordos

com famílias detentoras de importantes lotes de ações, até atingir a posse da maioria de ações, o que devolveu à família Bornschein o total controle da empresa.

Em seguida Dr. Alberto mergulhou numa séria análise da lucratividade das lojas da rede e tomou atitudes tanto difíceis quanto necessárias, e muitas lojas foram fechadas, ou remanejadas. A rede ia se adaptando aos novos tempos, buscando a otimização e a eficácia que sempre foram a marca registrada do seu Presidente. Os próximos passos estratégicos foram a contratação de uma auditoria para devassar todas as nuances da empresa e determinar o elenco de ações necessárias para trazê-la ao confortável patamar de empresa lucrativa e vantajosa para todos os envolvidos, desde seus detentores e diretores, passando pelo corpo funcional, até atingir todo o universo de clientes e consumidores ligados à ela.

Dr. Alberto relembra: *"queríamos ser melhores, para conseguir oferecer o melhor produto e os melhores preços para nossos clientes, e para isso precisávamos fazer a nossa lição de casa, buscando a excelência em cada detalhe das nossas operações. Hoje, olhando para trás eu percebo que as razões do sucesso da estratégia adotada estão respaldadas na confiança que depositei na equipe que aqui encontrei quando cheguei. Decidi honrar e ao mesmo tempo qualificar ainda mais essas pessoas, valorizando as escolhas que meu avô e meu pai haviam feito. Essa estratégia mostrou-se extremamente vencedora."*

ASPIRINA
CAIXA



O ano de 1993 também marca o ingresso de Marcelo Augusto Voos, atual Diretor Comercial, na empresa. O início de suas atividades foi, no mínimo singular, já que o mesmo integrava os quadros da OSIC e foi o único funcionário da mesma a ser convidado para vir para a Drogaria Catarinense, conforme ele narra: *"todos os funcionários da OSIC foram transferidos para o Laboratório, com exceção de mim, que fui convidado para vir para a Drogaria Catarinense, e aceitei. Embora a empresa tivesse se preparado para essa transição no processo de informatização, nem tudo funcionou como teoricamente deveria, e levamos quase uma semana para conseguir começar a faturar, foi um verdadeiro caos, custamos um bocado para conseguir ajustar o sistema como um todo."*

Marcelo tem lembranças contundentes do ingresso da empresa no mundo da informática: *"nosso departamento recebeu um notebook, que era uma grande novidade de mercado, e eu passei a usá-lo, e nele desenvolvi um novo sistema de controle de avulsos e implementei o primeiro relatório. Isso me deu fôlego e credibilidade para continuar desenvolvendo métodos de controles, pois um dos grandes problemas da empresa sempre fora o controle de estoques. Então implantamos um sistema de coletores de dados sincronizado com o notebook, no qual*

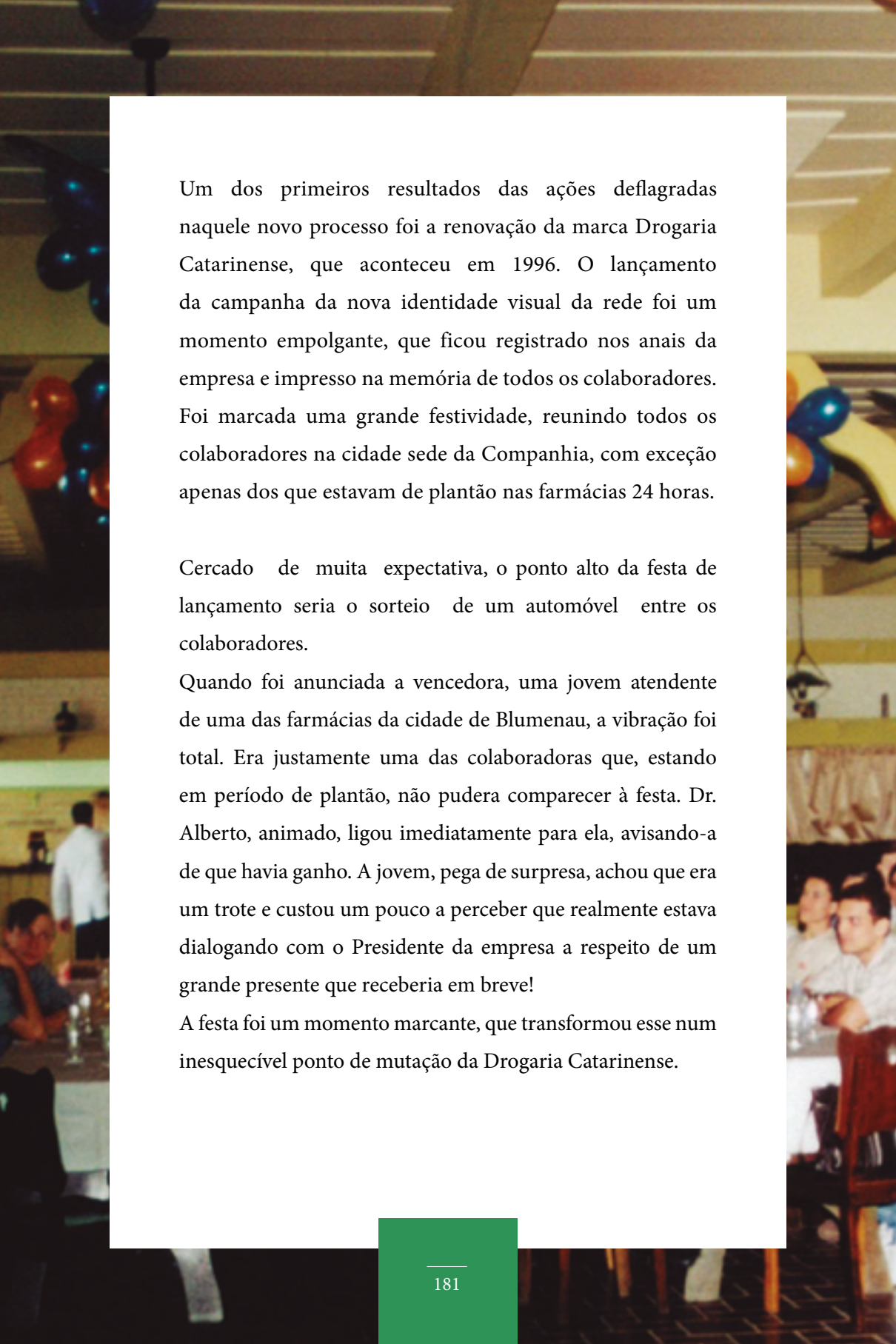
os funcionários de todas as lojas passavam os dados de estoque diário via telefone. Foi um processo difícil e em certos momentos desesperador fazer tudo isso funcionar, mas mesmo assim foi um avanço para a empresa em termos de automatização de pedidos e administração de estoques. Depois é que vieram os computadores nas lojas, aumentando incrivelmente o índice de controle, mas essa foi uma longa e árdua caminhada. Nos primórdios dessa implantação, passamos por situações que hoje parecem hilárias, mas que causaram muito stress e desgaste. Lembro, por exemplo, de uma loja cujo gerente me ligou desesperado porque o equipamento não funcionava de jeito nenhum. Depois de algum tempo conduzindo inúmeros testes via fone, ao pedir que ele fosse aos fundos da loja para a verificação de um cabeamento, foi que ele me avisou que estavam sem energia elétrica havia horas!

A impressão de notas fiscais foi outro capítulo trágico desse início da informatização da empresa. Era a época dos formulários contínuos e todo mundo que já trabalhou com eles sabe a delicadeza da sincronicidade necessária para que a impressão saia a contento. Cansamos de perder caixas e caixas de formulários cuja impressão desalinhou e, consequentemente, desandou. Muitas vezes era o trabalho de uma noite inteira que ia para o lixo, causando perda de tempo e material."

Dentro da ousada estratégia que modernizou a informática na empresa, a primeira loja a ser totalmente informatizada foi a Drogaria Catarinense do bairro Boa Vista, em Joinville. Maurildo Amorim que era na época Gerente da loja, lembra quanta angústia e apreensão a implantação causou. *"Era algo novo, que nenhum de nós dominava e naquela época os sistemas disponíveis eram precários e morosos, resultando em muito trabalho, nas inúmeras tentativas de qualificar o nosso atendimento através da atualização."*

Enquanto isso, muitas outras ações atuavam em diferentes frentes, no sentido de qualificar a empresa e alinhá-la com as novas tendências de um mercado que vinha trazendo mudanças de maneira cada vez mais vertiginosa. Segundo Maria Rosita Giacomelli, *"se não fosse a capacidade de gestão, aliada à segurança e firmeza do Dr. Alberto, acho que teríamos enfrentado grandes turbulências. Desde a primeira reunião que ele presidiu, afirmou que usaria o bom senso quando não detivesse o conhecimento de algum fato, já que vinha de uma experiência profissional totalmente diversa da que passava a encarar. E essas palavras revelaram o seu acerto ao longo do tempo, pois ele soube nos conduzir, por águas turbulentas, até o sucesso total!"*

Campanha de lançamento da nova marca
com a atriz Carolina Ferraz



Um dos primeiros resultados das ações deflagradas naquele novo processo foi a renovação da marca Drogaria Catarinense, que aconteceu em 1996. O lançamento da campanha da nova identidade visual da rede foi um momento empolgante, que ficou registrado nos anais da empresa e impresso na memória de todos os colaboradores. Foi marcada uma grande festividade, reunindo todos os colaboradores na cidade sede da Companhia, com exceção apenas dos que estavam de plantão nas farmácias 24 horas.

Cercado de muita expectativa, o ponto alto da festa de lançamento seria o sorteio de um automóvel entre os colaboradores.

Quando foi anunciada a vencedora, uma jovem atendente de uma das farmácias da cidade de Blumenau, a vibração foi total. Era justamente uma das colaboradoras que, estando em período de plantão, não pudera comparecer à festa. Dr. Alberto, animado, ligou imediatamente para ela, avisando-a de que havia ganho. A jovem, pega de surpresa, achou que era um trote e custou um pouco a perceber que realmente estava dialogando com o Presidente da empresa a respeito de um grande presente que receberia em breve!

A festa foi um momento marcante, que transformou esse num inesquecível ponto de mutação da Drogaria Catarinense.

Registros da festa de lançamento da nova marca Drogaria Catarinense

A campanha de divulgação da nova marca também causou grande impacto em toda a população catarinense pois, além de um novo logotipo, que retratava o arrojo que o grupo estava assumindo, foi contratada a atriz global Carolina Ferraz para fazer o lançamento da nova imagem da empresa.
Ela, que estava no auge de sua carreira como atriz e contava com grande número de admiradores, ajudou a divulgar essa nova etapa na vida da empresa.

Uma matéria divulgada no Jornal Diário Catarinense, abordando o mercado de varejo de farmácias, em maio daquele ano, demonstrava os primeiros resultados da série de ações deflagradas pela nova gestão, conforme segue:

"S*anta Catarina ocupa no mercado nacional a 8ª colocação, participando com 2,96% de um mercado global de R$ 5,6 bilhões.*
A Drogaria Catarinense detém algo em torno de 30% do mercado estadual, o que lhe dá uma posição confortável, sem no entanto defini-la inteiramente como líder desse mercado.
De acordo com Hercílio Hardt, Diretor da empresa, o comércio de medicamentos tem características muito próprias, que vão desde a proximidade com o consumidor, até a confiança que a comunidade tem no proprietário da farmácia.

Campanha de lançamento em todas as filiais

No ano passado, a Drogaria Catarinense teve um faturamento total de R$ 60 milhões, dos quais R$ 10 milhões foram obtidos pelo setor odontológico da empresa. A intenção do grupo é repetir os resultados ao longo de 1997.
Conta com 53 filiais, sendo 40 drogarias e 13 lojas de comercialização de material odontológico, com 8 mil itens em seus varejos de farmácia e mais 4 mil no setor odontológico."

Outro indicativo de que as ações realizadas estavam surtindo efeito positivo, foi a conquista do Prêmio Top Of Mind, pela primeira vez, em 1997. A Companhia viria a receber essa distinção por muitas outras vezes, nos anos seguintes.

A percepção das grandes mudanças pelas quais a empresa passou transcorre todo o corpo funcional. Prova disso é o depoimento de Pedro Paulo da Silva: *"Dr. Alberto tem um perfil inovador. Um dos exemplos disso foi a coragem de começar a investir em informática numa época em que ela ainda era incipiente e pouco conhecida.*
Outra atitude importante dele foi o investimento na estética das lojas, que estavam sucateadas. Ele investiu na troca de mobília e embelezamento dos pontos de venda, bem como na modernização da marca. Também introduziu processos

TOP
OF
MIND
Os campeões de marcas de SC
O Jornal A Notícia certifica que a marca
Catarinense
da empresa
Drogaria Catarinense
foi apontada como a mais lembrada
pelos catarinenses no segmento
Farmácia
pela pesquisa de TOP OF MIND realizada
pelo Instituto MAPA Marketing entre os dias
30 de janeiro e 11 de fevereiro de 1997,
em todo o estado de Santa Catarina.
MAPA
A Notícia

rigorosos de controle na empresa, o que respaldou seu crescimento.
Podemos dizer que ele, como cirurgião, trouxe uma precisão cirúrgica para a empresa na tomada de decisões."

No final do ano de 1997 foi contratado José Oscar Schmidt, profissional da área de TI, chamado para modernizar a comunicação e o processamento de dados na empresa. Oriundo do Rio de Janeiro, Oscar Schmidt encontrou um novo mundo em Joinville e lembra até os dias atuais a experiência incrível pela qual passou, com a sua família.
"Quando entrei na empresa já existia um sistema de informática rodando. Minha entrada foi consequência dos relatórios emitidos pela auditoria contratada pelo Dr. Alberto, que aconselhou a contratação de alguém externo para incrementar essa área da empresa.
A auditoria estava sendo feita pela Ernst & Young e um dos consultores trabalhando aqui me conhecia e me indicou, então vim aqui e fui entrevistado, primeiramente pelo Sr. Kiefer e em seguida por toda a diretoria. Até hoje me lembro de todos os que estavam na sala (Dr. Alberto, Sr. Kiefer, Sr. Hercílio, Sr. Cláudio e Sr. Raulino).
O nosso Presidente, por ser um cirurgião cardíaco, está acostumado a tomar decisões rápidas, pois vidas dependem do poder de decisão dele, então ele tem essa característica também como CEO da empresa, e por isso

ele tomou a decisão na hora e me contratou ali mesmo. Já saí da reunião com todo o calhamaço de relatórios da Ernst & Young sobre o setor e as alterações e implantações sugeridas.

O trabalho iniciou para valer em 1998, e eu herdei uma área que havia sido iniciada pelo Marcelo Voos, colaborador que é de total confiança da diretoria. Com a minha entrada, fizemos uma divisão e o Marcelo ficou responsável pela Infraestrutura Técnica, enquanto eu assumia o software. Implantamos um novo sistema que levou um ano para ficar pronto, só no final de 1998 conseguimos rodar. Era um sistema muito diferente do que havia até então, foi uma verdadeira epopeia para implantar.

Uma das piores etapas do processo de implantação foi o cadastro de clientes, pois havia zero de padronização e cada cidade tinha um estilo de cadastro. Lembro que, na ocasião, Rosita viajou o estado inteiro para fazer a unificação do cadastro, e enfrentávamos muita resistência às mudanças.

Começamos a informatização pela matriz e em seguida passamos para as lojas, foram meses e meses de madrugadas insones, virando noites para gerar e implantar os processos necessários, mas foi uma grande revolução na rede. A implantação foi gradativa, era uma loja de cada vez, depois íamos por região, em seguida abrangíamos toda a cidade e então partíamos para a próxima, e assim sucessivamente.

