



REPORTAGEM ESPECIAL

Setor automotivo do RS busca melhorar vendas e resolver gargalos logísticos

Criação de um hub para o transporte marítimo e o estímulo ao uso de um percentual do FGTS para a compra de veículos são projetos que podem mudar o panorama do setor em território gaúcho

LEIA NAS PÁGINAS 6 A 10

Outsourcing de TI, o grande aliado do modelo híbrido de trabalho

Georgia Rivellino

Diretora de Marketing, Produto e Soluções da Simpress

No início da pandemia, vários especialistas e empresários cravaram opinião sobre o futuro do trabalho. Alguns apostaram no home office para sempre. Outros, totalmente céticos em relação a esse modelo.

Passados três anos, o que se viu é que o mercado tem adotado o caminho do meio. A pesquisa "Redefinindo os modelos de trabalho na América Latina", realizada pela WeWork em parceria com a HSM e apoio da consultoria Egon Zehnder, com 10 mil executivos na região, aponta que o modelo de trabalho híbrido é o preferido por 81% dos profissionais.

Além da preferência do colaborador, o modelo híbrido é de fato o que temos visto na prática. No mundo corporativo, a tecnologia permite que o trabalho seja realmente realizado de qualquer lugar, mas, para fortalecer os laços, as trocas de experiências entre os colaboradores e para disseminar a cultura organizacional, o encontro dos times continua sendo fun-

damental, ainda que com menos frequência.

Nesse cenário, a flexibilidade é a palavra de ordem. Porém, enquanto todos os colaboradores estão usufruindo desse novo modelo, diversos desafios são impostos as equipes de TI das empresas. Um deles é o cibercrime. De acordo com a empresa de cibersegurança Fortinet, o Brasil foi o segundo país mais atingido na América Latina em 2022, com 103,16 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos, um aumento de 16% com relação ao ano anterior.

Recentemente, moderei o webinar "Tecnologia no Trabalho Híbrido" com dois executivos de mercado. Marcos Gomes, Diretor de TI e Inovação da Coca-Cola Femsa, afirmou que a questão da segurança tem sido crucial para a empresa ao adotar o modelo híbrido. É necessário investir em tecnologias que permitam que os colaboradores se conectem de forma segura à rede, incrementando a sua estrutura central, com firewall e antivírus mais potentes e balanceadores de carga.

Na mesma ocasião, o especialista Leandro Vignoto, da HP Brasil, destacou três pontos fundamentais a serem analisados em notebooks, desktops e smartphones disponibilizados aos colaboradores que atuam de forma híbrida: autonomia, durabilidade e segurança. Para ele, a disponibilidade dos equipamentos corretos está diretamente relacionada com a produtividade, maior proteção dos dados e a realização dos negócios.

O modelo híbrido de trabalho também exige das empresas maior esforço em capacitação dos usuários. A conscientização sobre as boas práticas de utilização e os riscos relacionados a segurança de dados, entre outros, nesse formato, dependem muito do usuário.

Toda essa estrutura complexa está sob responsabilidade da equipe de TI. É ela que cria as políticas de acesso, de segurança, que é responsável pela atualização dos softwares e aplicativos, pela conexão, definição e manutenção dos equipamentos e assim por diante.

Definitivamente, ainda que essa fosse a única obrigação do

time, não seria uma tarefa fácil. Além disso, em quase 100% das corporações, o departamento de TI passou de uma área de apoio para uma das mais estratégicas da empresa, participando, inclusive, do desenho de novos produtos.

É importante que olhemos com mais atenção para este cenário. Muitas responsabilidades operacionais que antes estavam sob o gerenciamento das equipes internas de tecnologia das empresas podem ser terceirizadas com inúmeras vantagens, como logística de entrega de devices, gerenciamento estratégico do parque tecnológico, análise de performance individual dos dispositivos por usuários, entre outros.

Com esta decisão, os times internos podem agregar mais valor ao negócio, com foco nas estratégias e ainda auxiliar nos processos de digitalização e criação de ofertas, seja de produtos ou serviços.

Atualmente, a velocidade com que as novas tecnologias surgem é impressionante. A adoção ou não delas pode determinar o futuro das empresas da noite para



O modelo híbrido de trabalho também exige das empresas maior esforço em capacitação dos usuários

o dia. Nesse contexto, o gerenciamento do parque de equipamentos de TI passa a ser coadjuvante e não mais estratégico para esses profissionais tão demandados. O outsourcing dessa atividade se apresenta como alternativa eficaz, não apenas para o aumento da produtividade e da eficiência, mas como da estratégia de sobrevivência dos negócios.

Pivotar: uma estratégia antiga com desafios sempre atuais

Marcel Regis

COO do Grupo Loft

Nos últimos dois ou três anos, quantas vezes não nos deparamos com a palavra pivotar? "A empresa X pivotou". "A startup Y está pivotando seu modelo de negócio". Tenho certeza de que, como eu, você leu e ouviu esse termo algumas (muitas!) vezes nesse período.

A pandemia de Covid-19 exigiu mudanças e acelerou ajustes de rota, o que ajuda a entender, em parte, porque esta palavra – pivotar – aparece agora com tanta frequência em matérias de negócios, especialmente nas editoriais de tecnologia e inovação. O conceito, no entanto, não é novo, nem exclusivo do universo tec.

No mundo dos negócios, a adaptabilidade e a aprendizagem sempre foram habilidades-chave para a sobrevivência e o sucesso. Ao longo dos anos, empresas de todos os tamanhos, e que atuam

nos mais diferentes mercados, também ajustaram suas estratégias, algumas mais de uma vez, para permanecerem relevantes.

Por isso, para mim, "pivotar" não é sinônimo de que alguma coisa não deu certo, de que algo deveria ter sido feito de outra forma. De fato, muitas vezes, tudo foi endereçado da maneira correta. E funcionou como deveria até uma mudança, seja de mercado ou de comportamento dos consumidores, exigir um ajuste de rota para que o produto ou serviço não ficasse obsoleto.

O PayPal, por exemplo, foi criado inicialmente para efetuar pagamentos via palmtops, pagers e celulares. Só depois os fundadores resolveram focar na transferência de dinheiro online. O Instagram, que muitos de nós acessam diariamente, também pivotou. O negócio, que, inicialmente, era chamado de Burbn, tinha outras funcionalidades. Provando que o caminho para o sucesso

nem sempre é uma linha reta, os fundadores também decidiram mudar e focar apenas no compartilhamento de fotos.

O ato de pivotar, cada vez mais, tende a ser aplicado como uma manobra estratégica, uma demonstração de agilidade e adaptação não só a fatores externos, macroeconômicos, mas também às necessidades dos clientes. Quem reconhece que precisa mudar fica livre para abraçar outras oportunidades de crescimento.

E, se o ajuste não é, necessariamente, algo ruim, existe uma coisa capaz de tirar o sono de quem está à frente dessa decisão: o timing. Pode ser extremamente difícil escolher o momento certo para pivotar. Isso porque essa decisão envolve a análise de diferentes fatores, como questões financeiras, a resposta do mercado ao seu produto e o surgimento de novas tecnologias, como no caso do PayPal.

Outro ponto de atenção é a

Antes de seguir com uma mudança de rota, portanto, é fundamental parar e responder às seguintes perguntas: a oportunidade foi bem definida e quantificada?

quantidade de ajustes. Se são muitos, independentemente das razões, essas movimentações podem gerar instabilidade. O próprio time, além de investidores e outros públicos-chave para a empresa, podem começar a questionar a capacidade dos fundadores e/ou das lideranças de guiar a companhia.

Antes de seguir com uma mudança de rota, portanto, é fundamental parar e responder às seguintes perguntas: a oportunidade foi bem definida e quantificada? O



sonho, o aonde queremos chegar, está claro? Temos as melhores pessoas? Temos os recursos necessários? Tivemos foco para executar a ideia? Se as respostas para todas essas perguntas forem "sim" e não houver avanços, é hora de repensar o negócio.

