economia

Parlamentares descartam postergar reforma tributária

Deputados federais estiveram reunidos ontem com o ministro da Fazenda

/ CONGRESSO NACIONAL

O deputado federal Joaquim Passarinho (PL-PA), presidente da Frente Parlamentar do Empreendedorismo (FPE), disse ontem que não há nenhuma conversa sobre um adiamento da reforma tributária entre o Congresso e a equipe econômica do governo. Ele falou com a imprensa na saída de uma reunião de deputados com o ministro da Fazenda, Dario Durigan.

"O presidente da Câmara e o presidente do Senado conversaram já com o ministro (Durigan). O presidente da Câmara me disse, hoje, que a ideia não é que haja adiamento", afirmou Passarinho a jornalistas. A avaliação do deputado é que a reunião foi "muito boa" e que a prioridade é implementar a reforma tributária, reiterando que a possibilidade de adiamento "não passa pela cabeça" nem dos parlamentares, nem da equipe econômica.

O deputado federal Cláudio Cajado (PP-BA), que também participou da reunião com o ministro da Fazenda, reafirmou aos jornalistas que o objetivo é seguir em frente com a reforma. "O ministro Dario Durigan foi extremamente objetivo em afirmar categoricamente que o governo vai avançar com a reforma tributária", disse.

BRUNO SPADA / CÂMARA DOS DEPUTADOS/DIVULGAÇÃO/JC



Passarinho (PL-PA) classificou reunião com Durigan como "muito boa"

Segundo Cajado, há um comprometimento por parte do presidente do Senado Federal, Davi Alcolumbre (União-AP), de votar a alíquota da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), além de uma determinação do presidente da Câmara, Hugo Motta (Republicanos-PB) de avançar na votação da Medida Provisória que define a alíquota do Imposto Seletivo assim que for designado um relator para o projeto. "Nós saímos daqui muito satisfeitos. O comprometimento e o compromisso do ministro da Fazenda e do conjunto do governo é de efetivamente iniciar a implantação da nova tributação no País a partir de janeiro de 2027", disse Cajado.

A poucos meses do início da reforma tributária entrar em vigor, vários tributaristas passaram a defender o adiamento, para 2028, do período de testes do novo regime. Entre eles, o ex-diretor da Secretaria Extraordinária da Reforma Tributária do Ministério da Fazenda, Daniel Loria, que avaliou que o ano eleitoral interferiu no cronograma de entregas do governo e ainda restam problemas operacionais que impedem as empresas de entenderem o real efeito econômico do novo regime fiscal.

O início da implementação efetiva da CBS, que substituirá os tributos federais PIS e Cofins, está previsto para 2027.

Rodovias do RS elevam em 36% o custo do transporte

/ INFRAESTRUTURA

Agnês Noll
agnes@jcrs.com.br

As rodovias do Rio Grande do Sul melhoraram em relação ao ano passado, mas ainda pesam no custo de quem transporta. Segundo a Pesquisa CNT de Rodovias 2026, divulgada pela Federação das Empresas de Transporte de Cargas e Logística no Rio Grande do Sul (Fetransul), as condições do pavimento aumentam em 36% os custos operacionais do transporte no Estado. Em 2025, o índice era de 37,2%.

Foram avaliados 8.825 quilômetros de estradas gaúchas. Na malha estadual, os trechos classificados como ruins ou péssimos caíram de 49,1% para 37%. Nas federais, a queda foi de 13% para 7,2%. No conjunto, as rodovias em condição boa ou ótima passaram de 27% para 35,4%.

"É importante destacar essa evolução. Ela é decorrente de investimentos e recuperação dessas rodovias", afirma o presidente da Fetransul, Francisco Cardoso.

O cenário muda quando os trechos regulares entram na conta. Nas estaduais, 86,1% das rodovias ainda estão em condição regular, ruim ou péssima, contra 89,9% no ano passado. Nas federais, esse percentual caiu de 63% para 52%. Com isso, a distância entre as duas malhas aumentou de 26,9 para 34,1 pontos percentuais.

"A gente sente um investimento maior do governo federal do que do estadual. E essa distância é importante, porque, para chegar às federais, a carga precisa trafegar pelas estaduais", diz Cardoso.

A pesquisa também registrou mais pontos críticos: eram 81 em 2025 e agora são 183, dos quais 142 são buracos de grande porte. Segundo o dirigente, isso significa mais gastos com pneus, manutenção e combustível, viagens mais longas e maior risco de acidentes. Como cerca de 85% das cargas do Estado circulam por caminhão, esse custo acaba chegando ao frete e ao preço final dos produtos.

A CNT estima que seriam necessários cerca de R$ 10 bilhões para recuperar o pavimento da malha avaliada. Para Cardoso, o investimento pode ser feito de forma gradual. "Destinando R$ 1 bilhão por ano, é possível fazer a recuperação e a conservação das rodovias e chegar a uma posição muito próxima à de São Paulo."



Visão de mercado

João Satt
Estrategista e CEO do G5
joaosatt@gcinco.cc

Corrente do valor

No artigo anterior, provoquei que desaprendemos a vender: muitas empresas recorrem ao preço, quando o desafio é entender o que leva alguém a concluir que está diante de um bom negócio. Qualidade não é troféu, mas pré-requisito, porque quem define valor não é quem vende, mas quem compra. Gaste sola de sapato, empurre balcão com a barriga e estique as orelhas: estratégia sem escuta vira papo furado.

O valor mora na conveniência, da tecnologia útil ao atendimento, crédito, agilidade e confiança; afinal, um diferencial que o cliente não reconhece como vantagem representa apenas custo. A Engenharia de Valor organiza essa construção em quatro momentos – HIPÓTESE, PROPOSTA, PROVA E ENTREGA –, para investigar necessidades, encontrar insights, demonstrar benefícios e cumprir o prometido.

Entretanto, o valor não navega sozinho até o consumidor: depende da CORRENTE DO VALOR, que conecta elos para transformar diferenciação em preferência e rentabilidade. Indústria, representantes, distribuidores, atacadistas, lojistas e balconistas precisam ir além de movimentar mercadorias: devem construir argumentos, demonstrar vantagens e justificar as escolhas de quem compra.

É aqui que a relação de causa e efeito ganha força: cada elo é efeito do anterior e causa do próximo, e sua entrega condiciona o desempenho do seguinte. Não adianta investir milhões em branding se quem recomenda o produto desconhece seus benefícios e só sabe oferecer descontos, pois anos de valor podem desaparecer em segundos. O valor da marca não depende só da promessa, mas da capacidade do elo mais frágil sustentá-la diante do cliente.

É preciso distinguir vender mais de vender melhor, porque descontos podem inflar faturamento enquanto corroem margem

O consumidor é apenas um dos interessados nessa corrente, cada elo tem motivação especifica: o distribuidor busca giro; o lojista, sell-out com margem; o balconista, segurança para recomendar; e o consumidor, benefícios reais. Todos precisam reconhecer vantagens na proposta, porque quem não percebe valor dificilmente consegue transmiti-lo. Gosto da máxima: "Ninguém consegue vender aquilo que não comprou"; antes de convencer alguém, é preciso estar convencido.

Não basta, portanto, treinar vendedores: é fundamental capacitar e comprometer toda a cadeia com o sucesso final, com marketing e vendas rompendo silos, compartilhando inteligência e responsabilidades. Fazer bem a própria parte é insuficiente quando o resultado depende da corrente inteira. Essa corrente não pode ser estrada de mão única: enquanto os benefícios avançam, experiências, dúvidas e expectativas precisam voltar à origem, para que o sistema escute, aprenda e evolua.

É preciso distinguir vender mais de vender melhor, porque descontos podem inflar faturamento enquanto corroem margem; sucesso é converter valor reconhecido em confiança, recorrência e rentabilidade.

De que adianta uma proposta brilhante se os elos não têm interesse, competência e compromisso para entregá-la? O valor percebido que faz o cliente voltar e recomendar, erguendo barreiras à concorrência e construindo o futuro para o negócio.

João Satt escreve neste espaço, às quartas-feiras, a cada duas semanas