

1º FÓRUM ATACADISTA RS

Caderno Especial do Jornal do Comércio

Porto Alegre | quarta-feira, 10 de setembro de 2025

TÂNIA MEINERZ/JC



1º Fórum Atacadista RS aponta tendências para o setor

Evento promovido pelo Sindiatacadistas-RS na sede da Fecomércio reuniu debatedores que indicaram caminhos que o setor deve seguir para incrementar produtividade e implementar inovações

Evento

'Fórum demonstrou que estamos sempre voltados aos associados'

Vice-presidente do Sindiatacadistas celebra 1ª edição do evento

Caren Mello

politica@jornaldocomercio.com.br

O 1º Fórum Atacadistas RS, que aconteceu na quinta-feira passada, 4 de setembro, na Fecomércio, foi considerado histórico não só para quem o promoveu, mas para a própria economia do Estado. Afinal, o atacado gaúcho é considerado um motor de desenvolvimento, ao garantir eficiência na distribuição, competitividade dos preços, abastecimento constante dos mercados e, principalmente, oportunidades de trabalho e renda para milhares de famílias gaúchas.

Reafirmando seu papel não apenas como entidade, o Sindiatacadistas protagonizou um momento que comprova que um sindicato empresarial vai além da relação entre capital e trabalho. De acordo com o vice-presidente da entidade, Luiz Henrique Hartmann, o Fórum foi concebido em função da missão de oferecer aos associados espaços de reflexão, aprendizado e debate. Para o executivo, ambientes onde empresários e lideranças podem se defrontar com temas relevantes e capazes de orientar os próximos passos de suas empresas são fundamentais para embasar futuras escolhas.

Nesta entrevista, Hartmann afirmou que este deverá ser o primeiro de muitos encontros, sempre guiados pelo propósito de fortalecer o setor, engrandecendo ainda mais o nome do atacado gaúcho. "Era a hora de divulgar esse trabalho que fazemos, de forma a levar ao nosso associado mais do que os convênios", salientou.

Jornal do Comércio – Como nasceu a ideia do Fórum Atacadista?

Luiz Henrique Hartmann – A ideia do Fórum nasceu exatamente no sentido de que o Sindiatacadistas é uma entidade cujo trabalho vai muito além daquela formalização e obrigatoriedade constante da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), que é comum nos sindicatos empresariais, antigamente chamados de sindicatos patronais, de fazer, basicamente, as funções que envolviam relações de equilíbrio entre o capital e o trabalho, ou seja, negociações coletivas, de defender, junto com o sindicato laboral, as regras que regem o sistema no dia a dia das empresas, tais como banco de horas, valores de dissídios, reajustes de salários... Há bastante tempo, o Sindiatacadistas vem sendo protagonista no setor atacadista, como uma entidade que está sempre muito voltada para o desenvolvimento dos seus associados e da categoria à qual ela representa. Formalmente, pela CLT, nós temos em torno de 18 mil empresas que estão vinculadas, aqui no Estado do Rio Grande do Sul, ao Sindiatacadistas. E, associados diretamente, aqueles que contribuem com a mensalidade, mais de 500 empresas. Era a hora de divulgar esse trabalho que viemos fazendo, de forma a levar ao nosso associado algo mais do que os convênios que nós temos, como os de saúde e de seguro. Nós temos o Programa Qualificar, muito importante, já foi inclusive prêmio da Top de Marketing da ADVB. Ao longo do ano, nós temos uma programação muito intensa em todas as áreas do comércio atacadista: RH, desenvolvimento, tecnologia e inovação. Este Fórum

foi construído a partir da ideia de fazer um grande evento para, como protagonista, mobilizar os nossos associados e mostrar para a sociedade o que o Sindiatacadistas vem fazendo.

JC – Há previsão de se repetir nos próximos anos?

Hartmann – Sim, este é o primeiro. A ideia é de que todos os anos possamos repetir, como um evento no calendário nosso anual.

JC – Quais são os principais desafios do setor atualmente?

Hartmann – Os principais desafios do setor hoje são, praticamente, a entrada no mercado de alternativas de comércio, que vêm fazendo concorrência e, talvez, possam esvaziar o sistema. É a indústria vendendo direto para o consumidor, a partir de sistemas online, a partir de plataformas, e a entrada dos chamados atacarejos, que são, ao mesmo tempo, um atacado e que vende ao varejo também. Vendem para varejistas de forma direta, como se fosse a indústria. Além disso, as tecnologias, a questão da sustentabilidade, que hoje também são muito fortes. Temos, ainda, desafios como a renovação de frota sustentável, programas de logística reversa, programas de qualidade, Inteligência Artificial e os novos canais de distribuição, que são, realmente, um grande desafio. Todos esses temas que foram escolhidos para serem bastante tratados no Fórum.

JC – Como preparar o atacadista para essas novas realidades?