Por fim, é importante evitar que decisões de curto prazo impactem o longo prazo. Não se pode perder de vista a "razão para existir" da empresa. Pressões sempre vão ocorrer. Cabe aos líderes escolher não o caminho mais fácil naquele momento, mas o que tornará a companhia sustentável no longo prazo.

Transformação da sociedade precisa de apoio das empresas

Livia Araújo, especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

Saúde mental e comunicação interpessoal estão intrinsecamente ligadas dentro das empresas e, se incorporadas à cultura organizacional, podem proporcionar um ambiente de inclusão consolidado para além das exigências legais.

É o que defende a psicóloga e executiva da área de recursos humanos Mafoane Odara, que esteve em Porto Alegre como convidada de um evento da Fundação Dom Cabral. Depois de ter passado por empresas como Meta e pelo Instituto Avon, Mafoane se tornou, em outubro, diretora de pessoas, cultura e transformação na Zamp, detentora de marcas como Burger King e Popeye's.

Empresas & Negócios (E&N) – Você fala seguidamente sobre a importância de não se negligenciar a saúde mental dos colaboradores. De que maneiras as empresas podem abordar essas questões?

Mafoane Odara – Precisamos desmistificar esse lugar, né? Eu não posso trabalhar sob aquilo que chamamos de psicofobia, O que é esse medo de falar sobre esse tema? É porque isso pode me prejudicar? Não é que pode: vai prejudicar. Então, tem um problema das empresas de não conseguirem reconhecer isso e dizer: “o problema não é meu”. Então eu delego esse problema para uma outra empresa, ou demito as pessoas porque elas têm os seus desafios emocionais, que inclusive, muitas vezes foram gerados por outras experiências dentro do mercado de trabalho, ou da própria empresa. Então você não pode criar um ambiente hostil para essa reflexão. É preciso a melhor condição de bem-estar físico, emocional e mental para que a pessoa possa desenvolver o máximo da sua potência. Para que a gente consiga

avançar nesse processo há três níveis de estratégia: individual, que olha para as pessoas; relacional, que olha para os processos que são estabelecidos nas empresas, para que consigam trabalhar e desenvolver melhor as suas ações. E, por fim, que estratégias e políticas a empresa têm para, de fato, conseguir mostrar para as pessoas que elas importam. Então, as empresas que estão melhor estruturadas já conseguem sair de uma dimensão individual e começam a pensar políticas relacionais.

E&N – Em qual âmbito?

Mafoane - Toda política de saúde mental ajuda a criar relações e ambientes mais saudáveis. Eu preciso garantir que as pessoas consigam lidar com as adversidades que vierem. Outra coisa é fazer com que as pessoas consigam desenvolver melhor o seu potencial. Então, eu vou precisar criar políticas em que as pessoas possam trazer contribuições, um lugar onde as pessoas possam aprender, errar e criticar, que é o que eu chamo de ambiente de segurança psicológica. Isso, para que as pessoas consigam desenvolver o melhor de seu potencial.

E&N - Grandes empresas têm a possibilidade de investir na criação de departamentos específicos para a promoção de inclusão e diversidade em suas equipes. Mas, no Brasil, as empresas são, em sua maioria, MPEs. Como isso pode se aplicar a empresas de menor porte, ser viável dentro da realidade delas?

Mafoane - Há dois fatores centrais. Primeiro, uma empresa, para ser inclusiva, não tem a ver com tamanho, e sim cultura. Então, o grande problema das empresas pequenas é a questão da cultura, quando elas têm muito tempo de existência. As startups nascem pequenas e já inclusivas. Então, tem a ver com onde elas estão, ao que elas se propõem, quanto tem-



Mafoane Odara é diretora de pessoas, cultura e inovação da Zamp, detentora do Burger King e Popeye's

po de existência elas têm e como a cultura dela está estruturada. O segundo elemento é diferenciar o lugar que as empresas foram colocadas. Muito relacionada a performance, né? Então, olhando a geração de dinheiro pela geração de dinheiro, da cultura utilitarista e o modelo que a gente tem hoje de sociedade. Para além da performance, precisamos olhar o progresso que tem a ver com os contratos sociais, com o desenvolvimento da sociedade, com a governança. Então, sair de uma cultura utilitarista para uma cultura de significado, onde as empresas não só sejam geradoras de recursos, mas também responsáveis por pensar a transformação que a sociedade tem que ter. Como é que elas dão voz para as pessoas? Olhar toda a transformação dos nossos processos, ajuda as empresas a se transformarem também. E como que a tecnologia acelera esse processo? Então, esses quatro pilares por pessoas, cultura. Processos e tecnologia são centrais para construção de qualquer estratégia, independente de você ser pequeno ou grande. Acho que esse é um fator importante nesse sentido.

E&N - Questões como o desemprego e a flexibilização das leis trabalhistas impulsionaram empreendimentos individuais. Como trabalhar com inclusão dentro dessa perspectiva?

Mafoane - Hoje, os empreendedores individuais que conseguem desenvolver melhor a sua estratégia são aqueles que trabalham de forma colaborativa, no sentido

de entender que ninguém empreende sozinho. Você precisa ter outros stakeholders ao seu redor para fazer. Você pega redes de empreendedores como a Rede da Mulher Empreendedora, da Ana Fontes. A grande sacada dela foi entender que cada empreendedor tem uma necessidade específica e essa junção de habilidades diferentes é o que vai fazer acontecer. Quando você pega, por exemplo, fundos de investimento que estão investindo em empreendedores de tecnologia, a lógica deles é pensar você é o fundador? Quem é o co-founder que vai ajudar você naquilo que você não sabe fazer? Então, a lógica já tem sido construir isso e a lógica que essas pessoas nascem e de que o negócio delas não é só uma geração de recursos, também é uma geração de valor, de transformação. Então, o que eu sinto é que estamos num momento da sociedade em que as pessoas estão entendendo que os negócios com maior valor agregado são os negócios que conseguem resolver uma condição que é uma condição e que a sociedade necessita, né?

E&N – No sentido da promoção de igualdade e diversidade nas empresas, é necessário que uma regulamentação estatal prévia pressione essas mudanças?

Mafoane - A discussão de inclusão tem processos de maturidade diferentes na sociedade. Saímos de um lugar onde a discussão de inclusão estava muito focada no cumprimento da legislação. E sim, a legislação é super importante para poder orientar o

que é o limite e o que é fundamental. Quando olhamos para as leis de marco deste ano, que dizem que as empresas têm que pagar o mesmo a mulheres e homens que fazem as mesmas coisas... As pessoas precisaram ter uma lei para dizer isso, que é o óbvio. Então, as leis regulamentam condições de trabalho que são essenciais para a garantia não só da dignidade, mas da equidade. Mas isso não basta. Há outras alterações que são feitas a partir da pressão social que diz: “Gente, em 2023, é sério que as mulheres ainda ganham um terço do que os homens ganham?” Se estamos falando de mulheres negras, então, existe alguma coisa muito errada. Então vamos fazer todo o lobby, toda a regulação, todo o processo de pressão para que consigamos fazer as transformações. A transformação também precisa ser cultural. O componente regulatório é importante, mas o componente organizacional também é fundamental. Como executiva de Recursos Humanos, acho que o papel central, olhando para as lideranças, é exatamente construir esse lugar. O papel da liderança, da regulação, da cultura e da estratégia são dimensões importantes para construir de fato uma inclusão. Quando olhamos para as pesquisas que analisam como as pessoas se sentem incluídas, vemos que a maior parte têm a ver com comportamento. E quem é responsável? A liderança. Então, a legislação não será suficiente se você não tiver uma atmosfera, uma ambiência que possibilite isso.



