

O EMPRESÁRIO

Revista da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha

Ano 23 | Nº 129 | Janeiro/Fevereiro/Março 2021 | R\$ 4,50

ACI 100 ANOS



WEBINARES

Liderança empática conecta pessoas nas empresas

DIREITO

Avanços na legislação referente à recuperação judicial

TRIBUTOS

ICMS elevado mantém custos extras de combustíveis, energia elétrica e comunicação no RS

GESTÃO CINCO GRANDES TENDÊNCIAS NO MUNDO PÓS-COVID

METODOLOGIA FINLANDESA

**FEEVALE
WAY**

PRESENCIAL
FLEX
DIGITAL

NOVO CURSO PROCESSOS DE INOVAÇÃO

INSCRIÇÕES ABERTAS

Moderno e atualizado, o curso muda a maneira como você enxerga o mundo.

Aprenda sobre criatividade, gestão, tecnologia, Data Science, design, UX e muito mais. Conheça grandes problemas do mercado de trabalho e tenha um portfólio de ações executadas.

Aqui a **ação** é o fio condutor do processo de **inovação**. Inove com a Feevale, venha fazer parte desta graduação inédita no Brasil.

feevale.br/processosdeinovacao



Inovação para
transformar o mundo.

**Marcelo Lauxen Kehl**

Presidente

INFORMAÇÕES PARA ILUMINAR O CAMINHO EM MAIS UM ANO DESAFIADOR

E 2021 chegou trazendo, como todo novo ano, a esperança da renovação. Claro que a pandemia que assolou 2020 e continua presente maximizou esta nossa necessidade por esperança.

Como não poderia deixar de ser, tratamos nesta edição do assunto Covid, falando sobre o que virá depois dela em diversos aspectos de nossa vida, a questão das vacinas e tudo o mais.

O assunto projeções para a economia em 2021, com as visões de especialistas que palestraram em nossos eventos ainda ao final de 2020, para ajudar a iluminar o caminho em mais um ano desafiador, também não poderia faltar. Assim como a educação, com a visão sobre as novas competências que serão exigidas dos profissionais no futuro próximo, com o reitor da Feevale, Cleber Prodanov, e a vice-diretora da Escola Profissional Unipacs, Cristina Borges Nazário.

O pacote relativo ao ICMS, aprovado no apagar das luzes de 2020, ganha o espaço que merece, ressaltando o repúdio que sempre tivemos a impostos elevados. Imaginávamos que desta vez iria-se atacar a raiz do problema, mas o que aconteceu foi mais do mesmo. Menos mal que, devido às pressões, houve uma pequena redução da alíquota em relação à proposta inicial do governo.

Tivemos, em novembro, a volta das feiras presenciais, após mais de meio ano no modelo apenas remoto, com a Zero Grau, em Gramado, e a matéria que trazemos fala de tudo o que cercou este retorno, dos bons resultados obtidos e da segurança sanitária alcançada.

A nova lei de falências, publicada recentemente, e a gestão de marcas, apresentada em um de nossos webinars em janeiro, aparecem aqui pela relevância que tais assuntos representam para nossos associados. Já a cultura ganha espaço no texto sobre a volta do Teatro Feevale à gestão da própria universidade e os impactos que isto trará para a cena cultural do Estado.

A inovação e a gestão competentes são características abundantes em nosso quadro de associados, sendo abordadas em casos exemplares em duas matérias, que demonstram muito bem a expertise empresarial da região e, mais especificamente, dos sócios da nossa ACI.

Completando, trazemos as diversas atividades da entidade no final do ano passado e começo deste ano: webinars, pratos principais, cursos, ações, projetos e reuniões dos comitês internos da casa.

Ou seja, assuntos legais e importantes não faltam. Um bom proveito em sua leitura!

***“INOVAÇÃO E GESTÃO
COMPETENTE SÃO
CARACTERÍSTICAS
ABUNDANTES EM NOSSO
QUADRO DE ASSOCIADOS.”***

EDITORIAL Marcelo Lauxen Kehl - Informações para iluminar o caminho em mais um ano desafiador	03
TURISMO Retomada das atividades do setor já está acontecendo	05
MATÉRIA DE CAPA Cinco grandes tendências em gestão no mundo pós-Covid	06
ECONOMIA Palestrantes de eventos da ACI fazem projeções positivas para a economia em 2021	10
IMPOSTOS ICMS elevado mantém custos extras de combustíveis, energia elétrica e comunicação no RS	12
EDUCAÇÃO As novas competências dos profissionais para os próximos anos e o papel da Feevale nesse contexto	14
WEBINARES Liderança empática conecta pessoas nas empresas	15
NOTÍCIAS ACI participa do Seminário de Competitividade do Lide RS	18
RESPONSABILIDADE SOCIAL Fundação Semear é referência em ações transformadoras	19
COMITÊS Sistema de informações 3C completa 50 anos de criação em 2021	20
MARKETING Felipe Schmitt-Fleischer - Qual marca seu negócio quer deixar no mundo?	22
DIREITO Marcelo Baum - Avanços na legislação referente à recuperação judicial	23
ENSINO PROFISSIONAL Cristina Borges Nazário - Escola Profissional Unipacs em transformação	24
FEIRAS Segurança e negócios marcaram a Zero Grau 2020 e o Estação Moda RS	25
CULTURA Teatro Feevale em nova fase - Da comunidade e para a comunidade	26
INOVAÇÃO Cases de sucesso das empresas Server Informática, Wirklich e StartSe-W/África	28
MAPA DA MINA Pollibox - A coragem de quebrar paradigmas para conquistar mercados	31
CAPACITAÇÃO Cursos programados para março, abril e maio	34
INSTITUIÇÕES DE ENSINO Cursos, mestrados, doutorados e serviços com descontos para associados	35
SÓCIOS Conheça os novos integrantes do quadro social da ACI	36
ANIVERSARIANTES Entidade presta homenagem a empresas associadas	37
PARCERIAS Empresas apoiadoras de projetos da ACI e anunciantes desta edição	38



Publicação da Associação
Comercial, Industrial e de
Serviços de Novo Hamburgo,
Campo Bom e Estância Velha
(ACI-NH/CB/EV)

NOVO HAMBURGO: Rua Joaquim Pedro Soares, 540
Centro - CEP 93510-320 - RS

Fone: (51) 2108.2108

acinh@acinh.com.br - www.acinh.com.br

CAMPO BOM: Av. Carlos Strassburger Filho, 5796

Complexo Empresarial HUB 5796

Industrial Norte - CEP 93700-000

Fone: (51) 99196-6767

campobom@acinh.com.br

ESTÂNCIA VELHA: Av. Presidente Lucena, 4266 - sala 2

Bairro das Rosas, no Centro Empresarial do Vale - RS

Fone: (51) 2108.2108

estanciavelha@acinh.com.br

PRESIDENTE: Marcelo Lauxen Kehl

VICE-PRESIDENTES: Adriano Kalfelz Martins (Jurídico),

André Luís Momberger (Economia),

Daniel Antonio de Campos (Serviços), Dênis Furlan

(Comércio), Diogo Leuck (Governança e Qualidade),

Frederico Fleck Wirth (Indústria), Gladis Ester Killing

(Infraestrutura), Leandro Kolling (Regional Estância Velha),

Mayara Roldo (Jovens Empreendedores), Robinson Oscar

Klein (Inovação e Tecnologia) e Rogério Schmökel

(Regional Campo Bom)

DIRETOR: Marco Aurélio Kirsch

ASSESSORA-EXECUTIVA: Elen Marques Nunes

GERENTE ADMINISTRATIVA-FINANCEIRA:

Karollin Ferrareze

GERENTE COMERCIAL: Maria Lúcia Chaves de Almeida

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: GBM Comunicação

FUNDAÇÕES

Fundação Semear

www.fundacaoosemear.org.br

semear@fundacaoosemear.org.br

PRESIDENTE: Edgar Luiz Fedrizzi Fº

GESTORA SOCIAL: Helena Ieggli Thomé

Fundamental

(Fundação Desenvolvimento Ambiental)

www.fundamental.org.br

fundamental@acinh.com.br

PRESIDENTE: Mário Alberto Marchini

COORDENADORA-EXECUTIVA: Bruna Kayser da Silva

JORNALISTA RESPONSÁVEL E EDIÇÃO:

Milton Grabin

imprensa@acinh.com.br

PROJETO GRÁFICO: Toth Design

DIAGRAMAÇÃO: Meta Comunicação

COMITÊ EDITORIAL: Milton Grabin, Mauro Moraes, Carla

Simone Gräf, Elen Marques Nunes, Fernanda Faleiro,

Karollin K. Ferrareze, Marco Aurélio Kirsch, Maria Lúcia

Chaves de Almeida, Natashe Bolzan e Ruschelly Kunrath

CONTATO COMERCIAL: (51) 2108.2108

TIRAGEM: 1,4 mil exemplares

IMPRESSÃO: Trimestral

É permitida a reprodução de matérias sem prévia autorização, desde que citada a fonte. As opiniões expressas nesta publicação não refletem, necessariamente, a opinião da ACI, sendo de inteira responsabilidade dos entrevistados e articulistas.



UTILIZE O QR CODE
E FAÇA O DOWNLOAD
DAS PUBLICAÇÕES
DA ACI PARA SEU
SMARTPHONE OU TABLET

Retomada das atividades já começou

A retomada das atividades do setor de turismo já está acontecendo. A boa notícia foi dada por Alexandre Gehlen, diretor-geral da rede Intercity Hotéis, durante o Prato Principal realizado pela ACI em 28 de janeiro, na Sociedade Ginástica Novo Hamburgo, com o patrocínio de Sicredi Pioneira RS e o apoio máster de Universidade Feevale. Após 11 meses em formato exclusivamente on-line, o evento foi híbrido, seguiu rígidos protocolos de segurança e teve a participação de 70 pessoas, além de dezenas de outras que o acompanharam à distância. A volta ao modo presencial foi saudada pelo presidente da ACI, Marcelo Lauxen Kehl, que a classificou como 'um momento quase histórico'.

Conforme Gehlen, a volta do crescimento do setor hoteleiro, responsável por 8% do PIB brasileiro, se dará em 'ondas', como ele denomina os movimentos que vão aumentar gradativamente a ocupação de hotéis em todo o país.

A primeira, que já se iniciou, compreende o aumento do número de pessoas que visitam destinos turísticos como Gramado/RS e Florianópolis/SC. "É o chamado roteiro de alto luxo. São os dez milhões de brasileiros de alta renda que não podem viajar ao exterior, em função da pandemia, e estão indo a lazer a estas e outras cidades brasileiras desde o final do ano passado", disse.

A segunda 'onda' relaciona-se ao segmento corporativo e de negócios, cujo fluxo de pessoas aumentará mais lentamente. A estimativa de entidades do setor hoteleiro é de que, nos próximos meses, as viagens a trabalho para capitais como São Paulo possam chegar a 30% do que eram em outros anos, com exceção de 2020. As plataformas de videoconferência devem continuar sendo utilizadas pelas empresas e reduzir significativamente os deslocamentos



Alexandre Gehlen disse que a retomada do setor será em 'ondas' e com novas tecnologias nos hotéis

de profissionais pelo país.

A terceira 'onda', no setor de eventos e convenções, deve demorar mais para ocorrer, mas tem grande potencial por envolver um grande número de pessoas que vai se deslocar para participar de atividades pessoais e profissionais. O avanço da vacinação é essencial para a retomada dessas atividades presenciais, prevista para ocorrer ao longo do segundo semestre.

Impactos da pandemia

Criada em 1999, a rede Intercity Hotéis pertence ao Grupo ICH Administração de Hotéis e possui atualmente 41 unidades hoteleiras com perfil urbano e corporativo, localizadas do Rio Grande do Sul ao Amazonas. Juntas, elas têm 5,5 mil quartos, 4 milhões de clientes cadastrados e 4 mil investidores, cujos valores investidos variam de R\$ 200 mil a R\$ 100 milhões.

Em 2020, após uma reformulação do modelo de negócios, a empresa preparava-se para um período de grande crescimento, mas a pandemia reduziu as atividades em 90% entre março e abril, levou ao fechamento de unidades e causou a demissão de centenas de funcionários. Em alguns hotéis, a ocupação caiu de 70% para 10% em poucos dias. "Nossa receita, que havia sido de R\$ 349 milhões em 2019, caiu para R\$ 162 milhões em 2020. E o número

de funcionários foi reduzido de 1747 para 940 no período", revelou Gehlen.

Para retomar o seu crescimento, a empresa – com sede em Porto Alegre – vem desenvolvendo diversas ações de marketing. No final de 2020, lançou o Manifesto Fique em Casa, para alertar os clientes da importância do distanciamento social. Depois, criou a campanha Welcome Back, em que mostrava aos clientes que estava voltando a operar para que eles pudessem voltar a utilizar os hotéis no seu tempo. "Tivemos 2,5 milhões de visualizações e marcamos a nossa volta", disse.

A rede também contratou a jornalista gaúcha Fernanda Pandolfi para apresentar os protocolos de segurança adotados em seus hotéis e desenvolveu uma campanha denominada Summer Seasons, para atrair hóspedes de norte a sul. Este ano, lançou o aplicativo Orange, que permite fazer reservas, check-in e pagamento com cartão de crédito sem qualquer tipo de contato. "É necessário apenas pegar e devolver a chave na recepção. Tudo mais é feito com comodidade e total segurança", destacou.

A pandemia também provocou mudanças no motivo, no período e na forma de pagamento das hospedagens. Em 2020, 30% das hospedagens eram relacionadas ao lazer, percentual que aumentou para 46% este ano. Já o tempo médio de permanência caiu de 2,14 para 1,7 dia este ano e os pagamentos com cartão de crédito já totalizam 63%, ante 56% de 2020.

Outra mudança diz respeito à relação com as agências de viagens. A tendência é que, diferentemente do que ocorre hoje, os pagamentos aos hotéis sejam cada vez mais feitos diretamente pelas empresas e o modelo de locação lançado pelo Airbnb seja adotado por redes hoteleiras, como a própria Intercity. "A tecnologia estará cada vez mais presente para agilizar as operações e proporcionar segurança aos hóspedes", declarou.

AS MELHORES SOLUÇÕES EM

CÂMBIO

☎ 51 3303.3422 📞 51 9 9698.3422

- Negociação direta;
- Flexibilidade de taxas;
- APP Executive Câmbio;
- Transferências internacionais;
- Exportação/Importação com operações até 300 mil dólares sem necessidade de banco.



executivecambio.com.br

EXECUTIVE
CORRETORA DE CÂMBIO

Cinco grandes tendências em gestão no mundo pós-Covid



Home office: modalidade vai crescer ainda mais, conforme especialistas

A pandemia de Coronavírus funcionou como um verdadeiro acelerador de futuros. Com a chegada da tão esperada vacina, é cada vez mais nítido o cenário no qual o vírus já não será protagonista e a economia retomará o crescimento. Ainda que tenhamos que manter os cuidados e protocolos sanitários para evitar mais perdas por algum tempo, já se vislumbra o fim da maior crise de saúde – e também econômica – da história recente da humanidade. No meio empresarial, a pandemia também deixará impactos definitivos. Pesquisamos e elencamos as cinco principais tendências para a gestão no mundo pós-Covid-19.

01. EMPRESAS COM PROPÓSITO TERÃO MAIS APELO

A crise financeira decorrente da pandemia por si só será um motivo para que as pessoas economizem mais e revejam seus hábitos de consumo. Conforme o Copenhagen Institute for Futures Studies, a ideia de “menos é mais” vai guiar os consumidores daqui para frente.

As pessoas devem rever sua relação com o consumo, reforçando um movimento que já vinha acontecendo. “Consumir por consumir saiu de ‘moda’”, escreve, no site O Futuro das Coisas, Sabina Deweik, mestre em comunicação semiótica pela PUC-SP e pesquisadora de comportamento e tendências.

Diante deste contexto, as empresas que tiverem um propósito claro terão vantagem competitiva. E este propósito não se limita ao produto e/ou serviço que produzem ou oferecem. Trata-se, na verdade, do impacto que a empresa ou marca terá na sociedade, passando pela questão ambiental e chegando aos aspectos social ou cultural. E essa percepção será mais intensa nas novas gerações.

Hoje, faz-se necessário pensar no valor concedido às pessoas, no impacto ambiental, na geração de um impacto positivo na sociedade ou no engajamento com uma causa.

02. RECONFIGURAÇÃO DOS ESPAÇOS DOS NEGÓCIOS

Segundo relatório da WGSN, um dos maiores birôs de pesquisas de tendências do mundo, a pandemia vai acentuar o temor e o receio nas pessoas e estimular novos hábitos. Assim,

os cuidados com a saúde e o bem-estar, que estarão em alta, devem se estender aos locais de trabalho, especialmente os fechados, pois o receio de locais com aglomeração deve permanecer por ainda muito tempo.