Foi preciso coragem da diretoria e um trabalho hercúleo da equipe.
Aos poucos fomos aprimorando o sistema, criando novas funcionalidades, implantando soluções a medida que as necessidades se desenhavam: contas a pagar, tesouraria, etc. Enquanto isso, o sistema de informatização das lojas ia avançando e evoluindo sempre mais.
No ano 2000 implantamos o sistema de distribuição, essa foi uma mudança grande e significativa para a Companhia."

Nesse mesmo ano de 1997, ingressa na rede o então farmacêutico Robison Menin, na filial São Bento do Sul. Como alguns outros exemplos, Robison viria a construir sua carreira profissional dentro da empresa, acumulando experiências como Farmacêutico Responsável, Chefe de Loja, Gerente de Loja e chegando a Gerente Regional, cargo que ocupa atualmente.

Em 1998, uma matéria veiculada no Jornal a Notícia, edição de 15 de março de 1998, demonstrava de maneira inegável o quanto a sociedade percebia as grandes mudanças que vinham sacudindo a empresa, bem como todo o trabalho de divulgação sistemático e profissional que a empresa vinha realizando, no sentido de comunicar ao mercado seus novos rumos e objetivos.

Drogaria Catarinense cresce e abre filiais

Joinville — A Drogaria Catarinense inaugurou nos últimos 10 dias mais duas novas filiais, sendo uma no bairro Vila Nova, em Joinville e outra no bairro Garcia, em Blumenau. Outras duas já estão confirmadas para serem inauguradas em breve: uma no bairro São Vicente, em Itajaí, e outra no bairro Costa e Silva, em Joinville. Com isto, a rede Drogaria Catarinense passa a ter hoje 42 lojas, que estão situadas em 14 municípios diferentes.

Conforme o diretor-presidente da Drogaria Catarinense, Alberto Bornschein, estes investimentos na ampliação da rede fazem parte do plano trianual da empresa, que prevê até o ano 2000 a abertura de mais 30 filiais.

"Deste total, inauguraremos 10 ao longo deste ano, outras 10 em 99 e o restante no ano 2000. Para isto, estamos identificando as necessidades do mercado, através de pesquisas mercadológicas, e os benefícios que oferecemos à comunidade com a prestação destes serviços", explicou.

Ele também disse que a escolha do bairro Vila Nova para a instalação da primeira loja da rede nesta localidade, deveu-se sobretudo a grande reivindicação da comunidade, que durante a semana sentia dificuldade em ter que se deslocar até o centro para comprar seus remédios ou outros produtos. Outro forte motivo, acrescentou, foi o crescimento deste bairro e a necessidade da empresa em continuar atendendo bem a esta clientela.

Além da presença física da Drogaria Catarinense no Vila Nova, a empresa também criou o serviço de tele-entrega nesta localidade. Estes aspectos também foram avaliados no caso de Blumenau, quando a Drogaria inaugurou na última sexta uma filial no bairro Garcia, que irá atender a uma comunidade de cerca de 60 mil pessoas. "Instalamos uma loja no local mais populoso da cidade e onde estão instaladas as principais empresas".

Do total de 42 lojas, 18 atuam como farmácia 24 horas e o mix de produtos vem sendo expandido mês a mês, sobretudo com atenção aos itens de higiene, beleza e utilitários. Para este ano, a Drogaria Catarinense quer faturar R$ 60 milhões, contra R$ 31,6 milhões que faturou no ano passado.

Inauguração da filial Itajaí São Vicente

Foi em 1999 que o Dr. Alberto Bornschein tomou uma difícil decisão: desativar a rede de lojas de vendas de produtos odontológicos. O encerramento dessas atividades e a subsequente venda do espólio para a Dental Gaúcha encerrou uma longa e produtiva etapa da empresa, mas que nos últimos tempos estava pesando na estrutura organizacional.

Em reunião ocorrida em março de 1999, o Presidente explicou aos demais membros da diretoria que a opção imediata após a operação, passaria a ser a centralização do foco de investimentos e atuação somente no varejo de medicamentos, perfumaria e demais itens comercializados pela rede de lojas da Drogaria Catarinense.

Arthur Kiefer, o incansável Diretor Executivo da empresa, lembrou com riqueza de detalhes os motivos que levaram a empresa a tomar essa decisão: *"em 1999 uma difícil atitude precisou ser tomada: o fechamento da rede de dentárias, por decisão do Presidente, Dr. Alberto. Essa operação vinha apresentando problemas desde 1994, quando um dos planos econômicos do governo barateou o dólar. A partir daí as pessoas começaram a buscar equipamentos diretamente no exterior, principalmente nos EUA, diminuindo sensivelmente as vendas. A logística das vendas era complicada, onerosa e gerava prejuízo e o encerramento da operação foi a melhor opção. O propósito, enquanto Companhia é a geração de emprego e renda, é permanecer no mercado e ter continuidade, a partir da consciência exata das responsabilidades, afinal, quem tem tantos colaboradores, não pode brincar em serviço."*

A partir daquela data todos os ativos imobilizados que fossem considerados improdutivos seriam vendidos, e o capital obtido reinvestido na otimização cada vez maior da rede.
Dr. Alberto mostrava, cada vez de forma mais efetiva, que não tinha vindo para perder e seus ousados objetivos iam sendo, paulatinamente, atingidos.

Ainda no ano de 1999 foi determinada a extinção do Conselho de Administração, que foi substituído por um Conselho Consultivo. Daquela data em diante, ficou assim a nominata da diretoria 1999 - 2001:

Diretor Presidente: Dr. Alberto Bornschein

Diretor Comercial: Raulino Kamradt

Diretor Financeiro: Arthur Kiefer

Conselho Consultivo

Hercílio Hardt

Italo Stolf

Zilda Bornschein

Após 49 anos sendo ativamente participativo no desenvolvimento da empresa, Sr. Hercílio Hardt deixou o convívio cotidiano da diretoria e passou a integrar o Conselho Consultivo. Desde a sua entrada, em 1950, Hercílio galgou todos os postos intermediários até alcançar o cargo de Diretor, em 1974.

Claudio Monteiro, Arthur Kiefer, Dr. Alberto Bornschein, Darício Beninca, Hercílio Hardt, Mário Fleith e Raulino Kamradt

Outra alteração importante daquele ano, foi a introdução de alteração do Objeto Social da Sociedade, alterando o Estatuto Social, para inclusão de: Lojas de Conveniência e Drugstore; Drogaria Agro Veterinária; serviços de entregas domiciliares; prestação de serviços à comunidade; fotocópias; venda e recebimento de carnês de seguro saúde, recebimentos de contas mediante convênios de água e esgoto, de luz e energia elétrica, de telefone, de IPTU, IPVA, etc.; venda de ingressos para teatros, shows e outros espetáculos e eventos esportivos, serviços que seriam realizados nos caixas das lojas, isolados da drogaria; comercialização de alimentação congelada; revelação de fotografias, em laboratório instalado no estabelecimento; participação no capital de outras sociedades; serviços de clínica veterinária.

O ano de 1999 também foi um ano marcado pela ocorrência de cheias no Estado de Santa Catarina. Mais uma vez inúmeras cidades foram atingidas, bem como lojas da rede e residências de muitos funcionários. Numa demonstração da preocupação real que a diretoria nutria pelos seus colaboradores, Dr. Alberto designou Nelson Germano Nass, então Gerente de RH, para visitar as residências dos atingidos, no sentido de prestar atendimento e socorro no que fosse necessário.

Sob a ótica de zelar e integrar todos os colaboradores, nesse mesmo ano, foi deflagrado um programa inédito na empresa. Denominado "Somos uma só" o programa teve como objetivo unificar o corpo de colaboradores da Companhia, por causa da extrema capilaridade de suas operações. A matriz abria suas portas aos sábados, a grupos de colaboradores formados por membros de diferentes lojas, sob a coordenação do Departamento de RH. Segundo Nelson Germano Nass, *" o objetivo era criar uma aproximação entre funcionários da matriz e das filiais, além de possibilitar aos visitantes conhecer melhor o funcionamento da empresa. Para receber os visitantes, funcionários, gerentes e diretores se revezavam percorrendo todos os setores e repassando informações. O programa finalizava com um almoço de confraternização. Dessa forma todo colaborador teve a oportunidade de aprofundar seu conhecimento da empresa onde trabalhava e fomos muito bem sucedidos com essa estratégia."*

Ainda no ano de 1999, foi inaugurada a primeira filial Drogaria Catarinense Manipulação.
Dotada de um completo laboratório para atender os mais diversos receituários, essa seria a precursora das farmácias de manipulação do grupo, que viriam a ser inauguradas.

Primeira Drogaria Catarinense Manipulação

Capítulo IX

Quebra de paradigmas no terceiro milênio

No ano de 2001 a empresa comemorou 82 anos de existência e publicou um material de divulgação, com o seguinte teor:

"Este mês (fevereiro de 2001), a Drogaria Catarinense completa 82 anos com 54 lojas situadas em 20 cidades de Santa Catarina. Pioneira no atendimento 24 horas, hoje possui 26 lojas atendendo dia e noite. Sempre inovadora, está trazendo para Santa Catarina um novo conceito de farmácia, a Drugstore. Nessas lojas você encontra alimentos, bebidas, utilidades para o lar, ração para animais e muito mais!"

Nesse mesmo ano a empresa implantou o programa 5S e, como mascote, foi criado o Capsulino, uma personagem que animava as ações do programa. Ele foi ganhando a simpatia dos colaboradores e dos clientes, e começou a ser usado em embalagens de produtos da marca própria da empresa, e até como mascote em filiais da rede, recebendo, interagindo e animando os clientes que visitavam as farmácias. Depois de alguns anos a personagem acabou sendo substituída por outras ações alinhadas com novos tempos.

O novo milênio trazia uma vontade de crescer, que vinha sendo cultivada na empresa desde a grande virada de 1996, e ainda em 2001, foi inaugurada uma nova filial da Drogaria Catarinense na cidade de Videira, no meio oeste catarinense. A nova loja surgia a partir da compra de uma antiga farmácia lá existente, e das lembranças de Oscar Schmidt vem um momento ímpar daquele acontecimento: *"uma equipe foi formada para assumir a loja que estávamos comprando e fomos todos de ônibus para lá. Viramos a noite levantando o estoque e a mim, em especial, coube copiar a base de dados para fazer a transferência completa do sistema, convertendo-o para o nosso."*

Robison Menin, atual Gerente Regional, também tem uma recordação relacionada com aquela filial, de certa forma engraçada: *"é por todos sabido que o Dr. Alberto, além de médico e nosso Presidente, é também um experiente piloto e,*

ARA CABELO
Catarinense
Catarinense

algumas vezes, fazia incursões de visita às lojas pilotando a própria aeronave. Logo depois da inauguração ele veio visitar a filial de Videira e eu, então Gerente Regional dessa unidade, o recebi. Após a visita ele me comunicou que desejava ir até Joaçaba, para visitar outra loja que possuíamos naquela cidade. Não tive dúvidas, peguei meu carro e me dispus a levá-lo até Joaçaba, distante cerca de 60 quilômetros. Quando estávamos quase chegando ele me interpelou, estranhando a distância em que ficava o tal "aeroporto"...foi aí que percebi que perdera a grande oportunidade de voar com o nosso Presidente!!"

Em 2002 ingressou na empresa o atual Gerente Regional Rodrigo Fernandes Dias, que participaria de um importante movimento da CLAMED, a aquisição da Proformula. Ele explica: *"na época em que entrei na Companhia, a manipulação de medicamentos estava em franco crescimento, e possuíamos 3 lojas, nas cidades de Joinville, Itajaí e Florianópolis. Então assumi a gerência da manipulação e procuramos vitalizar ainda mais esse segmento, que era significativo para a empresa. O desempenho era tão bom que alguns anos depois a diretoria decidiu adquirir a nossa principal concorrente em Joinville, que era a Proformula. Assim, a Drogaria Catarinense Manipulação e a Proformula ofereciam um mix completo de produtos cosméticos, dermocosméticos, vitamínicos e medicamentosos,*

fortalecendo ainda mais o posicionamento da CLAMED como referência também em produtos manipulados".

Pensando na melhoria constante de sua imagem diante da comunidade, em 2003 a empresa lançou um inovador programa de prevenção de saúde, denominado Receita de Saúde, colocado ao alcance do público de Joinville e Florianópolis por meio das rádios, diariamente, em horários de grande audiência. *"O Receita de Saúde é um projeto que materializa nossa convicção de que a educação e o conhecimento são fundamentais para elevar o padrão de qualidade de vida da população",* salientou na ocasião Rui de Sá Telles, então Superintendente Comercial da Drogaria Catarinense. Segundo ele, sempre fora intenção da empresa trabalhar algo que se encaixasse com a natureza da sua atividade. *"Por mais importante que seja trabalhar de forma ética e profissional, nós sabemos que isso não é tudo. Todos os que vivem em uma comunidade devem ter responsabilidade sobre a qualidade de vida das pessoas que a integram. Especialmente as instituições jurídicas. No caso de uma rede de farmácias, isso envolve obrigatoriamente o tema saúde",* enfatizava. Os temas abordados pelo Receita de Saúde eram voltados especialmente à prevenção, orientação e educação em saúde. As questões eram abordadas por médicos, dentistas, farmacêuticos, psicólogos, enfermeiros e demais profissionais ligados à temática.

Foi também nesse período que a diretoria optou por incrementar um arrojado plano de expansão de lojas da Drogaria Catarinense, visando abranger uma maior parcela do estado catarinense com a instalação de novas filiais em diversas cidades. Segundo Arthur Kiefer, *"logo percebemos que a estratégia não daria o resultado esperado, de incremento financeiro para a Companhia. Essas implantações nos descapitalizavam e o retorno era demorado. O funcionamento das lojas em regime de atendimento 24h, que era a expectativa nas comunidades, era oneroso e acabava deixando a operação inviável. Tivemos que recuar e fechar uma boa parte dessas novas lojas."*

O ano de 2003 também marca a entrada de Limiro Alvares Nascimento como consultor da empresa. O atual Vice-Presidente iniciou sua atuação como consultor, tendo sido convidado para ocupar o cargo de Vice-Presidente, em 2007. Limiro faz uma retrospectiva dos acontecimentos vividos desde a sua entrada na empresa: *"eu atuava como Vice-Presidente do Laboratório Catarinense e certa ocasião vim até a Drogaria Catarinense resolver uma pendência com o Dr. Alberto; em conversa, comentei que estava diminuindo minha carga horária no Laboratório para me dedicar ao meu projeto como consultor, e então ele se interessou na minha contratação.*

Comecei a prestar consultoria à Drogaria Catarinense, e com o passar do tempo fui me envolvendo cada vez mais, até aceitar o posto de Vice-Presidente da rede.

Passei a admirar a família desde que acompanhei a partilha do patrimônio entre os dois herdeiros, com a morte do Sr. Albertinho. Eles fizeram isso de forma absolutamente pacífica, amistosa, sem a necessidade de nenhuma interferência jurídica, então eu percebi o quanto eram pessoas dignas.

Quando comecei aqui, a empresa estava vivendo um momento delicado, também por isso Dr. Alberto me chamou, pois uma interferência mais importante era necessária para salvar a operação.

Tivemos que tomar decisões difíceis, fechando inúmeras lojas que eram deficitárias e realizando um recuo estratégico a fim de estabelecer uma base firme para retomar o crescimento. O trabalho aqui sempre foi muito participativo, contando com muitas mãos.

Nosso foco estratégico é o crescimento orgânico, abrindo novas lojas sem fazer empréstimo para isso.

Nossa operação obedece a normas rígidas, como se fôssemos uma empresa de capital aberto, com auditoria externa para que sempre tenhamos transparência e ética."