Por que investir em educação midiática

Com tanta informação à disposição hoje nas redes sociais, misturada a muitas fake news, a educação midiática se torna uma ferramenta fundamental para empresas e colaboradores. A capacidade de filtrar notícias e identificar fake news amplia a resiliência e o senso crítico dos funcionários. Também contribui para um ambiente de trabalho informado, seguro e consciente, combatendo a desinformação, reforçando a integridade informativa e fortalecendo a cultura organizacional das companhias, afirma o gerente de TI do CIEE-RS, Cleyton Limberger.

“No ambiente corporativo, é fundamental que as empresas desempenhem um papel ativo na promoção de práticas e ações que fomentem essa disciplina entre seus colaboradores”, afirma Cleyton. O gerente recomenda a adoção de tecnologias e inteligência artificial para avaliação de conteúdo, análise de sentimento, mineração de opinião, verificação de fatos e fontes automatizadas, monitoramento de redes sociais, entre outros. E também soluções de segurança da informação, como filtragem de conteúdo, firewall e bloqueio a sites maliciosos que podem hospedar conteúdo enganoso.



Desconfiar de ofertas irresistíveis na internet, fugir de chamadas apelativas e sensacionalistas, buscar confirmar a informação em outras fontes (de preferência, oficiais) e questionar o que você mais acredita ou deseja que seja verdade são algumas dicas da jornalista Taís Seibt para navegar com segurança nas mídias.

“Ao adotar essas práticas e ferramentas, as empresas estarão capacitando seus funcionários a navegar de maneira mais segura, promovendo uma cultura de discernimento e responsabilidade informacional, além de fortalecer a proteção do ambiente por meio de boas práticas de segurança da informação”, salienta Cleyton.

Jornalista e pesquisadora do Instituto de Cultura Digital da Unisinos, Taís Seibt defende que as empresas devem levar em conta que a ampla circulação de conteúdos enganosos pode comprometer a credibilidade de um negócio. “É muito fácil uma informação mal colocada deixar sua marca na vitrine de forma negativa ou ser ‘cancelada’, e é bem difícil reverter essa crise de reputação, que pode levar também à perda de receita”, alerta.

A educação midiática, no fim das contas, é sobre ética, destaca Taís, e a postura no ambiente digital deve estar prevista nesse escopo. “No geral, as empresas investem em treinamentos internos sobre diversos temas, por que não inserir este assunto? Eu acredito muito no potencial das empresas como espaços de educação midiática”, conclui a jornalista,

Confira dicas para evitar fake news e ciladas virtuais no site postarounao.com.br

Acesse nossa plataforma:
cieers.org.br/conjuntos



Macroeconomia

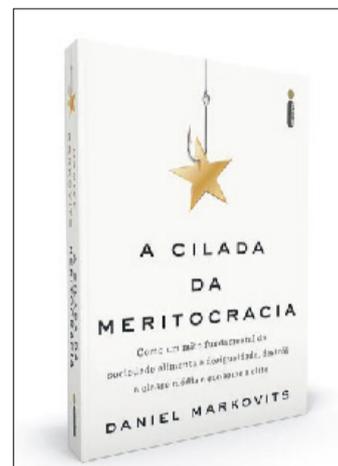
Os renomados economistas Daron Acemoglu e James A. Robinson fazem um levantamento das formas que a relação entre sociedade e Estado podem tomar a partir de uma base elementar: a liberdade — ou a ausência dela.

No centro de sua teoria, explicam que a liberdade só é mantida por meio de um embate constante entre a população e quem a governa. Se um Estado forte é necessário para conter a violência, impor a ordem, fomentar a prosperidade econômica e oferecer meios para que a população possa seguir os caminhos que escolher, é igualmente importante uma sociedade forte e mobilizada para controlar e limitar os excessos do poder estatal.

A liberdade é rara: no jogo de poder que a estabelece, a vontade individual encontra seu limite no outro, e os dois lados precisam ter forças equivalentes para que floresça. Há, porém, exemplos na história em que a tensão dá espaço ao diálogo, e o que antes era um campo de batalha se torna um corredor estreito que tanto a sociedade quanto o Estado podem trilhar em sua cooperação para pavimentá-lo.

Em tempos de incertezas e instabilidade — em que O Corredor Estreito da liberdade corre o risco de se tornar um atalho para a ruína —, a genialidade de Acemoglu e Robinson constrói neste livro os caminhos pelos quais sociedade e Estado podem colaborar para o desenvolvimento mútuo.

O corredor estreito: Estados, sociedades e o destino da liberdade; Daron Acemoglu e James A. Robinson; Intrínseca; 800 páginas; R\$ 139,90; disponível em versão digital



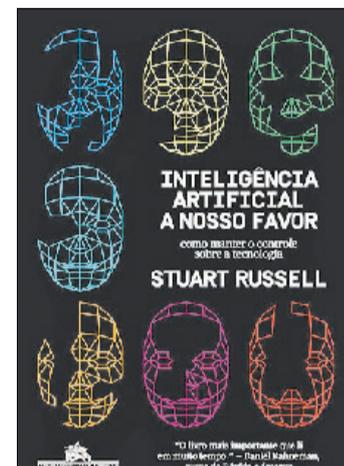
Trabalho

A ideia de meritocracia pode parecer o modelo mais justo para substituir a aristocracia, que reserva riqueza e prestígio sempre para os mesmos escolhidos, por meio de herança. Hoje, porém, em sociedades tão marcadas por desigualdades — inclusive de raça e gênero —, como é o caso do Brasil, o conceito tem sido muito questionado.

Daniel Markovits — professor de direito da Yale — analisa a fundo a sociedade norte-americana e destrincha como a meritocracia, no fim das contas, é prejudicial tanto para a elite quanto para a classe média e os pobres. Isso porque, hoje, ela se transformou no que foi concebida para combater: um mecanismo de concentração e transmissão dinástica de riqueza e privilégios. A mobilidade para ascender socialmente tornou-se uma fantasia, e a classe média está mais propensa a afundar na pobreza do proletariado do que a se tornar parte da elite profissional.

E, além de criar um cenário que acirra a luta de classes, esse sistema ainda abre espaço para o surgimento de lideranças populistas, que crescem insuflando o ressentimento de uma grande parcela da sociedade. A Cilada da Meritocracia não apenas revela os mecanismos dessa engrenagem, como também demonstra quais seriam os primeiros passos que poderiam nos levar em direção a um mundo novo, mais capaz de proporcionar dignidade e prosperidade às pessoas.

A Cilada da Meritocracia: Como um mito fundamental da sociedade alimenta a desigualdade, destrói a classe média e consome a elite; Daniel Markovits; Intrínseca; 528 páginas; R\$ 99,90; disponível em versão digital.



Tecnologia

Escrito pelo mais importante estudioso do assunto, Inteligência Artificial A Nosso Favor é um trabalho fundamental para compreender a relação entre homens e máquinas — e evitar que nos tornemos reféns de nossas próprias criações.

Os humanos sempre quiseram desenvolver robôs superinteligentes, capazes de aprimorar os mais diferentes aspectos da vida. Mas o que acontecerá se isso se tornar realidade? Neste livro, Stuart Russell expõe as ameaças e os perigos da tecnologia para a sociedade, e a necessidade de mudar esse cenário enquanto ainda há tempo.

Desde o funcionamento da Inteligência Artificial até suas possibilidades e limitações, o físico e cientista da computação examina de que forma podemos repensar essas ferramentas e coexistir com máquinas cada vez mais autônomas, a fim de garantir que elas trabalhem de acordo com os nossos objetivos. O resultado é uma obra indispensável para entender um futuro que está chegando antes do previsto.

O autor Stuart Russell é graduado pela Universidade de Oxford e doutor pela Universidade Stanford. Professor na Universidade da Califórnia em Berkeley, foi vice-presidente do Conselho de IA e Robótica do Fórum Econômico Mundial e atuou como consultor da ONU para o controle de armas. Com Peter Norvig, escreveu Inteligência artificial, principal referência acadêmica no assunto.