Hartmann – O Fórum foi o início. Dali, surgiram ideias, inclusive, insights que nos levarão a ter novas programações que visam atender, digamos assim, a necessidade do setor. A reforma tributária está aí, importante tra-



TÂNIA MEINERZ/JC

Hartmann destaca que outras edições da atividade irão ocorrer

tarmos desse assunto. A reforma nos impacta bastante. Na verdade, impacta toda a cadeia, não só o atacado. Estamos inseridos em uma cadeia onde há crédito e há débito. Não muda muito porque recebemos da indústria com crédito integral e vamos vender com crédito integral, o sistema se autocontrola, mas, sem dúvida, alguns setores vão ser atacados. Vão ter, talvez, alguns setores de bebida, por exemplo, que poderão ter o que chamam de imposto do pecado. Esse imposto, bem maior, penaliza alguns produtos que atendem, inclusive, uma parte do nosso setor.

JC – As empresas já estão preparadas para a chegada efetiva da reforma tributária?

Hartmann – Vejo que estão se preparando, mas todo mundo está esperando para ver, realmente, as mudanças porque ainda tem muita incógnita nessa fase de transição. Muita coisa ainda não apareceu. Nós vivemos um tempo de grandes transformações, novas tecnologias, mudanças tributárias, desafios logísticos e exigências crescentes de sustentabilidade. O empresário atacadista precisa estar preparado para responder a esses desafios e ao mesmo tempo enxergar as oportunidades que eles trazem. Esse foi, justamente, o que o Fórum propôs, um encontro

de ideias, de experiências e de visões de futuro, uma construção de caminhos para que o atacado continue a cumprir seu papel de elo vital entre a produção e o consumo, gerando riqueza e desenvolvimento para o Rio Grande do Sul.

JC – O senhor citou alguns benefícios para as empresas. Quais outras vantagens de ser associado ao Sindiatacadistas?

Hartmann – Nós temos, por exemplo, ações tributárias muito fortes. Para ter uma ideia, na ação da exclusão do ICM da base do PIS e da Cofins, as empresas ganharam cinco anos retroativos, mas os associados ao Sindiatacadistas tiveram mais do que o dobro. Havíamos entrado com uma ação em 2014, e chegamos a 11 anos retroativos. Esse é um guarda-chuva para os associados muito importante, mais do que o dobro do que o governo federal deu para quem não tinha entrado com ação. Seriam cinco anos retroativos à decisão ou cinco anos retroativos ao protocolo da ação. Tivemos também a exclusão da base da Cofins do ICMS ST, a substituição tributária, que saiu agora. Tivemos ações também na parte de INSS, envolvendo questões trabalhistas. Hoje, o sindicato é protagonista do setor atacadista na parte tributária. Temos um escritório que nos atende muito bem.

Presidente do Sindiatacadistas, Zildo De Marchi abriu o evento na sede da Fecomércio

O 1º Fórum Atacadista RS foi aberto, na sede da Fecomércio, pelo presidente do Sindiatacadistas, Zildo De Marchi. Em nome da entidade promotora do evento, o dirigente falou de sua gratidão de estar à frente da entidade. Reconhecido por sua visão, coragem, exemplo de liderança empresarial e sindical, o dirigente foi ovacionado

em sua chegada ao evento.

Seu legado é reconhecido por atravessar gerações e por continuar a inspirar o futuro do setor atacadista. Ao fazer uma homenagem ao presidente, durante a abertura do evento, o diretor-presidente do Jornal do Comércio, Giovanni Jarros Tumelero, lembrou da importância de a empresa estar

nesta primeira edição do Fórum e, também, da presença do sindicato em promoções do veículo de comunicação. "O Sindiatacadistas esteve conosco na primeira edição do nosso caderno Dia do Comércio, há cerca de 20 anos. Hoje somos nós que estamos aqui renovando esta parceria. É uma honra para nós", disse Tumelero.

Ao participar da abertura do evento o presidente da Fecomércio, Luiz Carlos Bohn, fez uma deferência especial ao dirigente. "Este prédio sede da Fecomércio foi concebido por ele. Zildo sonhou e levou à frente o sonho de termos uma sede como esta", lembrou Bohn, arrancando aplausos dos mais de 300 participantes do evento.

Com patrocínios da Rede Pampa de Comunicação e da Versotech, o 1º Fórum Atacadista RS é uma realização do Sindiatacadistas e contou com apoio institucional da Fecomércio-RS. Além disso, o evento contou com apoios do Sicredi Origens RS e da Estância das Oliveiras. O Jornal do Comércio foi Media Partner do evento.

Mercado

Cenários podem ser promissores para o atacado, aponta Amorim

Na primeira palestra do Fórum, economista falou das oportunidades para o setor

Caren Mello

caren.mello@jcrs.com.br

O tarifaço imposto pelos Estados Unidos não terá um grande impacto sobre o Brasil. As novas regras não deverão passar de meados de outubro, segundo previsão do economista Ricardo Amorim. Com mais de 25 anos de experiência no mercado financeiro global, o especialista foi o primeiro a palestrar no 1º Fórum Atacadista, evento promovido pelo Sindiatacadas-RS que reuniu mais de 300 empresários e profissionais ligados ao setor.

Falando sobre Perspectivas Econômicas e Oportunidades de Mercado no Brasil, Amorim apontou o bom momento pelo qual passa o Brasil, sobretudo em função do cenário macroeconômico global e da nova geopolítica mundial. Prova da confiança no País seria o fato de que as empresas não tiraram dinheiro do Brasil, o que poderia impactar empregos, renda e consumo, nessa ordem. "Isso não está acontecendo. O real foi a moeda que mais se valorizou no mundo. O impacto positivo, que não está se comentando, é que o que já foi produzido não será exportado, irá para outro mercado externo ou ficará aqui com menor preço. Será uma oportunidade para o setor mercadista porque esse produto tem que escoar", exemplificou.