Eis um ponto de atenção para bares, restaurantes, cafeterias, academias e coworkings, que devem redesenhar seus espaços para reduzir a aglomeração e facilitar o acesso a produtos de higiene, como álcool em gel. Neste contexto, crescerá o segmento de delivery, independentemente do segmento da empresa. Bares e restaurantes talvez sejam os mais afetados, mas também a indústria, o comércio em geral e o setor de serviços terão de rever seus espaços físicos, priorizando o bem-estar de quem por eles circula.

03. NOVOS FORMATOS DE TRABALHO

O home office já era uma realidade para muita gente, de freelancers e profissionais liberais a funcionários de companhias que já adotavam o modelo. Mas essa modalidade vai crescer ainda mais. Com a pandemia, mais empresas — de diferentes portes — passaram a se organizar para trabalhar com esse modelo. Além disso, o trabalho remoto evita a necessidade de estar em espaços com grande aglomeração, como ônibus e metrô, especialmente em horários de pico.

Essa já era uma tendência, e morar no centro de megalópoles se tornou um objeto de desejo para muitas pessoas justamente por conta disso, entre outros motivos. Mas, com o receio de novas ondas de contágio, morar perto do

trabalho, a ponto de ir a pé e não usar transporte público, deve se tornar um ativo ainda mais valorizado.

Uma coisa é certa: a realização do home office foi o que permitiu que as organizações mantivessem suas rotinas de trabalho, mesmo que de uma forma totalmente diferente. Algumas empresas já tinham implementado essa prática em suas rotinas, enquanto outras não suportavam sequer pensar na ideia.

04. APROPRIAÇÃO DIGITAL + SHOPSTREAMING

Segundo uma pesquisa da Consultoria Kantar, cada vez mais as pessoas estão buscando soluções digitais. E boa parte deste contingente é composta por idosos, que pouco tiveram ou não tiveram contato com estas tecnologias até pouco tempo.

passando a ser uma opção também para lojas que até então se valiam apenas do local físico. Pois pense na junção das coisas: o shopstreaming é isso. Uma versão Instagram do antigo ShopTime. Se sua empresa não tem profissionais aptos a entrar nesta onda digital e também não conta com projetos para atuar em plataformas digitais, melhor repensar seu planejamento.

05. MUDANÇAS NA LOGÍSTICA

Com o bloqueio das fronteiras, a questão de transporte impactou dramaticamente a logística global durante a crise e mostrou quão frágil era o sistema. O padrão de várias décadas de terceirização global da cadeia de suprimentos de diversas empresas ocidentais, de fabricar seus insumos e peças originais na Ásia, por razões de bara-

de importação de componentes ou de produtos completos da Ásia, acabou perdendo a concorrência internacional para suprir a quantidade que precisava. Esse é um alerta para quem depende de fornecedores muito distantes. Priorize o local e corra menos riscos.

Valorização do que realmente importa (uma tendência que vai além do universo empresarial)

Além de pesquisar e compilar as principais tendências para o mundo dos negócios no pós-Covid-19, também destacamos uma tendência especialmente valiosa nestes novos tempos. E ela vai muito além da gestão empresarial: ela trata das relações humanas e da busca de uma vida mais feliz e plena.

A Covid-19 provocou uma ruptura forçada na humanidade e não nos deu opção. Impôs uma "pausa" no planeta inteiro e fez todos os seres humanos pensarem somente em uma coisa: sua sobrevivência. Revelou nossa fragilidade. Assim, ela forçou profunda reflexão em CEOs, trabalhadores, cidadãos e políticos. Sobre nosso modo de viver, trabalhar, produzir e consumir.

Segundo a pesquisa da McKinsey, "mudanças profundas em valores e mentalidades estão definindo novos comportamentos", entre eles: (re)conexões afetivas, consciência ao consumir e planeta e sociedade em primeiro lugar.

Como propaga o Fórum Econômico Mundial (WEF), a visão de um mundo sustentável, onde, além do lucro, as empresas busquem o bem-estar social e a preservação do planeta. Ou seja, a visão socioeconômica repensa o modelo e propõe um modelo de economia circular, baseada em propósito e consciente, na qual o planeta é o centro.

Ao mesmo tempo, as perdas de pessoas queridas e a distância física por meses de quem se ama fazem com que muitos revisem suas prioridades. Diante deste quadro, a tendência é a de valorização da família, dos amigos e das pessoas queridas. Por isso mesmo, setores econômicos que se conectarem a esta realidade terão um futuro promissor.



Tendência aponta para valorização ainda maior de amigos, familiares e pessoas queridas

Essa apropriação do on-line é muito positiva, especialmente em um mundo que caminha para uma agilidade e competitividade crescentes. Entre as práticas com maior demanda, estão: 34% consultas on-line, 33% cursos on-line, 29% softwares de home office, 26% serviços de entretenimento on-line e 21% lives via celular. Empresas e profissionais preparados para essa expansão do mercado terão um grande diferencial no médio e longo prazo.

Com o isolamento social, as lives explodiram, principalmente no Instagram. As vendas pela Internet também,

teamento de custos, acabou quebrando inúmeros negócios durante a pandemia por falta de transporte e fechamento de vários fornecedores. Para prevenir estes riscos no futuro, as empresas e os governos deverão ter seus fornecedores mais próximos de casa. Assim, a tendência deverá ser de alocação regional ou nacional de polos de produção ou planos de maior resiliência operacional.

Por exemplo, na questão de respiradores para pacientes com a Covid-19, o Brasil se mostrou totalmente despreparado para suprir a escassez via produção local. Totalmente dependente

Daniel Knieling | Advocacia

Trabalhista Empresarial | Previdenciário Empresarial
Consultoria em Gestão de RH e Departamento Pessoal



Rua Júlio de Castilhos, 405, Sala 503
Novo Hamburgo - RS - CEP 93510-130

(51) 3036.2085

daniel@knieling.com.br

www.danielknieling.com.br





*O Pix é a nova opção dos seus clientes.
Por isso, pode ser a sua também.*

Simples, rápido e sem burocracia.

*Agilidade e segurança: o valor cai na
hora e o cliente não precisa carregar
cartão ou dinheiro.*

Com o **Pix** o pagamento é **instantâneo.**

*Facilidade para seu cliente, facilidade para você.
Receba a qualquer hora, em qualquer dia, incluindo
feriados e finais de semana. Utilize o Pix para pagar
suas despesas e economize nas transferências.*



Projeções positivas para o Brasil em 2021

Dois eventos realizados pela ACI no fim de 2020 proporcionaram a empresas associadas o acesso a informações importantes sobre o comportamento da economia brasileira em 2021 e, desta forma, melhores condições para o planejamento das suas atividades este ano.

No Prato Principal On-line de novembro, com patrocínio da Sicredi Pioneira RS e apoio máster da Universidade Feevale, e no Webinar Economia & Negócios de dezembro, os palestrantes - Fábio Alexandre Jung, sócio da empresa paulista de assessoria financeira One Partners, e Marcos Saravalle, estrategista-chefe da SaraInvest, consultoria financeira independente, também localizada em São Paulo – projetaram a retomada do crescimento econômico do país e, ainda, demonstraram confiança na imunização de grande parte da população brasileira com as vacinas já testadas e aprovadas no Brasil: AstraZeneca/Universidade de Oxford/Fiocruz e SinoVac/Instituto Butantan (CoronaVac). A vacina da Pfizer/BioNtech, a russa Sputnik-V e a do instituto indiano Serum também deverão ser utilizadas.

“Com diversos indicadores confirmando a recuperação nos últimos meses, a economia do Brasil pode crescer até 5% em 2021”, disse Fábio Jung no Prato Principal On-line realizado em 19 de novembro. A previsão está em linha com a projeção da Confederação Nacional da Indústria (CNI), por exemplo, que estima uma expansão de 4% do PIB este ano.

Conforme Jung, desde o segundo semestre do ano passado, o Brasil registra uma recuperação da atividade produtiva superior à dos países emergentes. Em outubro, por exemplo, atingiu o patamar de 66,7% no índice de Gerentes de Compras (PMI, na sigla em inglês), que mede as taxas de expansão mensais de produção, novos pedidos, exportações e empregos em todo o mundo.

Em novembro, houve aumento de 0,8% no número de horas trabalhadas na produção e 0,4% no nível de emprego na indústria, conforme indicadores de desempenho divulgados pela CNI. Já, de acordo com o Monitor do PIB da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a atividade econômica cresceu 1,1% em novembro, em comparação a outubro, e 4,4% no trimestre móvel findo em novembro, em comparação ao trimestre móvel findo em agosto. Em outras palavras, o cenário é



de retomada.

Natural de Novo Hamburgo e médico formado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Jung trabalhou em pesquisas na área médica e há 15 anos atua no mercado financeiro, tendo passado por empresas como Deutsche Bank e Merrill Lynch, nos Estados Unidos.

Reside atualmente em São Paulo, de onde acompanha os movimentos econômicos em todo o mundo. Para ele, além de retomar as reformas tributária e administrativa, o país precisa adotar medidas ‘mais inteligentes’ para conter a expansão da Covid-19 (desde dezembro, registra números recordes de novos casos e mortes em função da doença no Amazonas e em São Paulo, entre outros estados) e manter o crescimento.

“Entre os países emergentes, o Brasil está se saindo muito bem e deve, agora, utilizar estratégias mais inteligentes e sustentáveis, em vez de simplesmente fechar lojas, centros de compras, escolas e universidades, para fazer frente ao aumento do número de casos e assegurar a continuidade do processo de retomada econômica. As pessoas tiram seu sustento do trabalho no comércio e na indústria, entre outros segmentos, e é importante que a sociedade se posicione com clareza para evitar novos prejuízos à economia”, alerta.

Vacinas devem mudar cenário

Jung enfatiza que as comprovadas taxas de eficácia das vacinas contra o Coronavírus e a imunização em andamento em diversos países – inclusive no Brasil – permitem olhar para 2021 e os anos seguintes com otimismo, em todo o

mundo. “A vacina da Pfizer, por exemplo, tem taxa de eficácia próxima de 95%, o que é absolutamente transformador e sinaliza uma perspectiva de erradicação da doença nos próximos anos”, explica. Para Jung, as demais vacinas também têm eficácia comprovada, ainda que em taxas menores, e também serão essenciais à imunização da população mundial.

Recuperação em ‘V’

Em todo o mundo, empresas e mercados já entenderam como conviver com o vírus e, enquanto a vacinação avança, dão continuidade às atividades. Investimentos estão sendo retomados, novos negócios estão ocorrendo e as contratações, sendo retomadas. “Há uma luz no fim do túnel”, destacou Jung. Conforme o palestrante, na China o volume de negócios na bolsa de valores cresceu 20% após a retomada e, nos Estados Unidos, a economia cresceu 33% no segundo trimestre, depois de registrar queda de 31% no segundo, em 2020. Na Europa, as principais economias registram uma recuperação em “V”, ao contrário dos cenários que indicavam uma recuperação mais lenta em “U” ou “L”. O Brasil destaca-se entre os países emergentes, devendo ter um crescimento entre 3,5 e 5% em 2021.

Banco Central estima alta de 3,40% no PIB

O Boletim Focus divulgado pelo Banco Central em janeiro indica expectativa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) de 3,40% em 2021. A crise sanitária ainda continua, mas o BC e analistas de mercado acreditam na continuidade da recuperação das atividades, após o choque no ano passado.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) fechou 2020 em 4,52% e, para 2021, a previsão é de 3,32%, abaixo do centro da meta previsto, que é de 3,50%. Apesar da expectativa de uma pressão inflacionária menor em 2021, o mercado estima alta na Selic, a taxa básica de juros, para 3%. Atualmente, a Selic está em 2% ao ano, a mínima histórica.



VEJA O WEBINAR
NO SEU CELULAR

Economista prevê recuperação mundial rápida e homogênea

Palestrante do Webinar Economia & Negócios realizado em dezembro, com o patrocínio da Sicredi Pioneira RS, o economista Marcos Saravalle, estrategista-chefe da consultoria financeira independente Sarainvest, de São Paulo, afirmou que a recuperação econômica mundial pós-Covid será rápida e homogênea.

Segundo ele, a China já se recuperou completamente dos efeitos da pandemia, enquanto outros países – entre eles o Brasil – continuarão sentindo-os até o segundo trimestre de 2021, pelo menos, para então voltarem a crescer em ritmos anteriores a ela.

“Vislumbramos uma recuperação coordenada de todos os países”, enfatizou Saravalle, citando um estudo do Goldman Sachs, maior banco mundial de investimentos, segundo o qual o PIB de diversos países já se aproxima dos níveis de 2019 e as bolsas de valores dos Estados Unidos e do Brasil apresentaram forte recuperação em 2020, bem como uma tendência de alta ainda maior em 2021, tendo em vista as perspectivas de expansão dos lucros das 500 maiores empresas mundiais que negociam suas ações na Bolsa de Nova Iorque num período de quatro anos seguidos.

“É um cenário de forte expansão que nos faz estar otimistas em relação aos investimentos em ações no Brasil e nos Estados Unidos em 2021”, disse Saravalle, cuja presença no webinar atendeu a um convite do vice-presidente de Economia da ACI, André Momberger, que foi o condutor do evento.

Para o Brasil, a previsão de Saravalle é de um crescimento de 3,5% em 2021, baseado em indicadores antecedentes da economia que registram alta desde o segundo semestre de 2020, como aumento do fluxo de veículos nas rodovias (onde, segundo ele, “tudo acontece em termos econômicos”), expansão do consumo de papel ondulado e aumento da confiança do consumidor, que se reflete em maior procura por alguns serviços e alta das vendas no varejo, especialmente de empresas que investiram em tecnologia.

Além disso, o desempenho em 2021 também deve ser beneficiado pelo aumento dos negócios das empresas focadas em exportações, o que elevará



Saravalle prevê que o Brasil vai crescer 3,5% em 2021, baseado em indicadores que registram alta desde 2020

o saldo da balança comercial brasileira neste ano.

A confiança do consumidor é um grande indutor de negócios. Em novembro de 2020, por exemplo, o anúncio de resultados positivos dos testes das vacinas para o Coronavírus fez o índice de confiança disparar, indicando que, assim que a vacinação for aumentando o ritmo, as pessoas se sentirão confortáveis para retomar as suas atividades, como viajar e fazer compras, que movimentam a economia.

Mas, para Saravalle, a continuidade do crescimento da atividade econômica brasileira a partir de 2022 dependerá da retomada de reformas tributária e administrativa, que, por sua vez, estão sujeitas a decisões do Presidente Bolsonaro. “Resta saber se ele pagará o preço do desgaste político ao realizá-las ou deixará tudo como está, pensando na reeleição em 2022”, esclareceu.

Investimentos

O estrategista-chefe da Sarainvest prevê, para 2021, a continuidade de uma mudança de comportamento dos brasileiros iniciada em 2016, que é a procura por investimentos de maior risco, como compra de ações, em substituição às opções tradicionais, com baixo risco. “Temos 3 milhões de investidores

no Brasil, um número baixo se considerarmos a população brasileira. Mas, tendo em vista o cenário de juros baixos, inflação controlada e retomada do crescimento econômico, esse fenômeno não vai parar de crescer tão cedo”, concluiu.

Janeiro positivo para indústria paulista

A edição de janeiro da Pesquisa Sensor, realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) para medir o desempenho mensal do setor, indica que a indústria de transformação paulista manteve a tendência de crescimento em janeiro de 2021, porém com leve perda de ritmo. O indicador Sensor fechou em 50,5 pontos no mês, na série com ajuste sazonal, resultado inferior ao de dezembro (51,4 pontos) e novembro (53,4 pontos). Acima de 50 pontos indica expansão da atividade industrial paulista no mês. Confira os indicadores:

1. Mercado – Passou de 52,1, em dezembro, para 47,5 em janeiro, sinalizando condições de mercado menos favoráveis no período.
2. Vendas – Passou de 50,1 pontos, em dezembro, para 52,2 pontos, em janeiro. Acima de 50 pontos indica expectativa de aumento das vendas no mês em relação ao anterior.
3. Estoque – Avançou de 52,1 pontos para 53,3 pontos no mês. Acima de 50,0 pontos indica estoque abaixo do desejável, ao passo que abaixo indica sobrestoque.
4. Emprego – Permaneceu praticamente estável, passando de 50,6 para 50 pontos em janeiro. Próximo de 50 pontos indica estabilidade do emprego da indústria paulista.
5. Investimentos – Mais uma vez, apresentaram arrefecimento em relação ao mês anterior, atingindo 44,7 pontos em janeiro, contra 48,7 em dezembro. Abaixo de 50 pontos, investimentos demonstram redução no mês.