Inteligência artificial a nosso favor: Como manter o controle sobre a tecnologia; Stuart Russell; Companhia das Letras; 336 páginas; R\$ 104,90; disponível em versão digital.

Responsabilidade social

ABS-RS promove leilão beneficente

» Recursos da venda de lotes de vinhos serão destinados este ano ao projeto Mão Amiga

Carlos Severgnini

carlos.severgnini@jcrs.com

A Associação Brasileira de Sommeliers (ABS-RS) promoverá na próxima quinta-feira leilão beneficente com a oferta de 401 garrafas de vinho, separadas em 14 lotes. Os vinhos são blends realizados a partir da doação da safra de vinícolas da Serra Gaúcha. Os produtos foram curados pela associação, que considerou a qualidade ao apresentá-los aos possíveis compradores. O preço por unidade é de aproximadamente R\$ 200,00 por garrafa.

Será a segunda edição do projeto e, assim como a primeira, realizada em 2022, será promovida através de doações inteiramente voluntárias pelas vinícolas parceiras, de maneira que os lucros serão direcionados ao projeto Mão Amiga, iniciativa que engloba uma série de atividades assistenciais e auxiliam famílias carentes que não conseguem vagas em creches públicas. O projeto banca metade da mensalidade em creches particulares, que, como contrapartida, dão um bom desconto às famílias. Na primeira edição do leilão, os recursos arrecadados foram disponibilizados ao Instituto da Mama do Rio Grande do Sul (Imama).

O presidente da ABS-RS, Júlio César Kunz, comenta os ganhos alcançados com a ação. "No ano passado arrecadamos R\$ 37.500,00 com o leilão. É apenas a nossa segunda edição, então, não estabelecemos uma meta. No entanto, gostaríamos muito de superar essa arrecadação, já que o valor será depositado diretamente na conta do projeto Mão Amiga, sem qualquer intermediário ou desconto. É uma causa extremamente nobre. Além disso, quem conseguir arrematar os lotes, terá acesso a um vinho de alta qualidade, composto pelos melhores rótulos de

10 diferentes vinícolas." A ideia para o projeto veio de longe, do Velho Mundo, na França, com os Hospices de Beaune, que possuem vinhedos e realizam o maior leilão beneficente de vinhos do mundo há mais de 150 anos.

"Como não possuímos vinhedos, a nossa ideia foi unir vinícolas e fornecedores de insumos para elaborar um vinho exclusivo. Assim, cada vinícola participante doa alguns litros de seu melhor vinho e, principalmente, a dedicação de seu enólogo que, em conjunto com os enólogos das demais vinícolas, decidem o percentual dos vinhos que comporão o corte final. Como resultado, temos um vinho super exclusivo, que nunca poderá ser repetido. Dessa união inédita, surge o Chimas Corte Singular."

A criação dos enólogos ainda valeu-se de uma homenagem para o povo do lado de cá, no Rio Grande do Sul: "Chimas, por lembrar da união que nós gaúchos temos em uma roda de chimarrão. A mesma união entre enólogos e sommeliers, por um causa maior."

Entidades monásticas da Igreja Católica e vinhos são antigos parceiros. No caso, a ação junto ao projeto Mão Amiga deu-se pelo reconhecimento que os trabalhos beneficentes do frei Jaime Bettega tem na sociedade. "A ideia é que a cada ano possamos contribuir com uma instituição beneficente séria, que faça diferença na sociedade. Neste ano, optamos por apoiar o projeto Mão Amiga, que tem um impacto importante em diferentes cidades da Serra Gaúcha.", destaca Kunz.

Lances para o pré-leilão já podem ser dados pela internet e presencialmente. Três lotes serão apresentados apenas no dia do leilão, e os lances para esses mesmos lotes valerão apenas via online. Serão contabilizados os lances feitos antes e durante o dia do evento.



ABS-RS/DIVULGAÇÃO/JC

Oferta de 14 lotes de rótulos exclusivos acontece na próxima quinta-feira, a partir das 19h30min

Oferta

- **Lote 01** - 3 caixas com 6 garrafas (lance inicial: R\$ 900)
- **Lote 02** - 5 caixas com 6 garrafas + 1 garrafa Chimas Magnum (lance inicial: R\$ 1.600)
- **Lote 03** - 6 caixas de madeira com 3 garrafas + 1 livro (lance inicial: R\$ 900)
- **Lote 04** - 5 caixas com 6 garrafas + 1 garrafa Chandon Magnum (lance inicial: R\$ 1.500)
- **Lote 05** - 3 caixas com 6 garrafas (lance inicial: R\$ 900)
- **Lote 06** - 6 caixas de madeira com 3 garrafas + 1 garrafa Chimas Magnum + 1 garrafa Chandon Magnum + 1 livro (lance inicial: R\$ 1.000)
- **Lote 07** - 3 caixas com 6 garrafas + 1 livro (lance inicial: R\$ 900)
- **Lote 08** - 5 caixas com 6 garrafas + 1 garrafa Chandon Magnum (lance inicial R\$ 1.500)
- **Lote 09** - 6 caixas de madeira com 3 garrafas + 1 garrafa Chimas Magnum (lance inicial: R\$ 1.000)
- **Lote 10** - 3 caixas com 6 garrafas + 2 livros (lance inicial R\$ 900)
- **Lote 11** - 2 caixas com 6 garrafas (lance inicial R\$ 600)
- **Lote 12** - 6 caixas de Madeira com 3 garrafas + 1 garrafa Chimas Magnum + 1 garrafa Chandon Magnum (lance inicial: R\$ 1.000)
- **Lote 13** - 6 caixas com 6 garrafas + 1 garrafa Chandon Magnum + 1 livro (lance inicial: R\$ 1.800)
- **Lote 14** - 6 caixas de madeira com 3 garrafas + 1 garrafa Chimas Magnum + 1 garrafa Chandon Magnum + 1 livro (lance inicial: R\$ 1.000)

Data: 30 de novembro, a partir de 19h30min

Os pré-lances via internet já podem ser dados: os interessados devem enviar para o WhatsApp (54) 99990-8964 nome completo, CPF e a indicação para qual lote o lance está sendo feito.

PLANO DE GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS (PGRS),
ASSESSORIA EM LICENCIAMENTO AMBIENTAL E LAUDO DE COBERTURA VEGETAL.
ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA NOSSOS SERVIÇOS

51 99975.0551 | 99988.0104

www.nichosconsultoria.com.br



NICHOS
CONSULTORIA EM SOLUÇÕES AMBIENTAIS

REPORTAGEM ESPECIAL

RS lança dois projetos para alavancar setor automotivo

» Distribuidores sentem os efeitos da escassez de crédito e dos empecilhos logísticos



EVANDRO OLIVEIRA/JC

Ana Esteves, especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

De olho em alternativas para reverter a gradual perda de competitividade do setor automotivo do Estado, o Sindicato dos Concessionários e Distribuidores de Veículos do Rio Grande do Sul (Sincodiv-RS) lançou dois projetos que prometem incrementar a comercialização de veículos e resolver o problema logístico que dificulta o transporte para o restante do País: o Hub Grande do Sul, que propõe o transporte marítimo de carros, e o estímulo ao uso de um percentual do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para a compra de veículos.

A primeira ideia permite a realização do transporte de veículos partindo do Porto de Rio Grande, passando pelo Porto de Vitória, no Espírito Santo, até o porto de Suape, em Pernambuco. A intenção é formar uma parceria entre montadoras como Fiat, Jeep, General Motors e Hyundai com a empresa de logística Glovis Hyundai, que realiza esse tipo de transporte marítimo de veículos em diversos países.

O gestor de Projetos Especiais

Um dos objetivos é fazer com que veículos cheguem por via marítima, mas, como os custos de frete de navio são elevados, outros produtos devem pegar carona



Potencialize resultados integrando:
Gestão, Inteligencia Artificial, Leads em um só lugar.