Incansável na busca de novos e melhores resultados, a diretoria elaborou um novo plano de negócios com uma estratégia mais agressiva de preços, denominado internamente Farmácia Preço de Fábrica, que consistia em praticar uma margem reduzida de lucro, para baratear os medicamentos. *"Mais uma vez tivemos que recuar"*, relembra Arthur Kiefer, *"pois o incremento em vendas, que pudesse compensar a pequena margem, demorou para aparecer em escala, então o resultado na prática acabou sendo uma redução significativa nos resultados financeiros da empresa, demandando um recuo estratégico. Mas ali estava o embrião que resultaria, algum tempo depois, no surgimento da rede Farmácia Preço Popular, que é um dos nossos grandes sucessos.*"

Emblemático, o início do Século XXI também marca uma grande virada na Quimidrol, subsidiária do grupo. Percebendo que havia sérios problemas na sua gestão, Dr. Alberto Bornschein tomou uma atitude sagaz, convidando sua filha Sandrine Bornschein para assumir a gestão da empresa. A jovem, que até então atuava numa grande empresa multinacional com sede no Paraná e morava em Curitiba, relembra com clareza o momento da virada em sua vida e as consequências que dali vieram: *"meu pai sempre se preocupou em fazer auditorias periódicas no grupo empresarial que preside e, certa ocasião, uma auditoria*

apontou problemas em uma das empresas do grupo, a Quimidrol. Então meu pai resolveu me convidar para vir administrar a empresa, fazendo um choque de gestão. Convidou também meu então namorado, atual marido Edson Fábio Pires. Ele queria ter pessoas de confiança na gestão, e achou que nós seríamos a melhor opção.

Eu nunca tinha trabalhado diretamente na gestão de uma empresa, então foi um grande e difícil desafio. Começamos do zero, executando na prática o que até então era teoria. Tivemos que tomar muitas atitudes difíceis, como encerrar a produção de oficinais e focar na distribuição. Passamos a comprar produtos químicos em tambores e fracionar para venda, nosso carro chefe é a linha de solventes para a indústria. Tivemos que fazer amplas pesquisas de preço, implementar novos produtos e processos, troca de fornecedores, redução de custos, enfim, foi um grande desafio revolucionar a empresa e dar-lhe um choque de gestão. Na continuidade, ampliamos as linhas de produtos, abrangendo também ítens de limpeza (empresarial e domiciliar).

A partir de 2003 começamos a ter sinais claros de recuperação, tendo a comprovação de que nossos métodos estavam dando o esperado resultado.

Meu pai entregou totalmente a empresa em nossas mãos, apenas oferecia todo o suporte que quiséssemos e precisássemos por parte do corpo funcional da Drogaria Catarinense."

Quin

Sandrine Bornschein e Edson
Fábio Pires

As mudanças estratégicas que a empresa precisaria passar naquele momento eram latentes. Dessa forma, diversas frentes de gestão foram atacadas para alavancar o sucesso que viria a acontecer nos próximos anos.

Um dos principais aspectos para um processo de expansão ser bem-sucedido, é ter profissionais capacitados e preparados para encabeçarem desafios futuros que estariam por vir. E essa frente foi trabalhada com o esmero que o assunto pede.

Novos profissionais farmacêuticos, que viriam a se tornar gestores no futuro, foram contratados e treinados para adequarem-se aos padrões da empresa.

Em 2004 ingressa na CLAMED Farmácias Sandro Luis Panasolo, atual Gerente Regional.

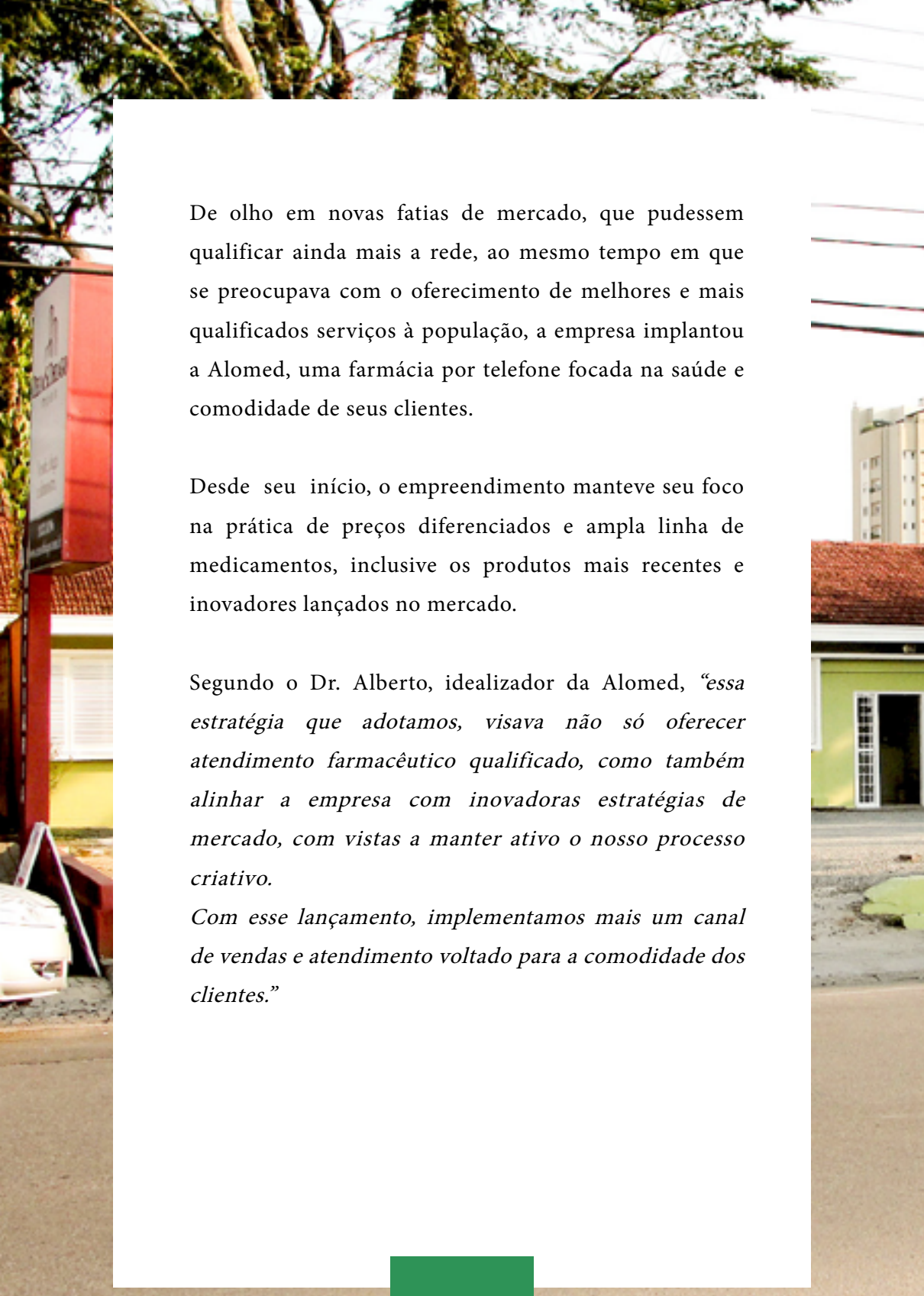
Ele conta: *"a minha paixão pela Companhia começou quando eu ainda fazia cursinho pré-vestibular, mas já havia decidido ser farmacêutico, e no trajeto diário para a escola, passava em frente a Drogaria Catarinense Vitória, loja situada na Praça XV de Novembro, em Florianópolis, e alimentava o desejo de iniciar minha carreira profissional nesta farmácia.*

Os anos passaram, concluí a faculdade de farmácia, e fui ao CRF-SC protocolar minha inscrição profissional. No momento do atendimento, o funcionário do CRF-SC perguntou se eu já estava trabalhando, respondi que não.

Neste momento, ele me informou que havia uma vaga para farmacêutico na Drogaria Catarinense, e que se eu tivesse interesse nesta vaga, deveria procurar o escritório da rede. Fui até lá e saí admitido, como farmacêutico responsável exatamente pela Drogaria Catarinense Vitória. Desejo profissional concretizado".

Contundentes são também as lembranças de Felipe Loro, que iniciou a sua jornada na CLAMED Farmácias em 2005, como farmacêutico, e atualmente é Gerente de Logística. *"Na CLAMED Farmácias encontrei uma empresa ética, comprometida com a satisfação dos clientes e colaboradores, que mês a mês abre grande quantidade de farmácias, ganhando destaque dentre as maiores empresas nacionais, que me oportunizou a atuação como gestor.*
Aqui vivenciei uma empresa com investimento em treinamento de vendas muito ativo, preocupada com melhorias do ambiente de trabalho."

Além de estender o olhar para a estruturação das suas equipes, as novidades não paravam de chegar na rede de farmácias, que vinha sofrendo sucessivas transformações.



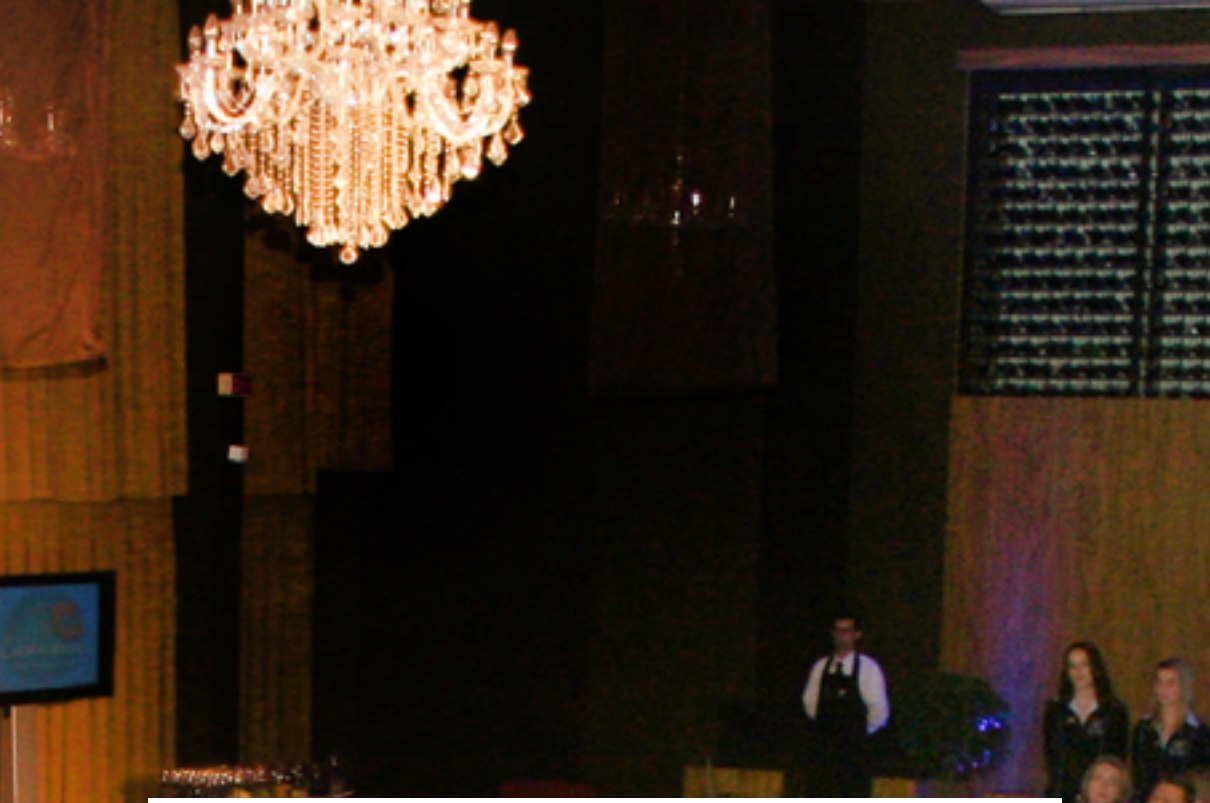
De olho em novas fatias de mercado, que pudessem qualificar ainda mais a rede, ao mesmo tempo em que se preocupava com o oferecimento de melhores e mais qualificados serviços à população, a empresa implantou a Alomed, uma farmácia por telefone focada na saúde e comodidade de seus clientes.

Desde seu início, o empreendimento manteve seu foco na prática de preços diferenciados e ampla linha de medicamentos, inclusive os produtos mais recentes e inovadores lançados no mercado.

Segundo o Dr. Alberto, idealizador da Alomed, *"essa estratégia que adotamos, visava não só oferecer atendimento farmacêutico qualificado, como também alinhar a empresa com inovadoras estratégias de mercado, com vistas a manter ativo o nosso processo criativo.*
Com esse lançamento, implementamos mais um canal de vendas e atendimento voltado para a comodidade dos clientes."

AloMed
3025-2121

Ilustração de um dos eventos do Beauty Club que aconteceria em 2010



Aproveitando o embalo das novidades, a empresa lançou em 2005 o *Beauty Club*, inspirado nas antigas consultoras da Helena Rubinstein, Coty, Atkinsons e Wella que, na década de 70, recebiam e orientavam as senhoras da sociedade no âmbito da farmácia. O *Beauty Club* passou a reunir consultores de beleza e estética que oferecem conselhos, dicas e informações aos clientes. A empresa se abria cada vez mais para a comunidade, tanto oferecendo um leque cada vez mais amplo de opções para os consumidores, quanto desenvolvendo programas de valorização, inclusão e responsabilidade social, envolvendo o corpo funcional. As ações planejadas outrora, eram realidade dentro da Companhia e eram o prenúncio de uma grande mudança que estaria por vir.

O ano de 2006 é o marco de uma mudança emblemática para a empresa, com a criação de uma nova rede de farmácias, atendendo a outro perfil de consumo. Surgia a Farmácia Preço Popular (PP).

A Farmácia PP é composta de lojas com perfil mais compacto, uma sistemática inovadora na operação de atendimento, e menos produtos agregados ao mix, com o objetivo de baixar o custo operacional e, dessa forma, oferecer medicamentos com preços diferenciados. O surgimento da Farmácia Preço Popular foi mais uma demonstração do arrojo e da visão da diretoria que, detentora de tantas marcas diferentes, decidiu de quebra alterar a razão social da empresa, criando uma marca que funcionasse como um guarda-chuva para todas as bandeiras da empresa. Surgia então a Companhia Latino Americana de Medicamentos. Segundo Limiro Alvares Nascimento, Vice-Presidente da empresa, uma ideia levou a outra: *"em 2006 começamos a bandeira de Farmácias PP, com base na ideia de um modelo de operação diferente da Drogaria Catarinense, mais enxuto, sem perfumaria, menor número de funcionários, para conseguir praticar preços mais baratos. Em seguida percebemos que as diferentes marcas com a mesma razão social estavam dando uma certa confusão, então criamos a Companhia Latino Americana de Medicamentos, como operadora e guarda-chuva sob o qual funcionavam as marcas Drogaria Catarinense, Alomed, Farmácia Preço Popular, e Drogaria Catarinense Manipulação."*

Primeira filial da Farmácia Preço Popular,
em Brusque/SC

Dr. Alberto Bornschein sempre soube, exatamente, quais objetivos queria alcançar.
A rede Preço Popular saiu de sua cabeça e ele sempre teve clareza de onde queria chegar. Segundo seu relato: *"a rede PP tem um formato pioneiro que foi criado e desenvolvido por nós. Nosso modelo é vender barato graças à redução de custos da operação, sem deixar cair a qualidade dos produtos vendidos, pois não trabalhamos com medicamentos que são de qualidade inferior."*

Maria Rosita Giacomelli reitera que foi muito gratificante fazer parte do grupo que tomou as decisões relativas à criação da Preço Popular. *"Não há recompensa maior do que fazer parte de uma decisão que deu tão certo, nos dá um sentimento de pertencimento e aumenta nossa autoestima. Por outro lado, isso evidencia novamente o perfil audacioso do nosso Presidente, que soube cercar-se de pessoas que merecem e respaldam a sua confiança."*

Desde que a primeira Farmácia Preço Popular foi inaugurada na cidade de Brusque, em Santa Catarina, em 03 de abril de 2006, sua história já alcança números memoráveis de reconhecimento e de expansão. Seus preceitos, qualidade, confiança e economia fazem da rede de farmácias Preço Popular uma empresa ética, que oferece todos os produtos com procedência garantida. Tem como maior diferencial

o preço, procurando sempre oferecer aos seus clientes os melhores descontos do mercado. É uma farmácia com formato diferenciado, e todo o atendimento é feito por um mesmo atendente, para personalizar o relacionamento com o cliente.