“Em resumo, o mês de janeiro de 2021 trouxe dados positivos para a atividade e deve-se aguardar novos dados para confirmar tendência de continuidade de expansão da atividade na indústria”, diz a nota da entidade.



VEJA O WEBINAR
NO SEU CELUAR

ICMS elevado no RS até 2022

Até o final de 2022, os gaúchos continuarão pagando mais pela energia elétrica, pela gasolina, pelo álcool e pelos serviços de comunicação, entre outros.

O ônus ocorre porque a Assembleia Legislativa aprovou, em 22 de dezembro de 2020, com emenda, o PL 246/2020, proposto pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, que propunha manter as alíquotas elevadas de ICMS neste e no próximo ano.

Intitulado Reforma Tributária RS, o projeto teve forte rejeição por parte de entidades empresariais, entre elas a ACI, que queriam a volta aos patamares de 2015, e motivou muitas negociações ao longo de cerca de seis meses, mas acabou aprovado por 28 votos favoráveis e 25 contrários.

Com isso, a alíquota de ICMS de 30% sobre energia elétrica, gasolina, álcool e serviços de comunicação (que, pela proposta inicial, seria gradualmente reduzida até 2024) permanece em 2021 e retorna para 25% a partir de 2022. A alíquota básica de ICMS, que era de 18% em 2020, fica em 17,5% em 2021 e será de 17% a partir de 2022.

Ainda que esperadas de certa forma, as mudanças no ICMS geraram dúvidas nas empresas gaúchas nos primeiros dias de 2021. Os pedidos de orientação de empresas associadas à consultoria tributária da ACI cresceu 62,38% nos primeiros 20 dias de janeiro, sendo que o número de atendimentos totalizou 256 no período.

A justificativa do Governo do Estado do RS para aprovação do projeto era de que, caso nada fosse feito e todas as alíquotas caíssem automaticamente a partir de 1º de janeiro, o Estado perderia R\$ 2,85 bilhões. Com a aprovação do projeto na forma da emenda, a perda de receitas em 2021 é de cerca de R\$ 600 milhões brutos. No entanto, como, a partir de 2022, elas retornam ao patamar de 2015, a base tributária terá redução estimada sobre a atual em R\$ 3,1 bilhões (queda das alíquotas extraordinárias e redução da carga do Simples), sendo que R\$ 950 milhões são dos municípios.

Demandas antigas atendidas

Pelo projeto aprovado, foram atendidas demandas antigas dos setores produtivos gaúchos, como a redução da alíquota efetiva nas compras internas entre empresas para 12% (dependente



Votação do projeto ocorreu em dezembro

de regulamentação) e o fim da cobrança do diferencial de alíquotas (Difal) nas compras externas, quando um produto de outro Estado tiver alíquota efetiva similar à do Rio Grande do Sul.

Tais medidas são especialmente relevantes para as 260 mil empresas enquadradas no Simples Nacional, que representam quase 85% do total de 310 mil empresas gaúchas. Dentre essas, são mantidas as regras de isenção de ICMS (Simples Gaúcho) para todas que faturam até R\$ 360 mil (cerca de 210 mil empresas, ou quase 80% das optantes do regime).

Com a aprovação do projeto, as empresas não precisarão mais pagar o Difal e todas com faturamento de até R\$ 360 mil manterão isenção do Simples Gaúcho, sendo, portanto, expressivamente desoneradas. Todas as faixas de faturamento do Simples, inclusive as que não têm isenção do ICMS (acima de R\$ 360 mil em receita), pagarão menos ICMS, pois as economias pelo fim do Difal e da alíquota interna (12%), também dependente de aprovação, são maiores do que o benefício do Simples Gaúcho. Assim, para as 260 mil empresas do Simples no RS, o ganho agregado (redução de carga tributária do ICMS) é estimado em R\$ 350 milhões em 2021.

Outro pilar do PL 246 é relacionado ao combate à informalidade e aos incentivos à cidadania fiscal. O Receita Certa garante a devolução de parte do ICMS arrecadado no varejo aos cidadãos inscritos na Nota Fiscal Gaúcha (NFG) e haverá aumento de 50% nas premiações às entidades parceiras do programa, como as de assistência social e defesa dos animais.

Boas práticas tributárias

O projeto aprovado inclui ainda iniciativas presentes em outros estados e países, incluídos na Agenda Receita 2030, como o Código de Boas Práticas Tributárias – colaboração mútua entre administração tributária e contribuintes na construção de uma relação equilibrada e justa – e o Nos Conformes RS, que substitui o paradigma do crime pelo da conformidade, classificando os contribuintes de modo a aplicar políticas diferenciadas para cada perfil, notadamente em aspectos operacionais. Procedimentos administrativos, valores de multa e de ajuizamento também foram revisados, observando a atual jurisprudência e maior razoabilidade.

Diversas medidas em setores como trigo, pellets, coureiro, metalmeccânico, biometano e biogás também foram atendidas na proposta do governo. A reforma prevê ainda a formalização em decretos de medidas de estímulo à utilização dos corredores de importação estaduais, devolução de saldos credores de exportação e incentivo ao e-commerce, dando prosseguimento à extensa agenda empreendida pela Receita Estadual desde 2019, com mudanças a favor de um melhor ambiente de negócios, avançando em uma das metas estratégicas do governo.

COMO FICA O ICMS NO RS

- Alíquota de 30% sobre energia elétrica, gasolina, álcool e serviços de comunicação permanece em 2021 e retorna para 25% a partir de 2022.
- Alíquota básica, que era de 18% em 2020, fica em 17,5% em 2021 e será de 17% a partir de 2022.
- Alíquota efetiva nas compras internas entre empresas foi reduzida para 12%.
- Fim da cobrança do diferencial de alíquotas (Difal) nas compras externas.
- Todas as empresas com faturamento de até R\$ 360 mil têm isenção do Simples Gaúcho.
- Todas as faixas de faturamento do Simples, inclusive as que não têm isenção do ICMS (acima de R\$ 360 mil em receita), pagarão menos ICMS, pois a economia com o fim do Difal e da alíquota interna (12%), dependente de regulamentação, é maior do que o benefício do Simples Gaúcho.

Soluções
integradas para
o seu negócio.



Contabilidade



Jurídico



Consultoria



www.campal.com.br
(51) 3594-2565

Capacitação e inovação serão os diferenciais no futuro, garante Cleber Prodanov

Reitor da Universidade Feevale, o Prof. Dr. Cleber Prodanov foi o palestrante da última edição de 2020 do Prato Principal, realizada no dia 17 de dezembro, com o patrocínio da Sicredi Pioneira RS e apoio máster da Universidade Feevale. Ele tratou do tema “Educação, Inovação e as Novas Perspectivas”. Prodanov iniciou sua apresentação falando dos desafios impostos pela pandemia à sociedade e como todos, sem distinção, foram impactados. “Quem trabalha com a formação de pessoas, nosso caso na Feevale, precisa se preocupar em buscar alternativas para desenvolver profissionais e cidadãos que possam dar as respostas que este tipo de situação exige”, ponderou.

Ele resumiu sua avaliação do cenário atual citando a famosa máxima do naturalista Charles Darwin. “Não é o mais forte que resiste, nem o mais inte-



Prof. Dr. Cleber Prodanov

acontecer”, enfatizou. Ele revelou dados estaremcedores de uma recente pesquisa: nos próximos cinco anos, em virtude do avanço da tecnologia e devido às inovações, 85 milhões de empregos serão extintos no mundo. “A notícia boa é que 97 milhões de empregos serão criados. Porém, o perfil destes empregos mudará e é preciso estar preparado para esta

natureza técnica, e sim de ordem comportamental. Segundo Prodanov, elas serão:

O profissional de sucesso, continua Prodanov, e que estará no topo da pirâmide de importância, terá como principais diferenciais a mentalidade de crescimento e aspiração de aprendizado contínuo, a resiliência e o ‘conforto’ com as mudanças e incertezas. “Estes predicados serão sempre necessários”, elencou.

Inovações implementadas rapidamente

O ano de 2020 acelerou processos e iniciativas inovadoras que estavam sendo implementadas. “Passamos do físico/presencial para o digital, mudou o comportamento de consumo, traduzido no imediatismo e nas soluções de curto prazo. Tudo isso em formatos híbridos, adequados à nova realidade”. Um exemplo apontado pelo reitor da Feevale é a evolução do Ensino à Distância (EaD) em nível superior, que passou de 3,04 milhões de vagas, em 2014, para 7,17 milhões de vagas, em 2018, enquanto as vagas presenciais passaram de 5,03 milhões para 6,35 milhões, no mesmo período. “Isso sem falar nos números de 2019 e 2020”, reforça.

O reitor da Feevale explicou o processo necessário para a evolução. A começar por deixar a zona de conforto, onde nos sentimos seguros e no controle. Depois, chega a etapa da zona do medo, em que surgem a falta de autoconfiança e a busca por desculpas e se é impactado pelas opiniões alheias. Em seguida, chega-se à zona do aprendizado, na qual lidamos com desafios e problemas, adquirimos novas habilidades e expandimos nossa zona de conforto. Por fim, atingimos o estágio da zona de aprendizado, quando encontramos propósito, vivemos nossos sonhos e definimos e conquistamos novos objetivos.



ligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.” E a universidade, complementa, não é uma ilha. Pelo contrário, tem papel vital na construção de condições para superar crises, como a imposta pela pandemia. “Se não nos adaptarmos, nos tornamos desnecessários”, completou.

O reitor da Feevale abordou os cenários futuros prováveis e como a educação está inserida neles. “Precisamos entender que algumas organizações não vão sobreviver e pronto. Ainda temos muitos esperando que tudo volte a ser como era antes da pandemia. Aviso: isso não vai

nova realidade”, detalhou.

Entre os setores com maior potencial de automação, destacam-se a manufatura, a hotelaria + food service, o transporte + armazenagem, a mineração, o comércio varejista e o atacado varejista. “E nestes setores os profissionais que seguirão atuando terão que ter novas valências e novos atributos”, alertou Prodanov.

Habilidades vitais no futuro próximo

As dez habilidades que se tornarão principais no futuro próximo não são de



VEJA A PALESTRA
NO SEU CELUAR

Liderança empática conecta pessoas e melhora clima organizacional

Pesquisa feita pelo Instituto Gallup indica que apenas 13% dos trabalhadores das empresas em geral se sentem efetivamente engajados, 63% não se sentem engajados e 24% se sentem ativamente frustrados devido a problemas recorrentes no ambiente de trabalho.

Os dados foram apresentados por Vivian Laube, especialista em liderança e comportamento organizacional, durante o webinar que abriu o calendário de eventos da ACI em 2021, dia 13 de janeiro, e teve patrocínio de Eccel Restaurantes Empresariais, Sicoob MaxiCrédito e Unimed Vale do Sinos.

“Os números deixam claro que algo precisa ser feito para mudar a realidade”, afirmou Vivian, citando também que 84% dos trabalhadores que pedem demissão o fazem por conta de problemas de relacionamento com o superior imediato.

O que está por trás destes dados, conforme ela, é um estilo de liderança ultrapassado e uma cultura empresarial que contempla o princípio de que o líder manda e o colaborador obedece. É preciso, na avaliação da palestrante, que o líder atual dê lugar a um novo

líder, com um olhar mais humano para si próprio e a equipe. É o que ela chama de liderança empática, baseada em princípios como respeito, tolerância, resiliência e escuta ativa. “É um modo de agir que cria conexão com as pessoas, melhora o clima organizacional e gera resultados melhores”, explica.

“Um líder, para ser humano, precisa se vulnerabilizar”, disse Vivian, enfatizando, porém, que isso não significa tornar-se fraco. Para criar uma conexão com seus liderados, ele precisa saber escutá-las verdadeiramente e ter empatia em relação a eles. Escutar é essencial para compreender o que está acontecendo e como cada um se sente. “O novo líder deve ser mais perguntador do que respondedor”, afirmou Vivian, destacando, contudo, que ele não precisa ter todas as respostas na ponta da língua.

Comunicação não-violenta

Outra habilidade do novo líder é a capacidade de expressar-se de maneira assertiva, autêntica e humanizada, que Vivian Laube denomina de comunicação não-violenta. Significa dizer o que está sentindo, escutar



O líder, para ser humano, precisa se vulnerabilizar, disse Vivian durante o webinar

os liderados e buscar estabelecer uma conexão com a equipe.

Conforme a palestrante, as empresas devem oportunizar condições para que seus líderes possam melhorar como seres humanos e ser lideranças capazes de fazer a diferença no atual momento do mercado. “É necessário treinar os líderes para serem melhores gestores de pessoas, um processo que deve ser planejado, contínuo e integrado à cultura da empresa. Fazer diferente do que se faz hoje é possível”, finalizou.

Marketing continua sendo fundamental

O senso comum atual relaciona o marketing a algo que é o contrário de verdade, mas, para o estrategista de marcas Felipe Schmitt-Fleischer, palestrante do webinar realizado em 20 de janeiro, esta associação não é correta. O descrédito, avalia, decorre de ‘bolhas’, como a dos influenciadores digitais e dos especialistas em generalidades, cuja ação resulta em muitos equívocos e poucas entregas às marcas.

Para Felipe, o marketing continua sendo relevante e capaz de levar empresas e marcas ao futuro. Com a pandemia, tornou-se ainda mais importante, pois empresas são obrigadas a pensar suas marcas de maneira diferente, com foco na solução de problemas dos que as consomem. “Hoje, mais do que em qualquer período, as marcas precisam usar seu marketing para servir

às pessoas, sendo a venda uma consequência”, enfatiza.

Construção de marca é um processo a longo prazo. Exige método, que, por sua vez, está ligado a fatores como análise e diagnóstico, estratégia e posicionamento e tática e execução, entre outros, que permitem tomar decisões melhores, segundo ele. “Marcas se tornam grandes quando suas ações de marketing seguem as etapas acima e aumentam o seu público-alvo”, explica.

Ativos visuais

É comum, segundo Felipe, marcas serem confundidas com concorrentes. Por isso, ele enfatiza que alguns ativos visuais precisam estar presentes em suas ações para que o público possa identificá-las. Cores, símbolos,

slogans, personagens, música ou trilhas musicais facilitam a identificação. Ele sugere, porém, utilizar, no máximo, três simultaneamente para que a marca seja reconhecida e ative o gatilho mental do consumidor, levando-o a sentir-se familiarizado com ela e a tomar a decisão de compra.

Para Felipe, apesar de ser visto por muitos com descrédito atualmente, o marketing é um conjunto de estratégias que as marcas podem utilizar para comunicar-se de forma assertiva com o mercado e gerar resultados positivos. “É uma atividade que envolve muita energia e muita técnica. Ajuda a empresa a conectar-se com os clientes e a gerar vendas hoje e no futuro. E, além disso, não é o contrário de verdade”, finaliza. O webinar teve o patrocínio de Sicredi Pioneira RS e Unimed Vale do Sinos.

Pix revoluciona sistema financeiro

A revolução tecnológica que está mudando completamente o sistema financeiro brasileiro, traduzida pela ferramenta Pix, faz parte de um processo que deve se intensificar ainda mais. A avaliação é de Versione Mauro Júnior, CEO da Phi, plataforma voltada à criação e aceleração de fintechs, e palestrante do Webinar Economia & Negócios realizado em dezembro, com o patrocínio da Sicredi Pioneira RS.

Conforme Versione, o grande marco para a evolução do sistema financeiro foi a crise global de 2008, que amplificou a concentração bancária, liderada por bancos tradicionais. “Com isso, os processos ficaram mais caros e o dinheiro, menos acessível. Ao mesmo tempo, este cenário abriu espaço para inovações tecnológicas, que se tornaram o único meio de se manter competitivo no mercado”, detalha.

2010 - Inicia-se o processo de requisição, em que se criam mecanismos para a utilização de diversas bandeiras e sistemas num mesmo equipamento. A GetNet foi precursora neste processo.

2013 - Surge o NuBank, primeiro banco digital do Brasil, que também se torna um marco.

2016 - Forte processo de aquisições



Pix é seguro e resultado de um trabalho alinhado entre o Banco Central e as instituições bancárias

e incorporações concentra ainda mais as instituições financeiras.

2020 - Surge o PIX, maior marco deste processo de mudança.

Cerca de 40 mil pessoas trabalham em fintechs, que tiveram investimento superior a US\$ 1,6 bilhão em 2019. “Todas estas mudanças trouxeram desintermediação gradativa dos meios de pagamento, a desmaterialização destes processos, a simplificação das operações e o consumo de produtos digitais de forma invisível. Isso tudo gera redução de custos das transações, democratização dos canais digitais e interoperabilidade entre plataformas”, enfatiza.