Tenha na palma da sua mão informações estratégicas inteligentes para sua tomada de decisão em tempo real.

dealerup.com.br

800 000 3821

do Sincodiv/RS, Nísio Martins, diz que o problema é que as operações da GM no Rio Grande do Sul, uma das maiores montadoras do mundo, e da Fiat/Jeep, em Pernambuco, demandam manobras logísticas enormes pela distância dos grandes centros de mercado, como as regiões Centro-Oeste e Sudeste. “O objetivo do Hub é integrar gaúchos e pernambucanos através do transporte marítimo feito pela Glovis, aproveitando a demanda garantida pelo fluxo de produção dos veículos dessas duas montadoras, que nos permite criar uma frequência logística”, explica.

Como os custos de frete via navio são elevados, a ideia é possibilitar que outros produtos peguem carona no projeto. “Podemos não só agregar o fluxo garantido da fábrica de Pernambuco e da fábrica de Gravataí, como podemos entregar todos os fluxos de importação e exportação para Argentina”, acrescenta Martins.

O gerente de logística da Glovis Hyundai, Rogério Suzart, conta que a operação da empresa no Brasil consiste em distribuir veículos da Hyundai, mas a ideia é ampliar e contribuir para o crescimento e uma maior eficiência do setor automotivo do Rio Grande do Sul e do Brasil. A empresa surgiu com o objetivo de distribuir veículos na Coreia do Sul, país sede da Hyundai e acabou expandindo sua operação para o mundo inteiro, atuando desde 2011 no Brasil, com sede em Piracicaba, São Paulo.

“Estamos expandindo as nossas operações em diversas frentes, não somente no setor automotivo. Internacionalmente falando, a Glovis integra as 10

maiores empresas de distribuição de veículos, com uma frota de 50 navios roll on e roll off, ou seja, que carregam cargas rolantes e que têm grande capacidade de transporte de veículos, chegando a 5 mil unidades por navio. Hoje, o processo logístico fica concentrado no estado do Espírito Santo, no porto de Vitória.

“Sabemos que, no Brasil, temos uma distribuição e uma infraestrutura logística bem complicadas. Temos que aproveitar de alguma forma os recursos naturais para tentar ser um pouco mais eficientes, seja no modal aquaviário marítimo ou ferroviário”, acrescenta Suzart.

Para o especialista, essa concentração do transporte de cargas no modal rodoviário ocorre pelo fato de que o brasileiro aprendeu e se acostumou a fazer só esse tipo de transporte, por ter apenas esse modal de forma estruturada. “Temos recursos para ampliar mais de 10 mil quilômetros de rios com possibilidade de exploração.” Martins acrescenta que o sindicato formulou a ideia e entregou o projeto, que agora depende do Estado para ser colocado em prática.

O secretário de Desenvolvimento Econômico, Ernani Polo, disse que será avaliada a possibilidade de a operação logística de veículos via marítima ser realizada, inclusive com a utilização do porto de Arroio do Sal. “Temos todas as condições, inclusive manifestada pelo pessoal do Portos RS, para que a proposta avance. Por parte do Estado, faremos todo o possível e daremos todas as condições para que o projeto possa se concretizar”, afirmou Polo.



Gestor do Sincodiv/RS, Martins prevê redução de até 70% do juro pelo fundo em comparação a métodos tradicionais

Uso do FGTS pode impulsionar as vendas

Outra iniciativa, chamada Crédito Carnê 1.0, propõe o uso de um percentual do valor do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para financiamento de veículos. O projeto associa duas práticas financeiras: o mecanismo do penhor mercantil e o sistema de crédito imobiliário.

O crédito concedido tem limites vinculados ao valor do veículo, ao saldo do FGTS e ao percentual do salário do trabalhador, e o veículo adquirido serve como garantia do recurso utilizado temporariamente do FGTS, dando equilíbrio e segurança para todas as partes.

O gestor de Projetos Especiais do Sincodiv/RS, Nísio Martins, detalha que, em 20 anos, o trabalhador junta 20 salários, que são retidos como FGTS. Se ele ganha R\$ 5 mil, ele terá R\$ 100 mil na conta. “O financiamento não é de 100% para não sacrificar todo o recurso do Fundo, mas ele vai poder usar um pedaço da conta em

função do perfil do carro.”

Em um veículo que custe R\$ 100 mil, o trabalhador poderá financiar R\$ 50 mil. Vamos supor que essa pessoa tenha um carro usado que custe R\$ 50 mil, ele entrega o carro e financia os outros R\$ 50 mil pela conta dele no fundo, através de um agente financeiro, assim como um crédito imobiliário. O valor máximo da prestação sugerido seria 10% do salário, ou seja R\$ 500,00 por mês. “Numa operação normal, ele pagaria R\$ 1.650,00 por mês. Metade dos R\$ 500,00 da prestação vão ser aplicados numa conta Selic gerenciada pelo agente financeiro e, no final, quando ele for vender o carro, ele devolve os R\$ 50 mil que ele pegou do fundo acrescido dessa aplicação de R\$ 250,00, o que vai garantir uma remuneração acima do que ele recebe tradicionalmente. Vai render mais e vai voltar para o governo”, explica Martins.

Com a proposta, será possível a

redução de até 70% dos juros, em comparação aos métodos tradicionais do mercado, com parcelas que cabem no orçamento familiar e prazos flexíveis para liquidação do crédito. Tudo isso com a vantagem de que os recursos liberados voltarão para a conta da quitação do financiamento.

O trabalhador terá acesso à linha de crédito com menor custo de juros, a venda de carro 0km será impulsionada, contribuindo para a recuperação do setor automotivo e mais empregos e investimentos serão gerados. “Lançamos a ideia e, para viabilizá-la, será preciso um projeto de lei ou um decreto. Não é simplesmente um resgate para aquisição, pois o valor voltará para os cofres do governo. Fizemos um levantamento e seriam 20 milhões de contas possíveis de serem vinculadas ao programa”, acrescenta o presidente do Sincodiv-RS, Paulo Siqueira.

Continua na página 8



Começou a
Black Friday
Itaú Veículos!

Promoções e vantagens que só

Black Friday

Itaú pode oferecer.

O Itaú reduziu a taxa de financiamento
para você.

acesse: www.itaubank.com.br/black-friday

REPORTAGEM ESPECIAL

Situações econômicas local, nacional e estrangeira impactam nas comercializações

TÂNIA MEINERZ/JC

Uma das alternativas para as concessionárias gaúchas voltarem a crescer, incrementarem a comercialização e retomarem posições no ranking do mercado nacional é sair do Rio Grande do Sul. A sugestão é do economista, analista de investimentos e professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs), Gustavo Moraes, que palestrou durante o Encontro Sincodiv-Fenabreve/RS, realizado no dia 22 de novembro, em Porto Alegre.

“Não temos elementos que possam indicar que o jogo vá virar no Estado e, se compararmos o setor com outros estados, vamos perceber que a perspectiva não é boa. Então, uma das saídas é sair”, afirmou o especialista.

Moraes pondera que os gaúchos contam com marcas fortes na área de concessionárias, acostumadas com consumidores exigentes e que, por isso, não seria difícil se adaptar fora do Estado. “Vocês têm todo o potencial para crescer fora do Rio Grande do Sul, mantendo o centro de decisão aqui e buscando crescimento nos demais estados brasileiros, quem sabe até em termos de América Latina.”

Para ele, esse movimento proporcionaria um respiro no fluxo de caixa e também alguma projeção com novos produtos. “A falta de perspectiva do Rio Grande do Sul é uma notícia triste, mas a notícia boa é que vocês já têm a base, o preparo. Todas as vezes que nós nos projetamos para fora, nos descobrimos”, afirmou.