Quando foi inaugurada, em 2006, foram instaladas 19 lojas. Em maio de 2008 inaugurou sua primeira filial fora de Santa Catarina, na cidade de Curitiba/PR, e nesse mesmo ano totalizou 47 filiais. Em 2009 foram inauguradas mais 20 unidades, mas o ano que mais marcou foi 2010, quando a rede inaugurou outras 45 lojas, ultrapassando 100 unidades e firmando a marca como uma das maiores do Brasil.

Nelson Germano Nass, atual Gerente Regional, participou pessoalmente do lançamento da rede, atuando na formulação da primeira loja. Para ele são lembranças inesquecíveis: *"a primeira Preço Popular nasceu no local onde tínhamos montado uma filial da Drogaria Catarinense, que transformamos em PP. Na empresa estava sendo desenvolvido esse conceito de operações mais baratas, para diminuir o custo final e a primeira foi exatamente ali em Brusque, sob a minha coordenação. E foi um absoluto sucesso, tanto que começamos a abrir em outras cidades e hoje já passamos de 460 lojas com esse perfil.*

Certo dia sentei-me no banco de espera de atendimento

da farmácia, junto com os clientes, sem me revelar, é claro, e um cliente vindo do interior me deu o seguinte depoimento: 'com a diferença de preços do que eu pago aqui para outras farmácias, eu consigo pagar a gasolina para vir até aqui, dá para o almoço e ainda sobra um troco para a cervejinha à noite!' A loja "bombou" de tal maneira que ficou comprovado que essa era uma ideia vencedora. O conceito foi evoluindo com bastante cautela, aos poucos

fomos introduzindo produtos de higiene, amenidades, venda por convênios e cartões, até chegar ao perfil atual, que continua sendo vencedor."

Atualmente são centenas de lojas, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso do Sul, São Paulo e Bahia, para atender milhares de pessoas diariamente.

Entrando na empresa nesse emblemático ano, 2006, o atual Gerente Regional Rodrigo Francisco Cericato também tem valorosas memórias, tanto de sua entrada como do impacto que a rede de lojas Preço Popular causou na Companhia: *"fui contratado para trabalhar no horário da madrugada da filial Drogaria Catarinense Chapecó. O que motivou minha entrada na CLAMED Farmácias foi a oportunidade de crescimento profissional. Ingressar nela significava passar a trabalhar em uma grande e respeitada empresa do ramo farmacêutico, que sempre trabalhou e trabalha de forma ética, que valoriza o profissional. Tenho grande orgulho de falar que faço parte do quadro de colaboradores dessa estimada empresa. Acompanhei a abertura da primeira filial Preço Popular, e o crescimento exponencial da rede. A CLAMED está preparada para brilhar nos próximos 100 anos."*

Os anos que se seguiriam seriam de forte expansão para a rede. Dezenas de filiais da Farmácia Preço Popular foram inauguradas, mas a ocupação de mercado não se limitava à Farmácia PP. Em 2007, foi incorporada à empresa a Farmácia de Manipulação Proformula, como lembra Rodrigo Dias, à época, Coordenador de Manipulações: *"a Proformula era nosso principal concorrente em Joinville e possuía uma marca conceituada com mais de 20 anos de mercado. Pela força da marca, analisamos e decidimos mantê-la ativa, ao invés de colocá-la sob o nosso guarda-chuva, que é a Drogaria Catarinense Manipulação. Essa aquisição nos fortaleceu ainda mais nesse mercado".*

PROFORMULA
Farmácia e Manipulação
3028-9938

Mais um exemplo dos profissionais que constituíram carreira dentro da CLAMED, em janeiro de 2008, Edson Leonardo Souza Furquim, entrou na empresa como Farmacêutico. Algum tempo depois foi promovido a Gerente de Loja, Supervisor Regional, chegando à Gerente Regional, cargo que ocupa atualmente.

No editorial da edição de junho de 2008 do jornal interno "Em sua Cia.", o Vice-Presidente Limiro Alvares Nascimento destacava, através de acurada análise, a conjuntura pela qual passava o país e o mercado ao qual pertence a Companhia: *"o mercado vem passando por um alto grau de competitividade. Quem não estiver preparado para enfrentar o desafio, vai ter dificuldade de se manter. Planejamento e controle são ferramentas imprescindíveis aos empreendimentos de sucesso. Então as perguntas que ficam são: nós estamos preparados para enfrentar a realidade de mercado? Nossa gestão é eficaz? Claro que as respostas são positivas. Aí, a questão é outra: o que podemos fazer para melhorar ainda mais e conquistar novas fatias do mercado? A resposta e a ação de cada um de nós é que vai indicar o melhor caminho a ser seguido para alcançar um ótimo nível de competitividade."*

Em consonância com as constantes melhorias visando o

público interno (colaboradores) e externo (clientes), a empresa passou a investir maciçamente no treinamento do corpo funcional.

Desde o final de agosto de 2008, os funcionários passaram a contar com mais um diferencial no processo de aperfeiçoamento: o *e-learning*, ensino a distância. Uma das mais consistentes conquistas do departamento de Recursos Humanos da empresa, o sistema é a menina dos olhos de sua Gerente, Margarete da Costa Ribeiro, conforme ela destaca: *"quando assumi, a área de treinamento não fazia parte do RH, foi uma grande conquista nossa trazê-la de volta para nosso âmbito, e a estruturamos de maneira a atualmente ser um dos nossos destaques. Nosso treinamento funciona também no sistema EAD, como forma de atender a nossa capilaridade, todo colaborador novo recebe um link para acessar a área de integração que a empresa disponibiliza."*

Em setembro de 2008, ingressou na empresa Alberto Bornschein, filho do Presidente e quarto Alberto a participar da gestão da quase centenária empresa. Após trabalhar em grandes empresas em São Paulo, retornou a Joinville para trabalhar na empresa da família na qualidade de Assessor da Diretoria, justamente na época em que o mundo mergulhava nos problemas decorrentes da grave crise econômica dos EUA, cujos reflexos

atingiriam todos os segmentos de uma maneira geral. Permaneceu no cargo durante um ano, período em que viajou com os Gerentes Regionais a fim de conhecer as filiais da empresa e também se envolver com todas as áreas administrativas. Passado esse período, assumiu a Gerência Financeira, se dedicando às atividades de contas a pagar, contas a receber e tesouraria. Enquanto Gerente Financeiro, estruturou uma área de análise de investimentos, cuja responsabilidade foi sistematizar o estudo de viabilidade para abertura de novas filiais, processo que até então era bastante empírico. Em abril de 2011, Alberto assumiu a Diretoria Financeira, que além da área financeira abarcava também a área de TI. Segundo ele: *"quando assumi a Diretoria Financeira, absorvi também a área de TI, que é responsável por desenvolver os nossos sistemas e manter operando, de forma integrada, todas as lojas, matriz e centro de distribuição, com um ambiente seguro para o fluxo de informações, fazendo uso de tecnologias e infraestrutura mais modernas possíveis. Neste sentido, contratamos e estamos atualmente em fase de implantação de um dos melhores sistemas ERP do mundo (o SAP), que integrará praticamente todas áreas e processos da Companhia.*

Em 2016, dei início à estruturação de uma área jurídica na empresa, para ganhar agilidade nas demandas consultivas das áreas, bem como coordenar com

maior efetividade os trabalhos das assessorias jurídicas externas. Somos uma empresa muito cuidadosa no que tange às obrigações tributárias e regulatórias, sempre arcando com todas as nossas responsabilidades com transparência.

Hoje somos uma empresa de porte considerável, ocupando lugar de destaque no ranking das grandes redes de varejo farmacêutico no Brasil, estamos listados como uma das 400 maiores empresas do Brasil, e o mercado reconhece a nossa solidez.

Observamos constantemente o mercado interno e externo, com vistas a aprender com a concorrência e buscar fazer sempre o melhor e crescer cada vez mais.

Nos últimos anos, muitas redes e farmácias independentes tentaram copiar o modelo da nossa Farmácia Preço Popular, o que inclusive nos motivou a tomar medidas judiciais, pois a imitação chega a ser abusiva em alguns casos em que empresas tentam se passar pela nossa PP perante o consumidor, ludibriando-o. Todavia percebemos que este tipo de concorrência não é sustentável, apesar de extremamente desleal, já que dificilmente está acompanhada dos mesmos valores éticos que norteiam as relação da CLAMED com seus clientes, colaboradores e fornecedores."

Em 2009 a Companhia lançou a Farmagora, uma farmácia totalmente *on-line* embasada na política de amplo atendimento e satisfação do consumidor.

A Farmagora é um canal de vendas *on-line* que tem como principal objetivo oferecer uma grande variedade de medicamentos, produtos de higiene, beleza e bem-estar a todos os clientes do Brasil.

Atualmente a Farmagora possui uma loja física em São Paulo, onde concentra a distribuição de pedidos. Em todas as regiões do país, os pedidos são entregues através dos Correios e transportadoras.

farmagora.com.br

Quando a empresa completou 90 anos, Dr. Alberto Bornschein, o Presidente, afirmou: *"um compromisso é algo que vai além de uma promessa ou de uma jura de amor. Comprometer-se significa estabelecer condições e critérios, firmar acordos e investir todo o esforço para o fiel cumprimento do que foi combinado. Toda empresa quando nasce, igualmente se pauta por um compromisso. E ele envolve vários parceiros. Se for uma sociedade, se compromete junto aos sócios, aos acionistas, buscando rentabilidade que garanta o retorno do investimento. A empresa tem compromisso junto aos seus colaboradores, o que envolve boas condições de trabalho, remuneração justa e a integração. Há o comprometimento junto à comunidade e junto ao público, ao mercado e sua clientela. Seja do tamanho que for, todo empreendimento deve estabelecer uma visão, cumprir uma missão e exercitar valores baseados na ética e cidadania. A Drogaria Catarinense, marca da Cia. Latino Americana de Medicamentos, chega aos 90 anos de atividades consciente de que sempre se pautou nos compromissos. Sua visão tem o objetivo de 'ser a melhor rede de farmácias e drogarias'. Para chegar lá, estabeleceu a missão de 'garantir a satisfação total do cliente, por meio do atendimento qualificado e ambiente acolhedor, oferecendo-lhe saúde, beleza e bem estar'. E tudo é baseado em valores bem claros: 'conduzir os negócios de forma ética, visando atingir a lucratividade necessária ao desenvolvimento*

sustentável da empresa; estabelecer entre seus colaboradores uma relação justa, de responsabilidade e comprometimento e ser uma empresa cidadã responsável'. A Companhia tem seus compromissos. Você é parte deles. Juntos, vamos cumprir nossa missão."

E o reconhecimento do mercado corrobora as estratégias definidas pelo Presidente Dr. Alberto Bornschein.
A Drogaria Catarinense recebeu o 1º lugar do Prêmio de Qualidade do Conselho Dermocosmético. O Prêmio, que é promovido pela L'Oreal – Divisão Cosmética Ativa, avalia o atendimento a consumidores de dermocosméticos nas farmácias do Brasil por meio do *mistery shopper* (cliente oculto), que monitora os padrões de qualidade de serviços prestados sem que os envolvidos saibam que estão sendo pesquisados. Ao todo foram avaliadas 18 das principais redes de farmácias do Brasil durante o ano de 2009, sendo que cada rede recebeu 20 visitas num período de dois meses. E como resultado desta pesquisa, a Drogaria se destacou pelo excelente atendimento, aconselhamento e relacionamento com seus clientes, garantindo o primeiro lugar. A qualidade do atendimento foi avaliada de acordo com a comercialização de cosméticos, área em que a Drogaria Catarinense estabeleceu o *Beauty Club*, mantendo profissionais treinados e atualizados para atender cada vez melhor o cliente.

Ao alvorecer de 2010 a diretoria deliberou sobre os desafios enfrentados durante o ano anterior, concluindo que 2009 havia representado um ano de superação, apesar de não ter sido possível evitar os reflexos da crise financeira mundial. Mas a empresa conseguira transpor quase todos os obstáculos e selar o ano de forma positiva, um reflexo do esforço de todos os colaboradores, da união e apoio que haviam manifestado. Já no final do mesmo ano a Companhia pode comemorar mais de 100 novas lojas inauguradas nos últimos 5 anos, sendo que 42 nos últimos 12 meses, com a geração de novos empregos, devido à necessidade de ampliação do quadro funcional. Só para essas novas unidades, foram contratados 566 colaboradores, 108 farmacêuticos, 29 jovens do projeto empresa cidadã, que empregava menores como aprendizes, ou seja, mais de 700 novos profissionais integrados ao mercado de trabalho. Vale destacar que, deste total, 33 eram deficientes físicos oriundos do projeto de inclusão social mantido pela Companhia.

Também nesse ano de 2010 ingressou na empresa o terceiro filho do Dr. Alberto, Andrey Bornschein. Seguindo a tradição de trabalho e mérito praticada pela família, Andrey também atuou em alguns departamentos da empresa, conhecendo de perto todos os distintos cenários que a compõem, preparando-se para assumir, com competência

e conhecimento de causa, os cargos diretivos que lhe estavam reservados em breve futuro.

A Companhia deflagrou em 2010 a mudança da área de logística que, desde a fundação da empresa funcionava anexa à matriz, e foi deslocada para um novo endereço, com o objetivo de facilitar as operações. Foi alocada uma área de 3.000m² no Condomínio Empresarial Perini Business Park, em Joinville.

Segundo José Oscar Schmidt, *"Dr. Alberto percebeu que as condições de trabalho do local em que estávamos instalados não eram as ideais e demandou uma mudança. Foi então alugado um espaço no Condomínio Industrial Perini, que foi a solução perfeita para a nossa distribuição. Para essa mudança incrementamos o sistema de controle das mercadorias em estoque e obtivemos excelentes resultados. Inclusive foi contratado um profissional de estatística, para auxiliar no controle de estoques, tudo para aumentar a total gestão dos nossos dados."* Essa e outras decisões estratégicas demonstram de forma cabal o quanto o pensamento do atual Presidente da empresa, Dr. Alberto, é alinhado com a constante busca de melhorias e desenvolvimento da Companhia. Arthur Kiefer destaca a persistência do Presidente, como fator determinante nesse processo: *"quando o Dr. Alberto toma uma decisão, ele*

persiste até vê-la completamente implementada, esse é um dos grandes diferenciais que ajudaram a revolucionar essa empresa nas últimas décadas."

Com o gradativo aumento do número de colaboradores, as proporções da Companhia iam se dilatando e exigindo ações mais contundentes, no sentido de atender todas as necessidades de um cada vez mais complexo corpo funcional. E um passo importante nessa estruturação interna foi a ampliação gradativa e constante do plano de benefícios aos funcionários. Assim sendo, a Companhia instituiu em 2011, o Plano de Saúde em parceria com a Unimed. A partir daquela data, todo colaborador com mais de seis meses de empresa, passou a ter direito ao Plano de Saúde Unimed. Segundo Margarete da Costa Ribeiro, *"essa foi uma conquista emocionante para todos nós. Lidando, como lidamos, com o tema da saúde, e sendo o nosso Presidente profissional dessa área, além de extremamente preocupado com o bem-estar do corpo funcional, era muito importante a inclusão desse benefício aos colaboradores. Ainda lembro da emoção que compartilhamos, o Dr. Alberto e nós do departamento, quando recebemos o Presidente da Unimed SC, que veio pessoalmente à empresa assinar o contrato. Foi memorável!"* Dr. Alberto também enfatiza que a preocupação com o bem-estar de todos os integrantes do corpo funcional é uma das constantes mais presentes em cada ação estratégica

da Companhia e que, de acordo com essa visão, o plano de saúde Unimed foi um marco evolutivo significativo para a Companhia. *"Ter realizado essa conquista está em consonância com as nossas crenças e princípios mais caros, ligados à importância da conquista digna da saúde para todo o ser humano."*

Marcando ainda o ano de 2011, está a entrada do atual Gerente de Marketing da Companhia, Amandio Carlos de Araújo Barros. Sobre a decisão de vir trabalhar na CLAMED Farmácias, afirma ele: *"para um profissional de marketing, ter admiração, empatia e confiança na marca que irá representar é primordial para execução de um bom trabalho. Foi exatamente o que eu levei em conta ao aceitar o convite da CLAMED Farmácias, para integrar a equipe, em meados de 2011. Recorri à uma lembrança que vivi anos antes disso, quando em decorrência de uma forte crise respiratória, procurei ajuda em um hospital onde fui lamentavelmente atendido por um médico sonolento e sem atenção, que rapidamente aviou uma receita e me dispensou. Toda atenção que não recebi no hospital, encontrei no atendimento farmacêutico do outro lado da rua, na Drogaria Catarinense. Esse era o tipo de empresa que eu gostaria de fazer parte, pensei. Desde meu primeiro dia de trabalho, adotei a postura de ouvir e observar, mais do que falar ou propor algo.*

Por ser minha primeira experiência no mercado farmacêutico, havia uma série de coisas essenciais ao meu trabalho que eu deveria aprender antes de sugerir novas estratégias de comunicação. Todavia fui presenteado com a convivência com profissionais de carreira, que haviam dedicado grande parte das suas vidas para construírem o sucesso dessa empresa. Com uma frequência impressionante, encontramos na Companhia colaboradores com mais de 20, 30, 40 anos de casa. São pessoas que executam seu trabalho com afinco, e com um senso de união que chega a causar estranhamento ao primeiro contato. Porém, alguns dias nesse ambiente, são suficientes para que tudo comece a fazer sentido. O DNA da CLAMED carrega o senso de justiça, o respeito e a coletividade. E são esses fatores que alicerçam em bases sólidas a atuação da empresa. Isso traz um sentimento de credibilidade e confiança, tanto para os funcionários, como para os clientes e fornecedores."

O ano de 2011 também marca a entrada de Valmir Schinkel, Gerente Financeiro da Companhia.

Das lembranças do seu ingresso na CLAMED, Schinkel relata: *"ter um recomeço na carreira aos 46 anos de idade, requer um passo firme, assertivo e decisivo. Por isso, quando tomei conhecimento de uma oportunidade que*

havia surgido na área financeira da CLAMED Farmácias, comecei a pesquisar informações em relação à empresa e tive uma grata surpresa.
Além de encontrar uma empresa extremamente ética e com muito prestígio no mercado, fiquei impressionado com o tamanho e a solidez da Companhia, que na época tinha apenas 200 filiais.
Passamos por adaptações e implantações de novos processos, implantamos um novo sistema (Mult) para melhorar os processos da área financeira, e mais recentemente iniciamos processo de implantação de um novo ERP com a SAP.
A CLAMED é uma empresa em franca expansão, e desde a minha entrada, tive o privilégio de participar de diversas mudanças necessárias para acompanhar esse exponencial crescimento.
Sinto muito orgulho de fazer parte desse time".

Atenta às novas tendências do mercado farmacêutico e dando continuidade ao processo de expansão, que mantinha-se em forte ritmo com a Farmácia Preço Popular, o ano de 2012 começou aquecido com a inauguração, em Joinville, da Drogaria Catarinense Mega Store, com um novo conceito de loja. Ambiente espaçoso, amplo estacionamento e com um mix completo do que há de mais moderno em produtos de beleza e bem-estar.

DROGARIA
Catarinense
DROGARIA
Catarin

Foto externa da Drogaria Catarinense
Mega Store, em Joinville/SC

DROGARIA
Catarinense
24
ESTACIONE
DROGARIA
Catarinen

Drogaria Catarinense Mega
Store, em Florianópolis/SC

Já no segundo semestre de 2012 foi redefinida a marca corporativa da empresa, que através da abreviação da razão social – Companhia Latino Americana de Medicamentos, dá origem à marca CLAMED Farmácias. Conforme lembra Amandio Barros: *"CLAMED Farmácias é uma marca que abriga todas as bandeiras de farmácias e drogarias do grupo, sob o guarda-chuva de uma empresa com tradição, solidez e credibilidade."*

Sempre de olho na integração de seus funcionários e também em espalhar benefícios para toda a comunidade, a Companhia lançou naquele ano uma campanha interna permanente de reciclagem de lixo, que foi denominada ReciCLAMED, com normas para a separação do lixo reciclável e orgânico da Matriz. O programa foi lançado com a intenção de promover a reutilização dos recursos naturais e favorecer o meio ambiente, e era mais um reflexo das ações desenvolvidas pela empresa com foco no elemento humano.

Margarete da Costa Ribeiro, mais uma vez evidencia a tomada estratégica de decisões que, emanada do Presidente da empresa, revelava a sua profunda preocupação com o bem-estar dos colaboradores.

Em 2013 um dos destaques da Companhia foi a chegada da CLAMED Farmácias ao Mato Grosso do Sul, com a inauguração de filiais da Preço Popular nas cidades de Campo Grande e Dourados. Quando a diretoria tomou a decisão de realizar a expansão nesse estado, convidou José Lino da Rosa, até então Gerente de Filial, para coordenar essa implantação. Ele, que desde o ingresso na empresa tinha constante preocupação em acertar, aceitou o desafio com grande vontade de alcançar bons resultados. *"Depois de passar anos como Gerente de Loja, e superar diversos desafios nessa função, tive o convite da empresa para auxiliar no processo de expansão, coordenando a nossa entrada no estado do Mato Grosso do Sul. Foi uma mudança radical, tanto de função (primeiramente como Supervisor Regional e depois como Gerente Regional), como de cidade, cultura e etc. Não foi fácil, porém brilhante, gratificante e realizador".* José Lino recorda que, em seguida à inauguração das lojas de Campo Grande e Dourados, a expansão das redes avançou para as cidades de Nova Andradina, Naviraí e Três Lagoas.

A expansão da rede Preço Popular era o grande destaque da CLAMED. Só naquele ano foram inauguradas filiais nos estados de Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul, além de diversas novas lojas no estado de Santa Catarina. Igualmente, a rede Drogaria Catarinense, inaugurou filiais em diferentes cidades do estado catarinense.

Primeiras filiais inauguradas,
em Campo Grande/MS

Esse ano também registra importantes mudanças no departamento de informática, que se tornara vital no controle de tão complexa operação. Naquele ano contabilizou 22 colaboradores, divididos em 2 grandes Coordenações: Desenvolvimento de Sistemas e Infraestrutura Técnica.

Para garantir que toda estrutura estivesse sempre disponível, os servidores da empresa foram transferidos para um local dotado de toda a estrutura necessária, incluindo contingência de energia elétrica, *link* de dados, controle de acesso e prevenção de incêndio.

O investimento foi significativo, feito com o único objetivo de permitir um atendimento cada vez mais qualificado para as filiais, e consequentemente prestando um melhor serviço aos clientes.

O crescimento da CLAMED culminou na inclusão da empresa no importante ranking 500 Maiores Empresas do Sul do País, quando ocupou a 32ª posição em Santa Catarina e o 152º lugar entre as 500 maiores do Sul.

Foi nesse período que a profunda e verdadeira preocupação da diretoria com o corpo funcional revelou-se a partir da determinação da execução de uma pesquisa de satisfação junto aos funcionários, visando o desenvolvimento de ações que pudessem preencher

todos os seus anseios. Esse trabalho teve início através de pesquisa minuciosa realizada de maneira independente pelo renomado Instituto Great Place to Work.

Assim centenas de colaboradores, de diversas cidades onde a Companhia estava presente foram convidados a dar a sua opinião sobre o seu local de trabalho. E o resultado foi altamente positivo.

A partir desse ano as avaliações tornaram-se sistemáticas e foram descrevendo o perfil de uma empresa realmente voltada para a satisfação de todos os seus públicos, tanto interno como externo. Prova disso é que, já no ano seguinte, a CLAMED Farmácias foi incluída no prêmio "Melhores Empresas para Trabalhar do Brasil."

Baseada nos resultados da pesquisa realizada pelo Instituto Great Place to Work e Revista Época, a CLAMED Farmácias figurou entre as 150 melhores empresas de grande porte do país (com mais de 1000 colaboradores).

Segundo o Dr. Alberto, isso só aumentou a responsabilidade da Companhia: *"estar entre as melhores significa ter a certeza de propiciar um ambiente em que os colaboradores sintam-se valorizados e respeitados diariamente, criando espaço de satisfação e crescimento profissional, o que acaba por refletir também num bom atendimento aos clientes."*

Na esteira da implantação progressiva e constante das redes de lojas, em 2014 foi inaugurada a primeira filial da Preço Popular em São Paulo/SP.

A inauguração era parte integrante do plano de crescimento CLAMED, a exemplo de Mato Grosso do Sul e já consolidada nos estados do Sul.

Segundo o Edson Leonardo Souza Furquim convidado pela empresa para coordenar a implantação de lojas no estado de São Paulo, *"os grandes desafios enfrentados pela rede para a sua implantação, foram, primeiramente, a presença de maciça concorrência naquela cidade.*

São Paulo, como sabemos, é uma metrópole de proporções gigantescas, o que atrai todas as redes para lá. Inclusive muitas, já lá consolidadas, tinham nomes que lembravam a nossa Preço Popular, usando também o apelo da palavra Popular em sua nomenclatura.

Precisávamos sensibilizar o consumidor paulista de quem éramos e a que viemos. Tratava-se de conseguir atrair o consumidor para entrar em contato com o nosso estilo de atendimento, com a nossa agilidade, seriedade, política justa de preços, enfim, de todos os predicados que fazem da nossa rede Preço Popular uma vencedora."

Primeiras filiais inauguradas,
em São Paulo/SP

O ano de 2014 também marca uma mudança na legislação pertinente ao varejo farmacêutico. Foi publicada, na data de 11.08.2014, a Lei n. 13.021/14 que muda o conceito de farmácia e drogaria no Brasil, que deixam de ser meros estabelecimentos comerciais, para se transformarem em unidades de prestação de assistência farmacêutica, assistência à saúde e orientação sanitária individual e coletiva. Para a CLAMED Farmácias, apenas a confirmação legal da prática cotidiana de uma rede quase centenária e que, ao longo das últimas décadas, vinha descrevendo uma trajetória de serviços voltados para o bem-estar das comunidades em que estava inserida.

No segundo semestre de 2014, Felipe Loro, Gerente de Logística, destaca, a importância da implantação do sistema WMS, e estruturas físicas de Flow Rack, que permitiram um grande salto de produtividade e ganhos ergonômicos ao time, elevando a operação logística a patamares superiores.

Entramos finalmente em 2015 e a empresa demonstrava, através dos números, toda a fantástica expansão da sua rede. Possuía então mais de quatro mil colaboradores e já atendia mais de 100 cidades. Naquele ano foram inauguradas significativa parcela de novas lojas em diversas cidades e diferentes estados do Brasil, com ênfase em Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul.
Amandio Barros, reitera que *"em 2015, a Farmácia Preço*

Popular se tornou Top of Mind pela primeira vez, juntamente com a Drogaria Catarinense. Então, as duas farmácias da rede se tornaram as marcas mais lembradas no segmento, pela população em todo o estado de Santa Catarina. Esse reconhecimento é um indicativo de que a empresa está no caminho certo, atendendo seus clientes com dois formatos de varejo distintos, mas resguardando a sua essência de atender seus clientes com ética e respeito."

No mês de setembro de 2015, Andrey Bornschein e Marcelo Augusto Voos foram empossados como novos Diretores Executivos, nomeados durante a Assembleia Geral dos Acionistas. Ambos receberam como missão, junto aos demais Diretores, dar continuidade ao processo de estruturação da empresa. Com a nova configuração da diretoria, foram feitas mudanças com o intuito de dinamizar as atividades, sustentando o crescimento e a expansão dos últimos anos. Dentre as principais mudanças, constava a alteração de diretoria do Departamento de Marketing, que passava a se reportar à Diretoria de Inovação, sob a responsabilidade de Andrey. O novo Diretor, terceiro filho do Doutor Alberto, também passaria a dirigir as áreas de Pricing (Formatação de Preços), Inteligência de Mercado e Gestão de Categoria. Já Marcelo Voos manteve-se à frente da área Comercial (Compras, Vendas, Logística, Manutenção e Segurança Patrimonial) às quais já geria como Superintendente Comercial.

Segundo Andrey Bornschein: *"na Diretoria de Inovação, enfrentamos um projeto desafiador, pois o mercado está mudando cada vez mais rápido e acompanhar essas mudanças e tendências, nesse ritmo desenfreado, não é tarefa fácil. Historicamente, nossa estratégia de formação de preços sempre fora convencional. Por exemplo, nossos preços eram iguais em todas as lojas, desrespeitando um conceito básico de mercado, pois a diferenciação de anseios dos consumidores pode ser aplicada para aumentar a lucratividade em determinadas lojas. Trata-se de identificar a qual mercado determinada loja atende e ajustar esses anseios, cobrando por isso. Já em outros, a competição é acirrada e o que conta é conseguir obter o preço mais baixo, sem decair na qualidade dos produtos comercializados. E essa é uma tendência que vai se acirrar cada vez mais nos próximos anos, demandando muita análise do mercado e administração estrita da política de preços. Outro aspecto a ser enfrentado diz respeito às leis federais, estaduais e municipais que, no geral, são muito restritivas e nos impedem de agregar produtos ao mix das lojas. Isso varia de estado para estado, mas Santa Catarina é um dos mais rígidos do país. Nosso futuro está em inovar e agregar o que a empresa ainda não tem, fazendo isso com prudência e bom senso, sem nos deixar levar por modismos passageiros. Nas leis atuais de mercado, quem não tem diferenciais, compete apenas por preço. Por outro lado, cada vez mais o cliente procura e espera por diferenciais, por ter*

experiências agradáveis nos pontos de venda, experimentar novos produtos, etc. Além disso, os clientes querem se relacionar com as lojas através de multicanais, para poderem optar tanto por uma boa experiência de compra nas lojas físicas, como por comprar remotamente e receberem seus produtos em casa. É uma ampla gama de opções que o cliente espera ter à sua disposição, e cabe a nós providenciar tudo isso, sob pena de ficarmos para trás. Sem perder o aspecto humano, temos que nos tornar cada vez mais digitais. Até há pouco tempo, a concorrência era de farmácia para farmácia, com os pequenos negócios se enfrentando por fatias de mercado, mas atualmente a concorrência vem das grandes redes, e essa é muito mais profissional. Por outro lado, vemos um consumidor cada vez menos fiel e cada vez mais exigente, utilizando cada vez mais parâmetros pessoais e filosóficos na escolha da loja para comprar. Por exemplo, hoje o consumidor analisa a conduta social e de sustentabilidade da empresa na escolha de onde vai comprar. Esse é um novo item a compor nessa grande equação do mercado."

Marcelo Augusto Voos, colaborador que já demonstrara, em inúmeras ocasiões, o seu comprometimento com a Companhia, relembra com clareza os desafios a serem vencidos na sua diretoria: *"com o forte ritmo de expansão que estamos imprimindo nos últimos anos, manter o DNA da CLAMED nas centenas de filiais onde atuamos é um desafio*

constante. E fazê-lo respeitando as peculiaridades das diversas regiões nas quais estamos presentes, requer muito esforço e disciplina das nossas equipes. O mercado farmacêutico está cada vez mais aguerrido, e manter-se competitivo é uma condição irrevogável para a perenidade da empresa."