NÚMEROS

- Em menos de 20 dias de operação, foram 50 milhões de usuários únicos, 100 milhões de chaves cadastradas e 4 milhões de transações por dia, com um tíquete médio de R\$ 1.000,00. “Só para se ter um termo de comparação, o cartão de crédito, que existe desde 1975 no Brasil, hoje tem 120 milhões de contas e levou mais de 20 anos para ultrapassar 1 milhão de operações diárias”, destaca Versione. O especialista afirma também que o sistema é seguro e resultado de um trabalho alinhado entre o Banco Central e as instituições. “Veremos cada vez mais grandes players entrando neste segmento, o que deve beneficiar clientes e empreendimentos”, conclui.
- Respondeu por 30% das transferências entre bancos em dezembro e, em janeiro de 2021, se tornou ainda maior: foram 87,2 milhões de transações instantâneas, contra 64,7 milhões de TEDs e 7,3 milhões de DOCs.
- Em janeiro (até dia 20), foi usado para movimentar mais de R\$ 70 bilhões.
- As transações via Pix feitas em janeiro tiveram valor médio de R\$ 809,75.

Organizar as finanças é essencial

A saúde financeira de uma empresa é premissa básica para o sucesso. Todos sabem, mas muitos gestores não dão a atenção devida ao assunto. O alerta é de Juliana Herrmann, contadora, administradora e pós-graduada em controladoria e finanças.

Em sua palestra no Webinar Economia & Negócios de novembro, que teve o patrocínio de Sicredi Pioneira RS, ela enfatizou que 25% das empresas fecham em dois anos e 50% morrem em cinco anos, muito por causa da falta de gestão e da ausência de planejamento, em especial na área financeira. Para ela, é necessário que haja organização e comprometimento por parte dos diretores para que todos os envolvidos colaborem com sua parte da dinâmica da empresa.

Dicas importantes da especialista:

- Nunca misture as finanças pessoais com as da empresa.
- Não se iluda exclusivamente com o faturamento. Se os custos não são adequados, o faturamento alto não representa nada.
- É necessário que haja lucro e, ainda mais importante, fluxo de caixa.
- Analise as contas da sua empresa usando a postura de um investidor externo e isento, que visa o lucro e o retorno financeiro. Só assim, poderá avaliar quais as medidas são certas e quais são as erradas.
- Com esta visão, é possível perceber se a empresa está com as pessoas corretas e com o número correto de pessoas, e se as ferramentas usadas são as mais apropriadas.

Implementação da LGPD deve envolver toda a empresa

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) foi tema do Webinar Descomplicando a LGPD, realizado em novembro, com o patrocínio da Sicredi Pioneira RS. Na primeira palestra, o advogado Marcelo Gustavo Baum, consultor jurídico e integrante do Comitê Jurídico da ACI, afirmou que não é possível fazer a implantação da LGPD de uma hora para outra. “Trata-se de um processo que deve ser desenvolvido passo a passo, com persistência e orientação especializada. A LGPD precisa ser incorporada como algo importante para a empresa e para todos”, afirmou Baum, que sugere iniciar com a montagem de um plano de ação com o descritivo das medidas emergenciais já adotadas, dos procedimentos em andamento e das atividades que serão ainda desenvolvidas.

De acordo com ele, com a implantação, é possível economizar tempo, aumentar a produtividade interna e minimizar riscos, além de obter outros benefícios.

Na segunda palestra, Marcelo Eduardo Petry, gerente de suporte e relacionamento na CIGAM Software Corporativo, apresentou o case da empresa na implantação da LGPD. A empresa criou um comitê interno para coordenar as ações, que envolvem todas as equipes e os procedimentos de todas as áreas. “Temos conseguido manter um bom ritmo de atividades, uma boa organização das informações e aumentar a produtividade pela revisão dos processos, por exemplo”, disse.

DIMEL.

TECNOLOGIA,
EFICIÊNCIA E
CREDIBILIDADE
A FAVOR DA
SUA EMPRESA.



Há mais de 50 anos, a Dimel oferece **soluções únicas para seus produtos**. Referência em fechamento de embalagens, codificação industrial, unitização de cargas, impressão de rótulos e diversos outros serviços, a Dimel tem uma **linha completa de soluções**, para facilitar seu dia a dia e **garantir ainda mais agilidade e eficiência à sua empresa**.

Acesse o site para saber mais:
dimelnet.com.br

Ou entre em contato e faça um orçamento:
☎ 3561.4550 📞 9855.0282



ACI participa do Seminário de Competitividade do Lide RS

O ACI recebeu os agradecimentos do ex-presidente da Assembleia Legislativa do RS, Ernani Polo, pela participação no Comitê de Combate e Enfrentamento da Crise da Covid-19 em 2020 durante o painel de abertura do Ranking RS - Seminário de Competitividade, promovido pelo Grupo de Líderes Empresariais (Lide RS) em 19 de janeiro, em Porto Alegre, do qual participaram lideranças políticas e empresariais gaúchas.

O diretor Marco Aurélio Kirsch representou a entidade no evento, em que foi apresentado o Ranking de Competitividade dos Estados 2020 pelo head de competitividade do Centro de Liderança Pública (CLP), José Henrique Nascimento. De acordo com o estudo, que é usado por 22 unidades da federação, como forma de planejamento e atuação dentro da gestão estadual, e também por cidadãos e por investidores, o RS caiu uma posição, passando do sétimo para o oitavo lugar, e ocupa o 19º lugar em infraestrutura.

O seminário teve dois painéis sobre competitividade, um dos quais com o Governador Eduardo Leite, o então presidente da Assembleia e o



Evento reuniu lideranças políticas e empresariais gaúchas na Assembleia Legislativa, em Porto Alegre

deputado Gabriel Souza (atual presidente da Assembleia Legislativa) e a mediação do presidente do Lide RS, Eduardo Fernandez. O outro painel abordou a importância da competitividade para a retomada dos investimentos no Estado e teve a presença do diretor-geral da CMPC Brasil, Mauricio Harger, do CEO das Empresas Randon, Daniel Randon, do presidente da John Deere Brasil, Paulo Herrmann, e do secretário de

Planejamento, Governança e Gestão, Cláudio Gastal.

“Competitividade é fundamental, principalmente para a retomada pós-crise. É fator determinante para a atração de novos investimentos, a geração de novos negócios e, consequentemente, de oportunidades de trabalho. E com isso movimenta a economia, promove o crescimento e o desenvolvimento do nosso Estado”, avalia Ernani Polo.

Associe sua marca aos eventos da entidade

A ACI disponibiliza sua agenda de eventos para as empresas associadas divulgarem seus produtos e serviços a profissionais com poder de decisão nas organizações em que atuam.

Em 2020, a entidade realizou 40 eventos, como webinars, lives e, especialmente, o Prato Principal On-line, um dos eventos empresariais mais conhecidos da região, do qual participam mensalmente dirigentes, gestores e outros profissionais. Com temas diversos e palestrantes conceituados, os eventos tiveram 8.669 visualizações e avaliação média positiva de 91%.

O patrocínio a esses eventos obedece a critérios como limitação de número de empresas parceiras e, em alguns deles, exclusividade por segmento, sendo uma oportunidade diferenciada e qualificada para marcas de todos os portes e segmentos.

Os eventos têm como objetivo

Cursos e eventos
Capacitação é a melhor defesa

Em 2020, a ACI realizou 40 eventos, como webinars, lives e, especialmente, o Prato Principal

oportunizar a capacitação de profissionais que atuam nas empresas associadas, disponibilizando-lhes informações

relevantes e novos conhecimentos em diferentes áreas.

As empresas interessadas em otimizar ainda mais os investimentos em mídia, alinhando seus objetivos estratégicos com ações voltadas ao seu público-alvo, podem entrar em contato com a ACI pelos contatos abaixo.

ACI EM 2020

- 40 eventos realizados: webinars, lives e Prato Principal On-line
- 8.669 visualizações nos eventos
- Avaliação média positiva de 91%

INFORMAÇÕES

Carla Gräf
2108-2108 - Ramal 2115 - ou
WhatsApp 51 99128.5798
carla@acinh.com.br

Fundação Semear é referência em ações transformadoras



Educandos e educandas do Centro de Vivência Redentora no espetáculo Conte Outra Vez, realizado em 2019

As organizações sociais, como a Fundação Semear, desempenham diferentes papéis em sua relação com a sociedade, com o governo e com a iniciativa privada. As formas de atuação dessas organizações abrangem perspectivas diferenciadas de intervenção, apresentando alternativas para soluções dos problemas sociais.

A Fundação Semear é uma organização que atua de forma abrangente: criando, desenvolvendo e gerindo iniciativas transformadoras no campo social. Um campo que, no contexto atual, é legítimo e fundamental, mas que vive um cenário de desafios.

Em 2021, a Fundação Semear completa 25 anos de história, marcada pela transparência, pelo trabalho em rede, pelo fortalecimento do investimento social privado e pelos resultados alcançados na execução de suas ações.

“Nesses 25 anos, a Semear consolidou-se como uma referência no desenvolvimento de ações transformadoras, viabilizadas por meio do investimento social privado. Construímos e fortalecemos um espaço de exercício de cidadania por meio de nossos projetos, juntamente com outras organizações, parceiros estratégicos e institucionais e com a contribuição fundamental de mantenedores. Isso tem reflexo não apenas no público atendido diretamente, mas na contribuição para uma sociedade mais fortalecida” salienta o presidente da instituição, Edgar Luiz Fedrizzi Filho.

Os programas, projetos e ações sociais da Fundação Semear foram avaliados e, em 2021, serão ainda mais focados no desenvolvimento social de crianças, adolescentes e jovens, no fortalecimento de vínculos e na qualificação do trabalho da rede de atendimento a esse público. Os projetos em parceria com empresas e parceiros terão continuidade e a organização também prevê o fortalecimento institucional e a ampliação da mobilização de recursos.

- Faça parte dessa causa! A sua contribuição garante a manutenção de nosso trabalho.
- Fale conosco: (51) 3069.2618 / (51) 99332.2214 ou semear@fundacaosemear.org.br



Entrega de cestas da campanha Cestas Natalinas, em 2020

Sistema de informações 3C completa 50 anos



**Cadastro do
Comércio de
Calçados**

Sistema 3C conta com mais de 52 mil CNPJ's cadastrados, de todo o Brasil

O Cadastro do Comércio de Calçados – 3C – completa 50 anos voltados ao fornecimento de informações para análise de crédito dos lojistas de calçados. O sistema é acessado exclusivamente por indústrias, que

fornecem informações creditícias sobre lojistas de calçados de todo o Brasil, e conta com mais de 52 mil CNPJ's cadastrados.

Criado em 1971 e operacionalizado desde então pela ACI, o serviço é exclusivo para indústrias de calçados e evolui juntamente com as necessidades das empresas usuárias e as novas tecnologias, proporcionando informações seguras para aprovação de crédito e planejamento de vendas.

O acesso às consultas de clientes é ilimitado. O abastecimento de informações é facilitado e são feitas atualizações diárias. O sistema é monitorado exclusivamente pela ACI e administrado pelo comitê gestor, composto por usuários ligados aos principais fabricantes de calçados do Brasil.

Informações disponibilizadas

O 3C é segmentado para o setor calçadista e apresenta, entre outras, as seguintes informações:

- Endividamento atual e futuro do lojista
- Evolução de pagamentos dos últimos cinco anos
- Títulos protestados
- Dados cadastrais de cada lojista, como data de fundação, endereço e cidade
- Informações mercadológicas de todas as cidades brasileiras
- Perfil dos consumidores de calçados de todo o Brasil, por cidade
- Pesquisa do potencial de consumo mensal em todo o território nacional, por cidade

Dados sobre cidades brasileiras

Além de disponibilizar informações individuais sobre os 52 mil CNPJ's cadastrados de todo o Brasil, o 3C também conta com dados geográficos, socioeconômicos e de consumo de calçados de 5.577 cidades brasileiras, tais como localização (micro e mesorregião), distância da capital do estado, população total e número de lojas de calçados, entre outras, que auxiliam as áreas de marketing e vendas das empresas usuárias na definição de planos comerciais assertivos.

A população é segmentada em urbana e rural, por faixa etária, renda, sexo e classe social, com os seus respectivos números de habitantes e

percentuais de representatividade, com base em dados fornecidos pelo IBGE e pelo Ibope, entre outras fontes. O elenco de informações das cidades brasileiras é de uso exclusivo dos usuários do Sistema 3C.

A ferramenta apresenta o consumo projetado de calçados para o ano nos segmentos de tênis, sandálias, feminino, masculino e de chinelos, tanto adultos quanto infantis. Além disso, indica o valor mensal gerado pelo mercado consumidor local e seu percentual de participação no ano, servindo de base à definição de metas de vendas para todo o ano ou específicas para cada mês, de acordo com as datas promocionais, por exemplo.

Pessoas fazem a transformação digital



Vice-presidente Robinson Klein foi o palestrante da reunião do Comitê Regional de Estância Velha

Em sua reunião mensal de novembro, coordenada pelo vice-presidente Leandro Kolling, o Comitê Regional da ACI em Estância Velha recebeu o vice-presidente de Inovação e Tecnologia da entidade, Robinson Klein, para palestra sobre transformação digital dos negócios e das pessoas.

Segundo Klein, ao se falar em transformação digital, é preciso ter em mente que o que muda são as pessoas e o digital é um meio pelo qual a transformação ocorre nas empresas. E o que se verifica atualmente é uma aceleração das transformações, que, na verdade, ocorrem há muitos anos. “Não é uma opção fazer a transformação digital. Se a empresa não a fizer, a concorrente a fará e ela deixará de ser competitiva”, afirmou Klein.

A essência da transformação digital é simples, pois significa mudar a forma de pensar e viver. E não é somente implementar novas tecnologias, embora elas estejam disponíveis em grande quantidade, sejam fáceis de utilizar e tornem mais rápida a execução de processos e atividades nas empresas. Quem faz a transformação digital são as pessoas e a base do processo é a cultura da empresa voltada à inovação.

Não é necessário, conforme o palestrante, conhecer todas as tecnologias, mas sim aquelas que podem ser úteis à empresa para tornar as suas atividades mais rápidas. Uma destas tecnologias é a Inteligência Artificial, que, conforme Klein, se autorenova a cada dia, supera a capacidade de qualquer ser humano e, em um curto período, vai estar presente no dia a dia das empresas e das pessoas, melhorando a qualidade de vida e a renda das que a utilizarem.

Assinaturas eletrônicas digitais

As assinaturas eletrônicas digitais – que já são uma realidade e serão cada vez mais utilizadas em atos praticados com o poder público e também no meio privado – foram o tema principal da reunião do Comitê da Indústria em dezembro, coordenada pelo vice-presidente Frederico Wirth e que teve como convidado o Dr. Marcelo Baum, consultor jurídico da ACI.

Elas foram instituídas e regulamentadas pela Lei 14.063, de 23 de setembro de 2020, também conhecida como lei da desburocratização, que estabelece três tipos de assinaturas eletrônicas digitais:

- **Simples.** Com baixo nível de segurança, identifica os signatários em associação com outro dado eletrônico destes, como login e senha, sms, geolocalização e IP do computador, por exemplo. Estima-se que 48% dos serviços públicos possam utilizar este tipo de assinatura eletrônica, tais como requisições de informações, consultas médicas e perícias, por exemplo.
- **Intermediária ou avançada.** Utiliza meios mais precisos para



Assinaturas eletrônicas digitais foram instituídas e regulamentadas pela Lei 14.063, de 23 de setembro de 2020

comprovar a autenticidade e a integridade de documentos. Associa o signatário de maneira inequívoca a outros dados, mas não utiliza certificado com o padrão ICP-Brasil, que é a Infraestrutura de Chaves Públicas, ligada ao Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI). Também reúne dados que possam ser rastreados e precisa estar associada ao signatário de maneira inequívoca.

- **Qualificada.** De alta segurança, utiliza métodos matemáticos e criptográficos para certificar a

assinatura do signatário. Também é rastreável e utiliza obrigatoriamente certificados com o padrão ICP-Brasil, regidos pela MP 2200-2.

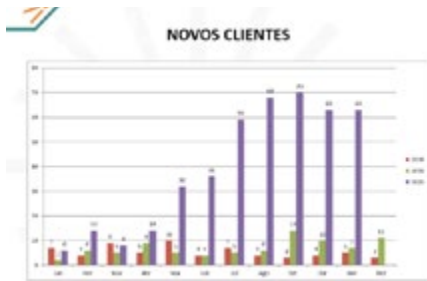
“Quem não está habituado a utilizar certificados digitais no dia a dia precisa mudar de comportamento, pois eles serão cada vez mais necessários e utilizados”, enfatiza Baum.