Moraes acrescenta que essa mudança seria uma estratégia possível, a partir do momento que outros estados têm uma capacidade de investimento que o Rio Grande



Ex-ministro Adolfo Sachsida e secretário de Desenvolvimento, Ernani Polo, debateram soluções em Porto Alegre

do Sul não tem. “Ou nos preparamos para a mudança ou ficaremos permanentemente para trás, num Estado que tem a menor média de crescimento em termos anuais dos últimos 20 anos, com uma média de 1,6% ao ano no PIB.”

Em termos de cenário macroeconômico brasileiro, o especialista demonstrou que, desde 1980, o Brasil não consegue resolver a questão do crescimento econômico, pelo fato de não conseguir financiar desenvolvimento.

“Tudo indica que, neste ano, não passaremos de 3% de crescimento, o que já é considerado bom se comparado aos números de 2019, quando não passamos de 1%. Mas é preciso sair desse conformismo de que crescimento baixo é bom e tentar entender o que está errado nesse cenário”, ponderou.

Moraes explicou que existem três formas básicas de financiar o desenvolvimento: através de poupança privada, da poupança do governo ou poupança pública, e da poupança externa. E aqui está a resposta de por que o Brasil parou há 40 anos: naquela época, havia uma poupança pública, projetos importantes a partir do orçamento do governo. “Agora, só nos resta a poupança externa como porta de saída de financiamento do desenvolvimento e ela não constrói um futuro sólido e de expansão dos negócios. Especialmente na área industrial, onde o financiamento deve ser de médio prazo”, disse.

Ele acrescenta que, se o Brasil não for capaz de criar um ambiente de negócios, de concorrência e seguro para investimentos, vai seguir dependendo da poupança

externa e ela virá somente através de ondas, de eventos temporários. “E isso tem ligação direta com o setor das concessionárias, pois, infelizmente, vamos depender de crédito e, nesse cenário, esse crédito não estará disponível no nosso mercado.”

Moraes explica que o atual momento de conflitos internacionais tende a ser favorável para investimentos externos no Brasil, mas que a tendência é de que sejam passageiros.

“O Brasil acaba sendo um porto seguro de recepção de investimentos, mas não pelos méritos do País, mas pelas crises de outros países.” Para o especialista, outro grande gargalo é a disponibilidade de crédito, pois o setor automobilístico tem apenas 3% do crédito direcionado a toda a indústria.

“O crédito está direcionado para os setores que geram menos empregos, menos movimentação econômica e para aqueles setores que geram menos capacidade de renovação.” Entre os sinais positivos está a perspectiva de uma queda permanente e consistente de juros e o aumento do fluxo de investimentos estrangeiros.

“A não ser que a gente consiga essa repatriação da poupança privada que está no exterior, dificilmente vamos crescer sem um investimento estrangeiro. Bater na porta do Kuwait, onde tem US\$ 800 bilhões disponíveis na forma de um fundo soberano, na porta de Cingapura, dos japoneses e dos árabes talvez seja uma solução.”

O ex-ministro de Minas e Energia do governo Jair Bolsonaro, Adolfo Sachsida, também palestrou durante o Encontro do Sincodiv-RS, quando afirmou que o Brasil está pronto para crescer. “Estamos num momento bom, ao contrário do que muitos imaginam: o capital internacional está procurando por um porto seguro para investir, frente a um cenário de guerras. Basta o Brasil dar pequenos passos e terá uma enxurrada de bilhões de dólares para a economia brasileira. Esse é o grande momento do Brasil”, analisou.

O ministro acrescentou que, além dos investimentos externos, o futuro do Brasil depende fundamentalmente de evitar a deterioração da situação fiscal. “Buscar receitas extraordinárias que não sejam aumentos de tributos, reduzir gastos públicos, investir na digitalização de serviços públicos, rever gastos tributários e, acima de tudo, tentar impedir renovações sem avaliação de efetividade.”

VENDA MAIS
SEMINOVOS
COM 1 OU 2 ANOS
DE GARANTIA!



1 ano 2 anos
certificado com GARANTIA certificado com GARANTIA

Escaneie
e fale
conosco!



0800 7177776

gestautobrasil.com.br

f @ in gestautobrasil

Concorrência com as locadoras preocupa lideranças do mercado de concessionárias

A concorrência das concessionárias com as locadoras de veículos tem tirado o sono de lideranças vinculadas às concessionárias gaúchas, em função da perda de espaço e da ameaça à livre concorrência. O problema vem de longa data, desde a recessão recorde no biênio 2015-2016, que gerou queda de 40% nas vendas anuais de veículos, de 3,5 milhões para 2 milhões, obrigando as montadoras a concederem expressivos descontos às grandes locadoras, única forma de esvaziarem os pátios.

Depois, o surgimento dos aplicativos de transporte gerou grande demanda por aluguel de veículos, alavancando o poder de negociação das locadoras junto às montadoras. “O agravamento ainda maior veio em 2022, com a aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) da fusão da Localiza e da Unidas, criando uma superlocadora, com 600 pontos de atendimento, 200 revendas, frota de 600 mil veículos e compras de 300 mil veículos OKm naquele ano, o que possibilitou classificá-las virtualmente como a segunda maior montadora do Brasil”, afirma o presidente do Sincodiv/RS, Paulo Siqueira.

Segundo ele, o erro do Cade foi ter aprovado a fusão, tomando como base apenas os efeitos que a iniciativa geraria no setor de locação, deixando de lado os impactos sobre as concessionárias. “Criou-se um monopólio da oferta de veículos com até dois anos de uso, além de forte poder na formação de preços e referências no mercado de se-

minovos, grande influência nos dados coletados para elaboração da tabela Fipe, capazes de estabelecer um novo padrão característico de um veículo, por ter menos de dois anos de fabricação e registrar no painel mais de 60 mil quilômetros rodados”, afirma Siqueira.

O gestor de Projetos Especiais do Sincodiv/RS, Nísio Martins, diz que o sindicato é completamente a favor da livre iniciativa e da livre concorrência, mas que o que se observa é um desequilíbrio de forças com grande desvantagem para as concessionárias.

“Nossa preocupação e o grande desafio para 2024/25 são: como colocar no mercado os 800 mil carros que estão nos pátios das locadoras num mercado que só consegue absorver 250 mil. Ou as locadoras vão ter que baixar o preço para dar liquidez ou vão ter que esticar a idade média da frota para ajustar o ciclo, eventualmente reduzir um pouco a compra para se adequar à realidade, já que elas avançaram o sinal, foram além do limite do mercado.”

O dirigente relembra que, em 2010, as locadoras começaram a ganhar corpo, pois criaram uma estrutura de revenda de veículos seminovos. Até essa data, a venda de um veículo era para troca de ativo, para reposição — e não como um negócio.

“A curva de crescimento seguiu em alta com o aumento das locações para uso dos aplicativos, já que as pessoas precisavam trabalhar e não tinham recursos para comprar um veículo.”



Surgimento dos apps, com grande demanda por aluguel de veículos, alavancou poder de negociação das empresas

Fenabrave projeta alta de 5,6% no emplacamento

O presidente do Sincodiv/RS, Paulo Siqueira, diz que a projeção total de emplacamentos para 2023 é de 2,2 milhões de unidades, considerando veículos de passeio e comerciais leves, resultado que representaria alta de 5,6% sobre o volume emplacado no ano passado. “No auge do mercado, em 2013, chegamos a 3,5 milhões, depois, em 2015, enfrentamos uma recessão violenta e nosso mercado caiu 40%. Mas, a partir de 2017, vinha se recuperando em torno de 10% ao ano, até a eclosão da pandemia de Covid-19 e a ocorrência das guerras, quando voltamos a ter queda”, analisa.

Conforme o presidente da Fenabrave, Andreta Jr., a queda dos ju-

ros e a maior oferta de crédito têm possibilitado ao setor automotivo gaúcho vislumbrar um cenário um pouco mais positivo para 2024. “Estamos otimistas com as medidas que foram tomadas no primeiro semestre e com a expectativa de vendas que serão realizadas agora no segundo semestre. Nossa projeção é uma mistura dos dados da macroeconomia e também com as expectativas da distribuição.”