E estar próxima das comunidades as quais estão inseridas suas filiais é mais uma das características que acompanham a trajetória centenária da CLAMED. Sustentando essa filosofia social da empresa, também em setembro do referido ano, durante sessão especial em comemoração aos 60 anos da APAE de Brusque e 50 anos da APAE de Joinville, Blumenau e Lages, a empresa foi reconhecida por promover e articular ações de defesa dos direitos das pessoas com deficiência intelectual e múltipla, e para a melhoria da qualidade dos serviços prestados pelas APAEs, na perspectiva da inclusão social dos seus direitos.

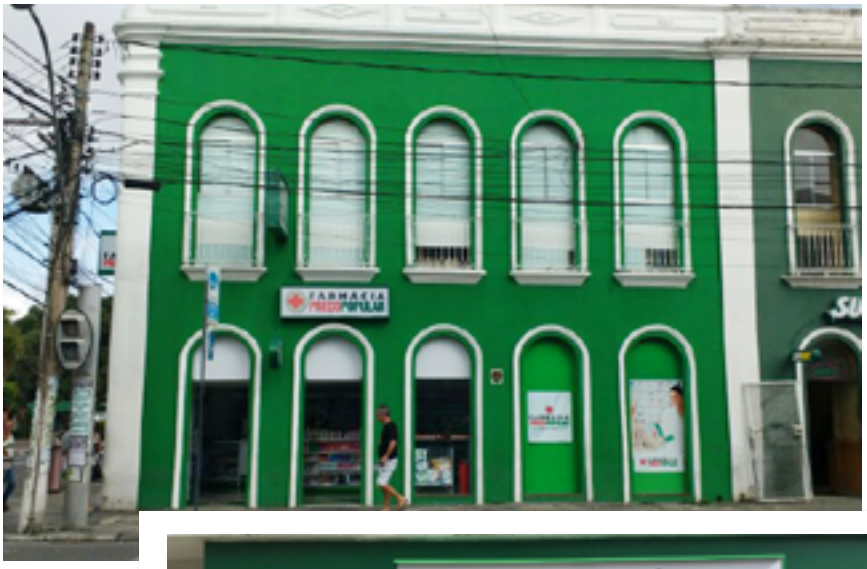
A consciência social da empresa também tem foco no seu público interno. Sempre de olho no bem-estar e evolução do seu quadro de colaboradores, ainda em 2015 a empresa implantou um sistema de bolsas de estudo. Segundo Margarete Ribeiro, "*em 2015 conseguimos realizar um feito marcante, com a implantação do sistema de bolsas de estudo. Atualmente temos dezenas de colaboradores que estão frequentando o curso superior em Farmácia, com apoio da bolsa da empresa, através da qual remuneramos até 70% do valor a ser pago na universidade escolhida pelo aluno.*

Outro ponto importante voltado aos nossos colaboradores e

também implantado em 2015, foi a publicação do Código de Ética da empresa, reunindo os valores que já vinham sendo praticados aqui ao longo de quase 100 anos de existência. Nessa ocasião foi contratada a empresa Contato Seguro para fazer as vezes de ouvidoria junto aos funcionários, aumentando sua segurança e garantias de exercício do trabalho". Ela salienta ainda que um dos destaques da empresa é a segurança que oferece a quem aqui trabalha, e cita que um exemplo disso é que perante o Conselho Regional de Farmácia, é o próprio farmacêutico quem fica responsável pelas atitudes de comercialização nas lojas que gerência. A empresa respalda esse profissional mantendo normas rígidas no que tange à comercialização, não vendendo sem o devido receituário e mantendo a comercialização dos medicamentos dentro de todos os padrões exigidos. A atuação regida por princípios éticos, o acolhimento e o cuidado dedicado à comunidade em que está inserida, resultam no engajamento e na admiração de cada funcionário, que sente orgulho em pertencer à equipe CLAMED, conforme expressa em palavras Maurildo Amorim: *"nesses quase 30 anos de CLAMED, passei por vários cargos e inúmeras lojas até assumir o cargo de Gerente Regional. No entanto, apesar de se tratar de três décadas, me parece que trabalho nesta empresa incrível há apenas um ano, pois quando trabalhamos com prazer em nossa função, tratando o cliente e os colaboradores como prioridade, o tempo passa muito rápido e o trabalho se torna vocação. Tenho muito orgulho e gratidão de fazer parte da família CLAMED."*

Ao longo de quase um século, a CLAMED Farmácias acompanhou as evoluções do mercado farmacêutico, para oferecer o melhor em saúde, beleza e bem-estar das pessoas.
Reflexionando sobre todas essas conquistas, a diretoria expressou numa mensagem esse sentimento: *"no ano de 2016 a CLAMED Farmácias conquistou uma série de prêmios importantes, que refletem a dedicação de cada colaborador que, com o seu trabalho diário, trilha o caminho para nos tornarmos a melhor rede de farmácias e drogarias. Estamos entre as 150 melhores empresas para trabalhar no Brasil e somos uma das 1.000 maiores e melhores empresas nacionais. Em Santa Catarina, a Drogaria Catarinense e a Farmácia Preço Popular, são as farmácias mais lembradas. A Drogaria Catarinense ganhou o prêmio por ser a farmácia preferida no estado. Já ultrapassamos a marca de 400 lojas em 5 estados brasileiros e os planos de expansão continuam, o que significa que novos profissionais ainda virão para compor as equipes CLAMED. Hoje somos mais de 5.000 colaboradores. Todos estes números e premiações são motivo de orgulho! Por isso, agradecemos a cada colaborador que dá o melhor de si, com ética e responsabilidade, para oferecer sempre o atendimento diferenciado que nos destaca onde quer que estejamos."*

Continuando a trajetória de conquistas de novos mercados, em 2017, a CLAMED inaugurou suas primeiras filiais no estado da Bahia, nas cidades de Lauro de Freitas, Feira de Santana, e na sequência, na capital, Salvador.



Primeiras filiais inauguradas no estado da Bahia
(Lauro de Freitas, Feira de Santana e Salvador)

Com mais de 400 lojas e ultrapassando os 5.000 colaboradores, a empresa podia comemorar conquistas tanto raras como difíceis. Ao mesmo tempo em que representa um símbolo de modernidade e expansão, é uma empresa capaz de manter e valorizar seus talentos mais longevos, como é o caso do Diretor Executivo Arthur Kiefer, que em 2017 comemorou Bodas de Diamante, ou seja, 60 anos como colaborador da empresa. Uma longa e incrível trajetória, desde a época em que o fundador ainda estava à frente dos negócios, atravessando tantos momentos marcantes da história até a atualidade do grupo. Toda a diretoria prestou homenagem ao profissional, destacando *"que essa caminhada se prolongue ainda mais e continue sendo uma referência profissional a ser seguida. Somos muito gratos por tantos anos de dedicação. Obrigado e parabéns!"*

Arthur Kiefer, apesar dos longos anos de atuação na Companhia, jamais deixou de ser um apaixonado por ela. Segundo ele, *"a CLAMED é a minha vida, é a única coisa que eu sei fazer. Meu pai me ensinou a importância do trabalho e a empresa me ensinou como trabalhar. Tenho um vínculo forte com a Companhia e acredito que dela não basta gostar, é preciso amar. Esse trabalho é a minha motivação para levantar todos os dias e vir para cá. Não admito que ninguém fale mal dessa empresa, pois ela tem princípios e*

valores firmes." Sr. Kiefer ressalta ainda a célebre frase que era dita pelo fundador: *"temos que pagar em dia nossos fornecedores, pois eles são os parceiros que fazem nosso negócio girar; temos que pagar nossos colaboradores, pois eles dependem desses salários para viver e sustentar suas famílias; temos que pagar nossos impostos para sermos leais com o país onde estamos instalados; e finalmente, se sobrar alguma coisa, podemos dividi-la!"*

E sobre o atual Presidente, suas palavras são igualmente contundentes: *"em 26 anos de comando, o Dr. Alberto Bornschein transformou uma empresa de 61 lojas, com um grupo em torno de mil colaboradores, e um faturamento de sessenta milhões de reais num negócio que emprega atualmente seis mil trabalhadores, faturou em 2017 mais de dois bilhões de reais, contando atualmente com mais de 500 lojas, espalhadas por 6 estados brasileiros. Isto é um pedacinho da história do Dr. Alberto Bornschein, um homem corajoso, sensível, empreendedor, determinado, hoje aos 66 anos de idade ainda com força para atender ao sonho que é praticar medicina de alta complexidade junto ao seu INCOR e trabalhar com muito entusiasmo e determinação, comandando os desígnios da sua rede de farmácias, rebatizada em 2006 para Cia. Latino Americana de Medicamentos - CLAMED, nome forte que lhe confere a sustentabilidade para outros 100 ou mais anos."*

De longa data juntos, Dr. Alberto e Sr. Kiefer, inaugurando uma nova filial

Maria Rosita Giacomelli, é outro exemplo de longevidade na empresa.

Com uma brilhante carreira construída com esforço, dedicação e competência, ela também é capaz de olhar para trás e avaliar a sua trajetória: *"essa empresa foi praticamente meu único emprego. Aqui recebi inúmeras oportunidades que fizeram eco com tudo o que sonhara para a minha vida. Além de crescer profissionalmente, sempre fui valorizada como pessoa e profissional.*

Vi a empresa passar por problemas quase insuperáveis e vencê-los, graças a capacidade de nossos dirigentes, notadamente o Dr. Alberto, nosso Diretor Presidente."

A consagração da Companhia se expressava não só nos números de crescimento, mas também no reconhecimento de toda a sociedade.

Em 2017, a ACIJ – Associação Comercial e Industrial de Joinville convidou o Diretor Financeiro da rede, Alberto Bornschein, também conselheiro da ACIJ, para apresentar o Case CLAMED para toda a comunidade empresarial, mostrando a gestão e expansão de uma empresa de varejo. Jovem e articulado, o administrador declarou: *"nos últimos dez anos partimos de 79 lojas para 470 lojas, representando um crescimento médio próximo a 30% ao ano.*

Olhando para a última década, dá para perceber que o crescimento sustentável da CLAMED é reflexo de um projeto

de expansão orgânica e consistente, calcado em nosso principal ativo que é o foco em pessoas e na alma da empresa que é a saúde(...).

Recentemente o Brasil vem passando por um período turbulento, mas isso não nos abate, afinal sobrevivemos a uma guerra mundial e a diversas crises.

Estamos acompanhando todas as transformações que estão acontecendo, estamos olhando para os consumidores com mais atenção para antecipar os rumos do nosso mercado. E estamos investindo em nossa empresa, no conhecimento, nas tecnologias e nas pessoas.

Tudo que fazemos contribui para estarmos, a cada passo, mais próximos da nossa visão: ser a melhor rede de farmácias e drogarias."

Capítulo X

A consolidação do grupo na iminência do seu centenário

O coroamento de um ano em que a Companhia comprovou, em dados, números e ações, a sua maioridade, foi a conquista do 69º lugar entre as melhores empresas para se trabalhar, na categoria nacionais e multinacionais de grande porte no ranking do Instituto Great Place To Work.

Este investimento no capital humano resulta em oportunidades de crescimento e valorização dos colaboradores. Atualmente 99% dos gerentes de lojas da rede são farmacêuticos promovidos por meio de recrutamento interno. Os prêmios, distinções e inclusões em importantes rankeamentos nacionais aliás, tem sido uma constante na vida dessa que se tornou uma Companhia modelar para todo o país, traçando uma trajetória ímpar na vida econômica da nação.

Ainda em 2017 podemos registrar duas outras importantes pesquisas:
Melhores e Maiores da Revista Exame, incluída entre as 500 maiores empresas do país em vendas líquidas, ocupando a 362ª posição.
Destaque regional com o 1º Lugar no Prêmio Empresas Mais, instituído pelo Jornal O Estado de São Paulo (O Estadão), com a chancela da Fundação Instituto de Administração (FIA), Agência Broadcast e Boavista Serviços. O prêmio constitui-se num *ranking* de 1.500 maiores e mais eficientes empresas do Brasil.

Todos esses prêmios e distinções refletem um cotidiano onde cada detalhe das complexas operações que envolvem o negócio, é pensado com cuidado e consideração aos colaboradores e ao conjunto de clientes da empresa.

ÉPOCA
GREAT PLACE TO WORK
2017
Melhores Empresas Para Trabalhar
BRASIL
O Great Place to Work®
certifica que a empresa
CLAMED
foi eleita uma das Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil – Grandes em 2017
Realização:
ÉPOCA
EDITORA GLOBO

Em 2018, prestes a completar um centenário de existência, a diretoria decidiu lançar um olhar acurado sobre toda a sua trajetória como forma de honrar o passado e as sucessivas gerações que haviam contribuído para a construção de uma história de tanto sucesso. Desse processo nasceu o projeto do livro memorial do centenário.

A CLAMED Farmácias continua sua expansão pelo país, oferecendo produtos e atendimento de qualidade aos seus milhares de clientes.
Mais do que inaugurar lojas, a expansão da rede impacta positivamente em cada cidade onde atua, pois também movimenta a economia dessas localidades, gerando empregos e negócios. A CLAMED Farmácias preza por sua postura ética, que valoriza o capital humano.

Hoje são centenas de farmácias e drogarias, distribuídas em mais de 160 municípios, nos estados de Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso do Sul e na Bahia. Os quase seis mil colaboradores da CLAMED Farmácias atendem em médias 3,7 milhões de clientes todos os meses com as bandeiras Drogaria Catarinense, Farmácia Preço Popular, Drogaria Catarinense Manipulação, Proformula e Farmagora.

Dr. Alberto Bornschein, resume de maneira ao mesmo tempo brilhante e simples toda essa belíssima história: "*acho que nosso sucesso vem principalmente do profundo respeito que nutrimos tanto pelos nossos colaboradores, quanto aos que nos honram sendo nossos clientes.*

Quando assumi a empresa, recebi muitos conselhos para renovar a equipe, trazendo pessoas e ideias novas, mas eu fiz questão de honrar o corpo de profissionais que aqui estavam e que haviam sido cuidadosamente escolhidos pelo meu pai e avô. Eles, por sua vez, souberam honrar essa escolha e deram, como ainda dão, o melhor de si pelo engrandecimento constante da Companhia.

Tenho orgulho da nossa empresa, tanto pelo que ela se tornou quanto pela forma com que encontrou caminhos para crescer promovendo e valorizando o ser humano. E tenho certeza que todos os que trabalham conosco sentem esse mesmo orgulho.

Ao mesmo tempo em que honramos o passado de ética e justiça construída pelos que vieram antes, estamos construindo um legado que se refletirá no futuro de todas as comunidades onde estamos inseridos.

Continuaremos com o firme propósito de ser a melhor rede de farmácias e drogarias, mantendo a ética, o respeito e a dignidade que carregamos conosco desde 1919."

DROGARIA
Catarinense
MANIPULAÇÃO
100
ANOS

Foto equipe da Matriz comemorando o centenário da CLAMED

CLAMED
FARMÁCIAS
100
ANOS

Foto equipe da Logística comemorando o centenário da CLAMED

Referências Bibliográficas

ATAS MANUSCRITAS DIGITALIZADAS:

1944 - 1947
Livro de Atas para as Assembleias Gerais da Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A., aberto em 17.02.1944. Joinville: 09.10.1944, 10.03.1945, 09.06.1945, 19.07.1945, 15.10.1945, 15.01.1946, 26.02.1946, 11.03.1947.

1944 – 1957
Livro de Atas para as Reuniões do Conselho Fiscal da Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A., aberto em 17.02.1944. Joinville.

1944 – 1958
Livro de Atas para as Reuniões da Diretoria da firma Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A, aberto em 23.02.1944. Joinville: 31.03.1944, 20.05.1944, 18.06.1944, 19.08.1944, 18.12.1944, 02.08.1945, 21.12.1945, 16.12.1946, 21.08.1947, 25.08.1947, 22.12.1947, 20.09.1948, 30.12.1948, 17.03.1949, 21.03.1949, 20.06.1949, 28.12.1949, 27.12.1950, 28.12.1951, 10.05.1952, 30.12.1952, 06.03.1953, 20.06.1953, 28.12.1953, 29.12.1954, 05.01.1956, 27.12.1956, 12.07.1957, 18.11.1957, 06.03.1958, 23.04.1958, 03.06.1958.

1947 - 1954
Livro de Atas para as Assembleias Gerais da Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., aberto em 29.10.1945. Joinville: 29.10.1947, 28.05.1948, 23.03.1949, 11.05.1949, 28.03.1950, 11.04.1950, 30.03.1951, 25.03.1952, 17.09.1952, 10.01.1953, 10.01.1953,20.03.1953, 06.09.1954, 15.09.1954, 23.09.1954.

1955 - 1960
Livro de Atas para as Assembleias Gerais da firma Drogaria, Farmácia Catarinense S.A., aberto em 10.09.1954. Joinville: 25.03.1955,14.03.1956, 14.08.1956, 28.09.1956, 09.10.1956, 16.10.1956, 19.03.57, 27.08.1957, 12.09.1957, 24.09.1957, 08.01.1958, 15.09.1958, 25.09.1958, 06.10.1958, 27.01.1959, 10.03.1959, 17.03.1959, 24.03.1959, 13.01.1960, 25.04.1960.

1958 - 1970
Livro de Atas [para as reuniões da Diretoria] da firma Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A, aberto em 18.12.1957. Joinville: 24.10.1958, 09.01.1959, 27.05.1959, 01.10.1959, 30.10.1959, 20.01.1960, 21.05.1960, 30.05.1961, 03.10.1961, 18.12.1961, 15.01.1962, 16.01.1962, 07.02.1962, 01.03.1962, 21.05.1962, 02.10.1962, 16.06.1963, 07.07.1963, 30.09.1963, 30.10.1963, 10.03.1964, 08.06.1964, 06.04.1965, 03.12.1965, 28.02.1966, 30.04.1966, 02.05.1966, 13.12.1967, 27.05.1969, 07.10.1969, 03.04.1970, 19.05.1970, 30.06.1970, 15.12.1970.

1960 - 1963
Livro de Atas para as Assembleias Gerais da firma Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., aberto em 25.03.1959. Joinville: 04.05.1960, 20.01.1961, 05.01.1962, 14.02.1962, 21.02.1962, 27.02.1962, 08.08.1962, 18.08.1962, 30.08.1962, 21.01.1963.

1963 – 1975
[Livro de Atas para as] Assembleias Gerais Ordinárias e Extraordinárias da [firma] Drogaria

e Farmácia Catarinense. Joinville: 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975.

1971 - 1975
Atas digitalizadas do Diário Oficial do Estado de Santa Catarina:1971, 1972, 1973, 1974, 1975.

1971-1977
Livro de Atas para as Reuniões do Conselho Fiscal da firma Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., aberto em 09.09.1968. Joinville.

1976 - 2002
Livro de Atas para as Assembleias Gerais da firma Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., aberto em 02.12.1976. Joinville: 15.12.1976, 25.01.1977, 05.12.1977, 19.12.1977, 27.12.1977, 20.01.1978, 30.01.1978, 23.01.1979, 31.01.1979, 22.10.1979, 01.11.1979, 24.01.1980, 31.01.1980, 18.02.1980, 28.02.1980, 05.03.1980, 20.01.1981, 30.01.1981, 18.01.1982, 29.01.1982, 21.01.1983, 31.01.1983, 21.12.1983, 29.12.1983, 24.01.1985, 31.01.1985, 23.01.1986, 31.01.1986, 20.08.1986, 05.09.1986, 15.04.1987, 30.04.1987, 29.04.1988, 28.04.1989, 16.04.1990, 30.04.1990, 29.04.1991, 30.04.1991, 22.04.1992, 30.04.1992, 28.04.1993, 15.07.1993, 25.04.1994, 24.04.1995, 30.04.1996, 28.04.1997, 29.04.1998, 19.04.1999, 28.05.1999, 29.03.2000, 24.04.2000, 30.03.2001, 30.04.2002.

1978 – 1999
Livro de Atas, para as Reuniões do Conselho de Administração, da firma Drogaria e Farmácia Catarinense S.A., aberto em 30.01.1978. Joinville: 30.01.1978, 18.09.1978, 01.11.1978, 16.05.1979, 17.05.1979, 14.06.1979, 08.10.1979, 01.11.1979, 10.12.1979, 12.01.1980, 30.01.1980, 04.02.1980, 05.03.1980, 07.05.1980, 30.01.1981, 20.03.1981, 28.10.1981, 12.02.1982, 08.06.1982, 15.04.1983, 26.06.1983, 29.12.1983, 15.02.1984, 23.04.1984, 14.05.1984, 02.07.1984, 12.09.1984, 30.08.1985, 15.09.1986, 03.04.1987, 30.04.1987, 12.05.1987, 26.05.1987, 30.06.1987, 29.04.1988, 30.08.1988, 31.01.1989, 30.04.1990, 30.04.1990, 17.07.1990, 04.04.1991, 20.08.1991, 09.12.1991, 20.04.1992, 20.05.1992, 06.10.1992, 28.04.1993, 04.06.1993, 02.07.1993, 29.09.1993, 31.01.1994, 20.05.1994, 14.07.1994, 02.09.1994, 26.09.1994, 27.12.1994, 04.01.1995, 31.01.1995, 02.02.1995, 27.02.1995, 21.07.1995, 09.08.1995, 30.10.1995, 18.01.1996, 18.01.1996, 11.03.1996, 30.04.1996, 23.07.1996, 19.08.1996, 29.09.1996, 14.10.1996, 22.01.1997, 27.01.1997, 18.02.1997, 14.05.1997, 11.08.1997, 02.12.1997, 03.12.1997, 11.03.1998, 14.04.1998, 22.06.1998, 22.07.1998, 21.09.1998, 28.09.1998, 26.10.1998, 09.12.1998, 18.01.1999, 05.03.1999, 08.03.1999.

Acervo impresso e digital da Drogaria Catarinense – CLAMED: Calendários 2015 e 2017 CLAMED Farmácias.

Convite impresso: WELLA Cosmética do Cabelo e Drogaria e Farmácia Catarinense: consulta e receita de tratamento de beleza de seus cabelos, inteiramente grátis. 1982.

Diário Oficial do Estado de Santa Catarina: 30.07.1953. Drogaria e Farmácia Catarinense S/A. Ata da 23ª. reunião em 20 de julho de 1953.

Drogaria e Farmácia Catarinense S/A. Manual do Colaborador de 1985. 12p.

Em sua Companhia[informativo interno]. Cia. Latino Americana de Medicamentos. Coordenação e Execução: Departamentos de Marketing e de Recursos Humanos. Joinville, 2008 a 2012.

ENTREVISTAS REALIZADAS POR CHRISTINA ELISA BAUMGARTEN:

Dr. Alberto Bornschein – Diretor Presidente CLAMED Farmácias
Alberto Bornschein – Diretor Financeiro CLAMED Farmácias
Amandio Barros - Gerente de Marketing CLAMED Farmácias
Andrey Bornschein – Diretor de Inovação CLAMED Farmácias
Arthur Kiefer – Diretor Administrativo CLAMED Farmácias
Edson Leonardo Furquim - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Felipe Loro - Gerente de Logística CLAMED Farmácias
José Lino da Rosa - Gerente Regional CLAMED Farmácias
José Oscar Schmidt – Gerente de TI CLAMED Farmácias
Limiro Alvares Nascimento– Vice-Presidente CLAMED Farmácias
Marcelo Augusto Voos – Diretor Comercial CLAMED Farmácias
Margarete da Costa Ribeiro – Gerente de RH CLAMED Farmácias
Maria Rosita Giacomelli – Gerente de Controladoria CLAMED Farmácias
Maurildo Amorim - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Nelson Germano Nass – Gerente Regional CLAMED Farmácias
Pedro Paulo da Silva – Gerente de Negócios CLAMED Farmácias
Robison Menin - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Rodrigo Cericato - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Rodrigo Fernandes Dias - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Sandrine Bornschein - Diretora Financeira QUIMIDROL
Sandro Panasolo - Gerente Regional CLAMED Farmácias
Valmir Schinkel - Gerente Financeiro CLAMED Farmácias
Família Kamradt: Raulino Kamradt (in memorian), Marian Kamradt; Marilin Kamradt

OUTRAS PUBLICAÇÕES:

Livro "Registro de Ações Nominativas" da Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A., aberto em 17.11.1944.

Pesquisa com a Organização 2017 - Great Place to Work - Culture Audit.

Prêmios CLAMED e rede de farmácias.

ACERVO DIGITAL E IMPRESSO DO ARQUIVO HISTÓRICO DE JOINVILLE, SANTA CATARINA:

Almanaque Renascim. Laboratório Catarinense Ltda. Joinville. Anos: 1950, 1951/1955, 1956/1960, 1961/1965, 1966/1970, 1971/1975 e 1976/1980.

Anuário de Joinville: 1951-1952, 1953-1954, 1955-1958. Organização de Olivio B. Cordeiro. Informações Gerais sobre a Cidade de Joinville. Estado de SC, incluindo indicador profissional por ordem alfabética. [s.d.]

Arquivo Histórico de Joinville. Disponível em: <https://www.joinville.sc.gov.br/institucional/ahj/>. Acesso em 30 out. 2017.

Centenário de Joinville: 1851 - 9 de Março - 1951: álbum histórico do Centenário de JoinvilleOrganizado pela Sociedade Amigos de Joinville, confeccionado na Gráfica Mundial Limitada. Curitiba – Paraná.

Diário Catarinense.Empresário pede proteção a patentes farmacêuticas. Joinville, 16 jul. 1988.

Diário Catarinense. Informe Especial:40 unidades em 15 munícios, a rede da Drogaria e Farmácia Catarinense S/A é a maior de Santa Catarina, estando presente, praticamente, em todas as regiões do estado.

DREIFUS, Barão Fernando von. Almanak de Joinville, 1928.

Drogaria Catarinense.Folheto com propaganda no aniversário de abril de 2001.

Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S/A: Circular: Joinville, 30 de janeiro de 1944.

Drogaria, Farmácia e Laboratório Catarinense S.A.:Circular: 1º. de junho de 1944.

Drogaria e Farmácia Catarinense S/A.: um esteio do comércio de Joinville.Centenário de Joinville 1851. 09.03.1851. Álbum Histórico do Centenário de Joinville. 1851 – 9 de março – 1951. Organizado pela Sociedade Amigos de Joinville. Confeccionado na Gráfica Mundial Limitada. Curitiba – Paraná.

FICKER, Carlos. Coleção Memória da Cidade. Listagem informatizada dos imigrantes: 1851-1891, 1897-1902.

Governo do Município de Joinville. Fundação Cultural de Joinville. Museu Nacional de Imigração e Colonização de Joinville Denominação das ruas antigas de Joinville e suas alterações. [s.d.]. Organizado por Hilda Anna Krisch, Margarina Schultz.

Laboratório Catarinense Ltda. Circular de 11 de agosto de 1945.

Laboratório Catarinense Ltda. Almanaque Renascim: Almanaque Renascim Sadol:1950, 1951/1955, 1956/1960, 1961/1965, 1966/1970, 1971/1975 e 1976/1980.

A Notícia. Novas Filiais Drogaria Catarinense: Drogaria Catarinense cresce e abre filiais.

A Notícia Especial de 30.09.2003. Rede de farmácias investe em prevenção: catarinense orienta comunidade em série de programas de rádio com temática voltada à saúde.

ACERVO INTERNET:

Curiosidades: farmacêuticos famosos. Disponível em: <http://pfarma.com.br/curiosida-

des/145-alguns-farmaceuticos-famosos.html>. Acesso em 23 dez. 2017.

Alle Suchergebnisse für Bornschein. Disponível em: <https://search.ancestry.de/cgi-bin/sse.dll?gsln=bornschein&gl=allgs&catBucket=rpt&ghc=50&gsln_x=1>. Acesso em 19 nov. 2017.

Almanaque Renascim Sadol. Disponível em: <https://images.google.com.br/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fhttp2.mlstatic.com%2FD_Q_NP_14380-MLB222909907_7682-Q.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fcolecoes.mercadolivre.com.br%2Falmanaques%2Fcalcigenol-sadol&docid=r5QWeQAn9TxN9M&tbnid=LXmP9oiI7cLGxM&w=284&h=284&source=sh%2Fx%2Fim>. Acesso em 18 nov. 2017.

Andromaco: 90 aniversário. Disponível em: <http://www.andromaco.com/por/empresa/perfil.asp>. Acesso em 05 nov. 2017.

Balança Comercial de Joinville tem o pior janeiro da história. 2015. Disponível em <https://ndonline.com.br/joinville/noticias/balanca-comercial-joinvilense-tem-o-pior-janeiro-da-historia>. Acesso em 21 nov. 2017.

Biblioteca Digital de Periódicos.Disponível em <http://revistas.ufpr.br/historia/article/view/37041>. Acesso em 11 nov. 2017.

Biblioteca da Escola de Farmácia de Ouro Preto. Disponível em: <
http://www.sisbin.ufop.br/novoportal/?page_id=71>. Acesso em 16 nov. 2017.

Biblioteca FURB. Disponível em: <http://www.bc.furb.br>. Acesso em 02 nov. 2017.

Biblioteca Nacional. Disponível em: <https://www.bn.gov.br/>. Acesso em 02 jan.2018.

Biblioteca UFBA. Disponível em: <https://sibi.ufba.br/>. Acesso em 26 dez. 2017.

Biblioteca Udesc. Disponível em: <http://www.udesc.br/bibliotecauniversitaria>. Acesso em 02 nov. 2017.

Biblioteca UFPR. Disponível em: <http://www.portal.ufpr.br/central.html>. Acesso em 01 jan. 2018.

Biblioteca UFRGS. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/bibliotecas/>. Acesso em 01 jan. 2018.

Biblioteca UFSC. Disponível em: <http://aspro02.npd.ufsc.br/pergamum/biblioteca/index.php?resolution2=1024_1&tipo_pesquisa=>. Acesso em 02 nov. 2017.

Biblioteca Unidavi. Disponível em: <http://www.acervo.unidavi.edu.br/pergamum/biblioteca/index.php?resolution2=1024_1>. Acesso em 03 nov. 2017.

Biblioteca Unifebe. Disponível em: <http://www.unifebe.edu.br/biblioteca/biblioteca/index.php?resolution2=1024_1>. Acesso em 03 nov. 2017.

Biblioteca Univali. Disponível em:http://siaibib01.univali.br/pergamum/biblioteca/index.php?resolution2=1024_1>. Acesso em 04 nov. 2017.

Biblioteca Unisinos. Disponível em: http://unisinos.br/biblioteca/>. Acesso em 01 jan. 2018.

Biblioteca Unisul. Disponível em: <http://www.unisul.br/biblioteca/>. Acesso em 04 nov. 2017.
Biblioteca USP. Disponível em: <http://www.sibi.usp.br/>. Acesso em 02 jan.2018.

O Brasil na Primeira Guerra Mundial. Disponível em:<https://www.suapesquisa.com/primeiraguerra/brasil_primeira_guerra.htm>. Acesso em 11 nov. 2017.

O Brasil na Segunda Guerra Mundial. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/o-brasil-na-segunda-guerra-mundial/>. Acesso em 11 nov. 2017.

O Globo: economia. O Brasil tem 74.500 farmácias. Dipsonível em: http://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/o-brasil-tem-74500-farmacias.html>. Acesso em 14 fev. 2018.

Carta Capital. Michel Temer derrete a economia e vice-versa. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/economia/temer-derrete-a-economia-e-vice-versa>. Acesso em 18 nov. 2017.

Case CLAMED. 25/05/2017. Disponível em: <http://acij.com.br/noticias/show/area/case--CLAMED-farm-cias>. Acesso em 25 nov. 2017.

Case CLAMED Farmácias. Disponível em: <http://acij.com.br/noticias/show/area/case--clamed-farm-cias>. Acesso em 09 fev. 2018.

Catarinense Pharma. Disponível em: <http://www.catarinensepharma.com.br/institucional/quem-somos. Acesso em 18 nov. 2017.

Cia Latino Americana de Medicamentos. Disponível em: <http://www.cialatinoamericana.com.br/sobre.html>. Acesso em 07 nov. 2017.

CLAMED. Disponível em: <http://www.CLAMED.com.br/novo/institucional/>. Acesso em 26 out. 2017.

Clic RBS. Pioneiro. Memória RodrigoLopes. Almanaques de farmácia, um clássico. Disponível em:<http://wp.clicrbs.com.br/memoria/tag/almanaques-de-farmacia/?topo=87,1,1,,,87>. Acesso em 19 nov. 2017.

Código de Ética e Conduta CLAMED Farmácias.Disponível em: <http://www.CLAMED.com.br/novo/codigo-de-etica-e-conduta/. Acesso em 18 nov. 2017.

Conheça os farmacêuticos mais ilustres da história. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/noticia/educacao/2013-05-16/conheca-os-farmaceuticos-mais-ilustres-da-historia.html>. Acesso em 27 jan. 2018.

Correio do Paraná. Curityba, 07 de março de 1933. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/171395/per171395_1933_00243.pdf>. Acesso em 10 nov. 2017>. Acesso em 10 nov. 2017.

Conselho Federal de Farmácia Santa Catarina. Disponível em: <http://crfsc.gov.br/quem-somos/>. Acesso em 12 fev. 2018.

DAY, Adalberto., BONOMINI, André Luiz. Almanaque Renascim. Disponível em: <http://adalbertoday.blogspot.com.br/2016/01/almanaque-renascim.html?m=1>. Acesso em 09 nov. 2017.
DOCOL. Disponível em: <https://www.docol.com.br/pt/institucional/historia>. Acesso em 20 nov. 2017.

Drogaria Catarinense começa a planejar o centenário. Disponível em: <
http://dc.clicrbs.com.br/sc/colunistas/estela-benetti/noticia/2016/02/drogaria-catarinense-comeca-a-planejar-o-centenario-4983440.html>. Acesso em 10 fev. 2018.

Drogaria Catarinense. Disponível em: <http://www.drogariacatarinense.com.br/portal/>. Acesso em 26 out. 2017.

Drogaria Catarinense e Farmagora. Ranking: as 250 maiores empresas do varejo brasileiro 2015. Disponível em: <http://www.sbvc.com.br/wp-content/uploads/2015/09/edicao-39016cfe079db1bfb359ca72fcba3fd8.pdf>. Acesso em 05 nov. 2017.

Economia e mercados. Disponível em:<https://economiafenix.wordpress.com/tag/fernando-collor/>. Acesso em 11 nov. 2017.

Empreendedorismo. Disponível em: <https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=empreendedorismo&*&dobs=empreendedorismo>. Acesso em 11 nov. 2017.

O Estado do Paraná. 02.09.1925. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/830372/per830372_1925_00199.pdf>. Acesso em 16 nov. 2017.

Ética nos negócios. Revista Ética nos Negócios. Ano 6, n.12, mar 2014. Disponível em: <http://www.pesquisacodigodeetica.org.br/2014/pdf/Pesquisa2014.pdf> Acesso em 07 nov. 2017.

EXIT. Disponível em: <http://exit.ag/>. Acesso em 10 fev. 2018.

Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP. Disponível em: <http://www.fcf.usp.br/>. Acesso em 13 dez. 2017

Farmácia Preço Popular. Disponível em: <http://www.precopopular.com.br/2013/historia.php>. Acesso em 24 nov. 2017.

Farmacopeia: Farmacopeia Brasileira. Disponível em: <www.anvisa.gov.br/hotsite/farmacopeiabrasileira/conteudo/cont_saiba_mais.htm>. Acesso em 04 nov. 2017.

Farmagora. Disponível em: <https://www.farmagora.com.br>. Acesso em 05 nov. 2017.

FGV CPDOC. O Brasil de JK: 50 anos em 5:o plano de metas. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Economia/PlanodeMetas>. Acesso em 11 nov. 2017.

FIOCRUZ. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br>. Acesso em 17 jan. 2018.

Folha de São Paulo. Confira quem foram os presidentes do Brasil desde a Proclamação da República. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1537268-confira-quem-foram-os-presidentes-do-brasil-desde-a-proclamacao-da-republica.shtml>. Acesso em 11 nov. 2017.

Folha de São Paulo. Tudo sobre a Ditadura Militar: a economia. Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2014/03/23/o-golpe-e-a-ditadura-militar/a-economia.html>. Acesso em 11 nov. 2017.

FindHealthClinics. Drogaria Catarinense, Rua 9 de Março, 638 Sala B. Disponível em: <https://www.findhealthclinics.com/BR/Joinville/122355284604333/Drogaria-Catarinense>. Acesso em 13 nov. 2017.

Friedrich Albert Bornschein. Disponível em:<https://www.genealogieonline.nl/de/petroucic-genealogy/I180143.php. Acesso em 19 nov. 2017.

Friedrich Albert Bornschein. Disponível em:<https://www.genealogieonline.nl/en/petroucic-genealogy/I181272.php. Acesso em 19 nov. 2017.

HB Editora. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/hbeditora>. Acesso em 02 nov. 2017.

Hemeroteca Digital Catarinense: Joinville. Disponível em:<http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/cidades/joinville.html>. Acesso em 09 nov. 2017.

Helmut Ernesto Fallgatter. Disponivel em:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Helmuth_Ernesto_Fallgater> Acesso em 04 nov. 2017.

História de Joinville. Disponível em: <http://www.hprincipe.com.br/pt/historia-de-joinville.html>. Acesso em 02 nov. 2017.

História de Joinville. Disponível em: <http://www.achetudoeregiao.com.br/sc/joinville/historia.htm>. Acesso em 02 nov. 2017.

IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em 17 nov. 2017.

IMPAR Indice das Marcas de Preferência e Afinidade Regioal. Farmácias: saúde e beleza. 8ª. edição, nov. 2015. Disponível em: <https://issuu.com/diogenesfischer/docs/impar_2015_web_ok>. Acesso em: 24 nov. 2017.

A Industrialização Brasileira entre 1900 e 1930 em uma perspectivaHistórica. Disponível em: <http://www.unieuro.edu.br/sitenovo/revistas/revista_hegemonia_21/George_

Cunha.pdf>. Acesso em 21 nov. 2017.

Joinville em foco. Disponível em: <http://joinville-em-foco.blogspot.com.br/2009/07/historia-de-joinville.html>. Acesso em 13 nov. 2017.

Laboratorios Lepetit. Video Institucional. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3gV_VasKS8k>. Acesso em 15 nov. 2017.

Lepetit: Since 1868. Disponível em: <http://lepetitpharma.com/. Acesso em 15 nov. 2017.

Listas de imigrantes de Joinville de 1851 a 1891 e de 1897 a 1902. Disponível em: <https://issuu.com/sidneibjr/docs/listas_de_imigrantes_de_joinville_d>. Acesso em 08 nov. 2017.

LUCAS, Sebastião Jose. Curityba. Fundada filial Pharmácia Minerva.Disponível em: <http://livrozilla.com/doc/967739/bastiao-jose-lucas.---curityba--26-tie-mar%5Eo-tie--1926.-%E2%80%A2%E2%80%94>. Acesso em 11 nov. 2017.

NA: Memória Joinville. Disponível em: http://wp.clicrbs.com.br/anmemoria/category/historia/page/7/?topo=84>. Acesso em 11 nov. 2017.

Nossa Joinville: a cidade em um só lugar. Você sabia? Quem foram as personalidades que deram nome as ruas mais famosas da cidade. Disponível em: <http://nossajoinville.com.br/2017/01/23/voce-sabia-quem-foram-as-personalidades-que-deram-nome-as-ruas-mais-famosas-da-cidade/>. Acesso em 07 nov. 2018.

Noticenter. CLAMED Farmácias está entre as 150 melhores empresas para trabalhar no Brasil. Rede é detentora das bandeiras Drogaria Catarinense, Farmácia Preço Popular, Proformula e Farmagora. Disponível em: <http://www.noticenter.com.br/n.php?CATEGORIA=&ID=13360&TITULO=CLAMED%20Farm%E1cias%20est%E1%20entre%20as%20150%20melhores%20empresas%20para%20trabalhar%20no%20Brasil>. Acesso em 09 nov. 2017.

A Notícia. Jazigos do Cemitério do Imigrante de Joinville começam a ser recuperados: previsão para conclusão das obras é de quatro meses: desejo é restaurar todo o espaço. Disponível em: <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2016/07/jazigos-do-cemiterio-do-imigrante-de-joinville-comecam-a-ser-recuperados-6449465.html>. Acesso em 25 nov. 2017.

Notícias do Dia. Uma eleição diferente. Disponível em: <https://ndonline.com.br/joinville/coluna/luiz-verissimo/uma-eleicao-diferente>. Acesso em 20 nov. 2017.

Nsc AN. Claudio Loetz: O objetivo da Catarinense Pharma é a liderança. Disponível em: <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/geral/joinville/noticia/2016/06/claudio-loetz-o-objetivo-da-catarinense-pharma-e-a-lideranca-6078812.html. Acesso em 12 nov. 2017.

Nsc DC. Duas das maiores redes de farmácias ampliam negócios em Joinville. 04.07.2011. Disponível em:<http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2011/07/duas-das-maiores--redes-de-farmacias-ampliam-negocios-em-joinville-3375645.html?pagina=2. Acesso em 17 nov. 2017.

Perfil dos farmacêuticos e farmácias em Santa Catarina. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-93322008000100012>. Acesso em 03 fev. 2018.

Perspectivas 2017: quatro boas notícias do setor farmacêutico. Disponível em: <http://www.ictq.com.br/industria-farmaceutica/614-perspectivas-2017-quatro-boas-noticias-do-setor-farmaceutico>. Acesso em 05 fev. 2018.
Prefeitura de Joinville. Disponível em: <https://www.joinville.sc.gov.br/>. Acesso em 05 nov. 2017.

A Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Disponível em: <http://www.sohistoria.com.br/ef2/primeiraguerra/. Acesso em 11 nov. 2017.

Proformula. Disponível em:<http://www.proformula.far.br/site/>. Acesso em 12 nov. 2017.

Quimidrol. Disponível em: <http://www.quimidrol.com.br/conheca-a-quimidrol>. Acesso em 27 jan. 2018.

Repórter do Povo: as notícias de Florianópolis e região. 26.05.2017.Decreto exige plantão de 24 horas em farmácias de Palhoça. Disponível em: <https://grupogbsweb.wixsite.com/reporterdopovo/single-post/2017/05/26/Decreto-exige-plant%C3%A3o-e-24-horas-em-farm%C3%A1cias-de-Palho%C3%A7a>. Acesso em 03 nov. 2017.

Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945). Disponível em:<https://www.suapesquisa.com/segundaguerra/>. Acesso em 11 nov. 2017.

64 meses de Governo Dilma: como evoluíram os indicadores econômicos e sociais. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/05/04/64-meses-de-governo-Dilma-como-evolu%C3%ADram-os-indicadores-econ%C3%B4micos-e-sociais>. Acesso em 12 nov. 2017.

Tiendo. Catálogo da Drogaria Catarinense. Disponível em: <https://www.tiendeo.com.br/Encartes-Catalogos/drogaria-catarinense>. Acessp em 21 nov. 2017.

Toda matéria. Plano Collor. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/plano-collor/>. Acesso em 05 nov. 2017.

Tudo Joinville. Economia de Joinville. Disponível em: <http://tudojoinville.com.br/joinville/economia-de-joinville/>. Acesso em 02 nov. 2017.

Você sabia? Quem foram as personalidades que deram nome as ruas mais famosas da cidade: Helmut Ernesto Fallgatter. Disponível em: <http://nossajoinville.com.br/2017/01/23/voce-sabia-quem-foram-as-personalidades-que-deram-nome-as-ruas-mais-famosas-da-cidade/>. Acesso em 08 nov. 2017.

0800 601 6906 – Contato Seguro – Canal de Ética. Disponível em: <https://www.contatoseguro.com.br/>. Acesso em 20 nov. 2017.

PUBLICAÇÕES:

BAUMGARTEN, Christina Elisa, ALBRECHT, Rogéria Fernandes. A sustentabilidade e a responsabilidade ambiental na gestão dos resíduos industriais no Brasil. Florianópolis: HB Editora, 2011.

BAUMGARTEN, Christina Elisa, ALBRECHT, Rogéria Fernandes. Coleção memória da indústria catarinense. Florianópolis: HB Editora, 2011.
BOSSLE, Ondina Pereira. História da industrialização catarinense: das origens a integração no desenvolvimento brasileiro. Florianópolis: Confederação Nacional da Indústria, Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina, 1998. 155p.

CARIO, Silvio A. F. Economia de Santa Catarina: inserção industrial e dinâmica competitiva 2008. Blumenau: Nova Letra, 2008. 584 p. :il.

GILBERT, Martin. A Primeira Guerra Mundial: os 1.590 dias que transformaram o mundo. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

GILBERT, Martin. A Segunda Guerra Mundial: os 2.174 dias que mudaram o mundo. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2015.

HERING, Maria Luiza Renaux. Colonização e indústria no Vale do Itajaí: modelo catarinense de desenvolvimento. Blumenau: Editora da Furb, 1987. 243 p.

A socioeconomia catarinense: cenários e perspectivas no início do século XXI. Organizadores: Lauro Mattei e Hoyêdo Nunes Lins. Chapecó: Argos, 2010. 301 p.

Cartão postal com a estação de Curitiba da estrada de ferro do Paraná, por volta de 1900. Disponível em: <chimbica91.wordpress.com> Acesso em 17 abr. 2019

FICHA TÉCNICA DA PUBLICAÇÃO

2019, Christina Elisa Baumgarten. Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 5988/73. Nenhuma parte desse livro poderá ser reproduzida ou transmitida por quaisquer meios sem a prévia autorização dos editores e da empresa a qual pertence.

Livro: Vencendo desafios - História do centenário da CLAMED Farmácias

Conselho Editorial: Christina Baumgarten, Gabriela Pakuczewsky e Rogéria Fernandes Albrecht

Coordenadora geral e autora do texto original: Christina Baumgarten

Pesquisa histórica e documental: Rogéria Fernandes Albrecht

Diretora de arte e criação: Gabriela Pakuczewsky

Fotos especiais: Manolo Bastos Toniolli

Impressão: Coan Gráfica Tiragem: 1300

B348

Baumgarten, Christina Elisa

Vencendo desafios: História do centenário da CLAMED Farmácias /Christina Elisa Baumgarten. Florianópolis: HB Editora, 2019. ISBN 978-85-86864-99-5

288 p. il. color

1. Farmácia. 2. Empreendedorismo – Santa Catarina. 3. Empresários – Joinville (SC). 4. Clamed. 5. Rede de lojas Drogaria Catarinense. 6. Rede de lojas Farmácia Preço Popular. 7. Rede de lojas Proformula. 8. Farmagora. 9. Alomed. 10. Quimidrol. 11. Bornschein, Alberto – Joinville (SC) – História. 12. Família Bornschein – Joinville (SC).

615.0981 CDD

Sobre a autora e a HB editora

Christina Baumgarten, escritora blumenauense, através de sua editora, já escreveu e publicou 85 obras de memória sistêmica corporativa, vertente editorial na qual é sua especialidade. Suas obras já percorreram boa parte do tecido industrial e social do país, reunindo histórias dos grandes empreendimentos industriais, comerciais e associativos. A HB Editora, fundada e mantida pela escritora, atua em todo o território nacional e surgiu em 1996 na cidade de Blumenau/SC. HB são as iniciais de Hermann Baumgarten, bisavô da fundadora e primeiro jornalista e escritor oficial da cidade de Blumenau.

HB editora