Reconhecido por traduzir temas econômicos complexos de forma clara e acessível, Amorim analisou as transformações no cenário internacional e os desafios políticos e fiscais no Brasil. Embora a expectativa dos empresários esteja piorando, em função de altas taxas de juros e custos de mão de obra, é possível encontrar oportunidades de se diferenciar no mercado, aumentando a competitividade. Além

disso, a medida deverá ser derrubada em 14 de outubro, quando a Suprema Corte norte-americana deverá se manifestar.

O palestrante elogiou a capacidade do Estado de dar respostas positivas após as enchentes, e acalmou empresários sobre o tarifaço do governo de Trump. "O impacto é muito menor do que as pessoas imaginam, já que o Brasil tem uma economia fechada. Do que exportamos, os Estados Unidos têm relevância, mas não são o país mais importante", frisou. Para ele, o tarifaço não deverá se manter. "As cortes americanas disseram que é ilegal, o que vai obrigar o governo a devolver tudo que for pago", projetou.

Amorim projetou crescimento no País como consequência desse processo. Com a queda de preços, a inflação será controlada e a Taxa Selic deverá começar a cair já no primeiro trimestre de 2026. Além disso, ano de eleição sempre vem acompanhado de expansão fiscal. "A economia vai acelerar. Faz cinco anos que a economia brasileira vai melhor do que os economistas acham. São ciclos de crescimento aqui e na América Latina, em função da presença de grandes exportadores de commodities e de grandes importadores



A economia vai acelerar. Faz cinco anos que a economia brasileira vai melhor do que os economistas acham. São ciclos de crescimento aqui e na América Latina



Ricardo Amorim destacou que o impacto do tarifaço norte-americano é menor do que se imagina

de capital", frisou.

Neste cenário, destacou, o setor que mais cresce é o de negócios fora dos grandes centros. "Há 20 anos o crescimento das cidades no interior é maior do que das capitais. Por que que isso é importante? Porque quanto mais distante e mais complicado for chegar no cliente, maior a necessidade da distribuição. A primeira coisa que é preciso entender é onde está a vantagem competitiva maior", indicou.

O especialista alertou para o crescimento dos canais de distribuição digitais, o que pode, por um lado, facilitar a distribuição direta, mas, também, para captação de novos clientes. Esta seria uma excelente oportunidade para, principalmente, alcançar locais mais distantes. Outro conselho para os atacadistas foi "agregar onde não se espera". Amorim relatou uma experiência que teve em um hotel do Ceará. Quando chegou ao quarto, havia um porta-retrato com uma foto sua na mesa de cabeceira. A boa surpresa foi tema de um post nas redes sociais, sendo que, na época, ele tinha 6 milhões de seguidores, o que deu visibilidade para um hotel desconhecido. "Talvez valha a pena usar a inteligência artificial para perguntar como surpreender no atendimento ao cliente", suscitou.

Para se manter competitivo no mercado, a marca própria é um impulsionador, segundo ele. Entre as vantagens, escapar do risco de desintermediação. Entretanto, apresentar uma marca própria muito parecida com o que já existe significa uma chance de adesão muito pequena. O diferencial é que determinará o sucesso do

produto, principalmente se agregar, do ponto de vista de branding, conceitos como ecologicamente mais responsável, por exemplo. "A palavra marca significa o seguinte: tem algo que te marca, te torna diferente do outro. Se a sua marca própria não tiver de fato uma identidade que de alguma forma é única, não sei se vai funcionar", alertou.

Ao citar o exemplo do Rio Grande do Sul, o processo de envelhecimento de população é bastante evidente, haveria inúmeras possibilidades de produtos para esse público, com preferências específicas. "Toda tecnologia é pensada, particularmente, para o jovem. Uma das maiores oportunidades que eu vejo é pensar a aplicação de tecnologias que sejam simples, que sejam fáceis, que facilitem a vida de quem tem mais idade. Não vejo ninguém pensando nisso", exemplificou.

Ressaltando a importância da criatividade e inovação no setor, ele também lembrou de quanto, durante a pandemia, empreendedores tiveram a ideia de criar lojas de conveniências dentro dos condomínios. Iniciativa semelhante tiveram proprietários de lojas de brinquedos, que, durante o surto de Covid, foram fechadas por não serem consideradas essenciais. Os empresários passaram a alugar espaço nos supermercados para que as famílias, necessitadas de brincar com as crianças, tivessem facilidade de adquirir os produtos. "A lógica é sempre a mesma: facilitar a vida de quem consome. Vocês entendem disso muito melhor do que eu, de uma forma que eu não conheço", concluiu.



A palavra marca significa o seguinte: tem algo que te marca, que te torna diferente do outro. Se sua marca própria não tiver de fato uma identidade que de alguma forma é única, não sei se vai funcionar

Após a palestra, a economista-chefe da Fecomércio, Patrícia Palermo, citou as transformações pelas quais passa o mundo. Lembrou que, como professora, tem dificuldade de ensinar negócios a serem transformados, e, como proprietária, de transformar o negócio. Patrícia questionou o palestrante sobre como fazer com que um setor grande, como o atacadista, seja autopromotor de transformações. Amorim citou a necessidade de disseminar a importância da inovação em toda a empresa. "Talvez a pandemia seja um exemplo claro disso, a forma como você vive e trabalha quando não tem pandemia é uma, quando tem pandemia, é outra. Isso é, a inteligência artificial é um tipo de pandemia", concluiu.

Cases

Panvel e Activas apontam caminhos para a eficiência logística

Uso da tecnologia nos processos gera melhores resultados

Juliano Tatsch

juliano@jornaldocomercio.com.br

Uma das áreas que exige maior atenção e investimento por parte das empresas atacadistas é a logística. Em um país com território continental, que utiliza principalmente o transporte rodoviário para o carregamento de cargas e que possui inúmeros gargalos logísticos, inovar nos processos é fundamental e um dos principais caminhos apontados pelos representantes do Grupo Panvel e do Grupo Activas, que apresentaram os cases de como suas empresas atuam para tornar essa área o mais eficiente possível.

O painel "Eficiência Logística e Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos", teve início com a apresentação do diretor de Logística do Grupo Panvel, Edson Reus, que falou sobre como a empresa busca otimizar seus processos logísticos a fim de obter maior agilidade e eficiência. "A Panvel iniciou suas atividades em 1967 e o desafio de inovação sempre esteve presente na rotina da empresa. Temos mais de 26 milhões de clientes nos três estados do Sul e estamos agora fazendo uma experiência de atuação em São Paulo também. A Panvel é uma rede que quer fazer parte da rotina das pessoas", aponta.

Reus destaca a importância da digitalização da empresa em suas mais de 650 lojas. "O cliente busca diferentes canais de distribuição. Temos o aplicativo, a venda pelo site, temos a venda pelo WhatsApp, que é extremamente interativo", diz.

Um dos focos da companhia é impulsionar a rapidez nas entregas. Para isso, conta com nove mini centros de distribuição (CD) que apoiam as entregas, possibilitando que os clientes tenham o produto nas mãos no menor tempo possível. "Temos também mais de 258 lojas delivery e a entrega mais rápida do segmento hoje", celebra o diretor.

Para dar conta de toda a demanda diária, a Panvel possui dois grandes centros de distribuição localizados nas cidades de Eldorado do Sul, na Região Metropolitana de Porto Alegre, com 30 mil metros quadrados de área, e outro em São José dos Pinhais, no Paraná, com 16 mil metros quadrados.

Somente na área de logística, a Panvel conta com mais de 800 colaboradores. Toda essa estrutura resulta em uma capacidade de entregas que, conforme Reus, beira a perfeição. "Tudo o que tiramos dos nossos CDs são entregues em até 98% das vezes no prazo certo e na quantidade certa", afirma.

Para manter esse padrão de qualidade, a companhia investe em tecnologia, o que possibilita, por exemplo, que os indicadores de produtividade possam ser monitorados em tempo real. "Temos uma logística muito forte e robusta. Linkamos, por exemplo, a produtividade ao celular dos líderes de setor, e isso nos deu um ganho muito grande, pois lutamos diariamente contra o tempo."

Atenta à principal novidade quando do assunto é inovação, a Panvel também conta com a sua própria Inteligência Artificial (IA): a Sofia (Serviço de Orientação Farmacêutica com Inteligência Artificial).

"A Sofia está no dia a dia das lojas da Panvel. Ela está no WhatsApp, e o cliente pode usá-la para interpretar a letra dos médicos. Ela faz isso e já leva o cliente para a página do produto no nosso site. Já na logística, nós colocamos nos CDs e em áreas de convivência totens que os colaboradores podem acionar para tirar dúvidas", diz o executivo, que reforça que esse é o começo do uso da tecnologia. "Isso é apenas um grão de areia do que a IA pode nos proporcionar. Queremos que a Sofia aprenda como funciona o nosso pedido para as lojas e assim, ela pode otimizar o deslocamento do separador, que toma de 70% a 80% do tempo de trabalho."

Para Reus, a IA não será uma realidade, pois já é uma realidade. "Sabemos que vai mudar e nos aventuramos nessas mudanças", conclui.



Edson Reus, do Grupo Panvel, salienta o impacto que a IA traz e irá trazer para os processos

A importância de investir em frota própria

Em sua apresentação, a head de Marketing Estratégico, Supply Chain e ESG no grupo Activas Brasil, Fernanda Boldo, destacou o ramo de atuação da empresa, que é uma das maiores distribuidoras de resinas termoplásticas do País. "Compramos, armazenamos e distribuimos os produtos", resume.

Atendendo mais de 2 mil clientes B2B – empresas que posteriormente irão vender os produtos para o consumidor final –, a empresa conta com 11 unidades no Brasil e uma frota própria de 11 caminhões, somando 150 colaboradores na companhia.

Um dos desafios apontados por Fernanda está em agregar valor

diferenciado ao produto distribuído pela empresa. "As grandes empresas produzem o material que nós vamos vender, que é muito semelhante ao que o nosso concorrente vende. Então, como agregar um valor diferenciado? Isso que nos move", afirma.

A gestora destaca a importância de estar onde o cliente está, reduzindo as distâncias e agilizando, assim, o atendimento. "Acreditamos no processo de logística própria. Sempre tivemos frota para atender aos nossos clientes, toda a nossa frota é inventariada e compensamos a emissão de gases de efeito estufa", diz.

Conforme Fernanda, mais de 80% das entregas da Activas

ocorre com frota própria. "Para que investir nisso? É totalmente diferente realizar uma entrega da sua empresa feita pelos seus motoristas. Eles conhecem a cultura da empresa, temos motoristas com mais de 20 anos de casa. Além disso, nossa frota está o tempo todo monitorada, com foco na eficiência, na segurança e no controle de dados", salienta.

Fernanda Boldo reforça que o foco no cliente é fundamental, assim como a adoção da tecnologia, o que permite que as decisões sejam baseadas em dados. "Temos a gestão como propósito e a logística como um diferencial. Isso faz com que possamos encontrar caminhos mais eficientes."



Fernanda Boldo, da Activas, apontou durante o evento a importância de se estar onde o cliente está

TÂNIA MEINERZ/JC

TÂNIA MEINERZ/JC

Reforma Tributária

Brasil está retrocedendo em matéria tributária, diz ex-chefe da Receita

Everardo Maciel criticou projeto de isenção do Imposto de Renda

Caren Mello

caren.mello@jcrs.com.br

O projeto de lei que prevê isentar o Imposto de Renda para brasileiros que ganham até R\$ 5 mil foi analisado pelo ex-chefe da Receita Federal, Everardo Maciel, durante o 1º Fórum Atacadista. O economista fez parte do segundo painel do evento que reuniu centenas de empresários no encontro promovido pelo Sindiatacadistas-RS.

Maciel, que esteve à frente da Receita entre os anos de 1995 e 2002, classificou como "eleitoreira" a medida que tramita no Congresso Nacional. O Brasil, que havia se tornado uma referência para o mundo em matéria tributária, está se perdendo, lembrou. "Tudo está sendo destruído de maneira

meticulosa. Estamos dando passos para trás", alertou.

O palestrante, que hoje se dedica à Consultoria Tributária, lembrou que, entre os anos de 1996 e 2002, a declaração de Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, teve um crescimento real. Com as alterações, o sistema dará margem para sonegação. "O imposto é guiado pelo princípio da Capacidade Contributiva, com uma graduação de progressividade. Em princípio, todos deveriam pagar impostos. Em 1994, a isenção era de R\$ 524,00, hoje, de R\$ 3.036,00. A atualização daqueles valores, seria R\$ 3.801,00. Se tomarmos o índice do limite de isenção daquele ano e corrigir pelo IPCA, até a data da remessa do projeto, teríamos R\$ 3.801,00. Ora, a variação do IPCA previsto para 2026, não vai chegar a R\$ 5 mil, nem por esse critério. O que significa dizer: é um aumento real do limite de remuneração", explicou. Além disso, se for considerado que a renda mé-



Um dos painelistas do evento, na sede da Fecomércio, Maciel prevê uma crise fiscal no País

dia do brasileiro é de R\$ 2.069,00, os R\$ 5 mil seriam quase o dobro. O Brasil passará a ter um dos maiores limites de isenção, segundo ele. "É a maior isenção de que qualquer país do continente americano e maior do que qualquer país da Europa, com exceção dos escandinavos."

A elevação da isenção do IRPF significa isentar 65% dos atuais contribuintes. Para Maciel, não se trata de uma virtude. O ideal seria aumentar a renda. Da mesma forma, ele citou o equívoco do aumento da carga para quem ganha acima de R\$ 50 mil, valor criado de forma arbitrária, sem explicação convincente.

Com a criação da alíquota efetiva, que será sempre menor que uma alíquota nominal e com apuração complexa, a novidade pode determinar contradições que, provavelmente, terminarão em discussão nos tribunais. Como exemplo, lembrou que, uma pessoa portadora de moléstia grave (isenta de imposto) que recebe R\$ 50 mil, não vai pagar imposto, mas vai cair no IRPF Mínimo, outra novidade contraditória do projeto.

"Esse projeto não tem precedente jurisprudencial. Induz a erros e a sonegação, mas não há possibilidade de derrubá-lo", suscitou. Segundo Maciel no Brasil, qualquer

proposição que pareça benefício, passa a ser imbatível. Para ele, tem havido um processo de degradação no sistema tributário. "Nos últimos anos em lugar de buscarmos equilíbrio fiscal, com a diminuição de gastos ou revisão dos chamados benefícios fiscais (que não são eficientes), as iniciativas são no sentido de aumentar a carga tributária. Benefício fiscal que não se revela eficaz tem que ser revogado. Há que separar aquilo que é útil para a sociedade daquilo que não é. Vejo que todas as iniciativas tomadas são no sentido de aumentar a carga tributária. Temos uma crise fiscal contratada."

Para tributarista, reforma não vai terminar com litígios

Dividindo o segundo painel com o ex-chefe da Receita Federal, o advogado Rafael Pandolfo discorreu sobre a "Reforma tributária do consumo: o que não foi dito". O tributarista demonstrou preocupação com o modo com que a reforma está sendo conduzida. "O

problema é a grande insegurança jurídica. A incerteza faz com que os agentes não entrem no jogo. É preciso transparência", destacou.

O advogado, que é representante do Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças no RS (Ibef-RS), lembrou que o País está a poucos

meses da maior alteração do sistema tributário. Entretanto, ainda não há um comitê gestor instituído, nem um regulamento no qual os contadores possam planejar as alterações. "Nós temos uma constituição escrita e estamos assistindo uma constituição aplicada, diferente-

mente, pelos ministros do Supremo Tribunal Federal. O sistema tributário é a mesma coisa. Temos que entender o paradoxo brasileiro que é o fato de ser um País que arrecada pouco em termos absolutos, mas tributa muito", disse, fazendo um comparativo com os EUA.

O tributarista lembrou que nos EUA existem 340 milhões de pessoas, e, no Brasil, 202 milhões. A arrecadação para o fisco norte-americano é 10 vezes maior, com uma população 60% maior. Porém, a carga tributária lá é mais baixa. "Os governos tentam vender a ilusão de que, aumentando a tributação, aumenta a arrecadação. É o que eu chamo de arrecadação inorgânica. É falso", sublinhou. O advogado lembrou ainda que há quem diga que entender a Reforma Tributária significa terminar com litígios. "É o contrário! O litígio só vai terminar quando a arrecadação for suficiente para as necessidades", sustentou o tributarista.

Para o especialista, as disputas judiciais só irão terminar quando a

arrecadação for minimamente eficaz, o que só acontecerá quando a economia crescer. Os contenciosos entre contribuintes e fisco não vão terminar, segundo ele, uma vez que, sempre que é publicada a lei, ela é aplicada e interpretada.

O ideal seria um projeto estável de crescimento econômico aumentando a base de arrecadação. "A partir dessa perspectiva, quando temos uma arrecadação insuficiente, as zonas cinzentas são disputadas com voracidade, porque para o Fisco, qualquer ampliação da lei gera a arrecadação. Entender que uma reforma tributária vai terminar com o litígio é não conhecer os dados econômicos", alertou.

O painel teve a intermediação da advogada Tatiane Corrêa, do núcleo jurídico da Fecomércio. Tatiane elogiou o encontro com grandes nomes do Direito Tributário, em meio a muitos complicadores que chegam com a reforma. "As palestras vão ser úteis para vários projetos do governo federal", lembrou.



Advogado tributarista Rafael Pandolfo é representante do Ibef no Rio Grande do Sul

Inovação

IA vai transformar processos do atacado

Especialista citou as possibilidades que surgem com a inovação na rotina

Caren Mello

caren.mello@jcrs.com.br

As oportunidades para o setor atacadista com o uso das tecnologias e da Inteligência Artificial (IA) foram listadas pela engenheira Martha Gabriel, durante painel no 1º Fórum Atacadista. Professora de Inteligência Artificial da PUC-SP, Insper e Fundação Dom Cabral, Martha, autora de best-sellers sobre gestão na era digital, ela fez o fechamento do evento promovido pelo Sindiatacadista na sede da Fecomércio.

Falando sobre o tema "Competitividade no Mercado Digital: como a digitalização, automação, e-commerce, IA e o uso estratégico de dados estão transformando o setor atacadista", Martha reforçou a importância de as empresas abraçarem as oportunidades disponibilizadas pelas tecnologias. "O empresário deve estar no presente resolvendo pendências e prevenindo as tendências do futuro. Com a tecnologia, os processos serão acelerados e impactados os lucros de quem souber implementá-la", exemplificou. Citando o austríaco Peter Drucker, a especialista alertou para o fato de que "o maior perigo em tempos de turbulência não é a própria turbulência, mas agir com a lógica do passado".

Tendo participado de 10 TEDx, a palestrante lembrou que neste cenário de ritmo acelerado de transformações, a primeira habilidade é conhecer as regras de cada

novo jogo que se apresenta. "Se não entender, se não enxergar as oportunidades e as ameaças, não vai avançar", alertou.

A palestrante lembrou que hoje há oito tipos de tecnologias juntas, e uma alavancando a outra. "Se nos negócios até agora só replicávamos o que deu certo, esse não é mais o melhor caminho. Tudo está tão rápido que startups estão morrendo antes de ir para o mercado. Precisamos nos antecipar", avisou.

O primeiro passo para entender o que está acontecendo em termos de mudanças no mundo é perceber como os modelos de negócios serão impactados. "Se não entendermos, não enxergaremos nem as oportunidades, nem as ameaças", disse, ao lembrar que passamos 99,88% da nossa evolução em um mundo lento, desde a caça e coleta, passando pela agricultura até a era industrial. O ritmo era de décadas para um avanço, hoje os processos levam um dia.

A pandemia foi uma ferramenta de aceleração desses processos, conectando todo mundo e criando uma infraestrutura digital que não existia. Em função dessa infraestrutura, houve uma aceleração de várias tecnologias que já existiam, mas ainda não eram disseminadas.

Em 2021, lembrou Martha, o mundo começa a usar blockchain, as criptomoedas, NFT, token economy, metaverso, ondas que passaram mas ainda continuam importantes.

O mesmo aconteceu com a IA, que existia há muito tempo, mas, em 2022, passa a ter uma interface chat, dando acesso a qualquer pessoa.

"Existiram muitas startups que



Martha Gabriel reforçou a importância de as empresas abraçarem as oportunidades da tecnologia

nasceram nessa era da IA, há 2 ou 3 anos, mas morreram antes de ir para o mercado porque a IA já estava fazendo o que elas queriam fazer. Isso comprova que, para um negócio dar certo, a gente tem que aprender a antecipar, não pode só mais reagir. Isso aconteceu no bug do milênio. Quem não se preparou? Eu pergunto: quanto do seu budget para o próximo período está sendo locado em coisas que já existem, e quanto em oportunidades", incitou.

Para saber o que pode surgir como tendência, a especialista citou a heurística, usada por todos os institutos de futurologia. Dentro da metodologia, o Cone de Futuros, criado por Joseph Voros, é uma ferramenta de planejamento estratégico que ajuda a visualizar e criar cenários futuros. Com o avanço do uso da IA, por exemplo, a Albânia já começa a projetar a substituição de um governo tradicional por um governo por IA, de forma a combater a corrupção. "Buscamos sinais de mudança no presente e, quanto mais o mundo for acelerado, mais é aberto esse cone de Voros", explicou.

Digitalização, armazéns e preços inteligentes vão acelerar negócios

Referência em inovação, Martha citou pontos a serem afetados pela IA nos negócios. Armazéns inteligentes permitirão estoques just in time, rastreabilidade precisa e sustentabilidade, em função da economia. Deu, como exemplo, o Empire State Building, em NY, que foi reconfigurado para se tornar smart, o que provocou uma economia de US\$ 1 milhão por ano só em energia. Já a possibilidade de preço inteligente permite comparativos entre fornecedores, o que ajudará na competitividade. Além disso, a chamada IA Preditiva prevê problemas de produção.

Outro uso da tecnologia está na rastreabilidade, que pode integrar e monitorar toda a cadeia produtiva, evitando retrabalho ou erros. "O atacadista poderá criar seu armazém físico no mundo digital, monitorar lá o negócio, fazer simulações e experiências, e trazer os dados para o mundo

físico, tudo mais ágil e com menos erros."

Martha citou a IA para o preço inteligente e controle de preço de fornecedores. A IA faz esse trabalho, aumentando a competitividade e lucro. "A IA ajusta o preço e o desconto conforme a demanda, com precisão e velocidade", diz.

A especialista também citou a digitalização dos processos, e plataformas de B2B, que trazem experiências semelhantes a B2C. "É forte a tendência do self-service e omnichannel. Os pedidos vão migrar para o online", garantiu. Para ela, a forma como as empresas se conectarão com o mercado permitirá a criação de cadeias de suplementos inteligentes.

A previsão é de uso em larga escala de Blockchain, Metaverso industrial, Digital twins e IoT (internet das coisas). Para a especialista, o blockchain será o futuro para qualquer tipo de transação.



Doutor em Comunicação, Dado Schneider fez a palestra que fechou o evento

Estar atento às mudanças é crucial, diz Dado Schneider

O encerramento das atividades do 1º Fórum Atacadista do RS ficou por conta da palestra do professor, palestrante e escritor sobre Geração Z, Dado Schneider. Doutor em Comunicação pela Pucrs, Dado ministrou a palestra "Mudanças nos Hábitos de Consumo e Impactos no Atacado". Em bate-papo com o Jornal do Comércio antes da apresentação, ele falou sobre os desafios enfrentados pelas empresas em um momento de rápida

transformação tecnológica e como cativar, atrair e manter o consumidor interessado em seus produtos.

Segundo Dado, o segredo está em permanecer o tempo inteiro atento às mudanças. "A gente que bota o dedo no pulso do mercado e passa o tempo inteiro pesquisando, não é que a gente não se surpreenda, mas não se assusta", observa. Para ele, é fundamental que se mantenha permanentemente a atenção às novidades e estar

disposto a mudar junto com elas. "Não para de se ligar no que está acontecendo, porque, assim, tu não vai te assustar com as mudanças. Tu podes até ser agente de mudanças. Mas, invariavelmente, as pessoas se assustam, porque não se prepararam. Então, a dica é: dedo no pulso do mercado que aí, pelo menos, você não vai se surpreender e nem se assustar. Vai fazer parte de uma evolução, que é a evolução humana."



Empresas receberam reconhecimento por terem sido as que mais utilizaram os cursos do Programa Qualificar no ano de 2024

Destaque

Isla Sementes, Plenobras e Braile Distribuidora foram premiadas

Foco na qualificação dos colaboradores rendeu homenagem às marcas

Juliano Tatsch

juliano@jornaldocomercio.com.br

O 1º Fórum Atacadista RS também contou com um momento de homenagem e premiação em sua programação. O Sindiatacadistas premiou as empresas que mais participaram dos cursos do Programa Qualificar em 2024.

Foram homenageadas as empresas Isla Sementes LTDA, Plenobras Distribuidora Elétrica e Hidráulica LTDA e a Distribuidora de Papéis Braille LTDA.

Fundada em 1993, em Porto Alegre, a Plenobras possui em

seu cardápio de produtos mais de 50 mil itens, entre materiais elétricos, hidráulicos, de combate a incêndio, de telefonia, ferramentas, automação e segurança.

Atualmente, após a ampliação da sede realizada em 2014, a empresa conta com o maior complexo de materiais elétricos e hidráulicos do Brasil. Em área, o complexo ocupa um espaço de 25 mil metros quadrados.

“É uma felicidade ser reconhecido com um prêmio que diz respeito à qualificação das pessoas, o que, para nós, é primordial dentro da empresa. A Plenobras é muito ativa junto ao Sindiatacadistas, a nossa diretoria é presente e participa ativamente das ações. Temos uma área de RH muito atuante na questão de qualificação e crescimento da equipe. Os cursos do Programa

Qualificar são muito interessantes porque são ministrados por profissionais competentes com conteúdos muito ricos, trazem assuntos realmente relevantes que ajudam no dia a dia das pessoas que trabalham”, afirmou a gerente de RH da empresa, Geórgia Ranzolin.

Outra companhia homenageada foi a Isla Sementes. Com uma história de 70 anos completados em 2025, a empresa foi a primeira importadora de sementes do Brasil. Além do pioneirismo do início, a Isla foi pioneira na introdução de novas tecnologias no setor, como a construção da primeira câmara desumidificadora para o armazenamento de sementes do País em 1964.

Desse início até agora, são inúmeras as inovações trazidas pela Isla no mercado brasileiro e sul-americano de sementes. A companhia conta com três unidades, sendo a matriz em Porto Alegre, onde fica a administração e o parque industrial. Já em Vião, na Unidade Itapuã, está a Estação Experimental, onde são realizados os processos de melhoramento das sementes. Em Candiota, por sua vez, estão as unidades de produção, que também estão presentes nos municípios de Jaíba e Matias Cardoso, ambos em Minas Gerais.

O diretor de Mercado da Isla, Eduardo Puricelli, salientou a importância dos debates

trazidos pelo Fórum Atacadista e como temas como a utilização da Inteligência Artificial no dia a dia podem agregar ao desenvolvimento da empresa. “A IA facilita a nossa conexão com os clientes, principalmente com o B2C, o cliente final, que compra as sementes nos supermercados, por exemplo. A IA vai facilitar isso, criando canais diretos de comunicação da Isla com esse cliente que compra a semente, mas o faz com o objetivo de vê-la germinar. Podemos ajudar nesse processo do pós-venda, auxiliando esse comprador”, observou.

Também foi premiada no evento a Distribuidora de Papéis Braille. Há mais de quatro décadas no mercado, a empresa tem entre as suas principais atividades a comercialização de artigos de informática, suprimentos, papelaria, hardware, periféricos, papéis para impressão e artigos do ramo gráfico.

A empresa conta com mais de 5 mil clientes, atendendo o mercado a partir de sua sede no bairro Farrapos, em Porto Alegre. “Agregamos esse elemento na cultura da empresa, que é de desenvolver pessoas. Então é muito importante para nós toda essa programação de desenvolvimento e treinamento e ter o Sindiatacadista como parceiro tem sido um diferencial para nós”, ressaltou a representante da empresa Maria do Carmo Stoduto Panosso.

O que é o Programa Qualificar

O Programa Qualificar é uma iniciativa do Sindiatacadistas que propõe o desenvolvimento dos profissionais do setor atacadista. A programação traz cursos, palestras e workshops ministrados por especialistas em áreas de interesse do atacado, como vendas, logística, atendimento, liderança, fiscal, gestão, entre outros temas. O programa disponibiliza cursos abertos ao segmento atacadista, estes realizados na sede própria, e cursos pré-definidos no interior do estado do Rio Grande do Sul. Também oferece cursos in company, customizados a pedido da empresa com atendimento especializado, levando em conta as particularidades de cada realidade.

Para Angela Braille, diretora da companhia, os temas abordados no evento trouxeram insights poderosos para as empresas que acompanharam os debates e apresentações. “A Reforma Tributária, a Inteligência Artificial, enfim, todos os assuntos abordados no Fórum foram muito importantes.”



1º FÓRUM ATACADISTA RS

O 1º Fórum Atacadista RS foi um sucesso!

O **Sindiatacadistas** agradece a todos os patrocinadores, apoiadores, parceiros, fornecedores, palestrantes e participantes que tornaram esse grande encontro possível.

Juntos, fortalecemos o setor e escrevemos um marco na história do atacado gaúcho.

**Já estamos ansiosos pela próxima edição!
Nos vemos no 2º Fórum Atacadista RS.**

Realização

Sindiatacadistas RS
Sindicato do Sistema Comércio

Apoio Institucional

Fecomércio RS
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFEP

Patrocínio Diamante

 **rede pampa**

Patrocínio Prata

 **VERSOTECH**

Media Partner

Jornal do Comércio
O jornal de economia e negócios do RS

Apoio

 **Estância das Oliveiras**

 **Sicredi**

Parceria

projeto
MERCURIO

Teubrindo
Soluções personalizadas