Números da Fenabrave demonstram ainda que, ao detalhar os dados de emplacamento, serão 2,1 milhões de unidades de automóveis leves, um resultado que, caso seja confirmado, representará alta de 7,3% ante 2022. No caso do mercado de caminhões, o acúmulo

de resultados mensais negativos levou a entidade a confirmar o que já era esperado, ou seja, um desempenho comercial negativo no comparativo 2022-2023.

Os dados apontam para queda de 23%, com 96 mil unidades. As primeiras estimativas da federação que representa as concessionárias do País indicavam em janeiro um mercado flat, ou seja, similar ao de 2022, com 124 mil unidades. Andreta afirma que o setor responde por 5,01% do PIB nacional e que a federação conta com 7,4 mil concessionárias, presentes em mais de mil municípios, empregando diretamente 307 mil pessoas que geram renda para famílias que, juntas, chegam a 1,2 milhão de pessoas.

O sonho do **CARRO NOVO** virou realidade

- Pagamento em **até 60X**
- **Melhores taxas** do mercado
- **Rápida análise e liberação**

Visite uma agência ou entre em contato pelo WhatsApp e faça uma simulação.



Verifique se o crédito contratado cabe no seu orçamento. Crédito sujeito a análise e aprovação. Para mais informações, contate uma de nossas agências.



Concessionárias defendem transporte de veículos por água no Rio Grande do Sul

» Atualmente, o Estado só recebe carros via estradas, o que gera mais custos

Mauro Belo Schneider
mauro.belo@jornaldocomercio.com.br

Há duas questões cruciais que emperram o desenvolvimento do setor de distribuição de veículos no Rio Grande do Sul: escassez de crédito para as empresas e falta de agilidade na escalabilidade das vendas. Esta última envolve a forma como os carros viajam pelo País até as concessionárias, que atualmente ocorre apenas por terra.

Uma das soluções logísticas, segundo o presidente do Sincodiv-Fenabreve/RS, Paulo Ricardo Siqueira, seria a aposta em vias aquáticas. O uso do Porto de Rio Grande para recebimento de modelos fabricados no Nordeste, inclusive, impulsionaria o empreendimento gaúcho.

Na entrevista abaixo, concedida antes do Encontro Sincodiv-Fenabreve/RS, promovido no Teatro da Pucrs no último dia 22 de novembro, em Porto Alegre, Siqueira fala sobre isso e aborda o cenário do setor automotivo como um todo. Confira:

Empresas e Negócios – Como está o cenário automotivo no Brasil atualmente?

Paulo Ricardo Siqueira - O nosso segmento responde por mais de 5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e movimenta longas cadeias produtivas. Hoje, vivemos uma elevada taxa de juros, que é a maior desde 2016, com efeito mais grave ainda no pós-pandemia, quando houve uma queda da renda per capita não só no Brasil, mas no mundo inteiro. Efeitos inflacionários também contribuem para essa queda da renda, então a taxa alta de juro e renda menor geram um efeito de inadimplência e escassez de oferta de crédito. Tudo isso contribui para uma menor condição para aquisição de veículos. Temos apoio do poder legislativo para desenvolver um projeto de lei nesse sentido, para que a gente possa promover alguma alteração nas linhas do Fundo

de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) para auxiliar uma extensa camada da população no sentido de poder ter um maior conforto e facilidade para aquisição de um veículo OKm.

E&N – E em relação ao Rio Grande do Sul?

Siqueira - O Rio Grande do Sul já representou cerca de 5,2% de todos os licenciamentos do Brasil, mas hoje está na casa dos 4%. Nesse sentido, é muito importante falar de uma questão de logística. De forma bem humorada, digo que se o mundo acabasse hoje o Rio Grande do Sul ainda continuaria recebendo carros por mais 15 ou 20 dias, uma vez que algumas montadoras estão no Nordeste do Brasil. Essa produção vem para nós via terrestre, criando um custo maior, um tempo maior, que impacta excessivamente numa posição prejudicada do estado do Rio Grande do Sul nesse cenário.

E&N – Qual seria a solução para este problema logístico?

Siqueira - Estamos desenvolvendo uma ação através de um sistema logístico que inclui navegação, aproveitando a nova legislação, já nem tão nova assim, no sentido de que possamos fazer esse transporte por meio de navegação de cabotagem até o porto de Rio Grande. Isso impulsionaria o nosso Porto, que tem capacidade logística de atender a essa demanda.



Se o mundo acabasse hoje, o RS continuaria recebendo carros por 20 dias, uma vez que algumas montadoras estão no Nordeste



Paulo Siqueira, presidente do Sincodiv/RS, prevê que medida requer união do mercado, mas pode ser aplicada logo

E&N – Como isso se viabilizaria?

Siqueira - Partiria de um interesse conjunto entre algumas montadoras e transportadores numa conjugação de esforços. E isso ajudaria não só aquilo que vem para cá, mas também o que sai daqui a partir do Porto de Rio Grande, facilitando o trânsito desses veículos para entrega aos consumidores. Estamos em uma fase embrionária de acertos entre esses participantes. Mas isso é bem possível para o mais rápido possível.

E&N – Como está a produção de veículos?

Siqueira - Em 2013, tivemos o ápice da nossa produção e venda, quando veículos de passeio e comerciais leves atingiram uma marca superior a 3 milhões de unidades. Depois, o País entrou numa recessão profunda. Também sofreu bastante com a recessão do mercado nos anos 2014 e 2015, chegando a cair 40%. Desde lá, veio se recuperando. A partir de 2016 e 2017, vinha num crescimento de

recuperação, quando, em 2019, novamente retomamos aquele patamar superior a 3 milhões. Em 2020, demos de cara com a pandemia, gerando uma disrupção total das cadeias produtivas. O Brasil ainda não encontrou um grau de recuperação consistente e vem na casa dos 2 milhões de veículos produzidos, sofrendo agora com questões de natureza do custo do crédito. Temos uma das mais altas taxas da história desde 2016. Isso contribui para que a indústria e o consumo de automóveis no Brasil esteja ainda muito além da sua capacidade de 5 milhões de veículos.

E&N – Quais as expectativas de resultados para 2023?

Siqueira - Para esse ano, esperamos que o mercado possa crescer em torno de 10%, mas ainda não é um crescimento que eu possa dizer que advém do consumidor brasileiro. Isso tem muito a ver ainda com compras originadas das grandes locadoras.

E&N – Por que os preços dos veículos estão tão altos?

Siqueira - Tivemos um acréscimo de custos de logística e de insumos. A própria guerra na Ucrânia contribuiu bastante para isso porque lá há produção de escapamentos, catalisadores, para redução de poluentes no meio ambiente. Porém, o valor de um carro era de US\$ 8 mil lá na virada dos anos 1990, no governo Itamar Franco, quando foi lançada essa alcinha de carro popular. Se nós pegarmos hoje, com a inflação do dólar e a taxa de câmbio, vamos encontrar um preço semelhante em um carro de entrada, que hoje vale em torno de R\$ 70 mil ou até menos um pouco, dependendo do modelo. Todavia, esse carro tem embarcada uma condição de modernidade incomparável com aquele lá de trás. Antigamente, sequer tinha retrovisor, espelho do lado direito, segurança, Airbag, freio ABS, ar-condicionado. Então, relativamente, eu digo até que o carro nunca esteve tão barato. A grande questão que incide sobre o nosso carro é a questão tributária, que chega a 45%.

WhatsApp Business ajuda a conectar clientes

CONSUMO » *Camila Renaux compartilha insights sobre a ferramenta para empresas*

De acordo com dados recentes da plataforma de conteúdo Mobile Time, o WhatsApp está presente em 99% dos smartphones no Brasil. Em um evento exclusivo sobre o WhatsApp Business, oferecido pela Meta, foi divulgado que 80% dos brasileiros preferem se comunicar com empresas por meio de mensagens instantâneas. Essas estatísticas revelam uma grande oportunidade para as empresas que reconhecem o potencial do aplicativo como um recurso para potencializar suas vendas.