Com a certificação digital, o serviço público quer desburocratizar os seus atos e ganhar agilidade, beneficiando diretamente empresas e cidadãos. Mas é preciso ter cuidado. A MP 2220-2 estabelece o uso pessoal e intransferível de certificado digital qualificado, ou seja, deve ser usado exclusivamente pelo titular. Não pode ser usado por terceiros, pois tem validade jurídica e um eventual uso inadequado não pode ser questionado, salvo se for comprovada fraude. O Dr. Marcelo Baum alerta, por exemplo, para os possíveis efeitos de uma prática comum, a cedência do certificado digital para uso por terceiros. Ele sugere, neste caso, constituir uma procuração eletrônica com poderes específicos. “Em síntese, é preciso ter muito cuidado”, enfatiza.

Os bons exemplos da Sol Nascente Papéis

Mais de 430 novos clientes conquistados em 2020, diversificação de novos mercados, atuação em nível nacional, redução do número de pedidos entregues em atraso e aumento das recompras de clientes. Os indicadores positivos obtidos pela Sol Nascente Papéis, de Itajaí/SC, após realizar uma série de mudanças em suas operações devido à pandemia, foram apresentados pelo sócio-gerente da empresa, Claudio Testoni Cardoso, na reunião on-line do Comitê de Jovens Empreendedores da ACI em dezembro. Veja a seguir o que foi feito:

1. Mudança de mindset da equipe diretiva e envolvimento dos colaboradores. Reuniões foram feitas para conscientizar e engajar os colaboradores, enquanto novas ferramentas tornaram possível a criação e a gestão de uma nova proposta de valor da empresa, que é ser reconhecida por clientes como uma fornecedora de papéis que proporcionam uma apresentação



Com as mudanças feitas, a empresa conquistou 433 novos clientes em 2020

- diferenciada de seus produtos.
2. Reforma e modernização de equipamentos, adequação de embalagens, capacitação e adequação de operadores em níveis (júnior, sênior e pleno) e programação de pedidos on-line com acompanhamento dos operadores tornaram possível atingir um novo patamar de produção.
3. Na área comercial, foi adotada a

estratégia funil de vendas e novos canais passaram a criar oportunidades de negócios em novos mercados, como e-commerce, website, loja virtual e WhatsApp. De janeiro a novembro de 2020, 433 novos clientes foram conquistados, número superior ao de 2019 (84) e de 2018 (65).

4. Diversificação de mercados. Em vez de depender quase que exclusivamente do setor calçadista, a empresa diversificou os negócios e passou a atuar em nível nacional. O calçado ainda responde por 42% das vendas, mas vêm crescendo a atuação no segmento digital (28%) e nas operações diretas (30%).
5. Comunicação. A cada pedido registrado, uma notificação é enviada ao cliente, por e-mail, em todas as etapas percorridas, proporcionando acompanhamento e interação. “É um processo de comunicação direta e transparente que resulta em maior satisfação dos clientes”, concluiu Cardoso.


 Felipe Schmitt-Fleischer

Estrategista de Marcas

QUAL MARCA SEU NEGÓCIO QUER DEIXAR NO MUNDO?

Imaginar que o tanque de combustível do seu carro pode ser infinito é um equívoco. Pane seca trata-se de um incidente que acontece de forma bem comum. Agora imagine que, diante deste azar, a sorte sua seja que isto aconteça em um cruzamento no qual em cada esquina há um posto de combustível. Cada qual com sua bandeira. Você faz sua escolha. Mesmo sabendo que gasolina (ou álcool ou diesel) é commodity. Tem a mesma fórmula química. São iguais entre si. Apesar de tudo isso, sua percepção não é assim. Porque, mais do que um mero produto, sua avaliação julga também as marcas de cada alternativa.

Marca é um sentimento pessoal que cada um tem sobre um produto, serviço ou empresa.

A palavra marca remonta a um termo antigo que tem origem no ato de marcar com ferro e fogo o rebanho. Deste modo, dar sentido de propriedade e diferenciar aquilo que antes era igual. Curioso observar este último objetivo no contexto atual quando tantas alternativas de produtos e serviços parecem semelhantes entre si. Um enorme rebanho. E toda vez que um boi é exatamente igual ao outro, a escolha vai ser aquele que nos custar menos. Assim vale com os negócios. O mais barato vence no jogo dos ordinários. O contexto de marca evoluiu ao longo do tempo, hoje servindo como uma espécie de antídoto contra nossos principais medos: o desconhecido e o incerto. A marca fornece um atalho para escolhermos sem ficarmos paralisados. Estas escolhas de consumo que realizamos são 95% não racionais. Ou seja, somos como um cachorro no qual o rabo emocional abana o corpo racional.

Branding é a construção e o desenvolvimento de uma marca de forma contínua para atrair mais pessoas para fazerem negócios com sua empresa.

A marca deve ser uma alavanca para seu negócio. De fato, uma marca tem dois grandes objetivos. Capturar a atenção das pessoas. Mostrar que você existe. Ninguém convida

pessoas estranhas para dentro de seu lar. Dificilmente você faz negócios com quem não conhece. Do mesmo modo, as pessoas precisam saber que você existe e está aqui. O segundo objetivo é gerar associações. O que você deseja que as pessoas pensem a respeito do seu negócio? Que tipo de imagens mentais desejaria que surgissem quando elas vissem você? Quando a marca desperta a atenção e conduz às ideias desejadas, ela cumpre seu papel. Torna-se a propriedade mais valiosa do mundo: um espaço na mente das pessoas. A marca passa a reforçar o negócio e vice-versa.

Em branding, nunca vá atrás da segunda coisa em primeiro lugar.

Meses atrás, um empreendedor contatou-nos apresentando um novo negócio. No entanto, desistiu de fazer um trabalho com a nova marca. Disse que tinha receio quanto ao empreendimento dar certo, então não queria investir. Mais ou menos como o sujeito que deseja tomar banho de piscina, mas não quer fazer aulas de natação porque não sabe ainda se vai gostar da água. Aí, quando entrar na piscina, tem grande chances de se afogar. E concluir que realmente não nasceu para a água. Deixar de ir atrás da coisa mais relevante em primeiro lugar não parece ser uma decisão inteligente. A era da impaciência é assim, envolve deixar os assuntos urgentes tomarem o espaço dos importantes. Por sua parte, gestão de marca demanda método com os temas importantes. Antes de fazer, escolher e posicionar. Antes de escolher e posicionar, descobrir e conhecer. Vejo negócios passando imediatamente para a execução, sem fazer as etapas anteriores, porque entendem que têm certeza do que deve ser feito. Relembro que a certeza é o parque de diversões das mentes entorpecidas. Esperar também não parece uma boa escolha. Mesmo que você não faça nada por sua marca, o mercado fará. Se você não falar nada, seus concorrentes falarão. Você então precisa tomar a dianteira e posicionar sua marca ou os outros farão isto com ela. É sua vez.

Marcelo Gustavo Baum

Advogado, consultor cível e comercial e integrante do Comitê Jurídico da ACI-NH/CB/EV



AVANÇOS NA LEGISLAÇÃO REFERENTE À RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Entrou em vigor a Lei nº 14.112/2020, sancionada no dia 24 de dezembro de 2020, que “altera as leis números 11.101, de 9 de fevereiro de 2005; 10.522, de 19 de julho de 2002; e 8.929, de 22 de agosto de 1994, para atualizar a legislação referente à recuperação judicial, à recuperação extrajudicial e à falência do empresário e da sociedade empresária”.

O principal objetivo, com as alterações propostas pela nova lei, é o de tornar os processos de falência e de recuperação judicial mais eficientes e mais rápidos com a introdução de melhores e mais modernos dispositivos que viabilizem a reestruturação e o pagamento das dívidas das empresas que se encontrem em dificuldades econômicas.

Embora existam algumas críticas, é de se esperar que essas mudanças consigam aumentar as chances de “sucesso” do processo de reestruturação, com a preservação da atividade empresarial, tudo isto sempre conciliando e também preservando os interesses dos credores.

Aliás, quando se fala na recuperação, o foco é montar um plano para reerguer a empresa, incluindo, por exemplo, negociação de dívidas, vendas de ativos e reestruturações do negócio. Já em se tratando de uma falência, o objetivo será o de buscar vender os ativos da empresa para conseguir o maior valor possível e quitar o máximo das dívidas existentes.

E, no atual momento, pelo menos parte desta reforma tem componentes mais relevantes, capazes de produzir efeitos positivos, por isto está sendo recebida com uma dose de otimismo.

Uma das mudanças significativas ocorreu com as regras da recuperação extrajudicial. Houve uma ampliação das classes dos créditos que podem estar sujeitos à recuperação extrajudicial. Antes, não se admitia a inclusão de créditos trabalhistas e de acidente de trabalho, o que passa a ser aceito, desde que haja a negociação coletiva com o sindicato da categoria profissional. Além disso, o quórum de aprovação, que era de 3/5 dos créditos de cada classe, foi reduzido, podendo o devedor requerer a homologação do plano, desde que assinado por credores que representem mais da metade dos créditos de cada espécie abrangidos pelo plano de recuperação extrajudicial. E, ainda, em complemento, o devedor pode formular o pedido de homologação

mesmo quando não consegue alcançar esse quórum, desde que tenha obtido votos favoráveis de credores titulares de mais de 1/3 dos créditos de cada classe, se comprometendo a alcançar o quórum mínimo em até 90 dias. Também surge a possibilidade de ficarem suspensas as execuções durante o procedimento extrajudicial, aplicando-se as mesmas regras antes destinadas apenas à recuperação judicial.

Com essas modificações, a recuperação extrajudicial poderá se tornar uma ferramenta muito mais efetiva e útil, especialmente porque é um procedimento mais barato e viável, tanto para empresas pequenas, quanto para empresas que estejam em uma situação econômica crítica.

Outra alteração importante ocorreu com a inclusão de regras mais claras e específicas sobre o financiamento concedido ao devedor que se encontra em recuperação judicial. Como esse tipo de operação era de alto risco para o financiador, poucos se interessavam em fazê-lo.

Esse avanço ocorreu com o aprofundamento das regras e das garantias ofertadas aos credores/financiadores, o que, a partir de agora, oferece maior segurança jurídica, de modo a aumentar o possível interesse na concessão de financiamento à empresa recuperanda, podendo vir a evitar sua quebra.

E diversas outras alterações realizadas também possuem grande valor, como a ampliação do parcelamento de dívidas com a Fazenda Nacional para a empresa em recuperação judicial, com o aumento do número de prestações de 84 para 120; acréscimo de outros meios de recuperação judicial, como a possibilidade de conversão da dívida em capital social e a venda integral da empresa; vedação da distribuição de lucros e dividendos até a aprovação do plano de recuperação judicial e possibilidade dos credores apresentarem proposta alternativa ao plano apresentado pelo devedor em determinadas hipóteses, entre outras.

Neste momento de incertezas e de efeitos econômicos difíceis, a modernização do procedimento de recuperação judicial, extrajudicial e falimentar é negavelmente positiva, já que cumpre sua finalidade que é a de preservar a atividade econômica empresarial, manter a função social da empresa, responsável pela produção e distribuição de bens e/ou serviços, pela geração de postos de trabalho e de tributos para o Estado.

Cristina Borges Nazário

Administradora e especialista em formação pedagógica e vice-diretora da Escola Profissional Unipacs

ESCOLA UNIPACS EM TRANSFORMAÇÃO

Em março de 2020, quando eu retornava da licença-maternidade, fomos surpreendidos por esse imenso desafio biológico, financeiro, social e administrativo: lidar com a pandemia da Covid-19. Em um primeiro momento, a escola atuou acolhendo e reafirmando as relações com alunos, professores, empresas parceiras e comunidade.

Realizamos a doação de insumos de proteção individual para hospitais da cidade e região, fizemos comunicação afetiva e ativa e consideramos a nova realidade do país e de nossos alunos, ofertando 25% de desconto no curso, temporariamente.

A Escola Profissional Unipacs precisou fechar as portas pela primeira vez em seus 21 anos, sem saber quando e se poderia reabrir. Como gestora, queria agir e ser resolutiva. Rapidamente, colocamos em prática a administração: planejar, organizar, dirigir e controlar.

Com espírito de equipe, sincronizamos nossa força e união, organizando e viabilizando, em três dias, a transformação do nosso ensino presencial para on-line. Também implantamos o trabalho home office, treinamento dos professores e alunos via chamada de vídeo, áudio e mensagens de texto. A equipe que coordenou essa transformação nos surpreendeu, e superou as expectativas, mostrando serem profissionais de alta performance.

Certamente, esse obstáculo exaltou nossas competências e nos motivou a manter a essência da Unipacs viva: apresentar ao mercado de trabalho novos, qualificados, éticos, proativos e conectados profissionais.

Uma nova realidade nos foi imposta. Surgiram espaços de aprendizagem virtual, com chats, fóruns, avaliações on-line,

videoconferências, materiais audiovisuais e o atendimento 100% digital. Afinal, um novo formato de fazer educação chegava.

Antes disso, a Escola Unipacs ofertava exclusivamente aulas presenciais, por priorizar vivências práticas, o olhar humanizado a cada aluno e o ensino-aprendizagem orientado e focado nas áreas dos cursos, como os da saúde, essencialmente presenciais, segundo a legislação.

Ao mesmo tempo, a empresa foi se reavaliando como um todo, recriando processos, engajando os maiores talentos e despedindo-se de alguns. Analisamos ainda todos os recursos e optamos por utilizar os planos de incentivo de emprego do governo para manter a solidez e o equilíbrio. Nesse período, ocorreram perdas significativas na equipe e na quantidade de alunos.

Certamente, alunos, professores e profissionais que vivenciaram esse processo sairão diferentes desse período de incertezas, desafios e aprendizados, por terem evoluído tecnologicamente e na adaptabilidade.

Em breve, a Unipacs ofertará cursos técnicos EAD em segurança do trabalho, administração, contabilidade e informática,

preparados nesse momento de pandemia.

Aprendemos com essa crise: a focar na solução do problema. A comunicação eficaz continua sendo um desafio, nossas ações sempre influenciam alguém e que o WhatsApp é uma ferramenta excelente, agiliza, mas não substitui o atendimento presencial e humanizado!

Por fim, fica a certeza de que é momento de celebrar tudo que aprendemos, conquistamos, de usar toda criatividade para termos os melhores resultados e continuarmos impulsionando novas histórias de sucesso.

***“O MOMENTO É DE
CELEBRAR O QUE
APRENDEMOS, USAR
A CRIATIVIDADE
E CONTINUAR
IMPULSIONANDO
NOVAS HISTÓRIAS
DE SUCESSO.”***

Zero Grau 2020 foi segura e comercial

A Zero Grau 2020, realizada de 16 a 18 de novembro, em Gramado, marcou a retomada das feiras presenciais de calçados no Rio Grande do Sul, após cerca de dez meses de suspensão devido à pandemia da Covid-19.

Com rígidos protocolos de segurança – como controle de acesso, medição de temperatura, higienização das mãos com álcool gel, uso obrigatório de máscara e distanciamento entre os participantes –, a feira reuniu cerca de cem fabricantes de calçados e acessórios e 2 mil lojistas e importadores, que realizaram negócios envolvendo as coleções para o outono-inverno 2021. Nos três dias, a mostra teve uma movimentação menor do que na edição de 2019, mas tanto a promotora – Merkator Feiras e Eventos – quanto os expositores destacaram o perfil qualificado

dos visitantes, focados em realizar compras para suas lojas, o que resultou num volume de negócios considerado positivo.

As ações de controle executadas diariamente pela promotora, com o acompanhamento da Vigilância Sanitária do RS, foram aprovadas e devem servir de referência à realização de outros eventos no Estado. No segundo dia, o Governador Eduardo Leite visitou a feira para conferir o cumprimento dos protocolos sanitários, exigidos para que o evento pudesse ocorrer. Na sequência, visitou o estande Estação Moda RS e reuniu-se com lideranças setoriais para tratar de ações para estimular a recuperação do setor calçadista, duramente atingido pela pandemia, o que causou demissões, redução da produção e fechamento de unidades fabris temporariamente.

Presidente e diretor da ACI visitam associados

Além de estarem presentes e receberem visitantes no Estação Moda RS, o presidente da ACI, Marcelo Lauxen Kehl, e o diretor da entidade, Marco Aurélio Kirsch, também fizeram visitas de cortesia à direção da Merkator Feiras e Eventos e às empresas associadas que estavam expondo seus produtos, como Giulia Domna, Ana Vitória, Invoice, Malu Super Confort, Werner e Carrano. “Foi uma oportunidade para reencontrar amigos e trocar ideias após um longo período de afastamento que nos foi imposto pela pandemia”, afirma Lauxen.



Giuliane Enzweiler (Malu Super Confort) e Marcelo Lauxen Kehl



Roberta Pletsch (Merkator), Fernando Galhego (Carrano) e Marco Aurélio Kirsch

19 marcas e muitos negócios no Estação Moda RS

Um dos atrativos da Zero Grau foi novamente o Estação Moda RS, projeto coordenado em conjunto pelo Sebrae-RS, pela Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI-NH/CB/EV) e pela Secretaria de Desenvolvimento e Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (Sedetur).

As 19 marcas de calçados e acessórios participantes fecharam negócios equivalentes a R\$ 1,1 milhão, além de encaminharem negociações de mais R\$ 1,88 milhão para os 12 meses seguintes. Os dados divulgados pelo Sebrae-RS revelam que foram feitos 176 negócios, totalizando a venda de 10.815 produtos.

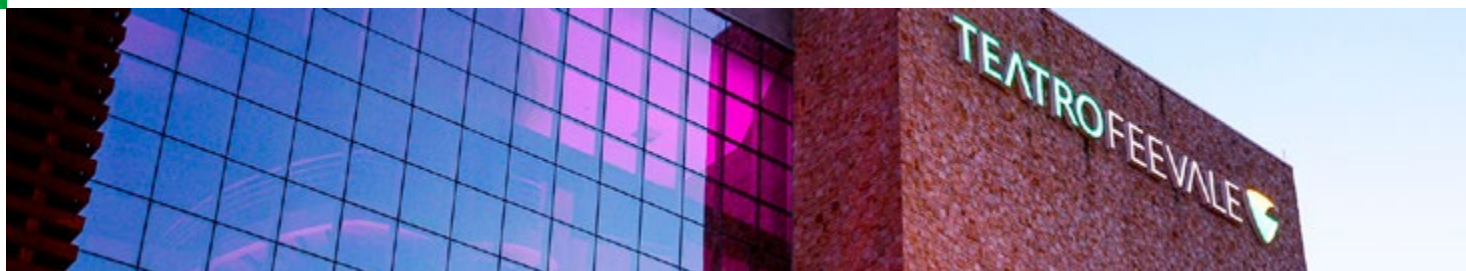
Nos três dias da feira, foram efetuados contatos com 502 compradores, lojistas de todo o Brasil, iniciados 174 negócios e contratados 26 representantes, os quais vão vender os produtos de marcas participantes a lojas em diferentes regiões do país.



Profissionais das empresas participantes e entidades que coordenaram o Estação Moda RS

MARCAS PARTICIPANTES

- Alexia Fernanda
- Ana Boss
- Ararajuba/Amoreco
- Catri
- Dinamirtz
- Dutti
- Eliz Conceito
- Fillon
- Greta
- Guria Campeira
- KLB Calçados
- Liver
- Lutheuz
- Menta e Hortelã
- Mr. Silver
- Paolattore
- Pitokinho
- Valeiko
- Zadora



Teatro Feevale: da comunidade e para a comunidade

Uma das maiores e mais importantes casas de espetáculos do Rio Grande do Sul está em nova fase. Desde o encerramento da parceria com a Opus, o Teatro Feevale vive um novo momento, no qual atender às demandas da comunidade é prioridade, sem abrir mão dos grandes shows e eventos. O espaço agora fica sob a responsabilidade da Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (Aspeur), mantenedora da Universidade Feevale, e tem a coordenação da jornalista e gestora cultural Patricia Scossi. Confira a seguir uma entrevista com Patricia, que fala dos desafios e das oportunidades que o Teatro Feevale, que em setembro comemora dez anos, tem pela frente.

QUAIS OS PRINCIPAIS DESAFIOS DA SUA GESTÃO À FRENTE DO TEATRO FEEVALE?

O desafio, hoje, na cultura, é mundial. Todos nós fomos, direta ou indiretamente, atingidos pela pandemia da Covid-19. No setor cultural e de eventos, o impacto foi ainda maior. Simplesmente toda a cadeia produtiva parou, pelo menos nos primeiros meses, quando ainda estávamos buscando compreender o momento e, ao mesmo tempo, as produtoras começavam a cancelar e a transferir suas atividades, paralisando a todos. Artistas, produtores, técnicos, profissionais e os espaços culturais foram os primeiros a parar e, provavelmente, serão os últimos a retomar as atividades com plenitude.

O ano de 2021 ainda será um ano diferente e de muito aprendizado. Precisamos dobrar os cuidados para que possamos, gradualmente, realizar os compromissos pendentes e transferidos, que aguardam as condições adequadas e seguras para a retomada.

Neste período de pausa no Teatro, aproveitamos para realizar serviços de manutenção que demandam tempo e pauta livre. Assim, estamos (re)aprendendo a pensar os eventos e as atividades presenciais. Precisamos estar seguros para podermos usufruir dos momentos únicos vividos no Teatro, da forma mais segura possível.

COMO HARMONIZAR SEGURANÇA SANITÁRIA E A RETOMADA DOS ESPETÁCULOS?

Estamos em pausa desde o início da pandemia. Seguindo todos os protocolos vigentes e as orientações dos comitês de prevenção e combate ao Coronavírus e dos órgãos responsáveis, toda a programação foi pausada ou transferida. Estamos todos aprendendo com o momento e (re)ajustando as atividades, que não

têm previsão de retomada. Precisamos aprender este novo jeito de estar nos espaços, com restrições, uso de máscara e demais protocolos de combate à Covid-19. Imaginamos que seja um processo lento, gradual e contínuo. Difícil encontrar os amigos e não poder abraçá-los e estar nos espaços com receio. O artista também, sem poder estar mais próximo do seu público. Enfim, somente o tempo e o controle da pandemia para harmonizar este reencontro.

QUAL SERÁ A PRIORIDADE DO TEATRO FEEVALE? VOCÊ JÁ FALOU EM 'TEATRO DA COMUNIDADE E PARA A COMUNIDADE'? O QUE SERIA ISSO EXATAMENTE?

O fortalecimento da parceria com a comunidade. Ações que envolvam atividades ligadas ao desenvolvimento social e cultural da região. Ampliar a parceria com as iniciativas culturais da Instituição, que abrange vários projetos e manifestações da Universidade. Ser palco dos emocionantes e belíssimos concertos realizados pelo Movimento Coral e Instrumental Feevale e seus parceiros. A comunidade é quem participa da programação e lota o espaço! Nosso público cresce cada vez mais, a partir da diversidade da programação. Quando possível, acreditamos que as grandes produções comecem novamente a circular e nós poderemos recebê-los e aplaudirlos muito!

O orgulho que a comunidade tem deste equipamento cultural é representado pelo presidente da mantenedora, Roberto Cardoso, que é frequentador assíduo do teatro. “Estive em todos os shows, desde a inauguração. Acompanho o depoimento de artistas, produtores e comunidade. Todos se encantam com nossa estrutura e nosso atendimento, um dos diferenciais do espaço cultural, que tem contribuído para o



Roberto Cardoso, presidente da Aspeur, e Patricia Scossi

DIVULGAÇÃO

desenvolvimento da região”.

PARA QUANDO ESPERAM A RETOMADA, MESMO QUE GRADUAL, DOS SHOWS E APRESENTAÇÕES?

Não há como prever, pois dependemos diretamente dos decretos e das orientações de distanciamento, ocupação e normas e dos órgãos responsáveis. O ano começou com mais esperança e com a realidade da vacina. Um respiro em meio a tantas indefinições. Entendemos que só faz sentido o Teatro reabrir quando as pessoas puderem estar no espaço com segurança e tranquilidade e os produtores realizarem seus eventos com viabilidade de logística, em segurança para todos os envolvidos. Estamos aguardando muito este reencontro, mas entendemos que, neste momento, a prioridade são a saúde e o enfrentamento à Covid-19.

os shows do Skank, Melim e 4 Amigos, entre outros. Ou seja, os grandes espetáculos vão continuar acontecendo, mas entendemos que o momento ainda seguirá diferente este ano, com cuidados redobrados e atenção ao enfrentamento à Covid-19.

PRESTES A COMPLETAR DEZ ANOS, ANIVERSÁRIO A SER CELEBRADO EM 20 DE SETEMBRO, QUAL A PROGRAMAÇÃO PREVISTA PARA ESTA IMPORTANTE DATA?

O dia 20 de setembro é uma data simbólica para os gaúchos. Durante todo o mês, são relembrados as tradições, a cultura e os demais aspectos do Rio Grande do Sul. Um feriado importante, que, no ano de 2011, marcou a inauguração do Teatro Feevale com a apresentação do tenor espanhol José Carreras, acompanhado pela Orques-

atender principalmente à demanda das formaturas que, a cada semestre, mobilizam mais de 20 mil pessoas. A partir da pesquisa para a criação do espaço, surgiu a possibilidade de o Teatro Feevale também acolher as iniciativas e atividades culturais de grande porte, devido a sua estrutura e capacidade do equipamento cultural. Hoje, o Teatro faz parte de um roteiro cultural para muitas produtoras e escolas da região, além de ser uma excelente opção para realizar shows e eventos que exigem acessibilidade, conforto, segurança e infraestrutura.

O LOCAL TAMBÉM É USADO PARA PALESTRAS E EVENTOS. ESSA POLÍTICA SE MANTERÁ?

O espaço terá uma pauta aberta para solicitação de agenda para locação. Pela nossa natureza cultural e educa-



COM A SAÍDA DA OPUS, O TEATRO CORRE O RISCO DE NÃO TER MAIS AS GRANDES ATRAÇÕES QUE POR AQUI JÁ ESTIVERAM?

O Teatro Feevale entrou para o mapa cultural das grandes atrações nacionais e internacionais. Na rota dos produtores e realizadores dos mais diversos tipos de eventos. Tivemos a honra de receber Roberto Carlos, Milton Nascimento, Seu Jorge, Maria Rita, Beth Carvalho, Nando Reis, Paralamas do Sucesso, espetáculos de dança, os tributos e tantos outros eventos incríveis, nos mais diversos formatos. A Opus foi responsável pela operação do Teatro e também realizava os eventos, que faziam parte do casting da produtora. Como operadora do Teatro, através de contrato de locação, realizava os eventos de outros produtores e parceiros. Assim, o Teatro Feevale, através da gestão da Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (Aspeur), mantenedora da Feevale, continuará sendo palco destas e outras grandes atrações, com a locação do espaço. A parceria da Opus com a instituição segue através das atividades de responsabilidade da Opus, como

tra Filarmônica da PUCRS e da soprano argentina Marina Silva. Nesta noite, pudemos perceber a força e a potência do Teatro, reconhecido pelos artistas como um presente para a comunidade.

Temos muitas possibilidades de projetos para comemorar os dez anos, mas o momento exige paciência e cautela. Por isso, nossas ações, em princípio, serão virtuais, com os amigos do Teatro (comunidade e artistas). Nossa maior comemoração será a possibilidade de aprendermos com este momento e fortalecer ainda mais a importância da saúde, da cultura e da educação como processo contínuo em nossas vidas, especialmente neste período inédito de pandemia que estamos vivendo há quase um ano.

A CAPACIDADE DO ESPAÇO É DE 1842 LUGARES. ISSO?

Sim, esta é a capacidade máxima, considerando as cadeiras extras.

COMO SURTIU E QUAL O PROPÓSITO DO TEATRO?

O Teatro foi concebido e construído pela Aspeur, com projeto desenvolvido pelo arquiteto Alan Einsfeldt, para

tiva, também pretendemos realizar uma curadoria dos conteúdos, possibilitando uma programação diversificada e em consonância com os objetivos da Instituição e seus diversos públicos e parceiros. Faço parte da equipe de implantação do T0eatro, e todas as questões positivas e sustentáveis que realizamos devem permanecer, mas também estamos abertos a novas oportunidades, devido a este momento diferente que estamos vivendo. Muitas atividades migraram para o ambiente virtual e o desafio será encontrar o equilíbrio e a segurança para a retomada presencial.

NESTES TEMPOS DE PANDEMIA E DISTANCIAMENTO SOCIAL, VOCÊ ACREDITA QUE A CULTURA SE TORNOU UM BEM AINDA MAIS VALIOSO?

Sim, a cultura nos move, nos conecta, nos faz refletir e nos faz ampliar os horizontes. Nos mantém ativos criativamente e nos proporciona momentos de emoção, de alegria, de transformação. Com certeza, tanto os artistas quanto o público vão valorizar ainda mais os momentos de encontro e celebração à arte e à vida.

Tags da Wirklich identificam vagões, eixos e rodas de trens da Vale

A inteligência empresarial do Vale do Sinos vai além do desenvolvimento de produtos e tecnologias para a indústria calçadista. A diversificação ganha força a cada ano e revela que produtos fabricados na região estão presentes em outros segmentos de grande importância para a economia brasileira.

Um exemplo dessa transformação é a Wirklich, de Campo Bom, que há 15 anos desenvolve e fabrica produtos em polímeros para aplicações diferenciadas. Desde 2017, integra um projeto de digitalização das ferrovias operadas pela mineradora Vale, uma das maiores empresas de mineração do mundo.

A empresa gaúcha desenvolve e produz tags com tecnologia RFID para identificação de truques, rodeiros de vagões e os próprios vagões dos trens da mineradora que já operam na Estrada de Ferro de Vitória a Minas (EFVM) e estão em homologação na Estrada de Ferro Carajás (EFC), transportando minério de ferro, de pelotas e de níquel para exportação, ao longo de 905 e 892 km, respectivamente.

Utilizando um chip desenvolvido pela gaúcha Ceitec, as WKL Tags são produzidas em plástico resistente a condições severas, como altas temperaturas, impactos e produtos químicos, e proporcionam benefícios como rastreabilidade dos ativos e suas partes, facilitando a sua gestão por monitoramento de condição, podendo evoluir para manutenções conforme a situação e a sua vida útil, além de contribuir com a geração de dados em seus portais para diversos estudos.

“Já desenvolvemos cinco modelos diferentes de tags, que são fixados com cola, rebite ou parafuso. As informações contidas nos chips são capturadas por antenas e portais e encaminhadas para um banco de dados que proporciona a formação de trens e identificação de partes de vagões e locomotivas que possuem tags RFID”, explica Marcelo Sperb, diretor da Wirklich, que diz ter o sonho de digitalizar totalmente as duas ferrovias, incluindo os dormentes, e assim permitir à mineradora total controle das operações de suas composições em tempo real.



O projeto de desenvolvimento das tags, segundo ele, nasceu do DNA inovador da empresa e atende a uma demanda da Vale de nacionalizar e aumentar o número de fornecedores disponíveis com capacidade de fornecer insumos de qualidade.

Além da Wirklich, a Universidade Feevale mantém com a Vale um projeto de desenvolvimento de fixações ferroviárias em polímero, que está em pleno desenvolvimento e envolve recursos da ordem de R\$ 4,1 milhões. “A aproximação entre a empresa e a universidade é extremamente importante para o desenvolvimento de novos materiais aplicáveis às ferrovias”, explica Sperb, que também é parceiro da universidade.

Em 2020, o segmento de RFID representou 5% do faturamento da Wirklich e em 2021 a participação deverá ser ainda maior, podendo chegar a 8%. “É uma previsão que leva em conta as necessidades da Vale, que pretende finalizar a identificação de 100% dos vagões, locomotivas e seus itens críticos, mas também o início do trabalho com outros clientes”, acrescenta Sperb.

Além da parceria com a Vale, a empresa já tem projetos em

desenvolvimento para identificar as composições das operadoras logísticas Rumo e a VLI este ano, que operam em todo o Brasil e em Minas Gerais e na Bahia, respectivamente. Os tags também são aplicáveis a outros segmentos, como o de pneus de automóveis, por exemplo. Com o cenário favorável, a empresa já estuda a criação de uma Spin Off, unidade de negócios independente para atender à demanda do setor ferroviário e outros. “Nosso objetivo, com essa tecnologia, é dar vida aos objetos, isto é, dotá-los de todas as informações necessárias a sua utilização nos mais diferentes segmentos e oferecer facilidades aos que os utilizam”, finaliza Marcelo Sperb.

A WIRKLICH

- Fundada em 2005
- Sede em Campo Bom
- Desenvolve e produz soluções criativas e eficientes para substituir a aplicação de materiais, como o metal e a borracha, pelo plástico
- Atua nos segmentos agrícola, avícola, de bens de consumo, ferroviário e médico-hospitalar

Ferramentas inovadoras para vendas no varejo de calçados

Uma série de ferramentas de gestão e vendas que foram aperfeiçoadas e outras inteiramente novas disponibilizadas pela Server Softwares para Varejo, de Novo Hamburgo, ajudaram lojas de calçados, confecções e acessórios de todo o país a retomarem as vendas durante a pandemia em 2020, quando estavam com as portas fechadas por força de decretos estaduais e municipais e sem perspectivas reais de abertura.

Complementares, as duas principais inovações que a empresa desenvolveu – a venda via WhatsApp e o catálogo virtual – uniram lojas que precisavam vender e consumidores que tinham necessidade de consumo, estando atualmente consolidadas no varejo do segmento calçadista.

Pelo catálogo virtual, cada loja, de maneira independente, gera um catálogo de produtos personalizado e envia-o ao consumidor pelo WhatsApp. O cliente recebe, escolhe e retorna dizendo em que produtos tem interesse. O vendedor recebe a resposta, gera um link de pagamento seguro e envia-o ao cliente, que efetua o pagamento no próprio link. No momento em que o vendedor recebe a confirmação de pagamento, a transação é efetuada e o pedido é separado para envio ao cliente, que pode escolher a forma de entrega (transportadora ou motoboy) ou retirar o produto na própria loja.

“O resultado foi um significativo acréscimo nas vendas das lojas, especialmente localizadas em shoppings, como nos relataram inúmeros clientes”, afirma o diretor comercial Marcos Zanelatto, destacando que, atualmente, alguns lojistas têm 70% das vendas ocorrendo por meio do pagamento on-line, mesmo sendo uma loja física, pois usam as duas ferramentas.

Para a Server, as inovações levaram à conquista de 180 novos clientes em todo o país e à consolidação da parceria com redes de lojas com as quais mantém relações comerciais há vários anos, além do aumento do quadro de colaboradores em 23%. “Somos uma empresa que está sempre à frente da tecnologia e ao lado dos clientes. Neste ano atípico, possibilitamos ao varejo manter-se



Com o Catálogo virtual, cada loja, de maneira independente, gera um catálogo de produtos personalizado e envia-o ao consumidor pelo WhatsApp

ativo mesmo em meio a dificuldades, gerando receita e atendendo às necessidades dos consumidores, cujos hábitos de vida e consumo se alteraram significativamente”, acrescenta.

Outra ferramenta de destaque é a venda consignada, através da qual a loja faz uma reserva de produtos ao cliente, que escolhe aqueles que lhe interessam. “É mais uma rotina que já

existia no portfólio da Server e que foi aperfeiçoada para gerar oportunidades de negócios aos nossos clientes”, finaliza Zanelatto.

Conforme o diretor, muitas lojas, obrigadas pelas circunstâncias, foram até mais à frente nas mudanças, pois aproveitaram o momento para trocar seus sistemas de gestão e ingressar de vez no mundo on-line. A Server também fez parceria com uma agência web para disponibilizar ferramentas de e-commerce com valor alternativo para os clientes acelerarem o processo de transformação digital.

Essas e outras inovações possibilitaram que o varejo e consumidores pudessem manter um relacionamento comercial seguro e saudável.

A SERVER

- Sede em Novo Hamburgo
- 32 anos de atividades
- Utiliza a tecnologia para criar um varejo 100% conectado
- Possui 12 soluções diferentes e mais de 3 mil lojas clientes em todo o Brasil

Missão de mulheres empreendedoras ao Vale do Silício



Vale do Silício, na Califórnia, sedia algumas das mais inovadoras empresas mundiais, como o Google

A escola de negócios paulista StartSe e sua parceira no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, a W/África, programaram para o período de 8 a 12 de novembro uma missão de mulheres empreendedoras ao Vale do Silício, nos Estados Unidos.

O Programa Internacional de Educação em Negócios é exclusivo para mulheres empreendedoras e tem conteúdo direcionado para a revolução que elas estão causando no mundo e nas empresas. “Será uma semana de profundo aprendizado no ambiente mais inovador do planeta”, afirma Rafael Weber, diretor da W/África, agência de inovação com unidades em Porto Alegre/RS e Itajaí/SC.

O programa inclui palestras (com tradução simultânea) com empreendedores, investidores e profissionais orientados à inovação de diversos setores, diálogos, debates e trocas de experiência para motivar atitude criativa e transformadora em workshops interativos e dinâmicos, com professores de UC Berkeley e Stanford, duas das dez melhores instituições acadêmicas do mundo.

As participantes serão acompanhadas por duas executivas ligadas

à StartSe e à W/África. Carolina Perroni Sanvicente é head jurídica da W/África e sócia-fundadora da Perroni Sanvicente & Schirmer Advogados, escritório especializado em direito empresarial corporativo com foco em societário e M&A, em um viés de inovação e empreendedorismo. Especialista em Direito Empresarial, atuou em renomados escritórios de advocacia e também em empresas. Coordenou o departamento jurídico das Lojas Renner S/A e foi head do jurídico do Grupo Arezzo.

Thais Aquino é uma das principais sócias da StartSe e integrante do Board Executivo, comandou a operação da StartSe China no último semestre de 2019 e, hoje, é responsável pela área de distribuição e vendas. Formada em administração pela UFRGS, possui cursos de extensão na ESPM Sul e na Northwestern University (Kellogg) focados em ciências de consumo do cliente e inovação. Ex-sócia da XP, liderou projeto de operação da empresa em Miami.

“Conhecer o Vale do Silício, visitar lugares inspiradores e conversar com líderes visionários, que estão reescrevendo o futuro do planeta, vai acelerar a capacidade de pensar diferente e seguir as principais tendências que

mudarão o mundo nos próximos anos”, acrescenta Weber.

Conforme ele, as participantes vivenciarão o Vale do Silício de uma forma profunda. Conhecerão sua história, suas pessoas e sua essência. O Vale – ressalta – é muito mais do que empresas de tecnologia inovadoras. Existe uma mentalidade única, uma forma de fazer negócios ímpar e um jeito de pensar diferente.

EXPERIÊNCIAS QUE AS PARTICIPANTES VIVENCIARÃO

Conhecimento e Inspiração

O mindset do Vale do Silício começa com a ampla diversidade cultural que se encontra na região. As pessoas buscam um sentido compartilhado de propósito em torno da construção de uma vida melhor e acreditam que o empreendedorismo é a ferramenta para isso. Pensar de maneira inovadora e trabalhar com a mente aberta são desafios de todos, visando soluções enxutas, ágeis e sempre orientadas a resultados.

Futuro

As participantes serão provocadas a repensar o mundo sob a ótica das inovações que estarão presentes no dia a dia das pessoas muito em breve, mas que já são realidade no Vale do Silício. Essa região do mundo foi berço das maiores inovações tecnológicas do último século e terá impacto ainda maior nas próximas décadas

Inovação em tempo real

Carros autônomos, lojas operadas por robôs, startups superando sólidas corporações, modelos de negócios inovadores, transformação do mercado de trabalho, o fenômeno da economia compartilhada e dezenas de transformações pelas quais o mundo vai passar e que já estão presentes no Vale.

W/ÁFRICA

- Agência de inovação com unidades no RS e em SC
- Voltada para criar e projetar o futuro
- Killing, Unisinos, Havan, Volvo e Cami&Liaison são algumas das marcas atendidas

Pollibox: a coragem de quebrar paradigmas para conquistar mercados



Desde o final de 2020, a unidade em Campo Bom concentra todas as operações da empresa

A Pollibox, resultado da união, em 2006, de duas empresas distintas e complementares, quebrou paradigmas para conseguir provar que sua linha de produtos valia a pena ser usada. Para isso, foi preciso desenvolver, produzir e fornecer - em regime de comodato - máquinas exclusivas para a aplicação dos adesivos termoplásticos, até então só importados. Segundo os dirigentes, a estratégia se mostrou acertada, a empresa conquistou mercados e se consolidou com produtos inovadores, com destaque para o Ecoadesivo, lançado em 2010 e que tem como principais diferenciais ser isento de solventes, não emitir gases tóxicos e ser 100% reciclável.

No ano de 2005, duas empresas que desenvolviam artigos distintos, porém complementares, resolveram unir esforços e potencializar suas valências. Desta convergência de talentos e estruturas, surgiu a Pollibox, oficialmente criada em 03 de abril de 2006. A nova empresa unificou a produção de filmes de adesivos em PU, EVA, Hot Melt e TPU da Pollilamina (Cachoeirinha/RS) com a produção de entretelas e reforços da Boxflex (Campo Bom/RS), do Grupo Plínio Fleck.

Desde o início do novo empreendimento, já podia se verificar dois diferenciais competitivos que estão no DNA da Pollibox: a otimização de processos e o investimento no capital humano. E não faltaram também ousadia e coragem nos primeiros anos de atividade. Conforme lembra o diretor Antonio Carlos Bianchi, muitos clientes se mostravam refratários ao uso dos adesivos termoplásticos da marca por eles terem preço agregado mais alto e requererem novos processos para sua aplicação, além de serem só importados na época.

A solução? Desenvolver, produzir e fornecer - em regime de comodato - máquinas criadas especificamente para aplicar o adesivo termoplástico agora produzido pela Pollibox. “Os benefícios do nosso produto não deixavam margem à dúvida, porém muitos eram resistentes a implantar a

novidade. Resolvemos assumir o risco nesta operação, mas os resultados logo surgiram”, detalha Bianchi, que compartilha o comando da empresa com Volmir Mattos e Gustavo Fleck. A política de proporcionar os meios para que os clientes comprovassem a excelência de seus artigos se estendeu por cinco anos. “Aos poucos, todos reconheciam as vantagens de nossa linha de produtos. E, com o tempo, as máquinas e os equipamentos passaram a ser desenvolvidos e fabricados por outras indústrias”, complementa Fleck.

Além da ousadia, outras marcas registradas da empresa se fazem presentes ao longo da trajetória: obsessão pela otimização de processos e investimentos constantes no capital humano e em máquinas e equipamentos. Tudo sempre tendo como foco principal o cliente.

O ano de 2010 é um marco na trajetória da empresa, pois um conjunto de ações fez com que a Pollibox desenvolvesse sua sustentabilidade. Entre os projetos em destaque, estiveram a implantação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), a capacitação de seus colaboradores com aulas de idiomas, os investimentos em sistema de tratamento de resíduos sólidos (reciclagem) e ainda um olhar especial para exportações na busca da ampliação de relações comerciais no mercado latino-americano.

No mesmo ano, a marca em Ecoadesivos foi criada. Trata-se de adesivos termoplásticos e suas características de colagem em diversos substratos se potencializam pelo fato de tornarem o processo ecologicamente correto.

O Ecoadesivo é isento de solventes, proporciona fácil estocagem e manuseio e permite aplicação contínua, garantindo uniformidade e ausência de bolsas de ar. Além disso, os adesivos permitem aplicação direta no substrato, não emitem gases tóxicos e contam com baixa gramatura e grande poder de colagem. O Ecoadesivo mantém as características do substrato, assegura a aplicação em materiais porosos, abertos ou não compatíveis e permite o mesmo transpirar.

Outro ano marcante na trajetória da Pollibox foi o de 2013, quando a empresa foi certificada pela ISO 9001/2008 através da Bureau Veritas Certification. Três anos mais tarde, foi implantado o centro de pesquisa, com a compra de novos equipamentos para análises químicas qualitativas e quantitativas.

PROCESSO PRODUTIVO DA EMPRESA

Pensando em sempre prestar um atendimento diferenciado, a Pollibox disponibiliza a todos os clientes equipamentos de última geração e também uma equipe de criação e desenvolvimento para cuidar especificamente de cada projeto, facilitando a criação e o



Investimentos contantes em tecnologia e equipamentos são um dos diferenciais

desenvolvimento de novos produtos.

Para desenvolver seus produtos, a Pollibox trabalha com matérias-primas criteriosamente selecionadas, oriundas das melhores empresas do ramo de polímeros nacional e internacional.

Atrás da exclusividade de cada cliente, a Pollibox disponibiliza uma equipe de técnicos experientes e altamente qualificados que trabalham junto ao desenvolvimento, acompanhando e apresentando soluções personalizadas para cada situação e produtos, de acordo com a necessidade do cliente.

LABORATÓRIO DE CONTROLE DE QUALIDADE

A empresa possui um laboratório

próprio para análise e desenvolvimento de matérias-primas, além de verificação, controle de qualidade e criação de novos produtos.

REUNIFICAÇÃO PARA GARANTIR BONS RESULTADOS

No final do ano passado, a Pollibox passou a concentrar todas as suas operações na unidade de Campo Bom. “A empresa surgiu aqui, depois cresceu e abrimos uma unidade em Novo Hamburgo. Com o passar do tempo, percebemos que o melhor era unificar novamente as operações e isso foi iniciado no final do ano passado. Seguimos consolidando o processo”, detalha Mattos.

Atualmente, a linha de produtos Ecoadesivos poder ser aplicada em diversos segmentos industriais, como o de calçados & artefatos, moveleiro, construção civil, automotivo, laminação industrial e vestuário. “Hoje o segmento de calçados responde por 50% do faturamento e os demais segmentos completam a outra metade”, revela Mattos.

Com clientes em todo o Brasil, a empresa também atua no mercado externo, com destaque para México e Argentina, além de estar presente na Colômbia, no Peru, nos Estados Unidos e na Europa. No mercado interno, trabalha com venda direta, via representantes comerciais, e ainda com distribuidores regionais. “Temos representantes em todo o Brasil”, afirma Bianchi.

Já no exterior, a Pollibox atua somente por intermédio de distribuidores. A exceção é o México. “Temos lá uma empresa específica e estamos aplicando a mesma estratégia de fornecer máquinas para os clientes aplicarem nossos termoadesivos e comprovarem a qualidade deles. É um mercado grande e concentrado nas regiões de León e Guadalajara. Tem uma grande produção de calçados, mas poucos fornecedores”, detalha Bianchi. “A exportação hoje representa cerca de 20% do nosso faturamento atual e deve ser ampliada e estabilizar em 25% nos próximos anos”, completa Fleck.

Atualmente, a Pollibox conta com 120 colaboradores diretos, todos altamente capacitados, e está localizada em uma área de três hectares. “Apostamos, investimos e acreditamos na capacitação e qualificação



Diretores Carlos Bianchi, Volmir Mattos e Gustavo Fleck



Além de produtos de linha, a Pollibox desenvolve artigos sob medida para os clientes

dos profissionais. Nos abastecemos muito de pessoas oriundas da Feevale e, principalmente, da Fundação Liberato, que tem uma escola técnica de química de excelência”, pondera Fleck.

A Pollibox atua, ainda, nas áreas de adesivos termoplásticos (PU e TPU), na área hospitalar (barreira para TNT e TNT laminado) e na área têxtil, com entretelas, malhas, não-tecidos, polilínylon, reforços e tecidos.

OTIMISMO PARA O FUTURO

Os comandantes da Pollibox se

mostram otimistas quanto ao futuro da empresa e do segmento. Um dos motivos é a performance de 2020, que foi positiva, apesar da pandemia. “Crescemos 6%”, detalha Bianchi. “Soubemos nos reinventar durante a pandemia, apostando na linha de laminação de barreira para tecidos impermeáveis de jalecos. Entre o surgimento da ideia e a implementação, foi necessária apenas uma semana”, revelam os dirigentes.

Para 2021, a intenção é seguir na linha ascendente. E, para isso, o investimento será forte e focado na

otimização de processos e na aquisição de equipamentos. “Serão cerca de R\$ 7 milhões destinados ao nosso projeto para aumentar a capacidade fabril. Com o aumento dos segmentos de atuação, esperamos colocar no mercado este adicional de produção. Há muitas oportunidades”, finalizam os gestores.

DICAS DE SUCESSO DA POLLIBOX

- Ousadia baseada na certeza da qualidade de seus produtos e processos
- Agilidade na tomada de decisões e na implementação de ideias
- Rapidez para implementar eventuais correções de rota
- Investimento na capacitação de pessoal e manutenção do quadro de colaboradores
- Otimização constante nos processos para ganhos de produtividade
- Busca de novos produtos e novos mercados
- Confiabilidade e segurança ao mercado
- Profissionalização dos departamentos e busca de profissionais experientes e comprovadamente qualificados
- Garantia de um ambiente plural e amigável a novas ideias



Segmento calçadista segue representativo para o faturamento anual da companhia

Cursos em março, abril e maio

A ACI PROGRAMOU PARA OS PRÓXIMOS MESES UMA SÉRIE DE CURSOS, ON-LINE E PRESENCIAIS, EM DIVERSAS ÁREAS DO CONHECIMENTO PARA OPORTUNIZAR A QUALIFICAÇÃO DE PROFISSIONAIS QUE ATUAM EM EMPRESAS. A ENTIDADE ESTÁ PREPARADA COM AS MELHORES FERRAMENTAS, DISPÕE DE INSTALAÇÕES ADEQUADAS PARA CURSOS PRESENCIAIS E CONGREGA PROFISSIONAIS EXPERIENTES. INSCREVA-SE E PARTICIPE. ACESSE O CRONOGRAMA COMPLETO EM WWW.ACINH.COM.BR/CURSOS.

On-line: Gestor Comercial e a Nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
Data: 08, 09 e 10 de março
Horário: 19h às 21h
Instrutor: Carlos Antonio Souza Villela

On-line: Atualização no Simples Nacional para 2021
Data: 29 e 30 de março
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Francisco Laranja

On-line: Vendas pelo WhatsApp Business
Data: 26, 27 e 28 de abril
Horário: 19h às 22h
Instrutora: Denise Gasparetto

Presencial: Auditoria trabalhista e previdenciária
Data: 08, 09, 10, 11 e 12 de março
Horário: 13h30 às 17h30
Instrutor: Thiago Rodrigues

On-line: A Resiliência como recurso estratégico - ressignificação do conceito de Resiliência
Data: 06, 07 e 08 de abril
Horário: 19h às 22h
Instrutora: Cristiane Hinterholz

Presencial: Excel Básico ao Intermediário
Data: 26, 27, 28 e 29 de abril
Horário: 08h30 às 12h30
Instrutor: Rodrigo José Hoff

Presencial: Redução de perdas no processo produtivo
Data: 16, 17 e 18 de março
Horário: 13h30 às 17h30
Instrutor: João Antônio Pires Rodrigues

On-line: Branding – Gestão de Marcas
Data: 12, 13, 14 e 15 de abril
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Felipe Schmitt-Fleischer

On-line: Planejando suas negociações
Data: 03 e 04 de maio
Horário: 19h30 às 21h30
Instructoras: Marta Cagliari e Priscila dos Reis

Presencial: Formação de líderes de alta performance
Data: 23 e 24 de março
Dia 23: 8h30 - 12h30 às 13h30 - 17h30
Dia 24: 08h30 às 12h30
Instrutora: Salete Cappelletti Bristot

GDE: Gestão e Desenvolvimento para a Excelência
Data: 12 de abril a 13 de setembro de 2021
Horário: Segundas-feiras, das 19h às 22h
Instrutores: Sérgio Schaumlöeffel, Fernanda Klauck, Fabiano de Lima Nunes, Maria Rejane da Silva Arboite, Roberto Herrera Arbo, Marcello Noetzold Mafaldo e Sérgio Schaumlöeffel

Presencial: Como trabalhar sua Dicção e Oratória para obter resultados positivos em sua profissão?
Data: 11, 12 e 13 de maio
Horário: 13h30 às 17h30
Instrutora: Endinara Fabiana Siqueira

On-line: Gestão financeira da empresa
Data: 29, 30 e 31 de março
Horário: 19h30 às 22h30
Instrutor: Ricardo Zanchin

On-line: Escrita criativa: inspirações e possibilidades
Data: 19 e 20 de abril
Horário: 19h 30 às 21h30
Instrutora: Jéssica Fontoura

On-line: Prático de ICMS, IPI e ISSQN
Data: 25 e 26 de maio
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Ademir Vanzella

Cursos, mestrados, doutorados e serviços com descontos para associados



Informações:

51 2108.2108

acinh@acinh.com.br

www.acinh.com.br

Confira abaixo as instituições com quem a ACI possui convênios e os respectivos benefícios:

CAPACITAR

Graduação e pós-graduação.

Desconto de 30% nos cursos de graduação EAD e isenção da taxa de inscrição do vestibular. 50% na taxa de matrícula da pós-graduação EAD. Cidades de abrangência: Canoas, Novo Hamburgo, Parobé, Sapiranga e São Leopoldo.

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING – ESPM SUL

Desconto de 5% em cursos abertos de MBA, pós e intensivos para diretores e colaboradores.

FACCAT

Graduação e pós-graduação.

Desconto de 40% nos cursos de graduação em uma disciplina por semestre e de 20% na pós-graduação lato sensu. Desconto válido independentemente do número de funcionários.

FEEVALE

Graduação, pós-graduação, extensão, serviços especializados, atividades físicas, aquáticas e idiomas.

Desconto de 10% nos cursos de graduação no Feevale Digital e no crédito de graduação presencial, sendo necessário que o aluno esteja matriculado no mínimo em 8 créditos. Nos cursos de pós-graduação e extensão, o desconto é de 10%. Nas atividades físicas e aquáticas, serviços especializados e cursos de idiomas, o desconto é de 10%. Será concedido desconto de 12% em cursos de graduação e pós-graduação, quando o pagamento das mensalidades do acadêmico for realizado integralmente pela conveniada ou empresa associada, mediante formalização expressa.

FTEC FACULDADES

Cursos técnicos, graduação e pós-graduação.

Para alunos de Novo Hamburgo e Porto Alegre, desconto de 60% para 120h na graduação presencial. Na modalidade híbrida, desconto de 50% para alunos que cursarem três disciplinas ou mais de 180h. Para graduação EAD, desconto de 50%. Na pós-graduação presencial e EAD, desconto de 25%. Nos cursos técnicos presenciais e EAD, desconto de 40%. Bônus de 40 cursos livres, conforme a disponibilidade dos mesmos. Benefício de taxa de custo fixa de R\$ 20,00 para atendimento psicológico nas unidades de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, não aplicável a estudantes de psicologia ou dependentes. Descontos não cumulativos a outros descontos ou bolsas ofertados pela instituição.

IERGS/UNIASSELVI

Desconto de 5% nos cursos de graduação e pós-graduação nas modalidades presencial e à distância. Desconto acumulativo ao desconto de balcão concedido ao beneficiário, com exceção dos cursos promocionais de R\$ 159,00. Válido para alunos veteranos e novos e extensivo a familiares.

INSTITUIÇÃO EVANGÉLICA NH (IENH)

Cursos técnicos, idiomas, especializações e graduação.

Para os cursos técnicos, graduação e especializações até dois alunos, desconto de 10%. De três a cinco alunos, 15% e, acima de seis alunos, 20%.

INSTITUTO DE EDUCAÇÃO IVOTI

Desconto de 10% nos cursos de extensão, idiomas e pós-graduação.

ULBRA

Desconto de 10% no valor das mensalidades nos níveis de ensino oferecidos pelas unidades mantidas pela AELBRA (Ensino Fundamental, Médio e Superior). Desconto extensivo a dependentes legais, desde que regularmente matriculados na graduação em, no mínimo, 12 créditos, no semestre letivo. Não têm direito ao desconto alunos de medicina, veterinária, odontologia, cursos de graduação presencial modulares e cursos de pós-graduação.

UNINTER

Cursos de graduação e pós-graduação.

Desconto de 10% nos cursos de graduação e pós-graduação na modalidade EAD e presencial.

UNIPACS

Cursos técnicos e de qualificação.

Desconto de 5% no parcelamento de cursos técnicos e qualificação em massagem. Não se aplica à taxa de matrícula e ao pagamento à vista dos cursos.

UNISINOS

Graduação, MBA's, pós-MBA's, LLM's, extensão, informática, línguas, especializações, mestrado e doutorado.

Desconto de 7,5% aos que cursarem até 12 créditos e 10% para acima de 12 créditos no semestre. No intensivo, desconto de 7,5%. Nos MBA's, especializações, superiores de complementação de estudos, línguas, extensão, informática, mestrado e doutorado, desconto de 10%. Descontos válidos para todas as modalidades presencial, híbrida, EAD e todos os campus e polos da Unisinos.

UNOPAR/ANHANGUERA/OLIMPIO

ANHANGUERA/UNOPAR - Desconto de 25% a 40% nos cursos de graduação e pós-graduação somente para novos alunos e 10% aos colaboradores que realizarem o pagamento de suas mensalidades pontualmente ou com antecedência. Desconto pode ser acumulado com outras bolsas, com exceção de pós-graduação, cujas parcelas são fixas de acordo com a contratação, sendo extensivo aos familiares. Para alunos que já possuem cursos em andamento, desconto permanece em 20%.

OLIMPIO - Desconto de 45% nos cursos profissionalizantes somente para novos alunos e de 14% aos colaboradores que realizarem o pagamento de suas mensalidades pontualmente ou com antecedência. Desconto pode ser acumulado com outras bolsas, sendo extensivo aos familiares.

SENAI - NOVO HAMBURGO E ESTÂNCIA VELHA

Desconto de 10% sobre os preços vigentes dos cursos nas modalidades de iniciação e aperfeiçoamento profissional e de 8% sobre os preços vigentes dos cursos técnicos, limitados a cinco alunos por turma.

Novos integrantes do quadro social

Nos meses de novembro e dezembro de 2020 e janeiro de 2021, o quadro social da ACI recebeu 20 novas empresas, abaixo relacionadas. A todas, as boas-vindas!

NOVEMBRO/2020

Bárbara Ricci Nutricionista	51 999212321	www.nutribarbararicci.com.br
Borrachas CV	51 35651200	contato@borrachascv.com.br
Dalla Valle & Consultores Associados	51 33883795	www.dallavalleconsultores.com.br
Ecovalor	51 35411393	www.ecovalor.eco.br
Finger Móveis Planej. Novo Hamburgo	51 37814005	www.finger.ind.br
Growdev	51 989034101	www.growdev.com.br
Laboratório Alfa	51 3035708	www.alfanalises.com.br
Ody & Keller Advocacia e Assessoria Empresarial	51 35410900	www.odykeller.com.br
SicoobMaxicrédito	51 30978400	www.maxicredito.coop.br

DEZEMBRO/2020

MVM Funcional Contabilidade e Serviços	51 35946810	mvmfuncional@gmail.com
---	-------------	------------------------

JANEIRO/2021

Melius Desenvolvimento Organizacional	51 999967719	www.meliusconsultoria.com.br
Litofix	51 35976271	www.litofix.com.br
Anirose Calçados	51 998992310	anirosecalçados@outlook.com
Golden Maq	51 35972869	financeiro1@goldenmaq.com.br
Novacor	51 35875319	www.novacorpigmentos.com.br
Aceleração Comercial – Consultoria e Agência de Marketing Digital	51 982669449	www.aceleracaocomercial.com.br
Hinterholz Treinamentos	51 995181212	www.cristianehinterholz.com
Ata Supreme	51 39392003	www.atasupreme.com.br
Soul Negócios Imobiliários	51 982035270	michelli@soulmoveis.com
Camaleoa Indústria Têxtil	51 31344516	www.camaleoaindustriatextil.com.br

Guia de Descontos ACI

Novas empresas participantes

Nos últimos meses, novas empresas e novos profissionais passaram a integrar o Guia de Descontos da ACI e a oferecer benefícios aos associados que optarem por utilizar seus serviços e produtos.

GSB CONSULTORIA

Especialidade: Consultoria empresarial, planejamento estratégico, gestão financeira, gestão de recursos humanos e gestão comercial.
Desconto: 7% para novos planos.

BÁRBARA RICCI NUTRICIONISTA

Especialidade: Nutrição
Desconto: 15% em consultas.

DALLA VALLE & CONSULTORES ASSOCIADOS

Especialidade: Assessoria empresarial.
Desconto: Diagnósticos sem custo para o cliente em projetos de consultoria e assessoria empresarial.
Descontos concedidos proporcionalmente ao valor do projeto: Até R\$ 100.000,00 ano - 10%.
De R\$ 100.000,00 a R\$ 200.000,00 ano - 15%.
Acima de R\$ 200.000,00 ano - 20%.

DALMÓBILE MÓVEIS

Especialidade: Móveis planejados e decoração.
Desconto: 5% adicionais à condição comercial vigente no ato da compra.

LABORATÓRIO ALFA

Especialidade: Análises clínicas.
Desconto: 20%.
Especialidade: Teste da Covid-19.
Desconto: Teste sorológico IgG e IgM - R\$ 180,00 (cento e oitenta reais).

ACELERAÇÃO COMERCIAL - CONSULTORIA E AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL

Especialidade: Consultoria.
Desconto: 20% em consultoria de marketing e vendas.
Especialidade: Treinamentos.
Desconto: 25% em treinamento presencial e/ou on-line.
Especialidade: Agência de marketing digital.
Desconto: 20%.

FINGER MÓVEIS PLANEJADOS NOVO HAMBURGO

Especialidade: Móveis planejados.
Desconto: Desconto de 10% extra na negociação padrão em móveis planejados e sob medida.

ATA SUPREME

Especialidade: Taekwondo tradicional e condicionamento físico (T-Fight).
Desconto: 20% para o 1º integrante da família, 30% para o 2º integrante e 35% para os demais integrantes.

Associadas recebem homenagem da ACI

A ACI parabeniza as 32 empresas associadas que comemoraram aniversário nos meses de novembro, dezembro e janeiro, relacionadas a seguir pelo critério de fundação a cada cinco anos. Aos diretores, funcionários e parceiros das aniversariantes, a entidade deseja muitas conquistas e um longo caminho de sucesso em seus respectivos segmentos de atuação.

Novembro/2020

5 Guarda Brasil

10 Tren'd Win Comércio,
Importação e Exportação

Solluções Gestão Empresarial

15 Novocon Contabilidade

20 Novo Hamburgo
Business Hotel

30 Silveira Assessoria
Empresarial

40 Akorel Suprimentos
Corporativos

SicoobMaxicrédito

Dezembro/2020

Zschimmer e Schwarz
do Brasil

20 N&R Assessoria e
Consultoria Empresarial

Luzdosol

Movitel Telecomunicações

25 Perfect Contabilidade

Orisol do Brasil Indústria
e Comércio de Máquinas

30 Controller Gestão Contábil

35 Yndac Produtos Químicos

40 Silvateam Brasil
Indústria e Comércio de
Produtos Químicos

Janeiro/2021

IBS Trade

5 Máquinas Moura

10 Eberlen Indústria
Termoplástica

15 Texclean Lavanderia Industrial
Unidasul Distribuidora
Alimentícia S/A

Stoffel Divisórias

20 Revaline Indústria e Comércio
Tecnoar Grampeadores

25 Acessus Contabilidade S.S.
Conta Certa Processamento
de Dados

30 Marfim

40 Lucini Assessoria
Empresarial S.S.
Zahonero Indústria e
Comércio de Espumas

45 Paulo Sperb Corretora
de Seguros

75 Instituto Senai de
Tecnologia em Calçado
e Logística Industrial



Valorizando a participação empresarial

A ACI conta com importantes parcerias para a realização de diversos projetos, oferecendo qualificação, desenvolvimento, crescimento e novas perspectivas de negócios que beneficiam toda a região. A entidade reconhece e agradece às seguintes organizações parceiras:

Live Qualidade – 12/11

Mantenedores do Comitê Regional da Qualidade RS – Vale do Sinos



Webinar Jurídico – 17/11

Patrocínio



Prato Principal On-line – 19/11 e 17/12

Patrocínio



Apoio Master



Prato Principal Híbrido – 28/01/21

Patrocínio



Apoio Master



Webinar Economia & Negócios 24/11, 01/12 e 10/12

Patrocínio



Webinar RH – 13/01/21

Patrocínio



Webinar LGPD – 27/11

Patrocínio



Webinar Marketing - 20/01/21

Patrocínio



ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO



Campal Serviços Contábeis	www.campal.com.br
Daniel Knieling Advocacia	www.danielknieling.com.br
Dimel Soluções Únicas Como Seus Produtos	www.dimelnet.com.br
Executive Corretora de Câmbio	www.executivecambio.com.br
Laboratório Fleming	www.fleming-lab.com.br
Nazario & Nazario Advogados Associados S/C	www.nazarioadvogados.com.br
Sicredi Pioneira RS	www.sicredipioneira.com.br
Universidade Feevale	www.feevale.br

Qualidade que você conhece, com a agilidade que deseja.

No Laboratório Fleming você e sua família encontram exames com qualidade certificada, e um atendimento com o cuidado e a atenção que merecem. Oito unidades de atendimento em Novo Hamburgo, Campo Bom, Estância Velha e São Leopoldo.



Central de Atendimento

51 3065-3888 | www.fleminglab.com.br

Atendimento empresarial: (51) 99180-0160



fleming
LABORATÓRIO



Nazario & Nazario
Advogados Associados S/C

ASSESSORIA TRABALHISTA EMPRESARIAL DIREITO PREVIDENCIÁRIO DIREITO CIVIL

Com comprometimento e seriedade, o escritório tem atuação destacada no Vale do Sinos e Paranhana, especialmente nas áreas Trabalhista Empresarial e Previdenciária.



Dr. César Romeu Nazario - OAB/RS 17.832

Contato:

51 3594.6682

51 9 9102.4836

contato@nazarioadvogados.com.br

www.nazarioadvogados.com.br