Nesse cenário, uma pesquisa do Sebrae divulgou que aproximadamente 72% dos empreendedores no país já estão utilizando o WhatsApp Business para atrair e converter leads. “Com uma ampla gama de funcionalidades específicas para negócios, o WhatsApp Business cadastra informações úteis, como horários de funcionamento e links diretos para sites, resultando em uma comunicação muito mais eficiente. Também possibilita a criação de catálogos de produtos, a organização de mensagens através de etiquetas específicas e a automatização de respostas rápidas”, explica a consultora em marketing digital, mídias sociais e e-commerce, Camila Renaux.

O evento promovido pela Meta atraiu líderes empresariais, profissionais de marketing e vendas, bem como marcas renomadas que incorporam essa ferramenta em suas estratégias de mercado. A consultora esteve entre os convidados e, com base nos insights adquiridos, elaborou cinco dicas para aqueles que desejam impulsionar suas vendas por meio do

Ferramenta é ideal para pequenas e médias empresas, enquanto a API do WhatsApp oferece personalizações

WhatsApp Business.

Comunicação ágil com os clientes: manter canais de comunicação acessíveis aos clientes é essencial nos dias de hoje. E, para isso, o botão de link direto para o WhatsApp em seu site agiliza a interação e ajuda a evitar objeções que, se não forem tratadas imediatamente, podem prejudicar o processo de compra.

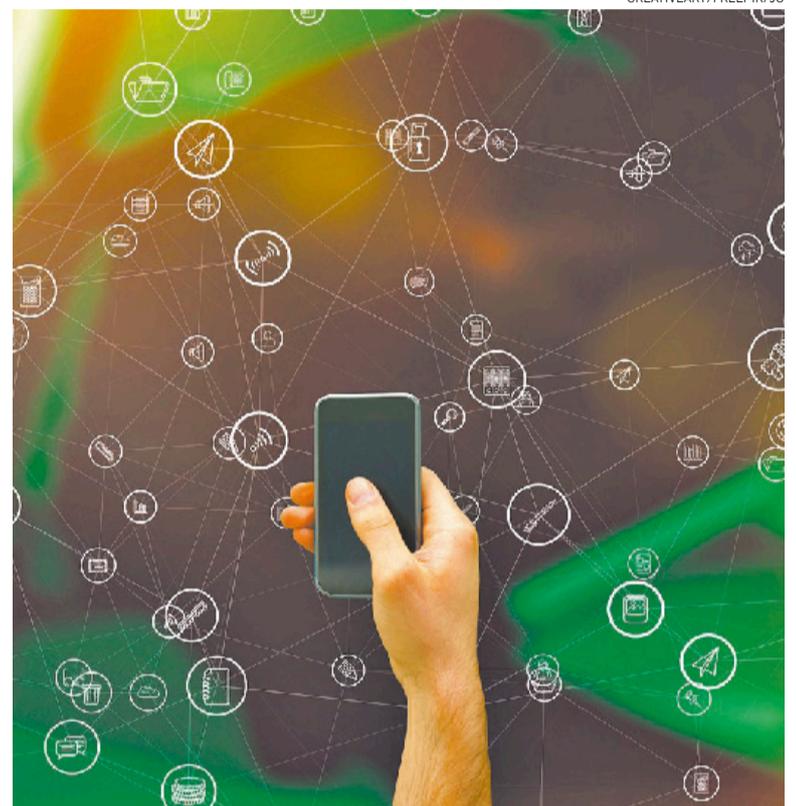
Soluções para todas as empresas: a ferramenta disponibiliza alternativas para atender empresas, independentemente de seu porte. O WhatsApp Business é ideal para pequenas e médias empresas, enquanto a API do WhatsApp oferece personalizações e funcionalidades avançadas para empreendedores maiores. É fundamental avaliar qual dessas soluções atende melhor às necessidades específicas do seu negócio. No site oficial, você pode explorar as diferentes opções e entrar em contato com a equipe de vendas para obter esclarecimentos adicionais.

A sua vitrine digital: durante o evento, também foi destacada a eficácia dos anúncios no WhatsApp para descobrir novos produtos. A opção “clique para mensagem” possibilita que clientes em potencial se conectem diretamente com as empresas por meio de

anúncios no Instagram. Isso abre oportunidades para engajar e nutrir leads com um atendimento consultivo. Essa é uma excelente chance para marcas que buscam aquecer e desenvolver seus leads, levando à conversão final.

Potencializar com mensagens pagas: as mensagens pagas oferecem às empresas a capacidade de engajar os clientes em diversas etapas da jornada de compra, respeitando as diretrizes da LGPD. Em paralelo, tive a oportunidade de entrevistar Guilherme Horn, Head do WhatsApp, e ele destacou as perspectivas da plataforma e seu foco na inteligência artificial para promover conversas humanizadas, mesmo quando automatizadas. A aplicação dessa tecnologia foi exemplificada por uma campanha inovadora na Índia. Através de mensagens pagas, a empresa britânica Cadbury conseguiu estabelecer conexões com empreendedores. Ao responder algumas perguntas e enviar áudios, esses empreendedores tinham a oportunidade de contar com a participação de uma celebridade indiana de grande renome, que, graças à inteligência artificial, era capaz de mencionar o nome exato de seus negócios em uma campanha promocional.

Atendimento e Reengajamento: o WhatsApp demonstrou ser uma ferramenta essencial para o atendimento ao cliente, especialmente durante a pandemia. Empresas como a Neoenergia confirmaram sua importância na ágil resolução das questões dos clientes. “Esse desempenho resultou em um aumento na confiança depositada pelos clientes na empresa, que agora sentem que



Aplicativo abre uma gama de possibilidades para investir em relacionamentos

a assistência está a apenas uma mensagem de distância”, destacou Inaê Franco, responsável pela gestão e performance de canais digitais da Neoenergia. Além disso, grandes empresas, como a Magalu, aproveitaram a implementação do aplicativo como um canal direto para o atendimento ao cliente, permitindo interações mais personalizadas e eficazes. Isso não apenas aprimorou a experiência do cliente, mas também reforçou a posição da empresa como líder inovadora no cenário digital. Já o O Boticário demonstrou como é possível equilibrar o atendimento humano com a escala proporcionada pelo WhatsApp, gerando resultados positivos tanto em vendas quanto em sa-

tisfação do cliente. Um fator que contribuiu foi a prática de compartilhar QR codes do WhatsApp, funcionando como um cartão de visita virtual que auxilia os clientes a salvar o contato da marca de forma prática.

O WhatsApp não é apenas uma ferramenta de mensagens, é um universo repleto de oportunidades para negócios de todos os tamanhos. “As possibilidades são praticamente ilimitadas. Portanto, é hora de se envolver e explorar o potencial que esse aplicativo oferece para estabelecer conexões mais sólidas com os clientes e otimizar as diversas fases do relacionamento com eles, sendo um impulso para seus negócios. Se joga!”, pontua Camila.

Agilidade em Medicina e Segurança do Trabalho



Gestão em Saúde e Segurança Ocupacional



Todos os exames em um só lugar



LTCAT
Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho



LIP
Laudo de Insalubridade e Periculosidade



PCMSO
Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional



PGR
Programa de Gerenciamento de Riscos



Consignado: o empréstimo mais vantajoso.



**Taxas
reduzidas**



**Prazo longo
para pagamento**



**Descontado na
folha de pagamento**

**E você ainda pode refinanciar seu
empréstimo consignado em andamento.**



**Procure uma de
nossas agências.**

banrisul.com.br/consignado

Banrifone

Porto Alegre (51) 3210 0122

Interior e Outros Estados 0800 541 8855

SAC 0800 646 1515

Ouvidoria 0800 644 2200

Baixe o app:



banrisul

Siga nossas redes sociais:

