

O EMPRESÁRIO

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

Ano 24 | Nº 135 | Julho/Agosto/Setembro 2022 | R\$ 4,50

Equipe valorizada, resultado positivo garantido

Grupo de colaboradores precisa ser constantemente incentivado e desafiado para gerar sinergia e boa performance ao negócio.

Há 60 anos, Killing dá cores a um mundo melhor

É preciso atrair as pessoas certas para vender

Campanha para qualificar segurança pública

ÁCI

Planos Odontológicos
Unimed Vale do Sinos

Seu sorriso também está em nossos planos



Contrate agora
sem sair de casa.



PLANOS A PARTIR DE

R\$ **29,90***
por mês

*Para clientes Unimed Vale do Sinos

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.

Unimed 
Vale do Sinos/RS

Responsável técnica:
Dra. Priscilla Seibel Bonatto
CFO: RS-CD-18906

ANS - nº 356417



**Diogo Leuck**

Presidente

TODOS PELA EDUCAÇÃO E PELA SEGURANÇA

O propósito da ACI – que completa 102 anos de fundação em 18 de outubro – é promover o desenvolvimento sustentável de seus associados e da região. Em nome disso, desenvolvemos uma série de ações e projetos, entre os quais destaco dois, pela relevância que têm na atualidade e, também, para o futuro que queremos ter.

Refiro-me primeiramente à campanha Todos pela Segurança, que une entidades empresariais de Novo Hamburgo e busca arrecadar R\$ 5,27 milhões, até o final de 2023, através do Programa de Incentivo ao Aparelhamento da Segurança Pública do Estado do Rio Grande do Sul (Piseg), para a compra de viaturas à Brigada Militar, à Polícia Civil e ao Corpo de Bombeiros do município.

Para que isso seja possível, é essencial a participação das empresas em geral, destinando até 5% do ICMS devido a projetos específicos em benefício da comunidade hamburguesa. Enfatizo que os valores destinados serão creditados em conta específica e aplicados nos projetos indicados, sem qualquer possibilidade de destinação a outro fim.

Outro destaque que faço é a criação, na ACI, da vice-presidência de Educação e Cultura, que atende à necessidade de adotarmos medidas urgentes para a elevação da qualidade do ensino, duramente reduzida durante a pandemia. A nova vice-presidência atua em conjunto com

instituições de ensino, Poder Público e empresas para reverter a defasagem que compromete o futuro profissional de milhares de pessoas e, também, a disponibilidade de mão de obra qualificada aos negócios, que, sabidamente, encontram dificuldades para contratar desde agora e, se nada for feito rapidamente, assistirão o quadro ficar ainda pior, o que ninguém deseja que aconteça.

*“JUNTOS, TEREMOS MAIS
SEGURANÇA E UMA EDUCAÇÃO
CAPAZ DE ALTERAR O NOSSO
PRESENTE E NOS LEVAR A UM
FUTURO DE MUITAS CONQUISTAS.”*

Conclamo todos a engajarem-se a estas ações em benefício da comunidade de Novo Hamburgo, que logicamente tem outras necessidades, as quais continuam a ser atendidas. A melhoria do cenário nestas duas áreas está ao alcance de cada um neste momento, a sua maneira e condições, em complemento ao que o poder público faz (ou deixa de fazer).

Juntos, teremos mais segurança e uma educação capaz de alterar o nosso presente e nos levar a um futuro de muitas conquistas. Em outras palavras, juntos, somos mais fortes agora e seremos ainda mais no amanhã.

Os dois assuntos estão em evidência nesta edição da Revista O Empresário, que traz também outros temas úteis, como a importância do recrutamento para o sucesso dos profissionais e das empresas, a valorização da equipe para criar engajamento e gerar boa performance e as dicas para aumentar as vendas através do marketing digital.

Boa leitura e excelentes negócios a todos!

ESTRUTURA ACI amplia atuação com novas vice-presidências	5
MATÉRIA DE CAPA Equipe valorizada, resultado positivo garantido - Grupo de colaboradores precisa ser constantemente incentivado e desafiado, gerando sinergia e boa performance ao negócio	6
GESTÃO JURÍDICA Uma mudança de visão focada no risco	10
MARKETING DIGITAL É preciso atrair as pessoas certas para vender	12
GESTÃO COMERCIAL Processos + métodos combinados = alta produtividade em vendas	14
SEGURANÇA PÚBLICA Entidades unidas para arrecadar e investir R\$ 5,27 milhões em NH	16
NOTÍCIAS Monumento homenageia 200 anos da imigração alemã	18
NOTÍCIAS Federasul realiza posse coletiva de entidades filiadas	18
NOTÍCIAS Ordem, agora, é inovar com parceiros	20
ENCONTROS POLÍTICOS Candidatos ao governo do RS apresentam suas propostas na ACI	22
RESPONSABILIDADE SOCIAL Fundação Semear é parceira no projeto social de cartórios e registros gaúchos	24
ECONOMIA Crescimento no primeiro semestre surpreende positivamente	25
INOVAÇÃO A Salvação veio digital e com sapatos pretos	26
INOVAÇÃO Fiber inova com o tênis unissex Fly	27
INSTITUIÇÃO DE ENSINO Educação tributária e cidadania Felipe Ferreira Silva, diretor geral da FBT - Faculdade Brasileira de Tributação	28
INTERNACIONALIZAÇÃO Empresas encaminham negócios no Texas	29
INTERNACIONALIZAÇÃO Apoio para ingresso nos Estados Unidos pela Flórida	30
INFRAESTRUTURA Porto de Arroio do Sal deve começar a operar em 2024	31
ENTREVISTA Sucesso de uma equipe é facilitado por um processo de recrutamento e seleção assertivo	32
FEIRAS Estação Moda RS na Franca 2022 vende R\$ 4,5 milhões	34
COMITÊ DE JOVENS EMPREENDEDORES Há dez anos formando lideranças	36
EMPRESAS O novo perfil dos ambientes corporativos	38
MAPA DA MINA Killing, dando cores a um mundo melhor	40
CAPACITAÇÃO Cursos em outubro, novembro e dezembro	43
ASSOCIADOS Novos integrantes do quadro social da ACI	44
ASSOCIADOS Empresas recebem homenagem	45
PARCERIAS Empresas apoiadoras de projetos e anunciantes nesta edição	46



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) 2108.2108

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: Diogo Carlos Leuck

VICE-PRESIDENTES: André Luís Momberger (Economia),

Cristine Schneider da Rocha (Educação e Cultura), Daniel

Antonio de Campos (Serviços), Dênis Furlan (Comércio),

Eduardo Cansi (Gestão Estratégica), Frederico Fleck Wirth

(Indústria), Gladis Ester Killing (Infraestrutura), Ítalo

Bronzatti (Jurídico), Leandro Kolling (Regional Estância

Velha), Maria Cristina Bohnenberger (Governança e

Sustentabilidade), Roberta Cassel Greenfield (Jovens

Empreendedores), Robinson Oscar Klein (Inovação e

Tecnologia), Rogério Schmökel (Regional Campo Bom) e

Thaís Engelmann Teixeira Alles (Regional Dois Irmãos)

DIRETOR: Leandro Villela Cezimbra

ASSESSORA-EXECUTIVA: Elen Marques Nunes

GERENTE GERAL DE OPERAÇÕES E FINANÇAS:

Karollin Ferrareze

GERENTE COMERCIAL: Maria Lúcia Chaves de Almeida

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: GBM Comunicação

FUNDAÇÕES

Fundação Semear

www.fundacaosemear.org.br

semear@fundacaosemear.org.br

PRESIDENTE: Flávio Fischer

GESTORA SOCIAL: Helena Ieggli Thomé

Fundamental

(Fundação Desenvolvimento Ambiental)

www.fundamental.org.br

fundamental@acinh.com.br

PRESIDENTE: Walter Luiz Dutra Keller

COORDENADOR ADMINISTRATIVO/SUSTENTABILIDADE:

Nestor Andres Cal

JORNALISTA RESPONSÁVEL E EDIÇÃO:

Milton Grabin

impressa@acinh.com.br

PROJETO GRÁFICO: Toth Design

DIAGRAMAÇÃO: Agência Escape

COMITÊ EDITORIAL: Milton Grabin, Mauro Moraes, Carla

Simone Gräf, Elen Marques Nunes, Fernanda Faleiro,

Karollin K. Ferrareze, Leandro Villela Cezimbra, Maria Lúcia

Chaves de Almeida, Natashe Bolzan e Ruschelly Kunrath

CONTATO COMERCIAL: (51) 2108.2108

TIRAGEM: 1,6 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

ACI amplia atuação com novas vice-presidências

Desde o início da gestão atual, a ACI vem ampliando sua atuação com novas vice-presidências. Em junho, foi criada a Regional Dois Irmãos e empossada a advogada Thaís Alles, da Alles Advocacia, como vice-presidente. A ACI possui diversos associados no município e, com a nova Regional, tem melhores condições de atender à demanda dos empresários locais. “A ampliação das atividades é uma das ações estratégicas da atual gestão da ACI, assim como a digitalização, a internacionalização e a sustentabilidade, e atende a pedidos de associados e da prefeitura municipal”, explica o presidente Diogo Leuck.

Thaís Alles é mestra em Direito da Empresa e dos Negócios pela Unisinos e diretora do escritório Alles Advocacia, que completou dez anos de fundação em março. “Sinto-me honrada e agradecida pela oportunidade ímpar de poder participar da ACI, a qual me acolheu e me ensinou bastante e para a qual muito pretendo contribuir. Farei todo o possível para que Dois Irmãos tenha forte representatividade empresarial e que a ACI também se

consolide no nosso município e se fortaleça cada vez mais”, afirma Thaís

Educação e Cultura

Em julho, a vice-presidência de Educação e Cultura passou a compor a estrutura organizacional e diretiva da ACI. A professora e assessora de comunicação e da direção da Master Equipamentos Industriais Ltda, Cristine Schneider da Rocha, comanda um comitê executivo integrado por representantes de empresas, universidades, escolas técnicas e poder público, voltado a contribuir para a elevação da qualidade do ensino público e privado e a formação de profissionais qualificados para as empresas da região.

“Buscávamos uma associada educadora e inovadora para assumir a nova vice-presidência e Cristine tem exatamente esse perfil”, diz Diogo Leuck. “Sinto-me muito feliz pelo convite e pela oportunidade de olhar para as pessoas, que movem e desenvolvem a região, em sintonia com o propósito da ACI”, destaca Cristine. A nova vice-presidente, formada em relações públicas e pós-graduada em pedagogia empresarial, tem atuação bem-

-sucedida, como docente, no Senac e atividades de consultoria e docência na Associação Gaúcha de Qualidade (AGQ), à qual ainda está ligada.



Thaís Alles, vice-presidente da Regional de Dois Irmãos



Cristine Schneider da Rocha, vice-presidente de Educação e Cultura



Comitês de Educação e Cultura e de Dois Irmãos reúnem-se mensalmente

INVESTIMENTOS

Executive Investimentos agora é Necton BTG Pactual >>>>>>>>

+580
de
NOVOS
PRODUTOS

- Tesouro direto
- Renda fixa
- COE
- Fundos de investimento
- Fundos imobiliários
- Mercado de ações
- Futuros
- Ofertas públicas
- Administração fiduciária
- Soluções corporate



Invista com quem você conhece.
FALE COM UM DOS NOSSOS ASSESSORES
DE INVESTIMENTOS.

(51) 3303-3444

EXECUTIVE
INVESTIMENTOS

AAI Contratado
necton
Uma empresa BTG Pactual

Equipe valorizada, resultado positivo garantido

Grupo de colaboradores precisa ser constantemente incentivado e desafiado, gerando sinergia e boa performance ao negócio



Engana-se quem pensa, por um minuto que seja, que o bom desempenho de um empreendimento não esteja ligado, umbilicalmente, a uma equipe de colaboradores valorizada constantemente. Cada membro de uma corporação, independentemente do segmento ou porte, precisa estar engajado no propósito do negócio e sentir que tem importância no processo. Com isso, participará ativamente e de maneira harmoniosa com os demais na busca de um objetivo comum.

Mas como valorizar a equipe, de fato? Não se trata apenas de dinheiro, garantem os especialistas. Os colaboradores precisam, sim, de vencimentos que lhe permitam viver com dignidade e concentrar sua energia no sucesso da empresa, porém não é só isso. Eles também necessitam ser reconhecidos, motivados e desafiados o tempo todo. “Para gerir um negócio, um líder precisa

ter habilidades que vão além da cobrança de resultados. Isso porque, cada vez mais, o mercado exige que ele tenha a capacidade de conduzir uma empresa, um setor ou uma equipe de forma que o ambiente de trabalho seja organizado e agradável para os colaboradores. O bem-estar de todos e as boas relações interpessoais, afinal, motivam os funcionários, gerando, assim, resultados positivos para todos os departamentos”, argumenta Caio Cunha, presidente da WSI Brasil, co-fundador da WSI Consultoria e membro do Global WSI Internet Consultancy Advisory Board.

Mas, para que isso seja possível, complementa Cunha, não basta ter conhecimento técnico, embora isso também seja importante. Ainda que o gestor faça cursos, participe de workshops, palestras e leia diversos livros sobre gestão de negócios, prossegue, é preciso adotar algumas práticas que garantem

mais produtividade e consequentemente mais resultados. “Em termos gerais, essas práticas separam o bom gestor do chefe que só exige de seus funcionários e que não impacta positivamente o dia a dia da empresa”, complementa.

Com mais de 25 anos de experiência na indústria de tecnologia, atingiu cargos executivos de alto nível, em grandes empresas multinacionais como PWC (com clientes IBM e Unisys), SAP e Hitachi Data Systems, no Brasil e no exterior, Cunha considera que uma das primeiras características para uma boa gestão de negócios é a valorização da equipe. “Um bom líder entende o fluxo do setor, o desempenho da equipe, as vontades, os desejos e os medos dos seus colaboradores para incentivá-los a fazerem um trabalho melhor. Ele é visto como um amigo que se preocupa e não apenas como uma pessoa importante”, afirma.

Reconhecimento é essencial

Sam Walton, fundador da Wal-Mart, no livro *Made In América*, afirma: “manter tanta gente motivada a fazer o seu melhor envolve uma série de programas e sistemas que desenvolvemos no Wal-Mart ao longo dos anos, mas nenhum deles funcionaria sem uma coisa muito simples que junta tudo: reconhecimento. Todos nós gostamos de ser elogiados. Então o que praticamos na empresa é procurar comportamentos que possamos elogiar. Busque coisas que estão dando certo. Queremos que nossa turma



Caio Cunha, membro do Global WSI Internet Consultancy Advisory Board

saiba quando estiver fazendo um trabalho excelente, e que saiba que são importantes para nós.”

Já Richard Branson, fundador da Virgin, destaca sobre a necessidade de valorizar em vez de apenas apontar o que um funcionário faz de negativo para a empresa: “você não deveria procurar as falhas das pessoas, você deveria olhar para todas as coisas boas que as pessoas fazem e elogiá-las.”

Já Mary Kay Ash, fundadora da marca de cosméticos Mary Kay, por sua vez, destaca sobre a necessidade de externar os pontos positivos identificados nos colaboradores: “Todos desejam ser valorizados, então se você valorizar alguém, não faça disso um segredo.”

Resultados positivos alcançados com a valorização dos colaboradores

- Gera maior atração de profissionais qualificados, uma vez que as pessoas de seu time serão propagadoras da marca;
- Redução da taxa de turnover e do absenteísmo;
- Redução de custos, uma vez que demissão e contratação de novas pessoas geram gastos para a empresa;
- Maior efetividade do trabalho executado;
- Maior engajamento de todos, o que

é essencial no desenvolvimento do negócio

- Melhorias para o clima organizacional

INICIATIVAS ESTRUTURAIS

- Cultura de feedback é essencial. Nela, o gestor identifica os pontos positivos do trabalhador, objetivando aprimorá-los. Ao mesmo tempo, reconhece os aspectos que podem ser corrigidos, apontando necessariamente o caminho a ser

seguido. **Atenção:** aspectos positivos são mais importantes!

- Incentive e facilite a capacitação de cada colaborador. Se possível, não somente em sua área de atuação específica. O crescimento individual se reflete no crescimento coletivo;
- Promova treinamentos na equipe. Eles geram melhorias para a produtividade do time; melhor qualidade dos resultados; transformação do clima organizacional; estímulo ao surgimento de novas lideranças; e incentivo ao trabalho em equipe;
- Invista na relação entre lideranças, liderados e lideradas. Por meio dela, há uma sensação por parte do colaborador de que a empresa se preocupa com ele no nível pessoal e profissional, além de trazer a certeza àquele colaborador de que ele é ouvido na empresa;
- Estimule novos desafios. Essa é uma prova de que existe confiança de ambas as partes para iniciar outros projetos. Além disso, essa é uma forma eficaz de incentivar o potencial de um funcionário e fazer com que ele se supere a cada dia;
- Entender como as pessoas da equipe estão se sentindo. Caso o sentimento esteja negativo, as lideranças podem atuar com mais proximidade para auxiliar as pessoas em suas dificuldades.



Benefícios ao colaborador

Valorizar o trabalho pode ser um dos fatores que ajudam a definir o sucesso ou fracasso das atividades da sua organização, bem como o aumento de produtividade e motivação no ambiente profissional. Por isso, vale a pena considerar com atenção esse assunto a fim de identificar pontos que precisam ser melhorados. A valorização profissional traz ainda mais benefícios para o próprio trabalhador.

- **Redução da ansiedade e estresse.** A falta de reconhecimento pode gerar uma sobrecarga emocional muito grande em cima do profissional, ao sentir que não é capaz de atender as expectativas solici-

tadas pela organização. Isso pode acarretar sentimentos de desânimo e frustração, já que a pessoa não compreende qual a razão de seus esforços parecerem sem importância. Em determinadas circunstâncias, esses sentimentos de inutilidade funcionam como gatilhos que levam a pessoa a desenvolver doenças emocionais, como, ansiedade e depressão.

- **Desenvolvimento profissional.** O ato de valorizar o trabalho também ajuda no crescimento profissional do funcionário. Todas as pessoas possuem aspectos que precisam melhorar ao longo de sua carreira, a fim de se tornarem melhores naquilo que fazem. Na verdade, esse é um processo contínuo. No entanto, contar apenas com a nossa pró-

pria visão sobre nós mesmos não é o suficiente, visto que nem sempre percebemos um defeito que é preciso vencer ou podemos ser muito exigentes e não enxergar as nossas boas qualidades. Por isso é necessário a opinião de terceiros.

- **Senso de colaboração.** Por último, a valorização do trabalho em equipe auxilia na criação de um melhor clima organizacional, que seja guiado pelo senso de colaboração. Com isso, o trabalhador sente que faz parte de um time em que todos são igualmente importantes. Vale ressaltar que, de acordo com a hierarquia de necessidades de Maslow, os humanos são seres sociais e, conseqüentemente, devem pertencer a um grupo para se sentirem completos.

Incentivos para criar engajamento

Primeiro, a instituição pode criar um programa de incentivos em que, ao alcançar determinadas metas, o colaborador recebe uma recompensa pelo seu trabalho. Entre os objetivos para atingir, é possível incluir tópicos, como:

- Contribuição com ideias significativas;
- Fortalecimento do relacionamento entre equipe;
- Cumprimento de prazos;
- Boa utilização dos recursos empresariais;

E as recompensas podem ser variadas, de acordo com a realidade da empresa, por exemplo:

- Bonificações financeiras;
- Maior poder de decisão;
- Presentes e lembranças;
- Dia de folga;
- Reconhecimento público, por intermédio de e-mail, publicações em redes sociais, cartazes, menção em reuniões, etc.

Plano de carreira

Muitos profissionais têm o desejo de alcançar maiores cargos dentro de uma empresa. Por isso, uma forma de demonstrar o valor que a companhia dá para os colaboradores é possibilitando a ascensão de carreira.

Para isso, a organização pode elaborar um plano, que determina quais são as competências fundamentais para cada cargo e especifica as funções necessárias para a posição.

Motivação adicional - Dessa forma, os trabalhadores vão ter uma motivação especial para se esforçar em desenvolver certas qualidades. Além disso, a empresa vai demonstrar que valoriza a mão de obra interna por dar aos próprios membros da equipe a chance de crescerem profissionalmente, antes de procurar por trabalhadores externos.





PÓS-GRADUAÇÃO FEEVALE

Escolha a melhor versão do **seu futuro**.

Cursos de MBA e especialização com foco prático e professores que são referência no mercado.



Conheça
nossos
cursos



pos.feevale.br

Uma mudança de visão focada no risco



Leandro Villela Cezimbra

Diretor da ACI

A cada dia, a gestão das empresas necessita de um olhar transversal, ou seja, mais aberto, unindo teoria e prática de maneira integrada; afinal, decisões relacionadas a um ponto do negócio podem influenciar todas as demais áreas da empresa. Exemplo de situações desta magnitude são os desastres ambientais (o caso do rompimento das barragens em Minas Gerais), estratégias de marketing equivocadas (o e-mail da Adidas aos participantes da maratona de Boston) ou um reposicionamento de mercado feito de maneira infeliz (o caso Kodak em não se adaptar às câmeras digitais) pode levar uma empresa de fato à ruína.

Ter um apoio jurídico que conheça o negócio, que saiba como é a realidade do mercado e que tenha uma visão transversal da atividade empresarial, algo além do meramente técnico jurídico, faz toda a diferença na hora de ajudar a gerir seu negócio.

No campo da transversalidade, não se pode esquecer que a parte jurídica é de suma importância ao desenvolvimento dos negócios, pois a legislação e o entendimento do Poder Judiciário brasileiros são extremamente dinâmicos. Alteram-se as normas e as decisões dos tribunais com uma celeridade absurda. O que hoje é aceito não possui garantia de que amanhã será!

Um profissional do direito conhecedor do mercado é fundamental no apoio e na avaliação dos riscos do seu negócio. Muitas vezes, o empresário está tão inserido na sua atividade que não tem como controlar todos os aspectos que influenciam em sua tomada de decisão, necessitando de alguém com outras competências para lhe auxiliar. É nesta hora que o profissional jurídico se faz necessário!

Muitos empresários consideram o departamento jurídico ou a contratação de um profissional do direito uma despesa necessária, um mal inevitável. Têm

no advogado alguém que serve para atrapalhar os negócios ou para dizer o que o empreendedor não pode fazer. É bem verdade que os profissionais do direito têm sua parcela de culpa nesta verdadeira ojeriza que se tem de advogados; afinal, durante o curso, não somos treinados para algo além do litígio. Em regra, nos bancos acadêmicos, não nos dão ferramentas para prevenção de problemas, para negociação ou atuação que refuja do convencional, enfim, nos preparam para a luta, não para evitá-la. Somos condicionados a resolver nossas diferenças no campo de batalha.

Existe direito além dos processos, muito embora nas faculdades estes conceitos não sejam aprofundados como deveriam ser.

As faculdades de direito não preparam os profissionais para a gerência de riscos. Isto se aprende com muito estudo e preparação no campo prático. A visão do profissional do direito e a sua imagem precisam mudar. Necessitam sair da zona do “não” para a área estratégica, tornarem-se parceiros do negócio e não apenas serem chamados quando algo dá errado, quando um contrato não é cumprido, ou quando a citação do processo bate à porta do empresário.

Há que se considerar, portanto, que

o advogado, seja ele interno ou externo, é um parceiro estratégico do negócio, alguém que dá segurança às operações empresariais, não mais um reagente aos problemas ou alguém que atrapalha a geração de riquezas que só a atividade empresarial é capaz de proporcionar.

Neste sentido, convém lembrar de uma frase de J.P. Morgan, famoso banqueiro norte-americano, que dizia: “Não quero um advogado para me dizer o que eu não posso fazer. Eu o contrato para dizer como fazer o que eu quero fazer”.

Assim, cabe a pergunta: você chama seu advogado para avaliar riscos ou somente quando a situação está judicializada? Chama o profissional do direito para participar de negociações e de formalização de contratos ou apenas quando algo está errado?

Se as respostas acima foram no sentido de chamar o jurídico quando já não há o que fazer, o timing está equivocado. Trazendo o advogado antes, previnem-se os litígios e, se estes forem inevitáveis, o profissional terá mais chances de exercer uma boa defesa, pois conhecerá os fatos que geraram a contenda.

Um profissional do direito prevencionista poderá construir saídas a di-

lemas da organização, pautando sua atividade no cumprimento da lei, dos regulamentos e da ética, de modo que o grau de exposição ao risco seja mitigado ou, até, elidido.

Neste momento é que a nova visão do direito e do profissional do direito deve ser analisada, uma visão baseada na análise dos riscos do negócio.

Ademais, é possível fazer o que se deseja cumprindo todos os regulamentos, leis e normatizações existentes; basta que se analisem os temas de acordo com os riscos que eles apresentarem.

O empresário ou a sociedade empresária tomam risco sempre. Ele é inerente à atividade empresarial, porém, o conhecimento de tais riscos faz com que o gestor da instituição possa escolher quais caminhos seguir.

Em que pese não haver maneira certa de realizar o que é errado, nem de “arrumar” algo que nasceu ilegal, cabe ao profissional do direito, justamente, apontar os riscos de determinadas ações ou omissões para que o corpo diretivo da empresa decida qual caminho seguir, independentemente do porte da instituição.

Mais uma vez, importa reiterar:

não é o porte que determina a necessidade de se gerir juridicamente o negócio, todos devem ser acompanhados de maneira atenta com foco no risco. A grande empresa e a pequena têm as mesmas possibilidades de perder receitas significativas ou até quebrar por decisões que não avaliem os potenciais e eventuais problemas que poderão surgir.

Destaque-se que o direito não é um fim em si mesmo. Ele carece das relações sociais para existir. No caso do direito empresarial, as relações negociais devem estar claras e as partes devem conhecer suas obrigações e direitos a ponto de que nada seja excessivo para ninguém.

Contratos desequilibrados são um grande fator para gerar problemas jurídicos, ainda que as vantagens sejam enormes a sua empresa, pense que seu parceiro enfraquecido demais poderá não conseguir cumprir com o que se comprometeu. Neste ponto, todos perderão!

Assim, a construção de uma gestão empresarial levando em conta aspectos jurídicos, baseados na análise de riscos, se faz fundamental para qualquer empresa.

AMPLIANDO PARA ENTREGAR CADA VEZ MAIS RESULTADOS

Uma nova estrutura para continuar entregando com excelência nossas expertises em:

- Auditoria Independente
- Serviços Contábeis
- Valuation
- Consultoria

Rua Onze de Junho, 350 | Novo Hamburgo | RS
www.lauermannschneider.com.br

lauermannschneider@lauermannschneider.com.br

51 3067.9700 |   /LauermannSchneider



**LAUERMANN
SCHNEIDER**
AUDITORIA & CONSULTORIA
CRC/RS 04574

É preciso atrair as pessoas certas para vender

Atrair as pessoas certas com ações de marketing digital, persuadi-las a comprar com boas ofertas e, por fim, fechar a venda. A ‘fórmula de sucesso em vendas’ é proposta pelo mentor de negócios Juliano Torriani, palestrante do Prato Principal que a ACI realizou em junho, com patrocínio de Sicredi Pioneira, Laboratório Fleming, Domínio Tributário e ABC Negócios, apoio máster de Universidade Feevale e apoio de Lauer mann Schneider Auditoria & Consultoria e Reverse Gestão de Resíduos.

Torriani enfatiza que o marketing digital é o grande gerador de negócios na atualidade e possibilita triplicar vendas de uma empresa em 90 dias, se utilizado adequadamente. E adverte: empresas que ainda não o utilizam correm o risco de se tornarem irrelevantes aos olhos dos clientes. “Baixo movimento, queda nas vendas e alta concorrência não são, necessariamente, indicativos de mercado em baixa. São, geralmente, indicativos de que a empresa pouco ou nada está fazendo em marketing digital ou está ‘vendendo’ o que faz e não o que o cliente ganha com isso”, diz.

O mentor de negócios enfatiza que, para vender mais e ter mais lucro, é preciso atrair as pessoas certas por meio de diferenciais únicos e exclusivos. Produtos de qualidade, bom atendimento e pronta entrega não são diferenciais. São obrigações de qualquer empresa, que precisa mostrar ao cliente o que tem de melhor.

“Não é o melhor produto que vende. O que vende é o melhor marketing”, explica. O marketing digital, na avaliação do especialista, é o melhor caminho para a empresa chegar a milhões de pessoas que passam grande parte de seu tempo ao celular ou na internet e propõe, para isso, uma fórmula que une três etapas.

Atrair a atenção – É a mais difícil e deve ser sempre o foco. Para isso, é preciso construir e fazer uma boa oferta, que é tudo o que o cliente recebe junto com a compra. É preciso falar do jeito certo com as pessoas certas, e uma boa oferta pode ser um desconto



Juliano Torriani afirma que “não é o melhor produto que vende. O que vende é o melhor marketing”

ou um atrativo como pague 2 e leve 3.

Persuasão – Produzir e veicular bons anúncios é indispensável para levar as pessoas certas a comprar. Os anúncios devem conter algo em que a empresa se diferencia dos concorrentes e ajudar as pessoas a comprar (indicar opções que facilitem sua decisão). Isso implica, além de criatividade na produção, em tráfego pago. “As empresas precisam estar em destaque no Google para serem encontradas facilmente quando o cliente fizer uma busca por informações sobre o que necessita”, destaca.

Vender – A venda acontece, conforme Torriani, quando as pessoas estão prontas para comprar o produto da empresa. Por isso, precisam conhecer, gostar e confiar nela, condição

a que são levadas através de ações de marketing digital diferenciadas. “Muitas empresas não têm problemas de vendas. Têm problemas com os anúncios que veiculam”, acrescenta Torriani, para quem um bom anúncio deve mudar o status do cliente em relação à empresa, mostrando-lhe que a marca tem algo útil para ele.

Pedido de casamento

O mentor de negócios compara o processo de venda a um pedido de casamento: em ambos, etapas precisam ser cumpridas para obter êxito. Inicia-se com o despertar da atenção (anúncio criativo), segue com contato (pelo WhatsApp, por exemplo), por um café (oferta um), um jantar (oferta dois), uma sessão de cinema (oferta três) e chega, enfim, ao pedido de casamento (venda).

Três passos para obter sucesso em vendas

Não existe fórmula mágica para bater metas de vendas e construir previsibilidade financeira. O que existe são processos validados que realmente funcionam e comportamentos adequados. A ênfase é do estrategista em marketing e vendas Elder Nunes, palestrante do evento Marketing & Vendas Híbrido que a ACI realizou em 29 de julho, com moderação do vice-presidente de Economia, André Luís Momberger, e patrocínio de Sicredi Pioneira.

Muitas empresas, segundo Nunes, trabalham com o modelo artesanal de vendas, baseado em ligações para prospecção de clientes feitas por todos os integrantes da equipe. O recomendado, atualmente, é um processo de vendas fatiado, em que cada equipe encarrega-se de uma etapa e dedica-se a ela 100% de seu tempo. “Os resultados comerciais são muitos melhores”, explica.

Nunes afirma que três passos ajudam a obter sucesso nas vendas men-

sais: diferenciação no mercado, construção de um esquadrão de vendas e gestão moderna e eficaz.

1 - Para se diferenciar no mercado, é preciso saber quem é o cliente ideal, perceber em que escala de necessidades o produto está e compreender que o cliente compra a promessa do vendedor e não o produto. Nunes também destaca a importância de se usar os chamados gatilhos mentais, que são estímulos recebidos pelo nosso cérebro que influenciam diretamente a nossa tomada de decisão. “Deve-se mostrar ao cliente que ele tem algo a ganhar com você e seu produto”, explica Nunes.

Ele afirma que as pessoas compram transformação e não soluções. Elas querem algo que as faça passar do estado atual, com presença da dor, para o estado desejado, com ausência da dor. Em outras palavras, querem que uma promessa (produto ou serviço) as permita fazer a mudança de estado.

2 - Para a construção de um esquadrão de vendas, deve-se dar maior importância às competências comportamentais, que não são colocadas no currículo, do que às competências técnicas, que são colocadas nele. A ferramenta Análise Mind Codes permite descobrir em 20 minutos os traços de comportamento que podem prejudicar a empresa ou levá-la ao próximo nível, investindo menos que o valor de um almoço.

3 - Para ter uma gestão eficaz, Nunes recomenda estar no controle das estratégias de geração de novos Leads, ter um CRM poderoso, desenvolver a mentalidade e gestão emocional de sua equipe e ser um apaixonado por vendas. “Vencer ou perder o jogo é uma questão de escolha. Utilize processos validados, tenha comportamentos adequados, valorize a equipe, extraia de cada integrante o seu melhor e pratique uma gestão eficaz. Assim, terá condições de vencer o jogo e construir uma história, como fazer os vencedores”, finaliza.

 [@reverseresiduos](https://www.instagram.com/reverseresiduos)

Conheça as soluções para o descarte de resíduos da sua empresa:

www.reverseresiduos.com.br



EMPRESA CERTIFICADA

ISO 14001

DESDE 2010

Processos + métodos combinados = alta produtividade em vendas



Sandro Schuh afirma que processos (o que fazer) e métodos (como fazer) são coisas diferentes

O sucesso em vendas está diretamente relacionado à combinação de processos e métodos. O especialista Sandro Schuh, CEO da Fenício, empresa de consultoria, mentoria, treinamento e software para prospecção e qualificação de leads com sede em Novo Hamburgo, afirma que a combinação de ambos é essencial para se obter alta produtividade em vendas, que deve ser o objetivo de toda empresa, independentemente de seu porte ou segmento de atuação.

Palestrante do Prato Principal de maio, realizado com o patrocínio de Sicredi Pioneira, Laboratório Fleming, Domínio Tributário e ABC Negócios, o apoio máster de Universidade Feevale e o apoio de Lauermann Schneider – Auditoria e Consultoria e Reverse Gestão de Resíduos, Schuh afirma que métodos e processos são coisas diferentes. Processos são o passo a passo das atividades (o que fazer), enquanto metodologias são as estratégias e as táticas usadas para mover os leads através dos processos (como fazer).

“Processos sem metodologia obtêm resultados inferiores e metodologias sem processos levam a resultados inconsistentes. Porém, processos e metodologias combinados geram alta produtividade em vendas”, diz Schuh, que também destaca a importância

de a empresa conhecer o mercado, ter bom relacionamento com clientes e dominar os diferentes tipos de vendas, entre outros fatores.

Segundo ele, as etapas (fases) da venda, da abordagem ao fechamento, devem compor um funil, isto é, seguir uma ordem decrescente vertical até a finalização, e não ser como uma taça de vinho, que é mais ‘horizontal’. “Por isso, quanto mais cedo um lead em que não se vislumbre perspectivas de sucesso for demitido, melhor”, enfatiza.

Funil de vendas

O funil de vendas, conforme Schuh, é a representação das etapas que um potencial cliente percorre, desde o primeiro contato até o fechamento da venda. Diversos profissionais o integram, como SDR (Sales Development Representative), que é o responsável por fazer a prospecção e o primeiro diagnóstico dos leads. Ele pode ser chamado de finder e realiza atividades de triagem e qualificação. Já o executivo de vendas (hunter) realiza a abordagem, a proposta e a negociação.

O número de etapas depende de cada negócio. Em geral, são três: prospecção, entregáveis e ações. As fases (da abordagem à negociação) se completam com os entregáveis (solução para a dor do cliente) e as ações

dizem respeito ao que a empresa vai fazer, como realizar reuniões, alimentar o CRM e dar retorno ao contato.

“As regras precisam ser seguidas, mas deve ter espaço para exceções”, pondera Schuh. Tudo deve estar previsto no playbook de vendas, documento que contém tudo sobre os processos de vendas, como jornada de compra, perfil do cliente ideal, rotinas e funções da equipe, indicadores, etc. Nele, o vendedor tem à disposição estratégias e informações de que precisa para fechar mais negócios.

A gestão também tem importância vital. Consiste em extrair indicadores dos processos, disponibilizá-los aos vendedores e geri-los. Os indicadores podem ser qualitativos e quantitativos, como número de ligações feitas, número de visitas, taxa de conversão, etc.

Os indicadores devem ser analisados em reuniões diárias, semanais, mensais ou trimestrais. As diárias, tanto presenciais (com duração de três ou quatro horas) quanto remotas (duas horas), devem tratar de indicadores quantitativos e as semanais devem analisar indicadores curtos, previsões e o que falta para fechar. Já as reuniões mensais devem analisar o previsto x realizado, as previsões e o funil, enquanto as trimestrais devem estar voltadas à elaboração de um plano de ação.

Em um mundo que está sempre se *movimentando*, ficar parado não é uma opção.

Invista em uma parceria para prosperar.

Venha para a

EXATUS

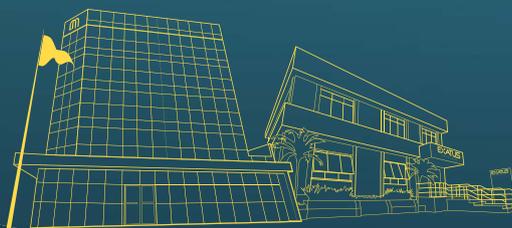
CONTABILIDADE



ALGUNS DE NOSSOS SERVIÇOS:

- Contabilidade
- Fiscal
- Departamento Pessoal
- Abertura de Empresas
- Gestão Financeira
- Contabilidade Digital
- Perícia Contábil e Tributária
- Assessoria e Consultoria
- Imposto de Renda

E MUITO MAIS!



VISITE NOSSA MATRIZ E FILIAL:

MATRIZ ESTÂNCIA VELHA

📍 Av. Brasil, 970, Estância Velha/RS
☎ (51) 3561-2466 📞 (51) 99878-0143

FILIAL IVOTI

📍 Av. Presidente Lucena, 2861, Ivoti/RS
☎ (51) 3563-6576 📞 (51) 99612-2699

✉ exatus@exatusassessoria.com.br

🌐 exatusassessoria.com.br

📷 [@exatus.contabilidade](https://www.instagram.com/exatus.contabilidade)

Entidades unidas em campanha para arrecadar e investir R\$ 5,27 milhões em Novo Hamburgo

A segurança pública recebe atenção especial de quatro entidades empresariais de Novo Hamburgo, que estão unidas numa campanha que pretende arrecadar e destinar R\$ 5,27 milhões para projetos específicos, como a aquisição de 21 viaturas, até o final de 2023.

Lançada em julho, a campanha Novo Hamburgo Todos Pela Segurança é realizada pelo Conselho Comunitário Pró-Segurança Pública (Consepro), com o apoio da ACI, da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e do Sindicato dos Lojistas (Sindilojas) do município.

O presidente da ACI, Diogo Leuck, afirma que empresários e contadores estão sendo contatados para destinarem parte do ICMS devido ao Programa de Incentivo ao Aparelhamento da Segurança Pública (Piseg), cujos recursos são investidos em ações de prevenção e combate à criminalidade e no reaparelhamento das forças de segurança, como Brigada Militar, Polícia Civil e Corpo de Bombeiros.

“A campanha será desenvolvida em três etapas semestrais, cada uma com meta financeira e de viaturas determinada, ao final das quais pretendemos ter entregue aos órgãos de segurança 21 viaturas, que vão viabilizar pronta resposta da Brigada Mili-



Presidente da ACI, Diogo Leuck, destacou as metas financeiras e de viaturas da campanha

tar, da Polícia Civil e dos Bombeiros de Novo Hamburgo. O número atual de viaturas é insuficiente para atender às demandas da comunidade, segundo os comandantes dos órgãos de segurança.

O presidente do Consepro, Juranir Moraes dos Santos, enfatiza que o órgão está sendo fortalecido para auxiliar as forças de segurança e a campanha marca o início de uma nova fase. “Quanto mais empresas apoiarem a

campanha e o Piseg, mais a comunidade será beneficiada”, avalia o presidente da CDL Novo Hamburgo, Jaime Machado. O presidente do Sindilojas, Gérson Müller, afirma que a entidade representa cerca de 3 mil empresas de comércio de Novo Hamburgo, que pagam ICMS e podem destinar até 5% do imposto devido para o Piseg. “Estamos atuando para conscientizar contadores e lojistas para que se juntem a nós e a campanha alcance as metas”, diz.

Entenda como funciona o Piseg

O Piseg permite às empresas destinar até 5% do valor do ICMS devido a projetos específicos, como aquisição de viaturas, armamento e equipamentos de proteção individual, e definir o município que será beneficiado. 90% do valor destinado pode ser compensado no pagamento do ICMS devido, com base no mês anterior, sendo 10% contrapartida da empresa.

A adesão ao Piseg é simples e deve ser feita diretamente no site do programa (www.piseg.rs.gov.br), que direciona o usuário aos projetos já habilitados,

por cidade, para receber o aporte de recursos, dentre os quais pode escolher o que deseja apoiar financeiramente. “A assinatura da Manifestação de Interesse em Destinação (MID) é digital e, após o pagamento da diferença de 10% correspondentes à contrapartida da empresa, o comprovante deve ser enviado para habilitação, que é válida por 12 meses”, diz o analista fiscal da Campal Serviços Contábeis, Carlos Ciecelski. Conforme ele, os 5% destinados pela empresa são creditados em conta específica do Piseg, enquanto os outros 95% do ICMS são recolhidos para conta

do governo estadual.

Empresas enquadradas como Lucro Real e Lucro Presumido, não optantes pelo Simples Nacional, podem fazer destinações ao Piseg. “Os empresários podem ficar tranquilos quanto à segurança jurídica e à possibilidade de compensarem o valor destinado a projetos de segurança em seus municípios”, acrescenta o diretor fiscal da Campal, Marcelo Castilhos, destacando a importância de os contadores apresentarem as finalidades do projeto aos seus clientes ou diretores e, assim, auxiliarem na adesão ao programa.

O exemplo da Killing

O diretor-presidente da Tintas Killing, Milton Killing, destaca a possibilidade de as empresas definirem, através do Piseg, onde será aplicado parte do ICMS pago. A empresa tem como prática habitual destinar recursos para projetos sociais, comunitários e de segurança, que acabam por ajudar na manutenção de uma imagem positiva perante a comunidade.

Mensalmente são feitas destinações à Brigada Militar, à Polícia Civil e aos Bombeiros de até R\$ 40 mil, compensados em impostos a pagar. “Colegas empresários! Façam a destinação de parte do ICMS devido ao Piseg. É fácil, não dá trabalho e pode-se saber exatamente onde o recurso será aplicado”, finaliza.

**Para obter informações
sobre o Piseg, acesse
www.piseg.rs.gov.br**

METAS DA CAMPANHA

- 1** - Segundo semestre de 2022 – R\$ 1,515 milhão
Aquisição de 03 viaturas para Brigada Militar, 01 para Polícia Civil e 01 para Bombeiros
- 2** - Primeiro semestre de 2023 – R\$ 1,880 milhão
Aquisição de 04 viaturas para Brigada Militar e 04 para Polícia Civil
- 3** - Segundo semestre de 2023 - R\$ 1,880 milhão
Aquisição de 06 viaturas para Brigada Militar e 02 para Polícia Civil



Número atual de viaturas em Novo Hamburgo é insuficiente, segundo o 3º BPM

SERENA

Um lugar ideal para viver e ser feliz.

Terrenos em condomínio de alto padrão, próximo a Avenida Maurício Cardoso em Novo Hamburgo.



Condomínio com 60.000m², parte elétrica subterrânea e painéis solares para suprir as necessidades do condomínio. São 10.000m² de área de lazer com piscinas aquecidas, quadras poliesportivas, saunas seca e úmida, pista de cooper, quadras de beach tennis, salão de festas, salão kids e muito mais.

Vila Rica
imóveis

ADMINISTRAÇÃO DE CONDOMÍNIOS, ALUGUÉIS E VENDAS



Monumento homenageia 200 anos da imigração alemã

Praça Monsenhor Edmundo Backes, na entrada do Centro Histórico de Hamburgo Velho, é o local escolhido para a instalação do monumento em homenagem ao bicentenário da imigração alemã no Brasil, que será comemorado em 25 de julho de 2024. O lançamento do monumento, que terá 4,5 metros de altura, foi feito em julho, com uma exposição de esculturas no Swan Tower Hotel Novo Hamburgo.

A ACI, através da vice-presidente de infraestrutura, Gladis Killing, integra a comissão de trabalho encarregada de buscar recursos para a construção do monumento, no qual haverá espaço em que as famílias apoiadoras com recursos financeiros terão seus sobrenomes gravados, como um agradecimento à contribuição ao projeto.

A iniciativa é da Sociedade Amigos da Fundação Ernesto Frederico Scheffel, que convidou o artista hamburguense Marciano Schmitz para o estudo da obra, cujo logotipo é uma estrutura de enxaimel, técnica construtiva secular trazida pelos imigrantes alemães.



Projeto do monumento foi criado pelo artista hamburguense Marciano Schmitz

O projeto Monumento 200 Anos da Imigração Alemã no Brasil tem o apoio da prefeitura de Novo Hamburgo e da Secretaria Municipal da Cultura, planejamento cultural da em-

presa Simples Assim e apresentação do Ministério do Turismo, Secretaria Especial da Cultura, Secretaria da Cultura do Rio Grande do Sul e Fundação Marcopolo.

Federasul realiza posse coletiva

A ACI é uma das entidades filiadas à Federação de Entidades Empresariais do Rio Grande do Sul (Federasul), que realizou em maio a cerimônia de posse coletiva de 72 de suas integrantes, no Salão Nobre do Palácio do Comércio, no Centro Histórico de Porto Alegre.

Novas lideranças empresariais regionais, empossadas entre os meses de janeiro e maio deste ano, participaram da cerimônia, entre elas o presidente da ACI, Diogo Leuck.

Esta foi a segunda posse coletiva de presidentes de entidades conduzida pela Federasul (a primeira aconteceu em 2018 e sua adoção vinha sendo um desejo antigo das entidades filiadas).

A cada dois anos, acontece a posse coletiva, que, em 2020, foi suspensa em razão da pandemia. Anderson Trautman Cardoso afirma que é uma



Paulinho Peres (Federasul), Anderson Trautman Cardoso (Federasul) e Diogo Leuck (ACI)

honra reunir na Federasul tantas lideranças de diferentes regiões do Estado, que, nos próximos dois anos, terão a oportunidade de contribuir para o fortalecimento de seus municípios e da sua população.

Mudança de atitude no novo modelo de trabalho

O novo modelo de trabalho não implica apenas em mudanças físicas nas empresas. Implica, também, em mudança de atitude para acolher, conhecer, apoiar e criar conexão com os profissionais que integram as equipes. “Hoje, as pessoas, especialmente as mais jovens, querem trabalhar em empresas cujo propósito faz sentido com os seus objetivos de vida”, afirma o CEO da Alfafox, empresa de desenvolvimento de lideranças e profissionais com sede em Passo Fundo/RS, Alexandre Fortes.

Palestrante de webinar realizado em julho, com patrocínio de Alles Advocacia e Eccel Restaurantes Empresarias, Fortes enfatiza que, em nome disso, os profissionais de RH estão inovando para que as pessoas se sintam especiais e permaneçam ligadas às empresas.

SANCAL

ASSESSORIA EMPRESARIAL

The logo for 40 years consists of a large, stylized number '4' in a dark red color. The zero is a circle, also in dark red, with the word 'ANOS' written in a smaller, dark red, sans-serif font inside the circle.

Experiência para seguir em frente.

CONTABILIDADE | ESCRITA FISCAL

FINANCEIRO | DEPTO. PESSOAL

TRIBUTÁRIO | TRABALHISTA

SOCIETÁRIO | CONTRATOS

(51) 3594.1758 - www.sancal.com.br

R. Andrade Neves, 55 - Guarani
Novo Hamburgo - RS - CEP 93520-560

Ordem, agora, é inovar com parceiros

A explosão digital transforma os negócios e a vida das pessoas em todo o mundo, mas traz consigo a falta de profissionais da área de tecnologia da informação – projeções indicam que há carência de cerca de 350 mil programadores/desenvolvedores no país – e obriga as empresas a recorrerem à chamada open innovation, que vem ganhando destaque em diferentes setores.

“Inovação aberta é uma nova forma de pensar e cooperar para fazer negócios, é abrir mão de uma ideia e desenvolvê-la em conjunto e, ainda, é identificar dores similares e otimizar recursos para criar soluções coletivas”, explica o vice-presidente de Inovação e Tecnologia da ACI, Robinson Klein, que tem feito palestras aos comitês da entidade, como ao de Campo Bom, em julho.

Especialista no assunto, Klein enfatiza que a capacidade de inovar com parceiros de fora da empresa, reduzir limites de profissionais e compartilhar conhecimentos acelera a inovação e a transformação digital, que não são mais escolhas e, sim, imperativos para as empresas continuarem competitivas no mercado.



Robinson Klein fez palestra a integrantes do Comitê Regional de Campo Bom, em julho

Pesquisa recente da revista Forbes indica que a maioria das organizações brasileiras está consciente desta necessidade e fazendo ou planejando investimentos na área. “76,2% das empresas brasileiras estão desenvolvendo ou já implementaram uma

estratégia de digitalização, enquanto 12,4% têm intenção de desenvolver estratégias, mas não têm planejamento, e outras 9,5% já desenvolveram roteiros de transformação digital, mas não os colocaram em prática ainda”, diz Robinson Klein.

Três fatores para monitorar

O vice-presidente de Economia da ACI, André Momberger, destaca três fatores que devem ser monitorados nos próximos meses, pois podem ter efeito sobre a economia brasileira e as atividades das empresas.

Inflação – O maior problema mundial na atualidade afeta, no Brasil, principalmente a população mais humilde, que sofre com os aumentos de preços dos alimentos. para si no pleito de outubro.

Controle fiscal – As ações populistas do governo federal para conquistar votos nas eleições podem levar a um descontrole das contas públicas. Isso não é bem-visto pelos investidores internacionais e pode determinar uma saída de capitais do país, agravando as dificuldades atuais.

Eleições presidenciais – Pesquisas indicam, atualmente, a vitória de Lula, mas em outubro o cenário pode ser diferente. “Se a esquerda vencer, a questão fiscal pode piorar, pois não a consideram prioridade máxima. Se Bolsonaro

ro vencer, as reformas que hoje estão paradas devem ser retomadas e Paulo Guedes deve continuar no Ministério da Economia, o que é positivo para a eco-

nomia brasileira”, explica Momberger. Para ele, seja quem for, o presidente eleito terá de fazer alianças com o Centro, o que limitará as ações do governo.



André Momberger diz que inflação alta é um problema mundial atualmente

Domínio Tributário completa cinco anos

A Domínio Tributário - empresa focada em soluções para redução de custos tributários - completa cinco anos de atividades em 2022 com muitos benefícios financeiros gerados a empresas de diferentes portes e segmentos.

Através de um método de trabalho diferenciado, apoia os clientes de forma personalizada e lhes disponibiliza uma ampla gama de serviços do universo tributário, tais como implementação de benefícios fiscais e financeiros, revisão de impostos, planejamento tributário, consultoria tributária e testes judiciais.

“Nosso foco é conduzir nossos clientes a maturidade tributária, deixando um legado para a áreas fiscais das empresas”, afirma a diretora, Simone Falkoski.

Nos dias atuais acompanhar todas as atualizações sobre impostos é um grande desafio para qualquer empresa que deseje tornar-se rentável no longo prazo.

Nesse cenário, a Domínio Tributário dispõe de uma equipe de contadores tributaristas pronta para apoiar empresas de todos os portes e segmentos a atingir essa meta.

Resultados positivos aos clientes

Diversos cases comprovam a eficiência dos serviços prestados pela Domínio Tributário ao longo de seus cinco anos de atividades. Uma das muitas empresas atendidas obteve ganhos superiores a R\$ 40 milhões em revisões de processos e benefícios tributários, equivalentes ao lucro operacional de três ou quatro anos. “Nos orgulhamos muito de termos conseguido resultado tão expressivo”, afirma Simone Falkoski.

Com sede em Campo Bom, possui operações comerciais a nível nacional, atendendo clientes como Grupo Viveo, Librelato, Smalticeram, Siderúrgica Catarinense, ZEN SA, Jasmine, Cooperativa Agroindustrial Alegrete (CAAL), Faxon Química, Chuveiros Zagonel e Roseflor.

Do sonho à maturidade

A Domínio Tributário nasceu em 2017 do sonho de Ivan Faliguski de, após uma carreira exitosa em empresas como Walmart, ter o seu próprio



Simone Falkoski e Ivan Faliguski

negócio e proporcionar consultoria na área tributária às empresas do Vale do Sinos. Em 2019, integrou-se à empresa Simone Falkoski, que exerce as atividades de diretora de marketing.

A soma de expertises, a utilização de talentos da própria região, o foco na disrupção de modelos tributários consolidados, mas que não são os mais rentáveis aos clientes, e o planejamento estratégico assertivo proporcionaram à Domínio Tributário rápido crescimento, sendo referência inclusive em outros estados.

“Atuamos com visão holística para que o cliente tenha acesso aos benefícios possíveis e não corra qualquer risco tributário futuro”, explica Simone. Segundo ela, levantamento do site www.impostometro.com.br indica que 95% das empresas brasileiras

pagam impostos a mais do que deveriam. “Nosso foco é atender pequenas e médias empresas, as mais desassistidas, sem, contudo, deixar de prestar serviços a grandes companhias”.

Pilares de atuação

A atuação da Domínio Tributário é baseada no tripé pessoas, processos e tecnologia.

Pessoas - O time é composto por contadores altamente especializados, tendo mais de uma formação na área fiscal. Habitados a estudar diariamente as frequentes alterações na legislação tributária brasileira, sistematicamente debatem novas oportunidades para novos e antigos clientes. Cursos, treinamentos e eventos diversos asseguram sua qualificação contínua e, assim, um nível de excelência na prestação de serviços aos clientes.

Processos - O constante aperfeiçoamento dos processos internos gera clareza de ação aos colaboradores e segurança aos clientes.

Tecnologia - Sistemas especializados, parcerias com startups e imersões no universo tecnológico garantem mais agilidade nos processos e posicionamento em sintonia com as demandas do mercado corporativo.

Novidades para continuar à frente

O CEO Ivan Faliguski, no início do ano, fez uma imersão no Vale do Silício, Califórnia, e atualmente participa do programa de desenvolvimento de executivos pela Fundação Dom Cabral, que lhe permitirá continuar à frente das novidades e oferecer qualidade e segurança aos clientes.

Para qualificar o atendimento aos clientes, a Domínio Tributário está reestruturando sua área de Negócios. O objetivo é ampliar o relacionamento com os clientes, que passarão a ter uma equipe ainda mais capacitada para atender seus clientes e parceiros de negócio.

INFORME PUBLICITÁRIO é um conteúdo patrocinado e de inteira responsabilidade do anunciante, sendo que não expressa, necessariamente, a opinião da ACL.

Candidatos apresentam suas propostas na ACI



Lorenzoni: reforma tributária decente



Jobim: redução de secretarias



Leite: condições para empreender

A ACI promoveu nos meses de junho e agosto encontros políticos em que candidatos ao Governo do Estado do Rio Grande do Sul apresentaram suas propostas e também receberam documento com demandas do setor empresarial. Confira os principais pontos apresentados.

Onyx Lorenzoni

O deputado federal, ex-ministro e então pré-candidato a governador pelo Partido Liberal, Onyx Lorenzoni, esteve na entidade em junho, quando comprometeu-se a, se eleito, realizar uma 'reforma tributária descente', re-discutir a adesão ao Regime de Recuperação Fiscal, criar a Secretaria da Primeira Infância e ajudar a construir a RS-010, entre Porto Alegre e Campo Bom.

Implantar um sistema de ensino que permita a todas as crianças ter as mesmas condições de aprender e, assim, reduzir gradualmente o percentual de alunos que saem do ensino básico e do ensino médio analfabetos funcionais.

Mudar o regramento atual, que, segundo ele, dificulta a vida de quem trabalha e gera custo adicional aos empreendedores.

Realizar obras que permitam ao RS equilibrar seu desenvolvimento, especialmente no âmbito logístico.

Simplificar a gestão pública e dispor de mais recursos para investimentos em áreas prioritárias, como educação e saúde.

Ricardo Jobim

Fazer o ICMS mais simples do Brasil, promover o desenvolvimento econômico a partir da vocação de cada região produtiva e simplificar o licenciamento ambiental, garantindo o destravamento das licenças para empreendimentos. Estas são algumas das propostas apresentadas, em agosto, pelo candidato ao governo gaúcho pelo Partido Novo, Ricardo Jobim.

Advogado de formação e empresário do ramo de comunicação em Santa Maria, Jobim propõe uma visão liberal para o Grande do Sul, com respeito ao dinheiro público e combate aos gastos excessivos. "O setor produtivo já não suporta os desmandos da política tradicional, que tributa, escraviza e expulsa empresas do Rio Grande do Sul, enquanto a população enfrenta dificuldades de acesso a serviços essenciais", enfatizou.

As propostas contemplam quatro eixos – responsabilidade, liberdade para crescer, benefícios para as pessoas e transparência .

- Cumprir o teto de gastos, privatizar o Banrisul e reduzir de 25 para 12 o número de secretarias.

- Oferecer ensino médio em tempo integral com foco profissionalizante, modernizar as ferramentas de gestão e reavaliar o patrimônio imobiliário escolar.

- Zerar as filas por atendimento médico e qualificar a rede de assistência no interior.

- Liberdade econômica e foco na retenção de talentos, empresas e pessoas, bem como na recuperação econômica.

Eduardo Leite

O candidato a governador pelo PSDB, Eduardo Leite, destacou as conquistas de seu governo e defendeu a continuidade do equilíbrio fiscal do estado, que assegura condições de investimentos em diferentes áreas. "Queremos dar sequência ao trabalho nos próximos quatro anos e gerar novas oportunidades de crescimento econômico e melhor a qualidade de vida dos gaúchos", disse na ACI.

O candidato à reeleição assegurou que o ambiente econômico e as facilidades para empreender no RS serão maiores nos próximos anos com a aprovação de um projeto de lei (que está na Assembleia Legislativa) para agilizar a abertura de empresas em 732 atividades com baixo risco ambiental (licenças serão emitidas em 48 horas), a adoção de novas práticas tributárias e a modernização da receita estadual com o Programa 2030, que exigirá do contribuinte apenas a emissão da Nota Fiscal Eletrônica (além das obrigações acessórias), permitindo aos empreendedores focar em atividades estratégicas.

Leite também destacou o objetivo de firmar parceria com universidades comunitárias gaúchas para a formação de profissionais às empresas, envolvendo especialmente a economia digital.

A continuidade dos investimentos será possível, segundo o candidato, porque as reformas estruturantes realizadas, como da previdência, administrativa e tributária, permitiram ao Estado, pela primeira vez desde 2009, obter superávit em 2021.

Maturidade de gestão

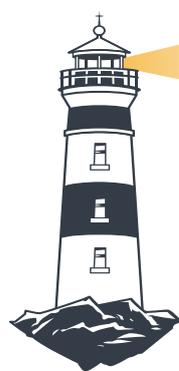
Uma ilha é a melhor metáfora para a natureza paradoxal do conhecimento. Suas terras interiores são o conteúdo conhecido, enquanto suas margens encontram o oceano – tudo aquilo que se desconhece. Quanto maior a ilha, ou seja, o conhecimento acumulado sobre um assunto, maior são as bordas em contato com o novo e, logo, a consciência de que ainda há muito para se saber. Daí o paradoxo: quanto mais se sabe, mais se tem noção da própria ignorância.

Assim é também com os negócios. Por natureza, toda a empresa tem espaço para alcançar patamares superiores de excelência e performance. Mas, para isso, é necessária a consciência de que sempre há mais a se saber e aprender.

Ocorre que, não raramente, a liderança do negócio contenta-se com o que já sabe e com o seu patamar atual de resultado. Os lucros são suficientes para cobrir as despesas e custos do negócio e garantir um padrão de vida confortável. Porque esses empresários não sabem o que não sabem, ficam imóveis em uma zona de conforto que gesta pontos cegos cada vez mais insidiosos. Chega-se mesmo a uma situação em que o dono do negócio passa a pilotar seu avião – sua empresa – sem praticamente mais nenhum instrumento de controle. Os riscos chegam a níveis alarmantes, mas a gestão não vê o perigo porque pensa que já sabe o suficiente. Tudo parece tranquilo, até que a menor mudança de cenário afunda desnuda, de uma vez só, toda a ineficiência e descontrole que o negócio vinha carregando há tempos. Tarde demais.

Empresas com gestão realmente madura contam uma outra história. Elas têm consciência de quais são os pontos fundamentais que não podem ficar descobertos. Controlam o negócio de fato porque possuem instrumentos de navegação que garantem a visualização adequada de todos os seus aspectos críticos.

De modo resumido, todo o negócio precisa conhecer e controlar 5 aspectos críticos da sua operação para poder crescer com excelência e lucratividade. Cada um desses 5 pontos impõe 3 objetivos-chaves que devem ser constantemente endereçados:



ABC NEGÓCIOS

1. Produtos & Serviços

- Captar e reter clientes.
- Vender muito a preços que ofereçam boas margens de lucro.
- Ter a capacidade de entregar seus produtos continuamente com qualidade consistente.

2. Lucro

- Manter altas margens de lucro bruto.
- Acumular lucros suficientes para cobrir despesas e custos rapidamente.
- Controlar e otimizar gastos (despesas e custos).

3. Dinheiro

- Construir e manter reservas robustas de dinheiro.
- Acelerar o ciclo de conversão de caixa ao máximo sem impactar negativamente seus clientes.
- Controlar e prever os movimentos de caixa.

4. Pessoas

- Contratar e reter talentos para a máxima produtividade da mão de obra. Demitir os colaboradores que não mantiverem a performance esperada.
- Articular e treinar a equipe para aumentar a sua capacidade de produzir lucros.
- Manter o foco de todos na geração de lucros.

5. Investimentos

- Utilizar ao máximo os investimentos para a produção de lucros.
- Fazer apenas investimentos que gerarão ganhos maiores do que eles custaram.
- Pagar pelos investimentos sem destruir as reservas de dinheiro.

Negócios excelentes, que crescem e lucram mais do que a média, mantêm sempre presente a necessidade de otimizar todos os 15 objetivos-chaves. Empregam tecnologias de informação que monitoram adequadamente o seu avanço e que – mais importante – lhes mostram o big picture, ou seja, a situação global da empresa.

Para isso, os dados são mais necessários do que nunca. A gestão baseada em dados, antes uma mera tendência, é hoje um imperativo plenamente factível. O custo e a complexidade dos sistemas de informações despencaram. Nunca foi tão fácil e barato capturar, estocar e transformar dados em informações críticas para a tomada de decisão.

Quantas empresas surpreendem-se ao descobrir, quando se deparam com um painel de controle completo sobre a sua operação, que tomavam decisões de modo profundamente problemático. Surpreendem-se ao descobrir que navegavam no escuro, quando pensavam que pilotavam seus barcos sob sol a pino.

Em suma, maturidade de gestão depende também do maior nível de visualização e controle que a informação devidamente articulada oferece.

Qual é a maturidade de gestão do seu negócio?

INFORME PUBLICITÁRIO é um conteúdo patrocinado e de inteira responsabilidade do anunciante, sendo que não expressa, necessariamente, a opinião da ACI.

Fundação Semear é parceira no projeto social de cartórios e registros gaúchos

O aumento da desigualdade e das demandas sociais básicas tem demonstrado que a melhoria das condições sociais está muito além da capacidade de atendimento pelas políticas públicas. Por isso, é necessário que os diferentes atores sociais somem suas forças em ações de parceria, atuando em sinergia para o desenvolvimento social.

A lógica das parcerias é a complementaridade de recursos e de capacidades, ou seja, é a união de esforços para o bem comum. É nessa lógica que a Fundação Semear executa o projeto Cartório Cidadão Solidário, uma promoção da Associação dos Notários e Registradores do Rio Grande do Sul (AnoregRS) e do Fórum de Presidentes das entidades notariais e registras do Rio Grande do Sul.

“A questão da vulnerabilidade social tem se agravado cada vez mais com o passar dos anos, impactando a população gaúcha nos diversos municípios do estado, em especial com o advento da pandemia de Covid-19, que ainda está produzindo efeitos nas pessoas, na sociedade e na economia. Em decorrência desta necessidade e da presença das atividades notarial e registral em todo o território do Rio Grande do Sul, a AnoregRS e o Fórum dos Presidentes estão promovendo, em conjunto com a Fundação Semear, o projeto Cartório Cidadão Solidário, com o objetivo de estruturar ações sociais sistematizadas para um alcance mais efetivo para aqueles que precisam. É a atuação dos cartórios no fortalecimento da cidadania e desenvolvimento social das pessoas de sua localidade”, afirma João Pedro Lamana Paiva, presidente da AnoregRS.

Projeto inovador

O Cartório Cidadão Solidário foi pensado a partir da percepção da importância do papel cidadão das serventias. É um projeto inovador e tem o mérito de levar para toda a categoria o fomento da prática da responsabilidade social, a possibilidade de qualificar as ações existentes, a disponibilização de conhecimento sobre as temáticas e o desenvolvimento de ações unificadas, mas que respeitem os contextos locais. É uma iniciativa que fortalece



José Flávio Bueno Fischer, Paula Cundari, João Pedro Lamana Paiva e Romázio Mezzari

os cartórios e registros, aproxima as serventias da comunidade onde estão inseridas, promove melhoria da qualidade de vida e, acima de tudo, fortalece a cultura da participação social, que transforma realidades e promove o desenvolvimento social.

“O projeto iniciou com a pesquisa para um diagnóstico sobre a realização de ações sociais existentes nos diferentes cartórios. A partir disso, foram planejadas capacitações para promover autonomia para a prática social das serventias”, destaca a gestora social da Fundação Semear, Helena Thomé.

Capacitação

Além do diagnóstico, o Cartório Cidadão Solidário promove capacitações, estimula e proporciona ferramentas para a implantação de uma gestão da responsabilidade social

empresarial e contempla duas ações globais, que podem ser desenvolvidas por todos da mesma forma, provocando impacto social local, atendendo às demandas da comunidade de entorno de cada cartório. “O Tabelionato Fischer se orgulha de participar dessa iniciativa das entidades dos cartórios do RS, em parceria com a Fundação Semear, fiel a seus princípios de responsabilidade social empresarial e de solidariedade”, salienta o tabelião, José Flávio Bueno Fischer, um dos integrantes da iniciativa.

O desenvolvimento de projetos em parceria faz parte da expertise da Semear. Através dessas ações, a organização amplia e aprofunda a sua atuação, integra e propõe outras iniciativas que beneficiam a comunidade e otimiza o investimento social de empresas e entidades, aumentando a relevância de sua atuação.

CONTATO

Para o desenvolvimento de projetos e ações sociais na sua empresa, fale conosco:
 > semear@fundacaosemear.org.br | - 51 3069.2618 | 51 9932.2214

Crescimento no primeiro semestre surpreende positivamente

O desempenho da economia brasileira no primeiro semestre surpreendeu positivamente. O PIB, que em março tinha projeção de alta de apenas 0,30%, teve variação de 1,93% em julho, em relação ao mesmo período do ano anterior. “O retorno de atividades presenciais, a demanda reprimida em alguns segmentos, o impacto da alta das commodities sobre a atividade econômica e as políticas de expansão da liquidez por parte do governo federal contribuíram para este desempenho positivo superior ao esperado”, afirmou o economista-chefe da CDL Porto Alegre, Oscar Frank, no Prato Principal de julho.

O evento mensal da ACI teve o patrocínio de Sicredi Pioneira, Laboratório Fleming, Domínio Tributário e ABC Negócios – Conhecimento para Lucrar,



Frank no Prato Principal de julho: vetores positivos devem perder força

apoio máster de Universidade Feevale e apoio de Lauermann Schneider - Auditoria & Consultoria, Reverse Gestão de Resíduos e Sebrae RS.

Apesar de destacar a surpresa positiva do primeiro semestre, Frank afirmou que, no segundo, os vetores positivos devem perder força, como os efeitos

da chamada ‘PEC dos Benefícios’, que reduziu o ICMS em bens e serviços essenciais e os impostos federais sobre gasolina e etanol. “A crença é que antecipamos o crescimento que estava contratado em 2023 para 2022”, disse Frank. Para ele, o crescimento da economia no próximo ano será de apenas 0,49% e a inflação alcançará a casa dos 5,30%, superior à meta, que é de 3,25%.

Taxa Selic

A projeção é de que a taxa Selic, que hoje está em 13,75% ao ano, permaneça neste patamar até maio, quando deve começar um ciclo de queda que a levará a 10,75% ao final do próximo ano. “A elevação das taxas de juros nos países desenvolvidos e a piora do risco fiscal doméstico impedirão cortes mais agressivos dos juros”, explicou Frank.

FAZEMOS DIFERENTE PARA FAZER A DIFERENÇA

43 anos de experiência e negócios bem executados

Somos parceiros de negócios dos nossos clientes, trabalhamos de forma ética e qualificada, prestando um serviço de excelência.

Enxergamos longe e alinhamos nosso propósito para agregar valor e auxiliar as empresas a crescerem.

 Carpena Advogados

A salvação veio digital e com sapatos pretos

A transformação digital permitiu à Zani Barcelos, indústria de calçados com sede em Campo Bom, sobreviver num período em que vários indicadores revelavam um desempenho ruim e a tendência de fechamento em poucos anos.

A mudança do modelo de negócio, então focado em lojas multimarcas, para o e-commerce, em 2019, mostrou-se acertada e, hoje, a empresa comemora os resultados positivos da mudança, crescendo tanto em vendas ao varejo físico quanto ao consumidor final e inspirando a produção e o consumo conscientes de sapatos.

Os principais fatores do sucesso do e-commerce Meu Sapato Preto foram apresentados pelo sócio-fundador, Mateus Barcelos de Menezes, durante webinar em junho, com a moderação de Débora Trierweiler, integrante do Comitê Regional da ACI em Campo Bom, e o patrocínio de Sicredi Pioneira.

Mateus, antes de dar o start ao novo canal de vendas, teve que buscar informações sobre como operar negócios digitais, até então desconhecidos por ele, inclusive fora do Rio Grande do Sul. As indicações obtidas o levaram a criar um e-commerce cuja gestão, desde o início, é baseada em seis pilares - jornada, produto, marketing, operação, gestão de dados e produto - e tem o cliente no centro de tudo o que é feito. Além disso, prevê ciclos (etapas) de crescimento sustentável, cada uma com duração, desafios e metas específicos.

Propósito

“Nosso propósito é conectar pessoas que amam sapatos para fazer um mundo melhor e mais feliz e, alinhados com isso, buscamos oferecer aos clientes a melhor experiência de compra possível”, disse Mateus. Conforme o gestor, da facilidade de navegação na plataforma à troca rápida de produtos, independentemente do motivo, tudo colabora neste sentido. Fotos de qualidade dos produtos, investimento em tráfego pago e uma boa gestão de dados, que permitem tomar decisões assertivas, também colaboram para obter sucesso e crescer rapidamente, como ocorre com o e-commerce sediada em Campo Bom.

O Meu Sapato Preto, como o nome indica, comercializa apenas sapatos



Como o nome indica, sapatos pretos são o carro-chefe de vendas do e-commerce

pretos, nicho que, quando foi criado, mostrava-se atrativo. Mas as boas possibilidades de negócios não foram o único fator que levou à opção. A fábrica dispunha, na ocasião, de uma grande quantidade de couros não utilizados, em várias cores, que foram repintados e aproveitados na produção de modelos exclusivamente pretos.

Início do on-line

O início da operação on-line foi em janeiro de 2019, tendo a primeira venda sido registrada já no primeiro dia, o que causou uma certo otimismo. No entanto, em março do ano seguinte, teve início a pandemia de Covid-19, que impactou os negócios. Mas a determinação e a capacidade de transformar necessidade em oportunidade levaram a família a mantê-lo aberto. Assim, sem demitir sequer um colaborador, seguiu em frente em busca de alternativa. Encontrou-a num segmento relacionado: a produção e a venda de sapatos coloridos. Nasceu, assim, o Meu Sapato Colorido, que, junto com o ‘irmão mais velho’, conquistou consumidoras em todo o país, que quase sempre repetem os pedidos.

Também houve a decisão de iniciar operações físicas, especificamente quiosques em shoppings no Rio Grande do Sul, para atender à tendência de os consumidores retomarem as com-

pras físicas assim que a pandemia diminuisse, o que acabou acontecendo. Atualmente três quiosques estão ativos e outros devem começar a operar em breve.

O Meu Sapato Preto e o Meu Sapato Colorido envolvem diretamente nove pessoas, têm 385 mil clientes em todo o país e faturam R\$ 2 milhões ao ano. Na Zani Barcelos, atuam 60 pessoas e nas lojas físicas, outras 13. Indiretamente, são cerca de cem pessoas envolvidas. Além dos dois e-commerces, a fábrica também destina parte da produção a lojas multimarcas.



Fiber lança novo tênis que promete reinventar o calçado



A Fiber – que ganhou reconhecimento internacional com as máscaras Fiber Knit durante a pandemia – agora inova com o lançamento do tênis Fiber Fly, que promete ser a reinvenção do processo produtivo do calçado. Anatômico, unissex e sustentável, o Fly pode ser usado com ou sem meia está disponível em diferentes cores, pelo preço de R\$ 379,00, no site e nas lojas próprias da marca. Em sintonia com a lógica do baixo impacto ambiental, o design do Fly busca reduzir ao máximo a quantidade de componentes e operações industriais para produzir um par do tênis. Além disso, o tecido em PET reciclado retira o equivalente a 2,5 garrafinhas PET do meio ambiente, promovendo a economia circular e regenerativa.

Sapatilha Fiber Multisports

Outro produto inovador que a Fiber acaba de lançar é a sapatilha Fiber Multisports, desenvolvida para esportes de praia como beach tênis,

vôlei de praia, além de esportes náuticos e pesca. Com solado anatômico em TR injetado diretamente no cabedal, o produto possui altos índices de resistência e aderência, trazendo conforto e performance aos amantes de esportes e vida ao ar livre. “Trata-se de uma opção prática, diferenciada em tecnologia e acessível ao consumidor”, explica o empresário e designer da marca Gustavo Dal Pizzol. A sapatilha multisports é vendida por R\$ 199,00 no site da Fiber.

A família de produtos sustentáveis da Fiber inclui também uma linha de mochilas e shoulder bags feitas com garrafas PET recicladas. As mochilas contêm o equivalente a 127 garrafas PET recicladas em sua composição. “Como empresa, nosso objetivo é a reinvenção de processos e produtos para entregar opções sempre melhores ao consumidor, tanto econômicas quanto sustentáveis. Tudo o que a gente faz é com o olhar de reinvenção”, acrescenta Dal Pizzol.

Nova fábrica

Uma nova unidade fabril está sendo construída à margem da RS-239 e vai ampliar em 7x a área atual disponível. A nova planta será um verdadeiro hub tecnológico e criativo, onde também estará sediada a Gate 3D, empresa do Grupo Top Shoes Brasil, que, além de fabricar impressoras 3D, produz peças técnicas, componentes, utilidades domésticas e brindes corporativos através da manufatura aditiva, hoje instalada em Farroupilha.

O investimento de R\$ 12 milhões foi dimensionado para atender às necessidades do grupo nos próximos cinco anos. “Entre outros ambientes especialmente projetados, teremos um showroom que apresentará ao mercado as diferentes possibilidades da tecnologia 3D”, informa Gustavo. Líder do grupo, a Fiber produz um mix de produtos têxteis com marca própria e também de terceiros, através do private label, atuando especialmente nos segmentos calçadista e moveleiro. Na pandemia, a Fiber ganhou destaque internacional com a produção de máscara com a tecnologia knit, campeãs de vendas em diversos canais. O produto passou a ser utilizado por milhões de pessoas e elevou os negócios da Fiber, que aproveitou o cenário favorável para desenvolver outras inovações. Atualmente, seu portfólio inclui tênis, meias, sapatilhas e mochilas, entre outros produtos.

Sustentabilidade

A Fiber é a mais recente signatária do Pacto Global, iniciativa da ONU para desenvolver e comunicar iniciativas em prol do desenvolvimento sustentável nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção e desenvolverem ações que contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade. A Fiber é uma das empresas brasileiras convidadas a apresentar seus cases na Cop 27, evento organizado pela ONU, que ocorre em novembro, no Egito, onde estarão reunidas organizações de todo o mundo que baseiam as suas atividades nas normas ESG.

Educação tributária e cidadania



Felipe Ferreira Silva

Diretor Geral da FBT -
Faculdade Brasileira de Tributação

Doutor e Mestre em Direito
Tributário pela PUC/SP e Advogado

Os tributos são um instrumento de exercício da cidadania. Eles provêm recursos aos Estados e lhes permitem oferecer bens e serviços à sociedade. Ocorre que, no Brasil, esta relação está em desarmonia. Não é raro o contribuinte achar-se em posição desfavorável perante o Estado, já que este não lhe presta, de forma adequada, os serviços mínimos que deveria prestar, quais sejam: saneamento, educação e segurança.

Por isso, defendo, há mais de duas décadas, que é necessário que nosso país desenvolva uma cultura que chamo de “cidadania tributária”. Mas o que vem a ser esta “cidadania tributária” e de que forma adquiri-la? A cidadania tributária nada mais é do que o cidadão ter a consciência plena de quais os tributos a que está obrigado a pagar, por qual razão deve pagar, para quem deve pagar e, o mais relevante de tudo, o que é feito com o tributo recolhido pelo Estado, vale dizer, onde é gasta ou investida a parcela de patrimônio do contribuinte que é dada ao Estado, sob a nomenclatura de tributos.

Consciência

Para ter consciência disso, o cidadão deve ser conhecedor, ainda que não de forma profunda, de conceitos de Direito Constitucional, Administrativo, Tributário, Contabilidade e Finanças Públicas. E como se adquire este conhecimento, então? Aqui, só há uma resposta: por meio da educação. E é esta a razão de existir da FBT - Faculdade Brasileira de Tributação.

A missão de nossa instituição é levar ao maior número possível de brasileiros o conhecimento necessário para que possam saber quais os tributos que estão pagando, para quem e por qual razão, como, também, prepa-

rar aqueles que lidam com a área tributária, em seu dia a dia, no assessoramento de pessoas físicas e jurídicas, sem esquecer, também, da formação dos agentes do Estado que arrecadam os tributos.

Esse desafio é ainda maior quando se vive em um mundo no qual a tecnologia avança de forma muito rápida. Tome-se, como exemplo, a implantação do SPED Fiscal, que se caracteriza pela obrigatoriedade de registro das obrigações fiscais em um sistema inteligente. Isso implica que, cada vez mais, o contribuinte deverá se preocupar com o que se costuma denominar de “compliance fiscal digital”. Isso porque, este sistema realiza a validação de aproximadamente 7 mil regras fiscais que compõem a legislação tributária brasileira (instruções normativas, leis, decretos, etc.).

Lembre-se, também, que a tecnologia permite o cruzamento de informações, a partir de entrega ao Fisco de diversas declarações. São obrigados, por exemplo, a prestar declaração dos contribuintes os cartórios de registro de imóveis, tabelionatos, bancos, operadoras de cartão de crédito, profissionais liberais que prestam serviços de consultoria a assessoria a terceiros, entre outros.

Atualização constante

Cada vez mais, diante deste cenário, impõe-se a necessidade de atualização constante por parte dos profissionais que trabalham na área tributária. Foi-se o tempo em que os programas pedagógicos dos cursos de pós-graduação e cursos livres se resumiam a copiar o índice do capítulo tributário da Constituição Federal, bem como o índice do Código Tributário Nacional. Por esta razão, é que os programas pedagógicos da FBT se preocupam, não só com o presente, mas com o futuro também, pois oportunizam aos alunos que estudem conteúdos que lhes ajudem na solução dos problemas que se apresentam em seu cotidiano, assim como despertem a consciência e o interesse em discutir os novos modelos de política tributária, que leve a uma tributação mais justa e solidária, sempre com o propósito de estabelecer-se uma relação, cada vez mais transparente e de confiança entre o Estado e o contribuinte.

Empresas participantes de missão empresarial encaminham negócios no Texas

O Texas é um mercado de grande potencial de consumo, mas as empresas brasileiras que pretendem obter sucesso por lá devem conhecê-lo, ter um plano de negócios bem-elaborado, negociar benefícios com o governo local e disponibilizar um canal de comunicação com os consumidores.

Estas e outras dicas foram dadas pelos palestrantes da primeira edição do Dinner Talking, em maio, evento em que participantes da Missão Empresarial ao Texas, realizada em março pela ACI e pela Câmara Texana de Comércio no Brasil, compartilharam experiências e informações com associados, dirigentes de outras empresas e prefeitos da região.

Na abertura do evento, com patrocínio de Sicredi Pioneira e apoio mágster de Universidade Feevale, o presidente da ACI, Diogo Leuck, disse que a internacionalização é um pilares da atual gestão da entidade e que o Dinner Talking terá outras edições e outros temas, para informar e orientar os participantes. “O objetivo é apontar caminhos que possam ser seguidos pelas empresas associadas e também

por outras interessadas em atuar no mercado internacional”, explicou.

Wirklich USA

A Wirklich, de Campo Bom, é a participante da Missão Empresarial ao Texas mais próxima de iniciar operações comerciais no estado norte-americano, com o fornecimento de produtos para o setor ferroviário local, cuja malha totaliza 300 mil km (no Brasil, são apenas 29 mil km, e nem todos ativos).

Em maio, a empresa contratou a Texas Cristian University (TCU) para fazer um estudo de mercado e elaborar um plano de negócios. O projeto piloto seria finalizado em agosto e prevê o envio de componentes de identificação para duas grandes empresas ferroviárias dos Estados Unidos, nas quais os produtos estão sendo homologados.

A Wirklich também contratou uma consultoria no Texas, a AK Vendas & Serviços, para ser sua mentora local, facilitar os processos junto à TCU e auxiliar no trabalho de mercado local e no projeto piloto. “O processo está sendo muito rápido. Pouco mais de um ano após a nossa participação no even-

to em Gramado, já vamos ter resultados muito expressivos”, diz o diretor Marcelo Sperb. Conforme ele, num segundo momento, a empresa deverá instalar uma unidade fabril no Texas.

Calçados femininos

Outro integrante da Missão Empresarial que projeta negócios com o Texas é o estilista de calçados Mauro Slomp, de Novo Hamburgo. Ele pretende reeditar no estado da estrela solitária o sucesso que obteve em Londres, durante cerca de 30 anos, com a marca própria de calçados femininos feitos à mão Mauro Slomp London, que era vendida inclusive em uma boutique própria a clientes exclusivos.

Um novo estúdio de criação foi montado na parte superior do prédio da Soldasinos, que Mauro também dirige, em Novo Hamburgo, para servir de base de operações no Vale do Sinos, onde os modelos serão produzidos em pequenas quantidades por indústrias parceiras. “Vamos enviar em breve as primeiras amostras para pequenas redes de varejo do Texas e iniciar as exportações possivelmente nos primeiros meses de 2023”, informa Mauro Slomp.



Presidente da ACI, Diogo Leuck, comandou a primeira edição do Dinner Talking, em maio

Acesso aos Estados Unidos pela Flórida

O escritório da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) em Miami oferece uma série de serviços e soluções para auxiliar empresas brasileiras que pretendem iniciar ou ampliar negócios nos Estados Unidos.

Os principais projetos, ações e parcerias disponíveis foram apresentados pelo gerente de operações do escritório, Fernando Spohr, em webinar realizado em junho, com moderação do presidente da ACI, Diogo Leuck, patrocínio de Sicredi Pioneira e apoio máster de Universidade Feevale.

Inteligência de mercado, qualificação para negócios internacionais, promoção de negócios, atração de investimentos estrangeiros e promoção de imagem estão entre as ações desenvolvidas pelo escritório. As iniciativas são realizadas em parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE), mais de 50 entidades setoriais e cerca de 35 instituições de ensino em todo o Brasil.

A sede em Miami disponibiliza, para locação, 22 salas exclusivas para empresas, salas de reunião para 12 e 6 pessoas e caixas postais individuais para cada empresa. “Dependendo da necessidade, temos a solução adequada para a atuação no mercado norte-americano”, afirmou Spohr.

Proximidade geográfica e cultural

O Estado da Flórida, cuja principal cidade é Miami, possui 21 milhões de habitantes, recebe anualmente 120 milhões de visitantes e é dono da 16ª maior economia do mundo. A proximidade geográfica e cultural com o Brasil favorece os negócios, motivo pelo qual grandes empresas gaúchas, como Grendene e Vipal, mantêm escritórios comerciais em Miami, inclusive para gestão de operações com outros países.

Quarto maior PIB dos Estados Unidos, a Flórida possui um ambiente favorável aos negócios, como zero % de imposto pessoal (estadual), alta qualidade e baixo custo de vida, forte parceria comercial com o Brasil, grande fluxo de capitais, escritórios de grandes empresas globais, mais de 100 voos semanais para diversos



Escritório da Apex-Brasil está localizado no Miami Center Building, 201, na South Biscayne Boulevard

destinos e ainda portos marítimos, estações espaciais, estradas e ferrovias que a destacam na área de infraestrutura e logística.

Setores para investimento

Construção civil, serviços financeiros e logística e transportes estão entre os setores considerados para investimentos na Flórida. Para obter sucesso no mercado local, as empresas brasileiras devem ajustar-se ao ambiente de negócios no país, customizar produtos de acordo com as preferências dos clientes norte-americanos, apresentar histórico da qualidade dos

produtos brasileiros, desenvolver uma presença on-line e construir relacionamentos com stakeholders locais.

“Antes de abrir uma empresa na Flórida, assim como nos outros 49 estados norte-americanos, é indicado fazer uma análise de mercado, identificar os principais hábitos de consumo, observar as questões culturais e elaborar um bom plano de negócios”, destacou Fernando Spohr. Segundo ele, o apoio de especialistas, como advogados e contadores é essencial para definir o perfil jurídico da empresa a ser constituída e negociar benefícios com municípios e o estado.

Porto de Arroio do Sal deve começar a operar em 2024

O Rio Grande do Sul deve ter um novo porto operando até janeiro de 2024, para quando está prevista a chegada do primeiro navio ao Porto Meridional, que será construído em Arroio do Sal por um grupo de investidores privados.

O presidente da DTA Engenharia, empresa paulista responsável pelo projeto do porto, João Acácio Gomes de Oliveira Neto, disse, em evento com empresários na ACI, em junho, que as obras serão iniciadas tão logo a empresa receba as licenças ambientais.

Com investimento de R\$ 6 bilhões, o porto estará localizado há 9,5 km da BR-101 e terá capacidade para movimentar 53 milhões de toneladas ao ano, praticamente o dobro do Porto de Rio Grande.

O projeto contempla dez berços para atracação de grandes navios, sendo oito para contêineres, graneis sólidos, líquidos e gás e dois para transatlânticos, o que permitirá desenvolver o potencial turístico do RS.

A profundidade do mar (17 a 20 metros) e a passagem de duas correntes marítimas também favorecem o projeto do porto, que não necessitará de dragagem constante, como ocorre em Rio Grande.

“Do total de capacidade, 30% já estão com contratos assinados, e uma das empresas que fará parte do projeto é a Braskem”, disse João Acácio. A localização estratégica do porto deve favorecer empresas do norte, da serra e do Vale do Sinos, entre outras regiões, que hoje realizam suas exportações por Rio Grande ou portos de Santa Catarina. A menor distância terrestre até Arroio do Sal permitirá reduzir o custo logístico de diversos produtos gaúchos, como calçados, ônibus, madeira e celulose, entre outros.

“O novo porto é fundamental para estancar o fluxo de exportações do Rio Grande do Sul por Santa Catarina e a perda de tributos e mão de obra”, afirma o presidente da ACI, Diogo Leuck, na abertura.



Porto de Arroio do Sal poder receber navios de carga e também transatlânticos

Porto Meridional

- Localização** > Em Arroio do Sal
- Investimento** > R\$ 6 bilhões (100% dos recursos da iniciativa privada)
- Modelo** > Terminal de uso privado (TUP)
- Capacidade** > 53 milhões de toneladas
- Berços de atracação** > dez, sendo dois para navios transatlânticos
- Diferencial** > Estrutura para receber navios de passageiros
- Profundidade** > 17 a 20 metros
- Classificação** > Equiparado aos maiores portos do mundo

HÁ 60 ANOS, A KILLING BUSCA
FACILITAR E SIMPLIFICAR
A VIDA DAS PESSOAS,
COLOCANDO UM POUCO DE SI
EM TUDO QUE FAZ.

**Nosso
JEITO**

TÁ EM
TUDO QUE
A GENTE FAZ.

Killing

Killing 60
ANOS

Processo assertivo de recrutamento é vital para o sucesso das empresas



Para que as empresas formem times engajados e focados no seu propósito, a contratação deste elenco tem papel fundamental. Selecionar de maneira assertiva os colaboradores confere à empresa a capacidade de superar desafios e se destacar no mercado. A especialista no tema, Telma Esmerio, explica, nesta entrevista, os cuidados que se deve ter na hora e escolher quem fará parte do empreendimento. Ela revela que as empresas devem manter a mente aberta, sem se fixar de maneira radical a um perfil específico de pessoa. Ao mesmo tempo, Telma enfatiza que ficar atento aos perfis dos candidatos nas principais mídias sociais é importante, mas não algo para prejudicar uma pessoa.

Qual é a importância de um bom processo de seleção no sucesso de um empreendimento?

O processo de recrutamento e seleção adequado contribui diretamente para o êxito dos negócios. A partir do momento que a empresa é assertiva na entrada dos seus colaboradores, a probabilidade das estratégias definidas por esta darem certo serão muito maiores. Quem faz acontecer e quem diferencia os negócios? Resposta já conhecida, mas muitas vezes esquecida em meio ao dia a dia corrido buscando metas, resultados, novos negócios, atendendo clientes, resolvendo problemas... AS PESSOAS! E a contratação assertiva vai ser um pilar fundamental na construção e manutenção dos empreendimentos.

Quais os principais critérios para uma seleção de qualidade?

Acredito que, hoje, precisamos rever alguns aspectos importantes. Eu chamo isso de “cocriação de valor nos processos de recrutamento e seleção”, título inclusive do meu livro lançado em março. Vivemos um momento de grandes mudanças estruturais nas empresas e na vida das pessoas também. Portanto, não podemos mais contratar como contratávamos anteriormente. Hoje, mediante este cenário

que estamos presenciando, somado a escassez de talentos, redução de postos de trabalho, mudança de formatos de emprego, novas possibilidades de atividades, entre outros, é importante que as empresas olhem para tudo isso e repensem seus processos seletivos. Por exemplo, sejam mais flexíveis com relação ao perfil que julgam ser o “ideal” para seu negócio, não julguem os candidatos somente pelo currículo (entrevistando sem julgamentos), retornos mais rápidos nos processos seletivos após entrevistarem os candidatos, entre outros.

Existem perfis de pessoas prioritários na hora da seleção?

Cada empresa tem seu posicionamento no mercado de trabalho, seu estilo de negócio, seus clientes, etc. Sendo assim, estas criam uma empatia maior ou menor por determinado perfil de comportamento de seus colaboradores, assim como estes colaboradores também. Aquelas máximas “vestir a camisa” e “imagem da empresa” ainda apoiam muito os negócios, mas o estilo de cada pessoa é muito particular e somente quem contrata pode dizer também qual é a sua preferência de colaboradores.

Eu acredito que pessoas diferentes somam (e muito) nos resultados das equipes como um todo, desde os



Telma Esmerio, 25 anos de experiência

mais tímidos e reservados aos mais falantes e participativos. É necessário não esquecer aquela boa dose de bom senso de cada um (de quem contrata e de quem é contratado), além de também promover uma comunicação mais clara entre todos no time de trabalho, sem “ruídos”, com devolutivas e feedbacks construtivos.

Com o fenômeno das mídias sociais, o sistema de seleção mudou? É preciso ver os perfis do entrevistado?

As empresas estão prestando mais atenção a isto, naturalmente. As mídias sociais são um bom apoio como ferramenta neste contexto, mas não são elas somente que determinam o sucesso dos processos seletivos. Por outro lado (olhando as pessoas), a forma como o candidato a uma vaga se comporta nas redes sociais evidencia seu estilo de vida e preferências.

Para uma seleção adequada, é necessário olhar todas as ferramentas do processo seletivo que são utilizadas (currículo, postura do candidato nos contatos recebidos, realizar uma entrevista de qualidade, avaliação psicológica de qualidade com testes alinhados, parecer completo sobre o candidato, entre outros).

Destaque quais são, hoje, algumas das principais competências requeridas?

Independentemente do negócio da empresa, existem competências “comuns” a todas as trajetórias. Ou seja, que podem ser aplicadas para todos os segmentos. Utilizar estas competências como base para a seleção do candidato, permite que a empresa verifique qual o candidato demonstra “estar mais pronto” para exercer a vaga no momento, mas mais do que isso, propicia que as competências identificadas como lacunas possam ser desenvolvidas através de um plano de competências. São elas:

- Orientação para resultados: o indivíduo atua com determinação e foco, obtendo e/ou superando de forma consistente e com qualidade os desafios assumidos.

- Direcionamento estratégico: visão global e de futuro, que permite à pessoa identificar riscos e oportunidades capazes de causar impacto na empresa, no âmbito de sua atividade.

- Liderança de equipes: o líder obtém comprometimento em desempenho máximo das pessoas e é considerado um bom exemplo a ser seguido. Investe tempo e recursos na identificação de talentos, formação de empreendedores e processos de sucessão.

- Agentes de mudança: influencia e lidera processos de mudança e transformação organizacional, atuando de forma decisiva para o sucesso de sua implementação.

- Colaboração irrestrita: a pessoa colabora em projetos, programas e ações que vão contribuir para os objetivos e resultados da empresa. Mantém a abertura dos canais de comunicação e articula-se de forma eficiente intra ou interáreas para implementação dos projetos e processos da empresa.

- Orientação para o mercado: o indivíduo domina as variáveis de mercado – clientes, fornecedores, concorrentes, fatores de regulamentação e fatores políticos e estratégicos – para obter vantagens competitivas no negócio.

- Orientação para a ação: a pessoa define prioridades e métricas para acompanhamento das ações implementadas, obtendo os resultados nos prazos pactuados. Tem senso de urgência e proatividade, dando respostas rápidas e precisas.

Qual sua mensagem final?

Tenho uma frase do querido e saudoso Mário Quintana de que eu gosto demais e serve tanto para as empresas quanto para as pessoas refletirem... pensando nas suas contratações, times de trabalho, negócios e carreiras também: “O segredo é não correr atrás das borboletas: é cuidar do jardim para que elas venham até você.” Ou seja, cuide da sua empresa, dos seus negócios, da sua carreira e cuide de você para que venham os resultados positivos.

TELMA ESMERIO é administradora de empresas, pós-graduada em administração e estratégia empresarial e pós-graduada em pedagogia organizacional. Também é mestra em administração e escritora, autora dos livros “Administrando com Magia” e “Cocriação de Valor nos Processos de Recrutamento e Seleção”. Conta com sólida experiência de 25 anos na área de recursos humanos, atuando em recrutamento e seleção, desenvolvimento de pessoas e consultoria organizacional. Recebeu Menção Honrosa Prêmio Belmiro Siqueira de Administração/2021 pelo Conselho Federal de Administração (CFA). É administradora da Acerte Assessoria Empresarial, empresa de recursos humanos.



Estação Moda RS na Franca 2022 vende R\$ 4,5 milhões



Projeto ocupou área de 225m², dos quais 134m² foram para exposição e atendimento

Os dez pequenos fabricantes de calçados, bolsas e acessórios em Novo Hamburgo, Campo Bom e Sapiranga que participaram do Estação Moda RS na Franca Ablac Show 2022, de 22 a 24 de agosto, no Expo Center Norte, em São Paulo, venderam o equivalente a R\$ 4,5 milhões.

O estande coletivo é coordenado

pelo Sebrae RS, com o apoio da ACI e das prefeituras de Novo Hamburgo, Campo Bom e Sapiranga, e neste ano ocupou uma área de 225m², dos quais 134m² foram para exposição de produtos e atendimento a clientes.

Levantamento feito pelo Sebrae indica que os negócios fechados e a expectativa para os próximos 12 meses, decorrentes da participação na feira, totalizam R\$ 4.529.313,76. Foram fe-

Desempenho

- > Negócios fechados + expectativa 12 meses
R\$ 4.529.313,76
- > Número de negócios fechados
426
- > Pares/peças comercializados
19.405
- > Número de compradores
441
- > Negócios iniciados
128
- > Distribuidores ou representantes contratados
09

Empresas participantes

AG Shoes | Ana Boss | Azzla | Catri Bolsas | Dora Lis | Estilo Mix | Fillon | Invoice | Ragazza | Tricouro

chados 426 negócios e comercializados 19.405 pares/peças. Os contatos com compradores totalizam 441 e os negócios iniciados foram 128. Além disso, foram contratados nove distribuidores ou representantes.

O Sebrae também identificou 100% de interesse das empresas participantes da iniciativa em participar das próximas feiras junto ao Estação Moda RS.

Bons negócios também no SICC 2022

Os negócios fechados e os projetados para os 12 meses seguintes pelas 23 empresas participantes do Projeto Estação Moda RS no SICC 2022, realizado de 23 a 25 de maio, em Gramado, totalizam R\$ 27,65 milhões.

O levantamento efetuado pelo Sebrae RS, que coordenou o estande coletivo, com o apoio da ACI e das prefeituras de Novo Hamburgo, Campo Bom, Igrejinha, Sapiranga e Farrou-

ilha, indica que foram fechados 525 negócios e comercializados 58,40 mil peças/pares nos três dias do evento. Ao todo, o estande recebeu 963 compradores, que, além de realizarem 525 pedidos, iniciaram outros 308 negócios com os expositores.

As empresas participantes contrataram 44 distribuidores ou representantes comerciais para atuação em diferentes mercados do país.



Em Gramado, 23 empresas no espaço

ALTERAÇÃO DO CONTRATO DE TRABALHO POR VONTADE EXCLUSIVA DO EMPREGADOR

A legislação trabalhista vigente garante a liberdade de contratação entre empregado e empregador, porém, resguarda alterações contratuais de forma arbitrária por parte do empregador, sendo que as alterações devem decorrer da manifestação da vontade das partes e, ainda assim, não poderá, em hipótese alguma, ocasionar qualquer prejuízo direto ou indireto ao empregado. Portanto, qualquer alteração em desconformidade com os requisitos acima não produzirá qualquer efeito no contrato de trabalho.

Em contrapartida, a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT estabelece algumas condições lícitas em que o empregador poderá alterar o contrato de trabalho sem a concordância do empregado, quais sejam:

- mudança do local de trabalho desde que não se caracterize a transferência, ou seja, desde que não haja a mudança de domicílio do empregado;
- mudança de horário (de manhã para tarde ou de noturno para diurno);
- alteração de função, desde que não represente rebaixamento para o empregado;
- transferência para localidade diversa da qual resultar do contrato no caso do empregado que exerça cargo de confiança;
- transferência quando ocorrer extinção do estabelecimento em que trabalhar o empregado;
- transferência do empregado para localidade diversa da qual resultar do contrato quando desta decorra necessidade do serviço, sob pagamento suplementar, nunca infe-

rior a 25% do salário;

- determinação do empregador para que o respectivo empregado reverta ao cargo efetivo, anteriormente ocupado, deixando o exercício de função de confiança.

Assim, embora pareça que o empregador esteja restrito a qualquer alteração do contrato, caso este mantenha a essência do contrato de trabalho, há alterações contratuais que são possíveis, ainda que a vontade seja exclusivamente do empregador sem a necessidade de concordância do empregado.

Porém, é recomendado que as empresas, antes de realizarem alterações em contratos de trabalho consultem os seus departamentos jurídicos para que a tomada de decisão seja a mais segura possível, evitando, assim, eventual passivo trabalhista.



Daniel Paulo Knieling

Advogado - Especialista em Direito do Trabalho
Pós-graduado em Direito e Processo do Trabalho
Pós-graduado em Advocacia Empresarial Trabalhista

INFORME PUBLICITÁRIO é um conteúdo patrocinado e de inteira responsabilidade do anunciante, sendo que não expressa, necessariamente, a opinião da ACI.

Há dez anos formando lideranças



CJE é formado por jovens de até 35 anos de idade à frente de negócios próprios ou em linha de sucessão de empresas familiares

O Comitê de Jovens Empreendedores – um dos 12 que compõem a estrutura operacional da ACI-NH/CB/EV - funciona desde 2012 e tem por objetivo a formação de lideranças. É formado por jovens de até 35 anos de idade à frente de negócios próprios ou em linha de sucessão de empresas familiares.

Dentre as atividades do Comitê, estão:

- As reuniões-almoço ordinárias, que ocorrem na primeira segunda-feira de cada mês, na sede da ACI. Esses encontros sempre contam com a presença de empresários e outras lideranças institucionais, que, em um clima descontraído, compartilham suas trajetórias de empreendedorismo.

- As visitas em empresas, no mínimo uma por semestre, que oportunizam aos integrantes conhecerem de maneira prática o funcionamento de organizações dos mais variados seg-

mentos. Sempre que possível, essas visitas são organizadas juntamente com os fundadores das empresas, o que proporciona uma experiência de muito valor.

- A leitura de obras literárias e biografias de empreendedores, sendo uma por semestre, que são abordadas em reuniões ordinárias previamente estabelecidas. O estudo de livros é sempre liderado por dois integrantes que se voluntariam para apresentar e levantar pontos de debate para serem tratados na reunião.

- A organização do Encontro de Empreendedorismo, evento anual aberto ao público, que tem por objetivo disseminar os bons exemplos de empreendedorismo e inspirar os associados e a comunidade a seguirem por esse caminho, trazendo cases de sucesso que são compartilhados por empresários a nível nacional.

- A elaboração de artigos de opi-

nião, relacionados ao empreendedorismo, para publicação nas mídias da entidade e na imprensa local.

“O CJE é um grupo que está sempre aberto para quem quiser dele participar, desenvolver-se pessoal e profissionalmente e contribuir para o desenvolvimento da região por meio do associativismo e do trabalho voluntário”, afirma a vice-presidente, Roberta Cassel Greenfield.

NÚMEROS DO CJE

- Mais de dez anos em funcionamento
- Mais de 50 jovens integrantes já passaram pelo grupo
- Cerca de 100 lideranças compartilham suas trajetórias
- 21 empresas foram visitadas

Depoimentos de integrantes

“Entrei no CJE em 2016 e, desde então, o grupo vem ajudando a formar minha mentalidade sobre a busca de ser um empreendedor. Antigamente, quando falava com algum empresário de renome, pensava em perguntar qual segredo ele teria para me contar - como se existisse algum aprendizado mágico que fizesse eu me tornar um empresário de sucesso do dia para a noite. Uma das principais coisas que pude perceber é exatamente o contrário. Empresários de sucesso passam pelos mesmos problemas: formação e manutenção de equipe, busca por inovação e melhorias no processo produtivo, gestão financeira, crescimento das vendas e oportunidades de mercado. A grande diferença é que os empresários de sucesso buscam a resolução de cada um desses itens constantemente, para, assim, se antecipar ou pelo menos acompanhar a concorrência. Enfim, acho fantástica a oportunidade de ouvir pessoalmente grandes empresários sobre suas trajetórias, erros e acertos e participar das visitas técnicas às empresas, dos debates sobre as leituras realizadas e, também, da troca de experiências entre os integrantes. Muito grato por pertencer a esse grupo.”

Carlos Marx
Gráfica Zeus – Sapiranga

“Participar do Comitê de Jovens Empreendedores da ACI é muito en-

riquecedor, pois temos a possibilidade de conhecer várias histórias de empreendedores da nossa região, que, na maioria das vezes, não tínhamos ideia de como foram e muitas vezes nos deparamos com situações semelhantes às que estamos vivenciando no momento, nos auxiliando em tomadas de decisões. Isso nos ajuda a enfrentar os desafios com mais segurança. Além disso, temos uma grande troca entre os participantes, onde é sempre possível aprimorar nosso conhecimento e também poder contribuir com o dos colegas. Os encontros do CJE são um momento onde saímos um pouco da rotina e deixamos a mente livre para novos pensamentos fora do turbilhão do dia a dia, gerando inovações e crescimento, tanto pessoal quanto para a empresa onde atuamos.”

Danile Trierweiler
Apoteka Farmácia de Manipulação – Campo Bom

“Em diversos segmentos, podemos notar profissionais que exercem atividades de destaque e geram vantagens competitivas para seu negócio. Estes profissionais parecem ter habilidades natas, onde tarefas em cenários desafiadores são realizadas de forma criativa e natural. Através do Comitê de Jovens Empreendedores da ACI podemos estar conectados a outros líderes e gestores que estão à frente do seu próprio negócio ou estão na linha de sucessão de uma empresa fa-

miliar, os quais possuem os mesmos desafios e aspirações. Conhecendo a trajetória de empreendedores todos os meses, que começaram a sua jornada ainda jovens, percebemos que, mesmo depois de terem alcançado o “sucesso”, nunca pararam e nunca vão parar. O empreendedorismo já corre em suas veias. Ao final de cada história, saímos mais inspirados e motivados, sabendo que existem desafios a serem superados, mas que o trabalho e a determinação constantes geram excelentes resultados. A capacidade de empreender, criar e gerir pode ser desenvolvida e deve ser estimulada pelas instituições e organizações. Tudo começa com uma competência básica de um líder: estar aberto a conhecer e aprender.”

Felipe Sperb
Ferros Scharlau – São Leopoldo

“O Comitê de Jovens Empreendedores coloca-me em um ambiente de desenvolvimento em que entendo que desafios existem e sempre existirão quando o intuito é crescer e prosperar. E, dividindo nossas inquietudes e nossos êxitos com os colegas, a informação compartilhada se torna poderosa quando do discernimento de nossas estratégias e ações. Além disso, destaco a rede de contatos que a entidade oferece, visto que o mundo dos negócios é baseado em relacionamentos.”

Luciane Mallmann
All Trade Export – Novo Hamburgo

8º Encontro de Empreendedorismo

Mais de cem profissionais participaram do 8º Encontro de Empreendedorismo, que o Comitê de Jovens Empreendedores da ACI promoveu no dia 13 de setembro, em formato híbrido, com patrocínio de Sicredi Pioneira e apoio de Universidade Feevale e Sebrae RS.

Com objetivo inspirar novos empreendedores por meio de cases empresariais de sucesso em quatro diferentes áreas, o evento teve palestras de Rodrigo Morsch, co-fundador e diretor de branding e novos negócios da Vinci Shoes, Paulo Geremia, sócio-fundador do Di Paolo, Henrique Viana, fundador e CEO da plataforma

Brasil Paralelo, e Jeferson Braga, CEO da Ownerinc Developers S/A e CEO da Urbinc Empreendimentos.

“A Vinci criou um modelo de negócio totalmente inovador na indústria e no varejo de calçados e quer ser referência em sapatos femininos sem salto, inclusive no exterior”, disse Rodrigo Morsch. Geremia enfatizou o aprendizado contínuo, a padronização e a meritocracia para criar uma rede de restaurantes baseada na culinária típica da imigração italiana na Serra Gaúcha (que já soma 17 unidades no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina, no Paraná e em São Paulo). Jeferson Braga

destacou a necessidade de começar de novo, sempre que algo não der certo, e identificar as oportunidades que o mercado oferece para inovar, como a que o levou a criar o Own Time Home Club, primeiro investimento imobiliário do país com o conceito de multipropriedade de alto padrão, e Henrique Viana relatou a capacidade de empreender no segmento de streaming, dominado por empresas internacionais, com a criação da plataforma Brasil Paralelo, que já soma 350 mil assinantes e é conhecida por produzir documentários, séries e outros conteúdos com forte caráter questionador.

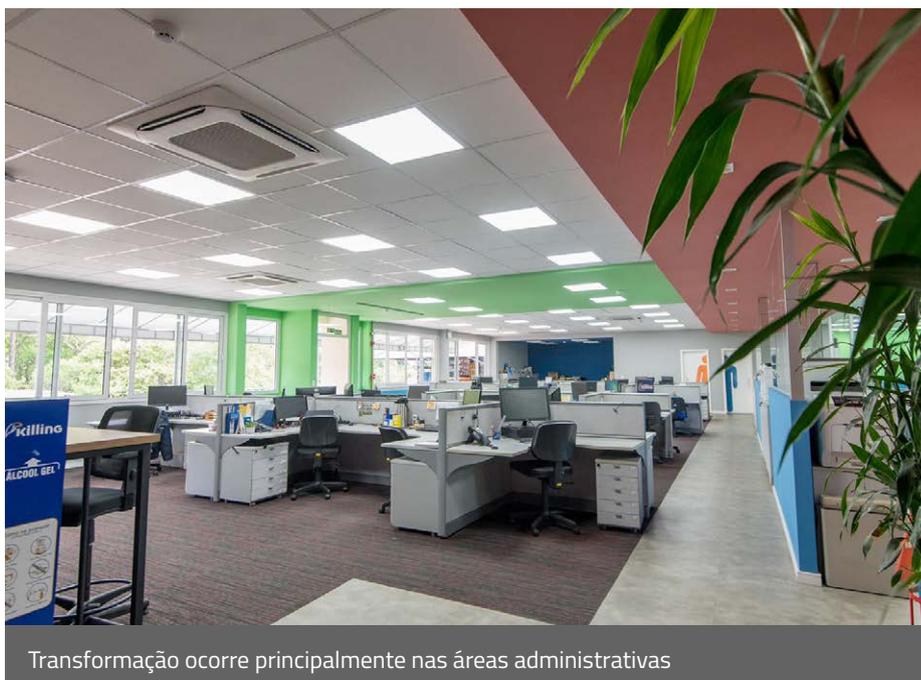
O novo perfil dos ambientes corporativos

Os ambientes corporativos ganharam relevância na pandemia com a necessidade de distanciamento entre as pessoas, os novos modelos de trabalho e a preocupação com a saúde mental dos colaboradores. Alguns chamam a atenção pela beleza, sem deixar de lado os benefícios ao bem-estar, à troca e à produtividade das equipes que neles trabalham.

A transformação ocorre principalmente em áreas administrativas, mas estabelecimentos comerciais também recorrem à repaginação para atrair consumidores e proporcionar-lhes uma experiência de compras positiva.

“Colaboração é a palavra-chave e, em nome disso, os espaços empresariais são abertos para que a equipe possa fazer trocas sem barreiras”, explica o arquiteto Maicon Schaab, do Estúdio G3, de Novo Hamburgo, que já desenvolveu diversos projetos para empresas da região, como Killing e Porto do Peixe, cujas mudanças resultaram em benefícios aos negócios e à produtividade.

Mas, segundo Maicon, mesmo que seja bom ter tudo aberto, é preciso evitar que o som se propague a outras áreas, o que poderia atrapalhar o trabalho. Isso é possível com o uso inteligente dos espaços e dos materiais. Forros acústicos, por exemplo, permitem controlar o som, enquanto barreiras de vidros orientam quem acessa o



Transformação ocorre principalmente nas áreas administrativas

ambiente e ajudam a identificar onde fica cada elemento de trabalho. “Os espaços têm que ajudar a descontrair e fazer com que a pessoa se sinta confortável, o que também tem a ver com questões ergonômicas, de iluminação, tanto natural quanto artificial, e conforto térmico”, acrescenta Maicon.

Sala de descompressão

Uma novidade cada vez mais presente em ambientes corporativos é a

chamada sala de descompressão, espaço onde as pessoas podem se descontrair e se desestressar. O ideal é que ela seja visível e esteja localizada próxima da operação ou do RH, para que quem esteja enfrentando algum problema sinta-se à vontade para conversar com um psicólogo, por exemplo. Puffs, redes e videogames ajudam a criar um clima favorável, mas também o espaço pode ter um sofá e ser utilizado por quem quer mudar de local por pouco tempo e levar seu notebook para trabalhar como se estivesse em sua mesa.

A liberdade de movimentação nos novos espaços está relacionada à preocupação com o bem-estar, a saúde mental e a qualidade de vida dos colaboradores, em contraposição à pressão por metas, que causa prejuízos emocionais a alguns trabalhadores. “Sabe-se que, quando o colaborador está confortável, ele sente-se melhor no trabalho e faz entregas melhores”, explica Maicon Schaab.

Ao se fazer um projeto de transformação de um espaço já existente ou construção de um novo, deve-se também pensar na sua limpeza e na manutenção, que são indispensáveis. Por isso, carpetes modulares em placas são indicados pela funcionalidade e durabilidade, por exemplo. “São como porcelanato, que pode ser arrancado e trocado facilmente, sem a necessidade de remover grandes áreas”, justifica.



Facilitar a interação é um dos objetivos dos novos ambientes

Comércio

O Estúdio G3 desenvolveu diversos projetos para empresas da região, tanto fabris para o setor de alimentos, onde a tônica é assegurar que os colaboradores sintam-se acolhidos e os clientes possam viver uma experiência positiva, o que traz benefícios à venda e à performance. “O colaborador faz

seu trabalho melhor e o cliente percebe que o comércio investiu nessa experiência”, destaca Maicon.

No comércio, conforme ele, é possível fazer com que, através de intervenções, o cliente percorra a área de vendas, encontre facilmente o que busca e chegue ao caixa para fazer o pagamento naturalmente, como uma jornada programada e produtiva.

Cores, materiais, sinalizações e

criatividade. Tudo contribui para um resultado positivo. A transformação de um espaço já existente, conforme Maicon, geralmente tem custo superior ao de construção de um novo, mas os resultados, de um e de outro, compensam o investimento.

“O cliente percebe que foi feito para o seu bem-estar e corresponde efetuando novas compras”, diz o especialista.

Exemplos de projetos

Ambiente administrativo Killing Tintas e Adesivos

Projeto de 2018 renovou todo o espaço administrativo da empresa, cujos objetivos eram integrar todos os setores, da controladoria ao comercial, melhorar o desempenho acústico e térmico utilizando as cores para criar um ambiente criativo e agradável. Foi um grande desafio reformar completamente em 45 dias um espaço de 500m², com uma parada total de apenas 15 dias neste prazo.



Reforma Porto do Peixe

Aliado ao rebranding e buscando renovar o espaço comercial, o projeto buscou criar uma nova experiência de consumo ao tradicional cliente da empresa com mais de 30 anos de mercado. Iluminação, uso de cores e um fluxo planejado para que o consumidor percorra por toda loja sem perceber e conheça a variedade dos produtos. Ambiente adequado para inovar.

Hub de inovação da CIGAM

Inaugurado em 2021, ele está em sintonia com o novo perfil dos ambientes empresariais, pois reúne nove elementos que se sobrepõem: infraestrutura física e de serviços, educação, atividades de P&D, programas e políticas de fortalecimento de clusters, espaços colaborativos para testes e Living Labs, incubadoras de empresas, startups, pequenas e médias empresas e grandes âncoras empresariais.



Killing, dando cores a um mundo melhor

Empresa, comandada por Milton Killing e que comemora 60 anos, aposta em novos produtos, valoriza seus colaboradores e atua fortemente pelo desenvolvimento das comunidades em que está presente



Fundada em 1962, a Killing S/A Tintas e Adesivos é um daqueles raros exemplos de empresa que harmoniza as inovações tecnológicas com um forte posicionamento em favor de uma sociedade melhor e – por que não? – mais bela. Criada por Leopoldo Celestino Killing, um então pintor letrista que fazia placas comerciais, a empresa surgiu de uma necessidade identificada pelo empreendedor. “Meu pai precisava de tintas de melhor qualidade para ser mais rápido e assertivo. Para isso, ele começou a fazer misturas com pigmentos e outros materiais até chegar a fórmulas mais eficientes”, relembra Milton Killing, atual diretor-presidente da companhia. Surgia assim, a Tintas Killing, já com o DNA da inovação.

Um dos fatores determinantes para o sucesso inicial da Killing foi a criação de artigos pensados para o uso

em calçados destinados à exportação. “Naqueles tempos, muitos produtos acabavam ‘machucados’ pela maneira como eram produzidos, de modo mais rudimentar. Daí a necessidade de tintas que minimizassem estas imperfeições e que tornassem os produtos mais atrativos, com tonalidades específicas que se assemelhavam fortemente à cor do couro original”, detalha Milton Killing. E os artigos da Killing atendiam a essa necessidade e contribuíam para o incremento das exportações do calçado brasileiro.

Na época, a Killing também trabalhava com uma linha de produtos para acabamento de calçados e também do couro. Com o crescimento da indústria calçadista local, o empreendimento também foi evoluindo. Já no final da década de 1960, um novo e importante passo: a Killing passa a desenvolver e produzir adesivos para

o segmento calçadista. Em seguida, as tintas imobiliárias passaram a fazer parte do portfólio, um mercado bastante promissor.

Nessa época, a empresa foi transformada de companhia limitada para uma sociedade anônima, cotizando recursos de investidores, em especial amigos e parceiros, com a venda de ações. “O fundador Celestino fez o que eu chamo de ‘IPO raiz’, algo inovador para a época”, brinca Milton, dando ênfase ao perfil visionário do fundador da empresa. “Importante destacar que ele conseguiu esse aporte graças à credibilidade da qual desfrutava no mercado e na sociedade”, completa.

Foi, então, que surgiu uma oportunidade que não poderia ser desperdiçada, a aquisição da então Tintas Tucano, de Porto Alegre. O ano era 1970 e a indústria adquirida era referência positiva no setor de tintas imo-



Milton Killing, diretor-presidente

biliárias e industriais (metalmecânica e moveleira) no estado, com mais de 50 anos de tradição. Por dois anos, a Killing operou na capital gaúcha, enquanto as instalações de Novo Hamburgo eram preparadas. Em 1972, toda a operação passa para o local que ainda está situada hoje a matriz, no bairro Industrial, em Novo Hamburgo.

EVOLUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO

Com o passar dos anos, a Killing consolidou a estrutura atual, atuando nos segmentos de tintas e de adesivos. Tanto num segmento quanto no outro, novos artigos foram incorporados ao portfólio, sempre com a preocupação de atender às demandas dos segmentos de atuação, com eficiência e relação custo/benefício compatível.

“Aprimoramos a indústria de adesivos para calçados, mas buscamos também novos nichos com potencial de crescimento, como o moveleiro, o de colchões e o de embalagens”, detalha.

COLABORADORES ENGAJADOS

Hoje, a Killing vale-se de uma ampla e qualificada equipe, composta por representantes comerciais, distribuidores e vendedores, de acordo com a realidade de cada mercado e de cada nicho de atuação, em seu departamento comercial. No segmento de adesivos, além da fábrica em Novo Hamburgo/RS, foram criadas unidades fabris na Bahia (Simões Filho) e também na Argentina (Buenos Aires) e no México (Querétaro), que também conta com um escritório em León. Tudo para o melhor atendimento em toda a América Latina. Já no segmento

de tintas, a atuação concentra-se na Região Sul, com exportações pontuais para países próximos, como o Uruguai, Paraguai e Argentina.

A Killing conta com 482 colaboradores diretos e cerca de 180 indiretos, entre representantes, distribuidores, vendedores e profissionais de assistência técnica. “Acreditamos que, quando envolve os colaboradores nas questões da sociedade, a gente incentiva neles a cidadania. Pedimos às equipes que repliquem em seus meios todas as nossas iniciativas internas, de conscientização, treinamento e capacitação”, detalha.

Esse alinhamento se materializou, recentemente, na conquista do selo da Great Place To Work (GPTW). Desde 2017, a GPTW promove a Jornada de Certificação & Ranking, em que analisa o clima organizacional de várias

empresas, com uma pesquisa e diagnóstico on-line. Se os colaboradores considerarem a organização um ótimo ambiente de trabalho e a empresa atingir nota 70 (ou mais) na pesquisa, ela conquista o selo digital de certificação, com validade de um ano.

AÇÕES SOCIAIS

“Ao mesmo tempo, procuramos apoiar diversas iniciativas que beneficiem às comunidades em que estamos inseridos, justamente porque nós também causamos impactos nelas. Somos uma parte integrante”, pondera. A Killing acredita que precisa estar unida a estas realidades para buscar o que há de melhor para o bem comum, desde o embelezamento da cidade, até limpeza de ruas e logradouros e cuidados com o meio ambiente,



Unidades fabris contam com os mais modernos equipamentos e tecnologia de ponta

e também no que se refere a questões de segurança pública, uma grande carência atual. Um exemplo prático foi a entrega da nova paisagem a Novo Hamburgo. Em comemoração aos 60 anos de história, por exemplo, a empresa pintou mais sete pilares da Trensurb, em trecho da Avenida 1º de Março, concluindo ao todo 20 espaços revitalizados com cores e paisagismo.

Há também um trabalho social muito forte ligado a entidades especializadas no atendimento a crianças e idosos em situação de vulnerabilidade, com o monitoramento da destinação adequada dos recursos e constante avaliação dos resultados obtidos. “Damos uma atenção especial à educação, contribuindo para reformas de escolas e instituições de ensino”, acrescenta Milton.

FORNECEDORES E TECNOLOGIA

A Killing é reconhecida pela qualidade dos produtos, desde a fundação, e leva isso muito a sério. Por isso, investe muito em inovação e tecnologia, envolvendo os colaboradores nas construção de soluções assertivas e eficientes. “Temos também parcerias com fornecedores e universidades nesse sentido. Tudo para agregar conhecimento ao nosso meio. E as inovações não se limitam aos produtos, também avançam para processos diferenciados e com resultados posi-

vos. Nossos laboratórios estão entre os mais modernos do país, nos segmentos em que estamos. Da mesma maneira, os clientes são importantes nesse processo, porque trazem as necessidades que buscamos resolver”, enfatiza.

DIFERENCIAIS EM DESTAQUE

Num portfólio de aproximadamente 2,5 mil itens, com produção mensal de 3 milhões de litros, não é tarefa simples destacar artigos especiais e diferenciados. Ainda assim, Milton Killing enfatiza dois produtos, que já são sucesso, o Kisatech Verniz Antipichação e a linha Kisatech Tinta Impermeabilizante.

O Kisatech Verniz Antipichação conta com tecnologia exclusiva de proteção, possibilitando a remoção das pichações com apenas água, esponja e sabão ou uma lavadora de alta pressão. Ele impede também a aderência de cartazes nas superfícies protegidas, atuando de forma eficaz no combate da poluição visual e na preservação dos ambientes. “Trata-se de uma tecnologia bárbara, eficiente e diferenciada”, argumenta.

Já a linha Impermeabilizante permite à parede ‘respirar’, evitando o acúmulo de mofo e umidade. Como a umidade da superfície consegue transpirar, acaba evaporando, seguindo impermeável para a entrada de líquido.

Ambos os produtos geram excelente relação custo/benefício para quem os utiliza. “São produtos testados e aprovados pelo mercado”, conclui.

FUTURO PRÓSPERO

Milton Killing se classifica como um otimista por formação e natureza, e acredita num futuro promissor para a empresa e para o país. “Estamos passando por uma fase muito boa. O Brasil está muito bem, como país, no comparativo com as demais nações semelhantes. E tem uma condição extremamente favorável no futuro próximo. Devemos dar um salto de crescimento, investindo forte em tecnologia e nas pessoas. E as empresas vão surfar nessa onda, se souberem fazer a coisa certa. Por tudo isso, enxergamos muitas oportunidades, dentro e fora do país”, avalia.

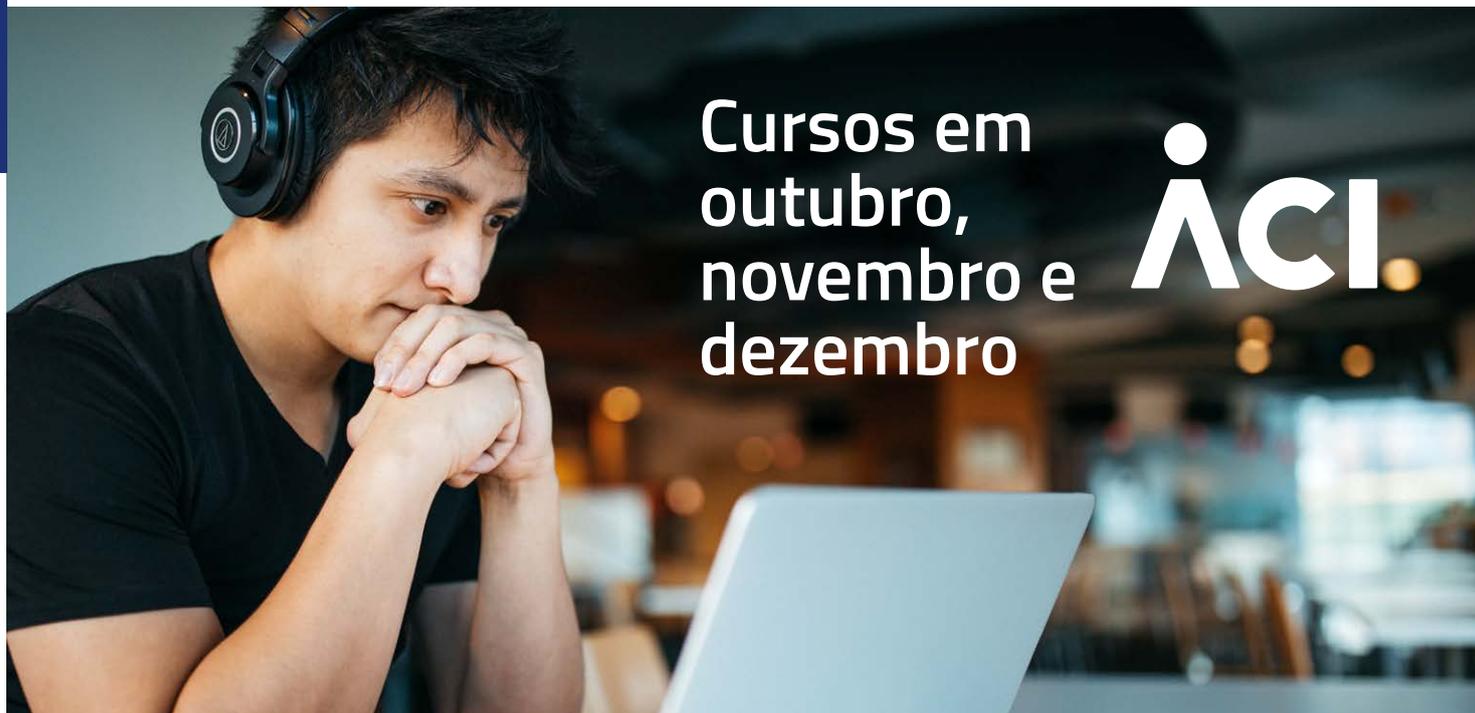
Para 2022, no comparativo com o ano passado, a projeção é de um crescimento superior a dois dígitos. E, para 2023, a ideia é manter esta performance positiva em patamares semelhantes.

DIFERENCIAIS DE GESTÃO

- É preciso sempre ouvir os colaboradores, criando canais e mecanismos para que isso ocorra de forma constante. Eles entendem dos processos e podem indicar soluções viáveis e eficientes;
- Não se pode terceirizar o contato com os clientes e o mercado; pesquisas são importantes, mas a interação humana é essencial nas relações;
- Quatro indicadores bem-trabalhados na empresa garantem uma boa performance. São eles o econômico, o caixa, a satisfação do colaborador e a satisfação do cliente;
- Apostar em tecnologia e inovação sempre, buscando parceiros diversos;
- Inserção responsável nas comunidades em que atua/trabalha;
- Compromisso social e ações efetivas para a melhoria da qualidade de vida e evolução da sociedade de um modo geral;
- É preciso, antes de tudo, gostar de gente;
- Envolver as pessoas para a conquista de resultados;
- Sempre pensar positivo. Pensamentos negativos atrapalham qualquer ambiente.



Portfólio tem cerca de 2,5 mil itens e produção mensal chega a 3 milhões de litros



Cursos em outubro, novembro e dezembro

ACI

A ACI programou para os meses de outubro, novembro e dezembro diversos cursos para a qualificação profissional em diversas áreas do conhecimento. Para realizá-los, a entidade está preparada com as melhores ferramentas, dispõe de instalações adequadas e congrega profissionais experientes. Acesse o cronograma completo em www.acinh.com.br/cursos, inscreva-se e capacite-se.

PRESENCIAL: WORKSHOP CONTROLES FINANCEIROS

Parceria: Sebrae
Período: 04 e 06 de outubro
Horário: 08h às 12h
Investimento: Pessoa Jurídica R\$ 120 – Pessoa Física R\$ 140 – Sócio R\$ 108

ON-LINE: COCRIAÇÃO DE VALOR NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Instrutora: Telma Esmerio
Período: 17, 19 e 20 de outubro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 260 – Não sócio R\$ 520

ON-LINE: ESCUTA ATIVA E COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA PARA GESTORES

Instrutora: Maria Regina de Moraes Xausa
Período: 24 de outubro
Horário: 19h às 22h30min
Investimento: Sócio R\$ 160 – Não sócio R\$ 320

ON-LINE: OKRS: UMA FERRAMENTA PODEROSA PARA DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVE

Instrutora: Fernanda Michele Klauack
Período: 31 de outubro e 01º de novembro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 240 – Não sócio R\$ 480

ON-LINE: AUMENTANDO A EFICÁCIA NA COBRANÇA

Instrutor: Hermes D'Avila
Período: 16 de novembro
Horário: 19h30min às 21h30min
Investimento: Sócio R\$ 150 – Não sócio R\$ 300

ON-LINE: LIDERANÇA COM INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Instrutor: Wilson Calé
Período: 16 e 17 de novembro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 240 – Não sócio R\$ 480

PRESENCIAL: WORKSHOP MARKETING DIGITAL: REDES SOCIAIS

Parceria: Sebrae
Período: 17 de novembro
Horário: 18h30min às 22h30min
Investimento: Pessoa Jurídica R\$ 250 – Pessoa Física R\$ 305 – Sócio R\$ 212,50

ON-LINE: COMO PROSPECTAR MERCADOS NO COMÉRCIO EXTERIOR

Instrutor: Luiz Roberto Oliveira
Período: 21 e 22 de novembro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 240 – Não sócio R\$ 480

ON-LINE: ATENDIMENTO AO CLIENTE - O MAIOR DESAFIO

Instrutora: Claudia Lacerda
Período: 28 e 29 de novembro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 240 – Não sócio R\$ 480

ON-LINE: EFD-REINF NA PRÁTICA

Instrutor: Thiago Rodrigues
Período: 29 e 30 de novembro
Horário: 08h às 12h
Investimento: Sócio R\$ 250 – Não sócio R\$ 500

PRESENCIAL: LEAN MANUFACTURING

Instrutor: João Antônio Pires Rodrigues
Período: 05, 06 e 07 de dezembro
Horário: 18h30min às 22h30min
Investimento: Sócio R\$ 350 – Não sócio R\$ 700

PRESENCIAL: EXPRESSÃO E ORATÓRIA PARA O SUCESSO PROFISSIONAL

Instrutora: Meuris Pandolfo Seibel
Período: 05, 06 e 07 de dezembro
Horário: 18h30min às 22h30min
Investimento: Sócio R\$ 350 – Não sócio R\$ 700

PRESENCIAL: EXCEL INTERMEDIÁRIO

Instrutor: Rodrigo José Hoff
Período: 05, 06 e 07 de dezembro
Horário: 18h30min às 22h30min
Investimento: Sócio R\$ 350 – Não sócio R\$ 700

ON-LINE: ATUALIZAÇÃO ICMS E IPI 2023

Instrutor: Ademir Vanzella
Período: 12 e 13 de dezembro
Horário: 19h às 22h
Investimento: Sócio R\$ 240 – Não sócio R\$ 480

ON-LINE: ATITUDE E MOTIVAÇÃO EM VENDAS

Instrutor: Roberto Herrerra
Período: 12 e 13 de dezembro
Horário: 19h às 21h
Investimento: Sócio R\$ 180 – Não sócio R\$ 360

Novos integrantes do quadro social

O quadro social da ACI recebeu 41 novos integrantes nos meses de maio, junho e julho. As empresas abaixo citadas recebem as boas-vindas da diretoria, dos colaboradores e dos associados da entidade.

MAIO		
3º Batalhão de Polícia Militar	51 3584.6831	3bpm@bm.rs.gov.br
Amazonia Vida	51 99000.9727	amazoniavida123@gmail.com
Banco de Alimentos (Barc)	51 3527.0044	www.rededealimentos.org.br
Battistina	51 98181.0795	www.battistina.com.br
Co.Create Business Solutions	51 99281.3898	co.create.bc@gmail.com
Fiber Têxtil	51 3134.3953	www.fiberoficial.com
GF Consultoria Empresarial	51 98179.4000	glaucaiaflesch@gmail.com
INW – Arquitetura	51 98164.2000	www.inw.arq.br
Rafael Koche Advocacia	51 3781.2500	www.rafaelkoche.com.br
Reciclar	51 3565.1315	www.reciclar.ind.br
XGlobal	51 3271.2900	www.xglobal.com.br

JUNHO		
ALM Consultoria	51 98131.4778	www.almconsultoria.com.br
Câmara de Vereadores Dois Irmãos	51 3564.1905	www.doisirmaos.rs.leg.br
DB Embalagens	51 3587.2363	www.dembas.com.br
DKB Promoção de Venda	51 99271.3340	diego.boos@emivefranquia.com.br
Ecco Planet	3213106191	eccoplanetconsulting.com
Koch Epis	51 3561.2731	www.kochepis.com.br
Mundo Real	51 99653.8162	mundorealirmaos@hotmail.com
Propósito Partners	51 98212.0007	www.proposito.partners
Sabores do Dia	51 99226.7701	melialimentos1@gmail.com
Salvia Soluções Digitais	54 99990.3393	www.calebesalvia.com.br
Tecnotron Technology	51 2108.0730	www.tecnotroni.com
Tele Entulho	51 3582.8600	teleentulho01@gmail.com

JULHO		
Cacau Show Dois Irmãos	51 99162.7708	csdoisirmaoscentro@gmail.com
Caqi Contabilidade Digital	51 99909.6225	www.caqi.com.br
Columbus	51 3253.4888	www.columbus.com.br
Couro e Arte Peles e Tapetes	51 3552.1482	www.couroearte.net
Dank Idiomas	51 99797.3019	dankidiomas.com.br/unidade-novo-hamburgo
Dilly Sports – Canudos	51 3035.4500	www.dillysports.com.br
Dilly Sports – Vila Nova	51 3035.4500	www.dillysports.com.br
Golfinho NH	51 3593.1627	www.golfinhonh.com.br
Hórus Produtora	51 99791.6897	www.horusprodutora.com.br
Inovare Equipamentos de Segurança	51 3556.2469	www.inovareseguranca.com.br
Kraemer'H Consultoria e Treinamentos	51 99361.9934	www.miguelkraemer.com
Kras Borges e Duarte Advogados	51 3396.5300	krasborgeseduarte.com.br
Nutrifrango	51 3569.1099	www.nutrifrango.com.br
Serall	51 2160.8724	www.serall.biz
Toda Música	51 3066.1150	www.todamusica.com.br
Viacredi Alto Vale	47 9357.3505	www.viacredialtovale.coop.br
Visconte D'Italia Hotel & Eventos	51 99685.1975	www.hotelvisconteditalia.com.br

Guia de Descontos ACI

Nos meses de maio, junho e julho, novas empresas passaram a integrar o Guia de Descontos da ACI e a oferecer benefícios aos associados na contratação de seus serviços ou compra de seus produtos. Veja os nomes e as especialidade das empresas.

MILENA MORENO COMUNICAÇÃO E EVENTOS

Especialidade: Eventos

Desconto de 10% em assessoria na organização de eventos. Plataforma com guia de fornecedores credenciados. Equipe de recepção para eventos.

SWAN NOVO HAMBURGO

Especialidade: Hospedagem

Empresarial e Pessoa Física

Com unidades nas cidades de Novo Hamburgo, Porto Alegre, Caxias do Sul e Rio Grande, a Rede Swan Hotéis oferece ao associado da ACI um desconto especial de 10% de desconto na tarifa vigente no site do hotel. Entre em contato em nosso 0800 707 7106 ou WhatsApp (51) 99228-2343 e aproveite as vantagens de se hospedar em endereços privilegiados. Contamos com confortáveis espaços para seus eventos. Estamos de coração e portas abertas esperando por vocês.

DANK IDIOMAS NOVO HAMBURGO

Especialidade: Curso de Idiomas

Desconto de 27% no Ensino de Idiomas nas modalidades particular, turma, in company ou presencial. Válido para associados e seus colaboradores.

GF CONSULTORIA EMPRESARIAL

Especialidade: Consultoria em Gestão Financeira; Gestão em Recursos Humanos; Gestão em Logística Interna. Desconto de 15% na consultoria em gestão financeira, planejamento e controle financeiro. 15% em pesquisa de satisfação interna e plano de melhoria organizacional e 20% em definição de perfil de função para recrutamento e seleção. 15% na consultoria em gerenciamento e controle de estoque de matéria-prima e produto acabado.

Empresas recebem homenagem

Os meses de maio, junho e julho foram meses especiais para 33 empresas associadas à ACI. Elas comemoraram aniversário e receberam um troféu alusivo à data durante o Prato Principal nos respectivos meses. As empresas abaixo relacionadas receberam homenagem pelo critério de fundação a cada cinco anos. Aos seus diretores, funcionários, parceiros e clientes, a entidade deseja um longo caminho de sucesso.

Maio		Junho		Julho	
05	Partner Contabilidade e Assessoria Empresarial		Fluir Serviços Ambientais	05	Domínio Tributário
10	Blend Coworking	10	Performance - Consultoria em Gestão Empresarial	10	Monaco Assessoria Contábil
	Info Press Camisetas		Dutra Contabilidade		Contábil Dapper
25	Justen Serviços Contábeis	15	Focus Invest	15	Sílica Sul Indústria e Comércio
	Objetiva Administradora de Condomínios		Sinmet	20	Victory Assessoria em Compras
30	LRB Indústria e Comércio de Produtos Químicos	30	Curto Arte		Protector Sistemas de Segurança
	Peter Chemical	35	Delta Sistemas	25	Unicred Região dos Vales
40	Baliza Construtora		Silvano Imóveis		Pro Target Comunicação e Marketing
50	CDL Saporanga	50	Indústria de Peles Minuano	40	CDL - Novo Hamburgo
60	Tintas Killing	55	Padaria e Confeitaria Brasil	60	Formas Kunz
80	Sindicato Patronal da Indústria do Calçado de Novo Hamburgo			95	Grêmio Atiradores Novo Hamburgo
				130	

Participação empresarial valorizada

Para a realização de seus diversos eventos, a ACI conta com importantes parceiros, os quais permitem que a entidade ofereça oportunidades de qualificação, desenvolvimento, crescimento e novas perspectivas de negócios a empresas de toda a região em que atua. A ACI reconhece a importância e agradece às organizações parceiras abaixo destacadas:

10/05 | Evento Gestão de Pessoas On-line

Patrocínio



06/04 - 11/05 - 01/06 - 06/07 | Fórum de Governança

Patrocínio



Realização



13/05 | Economia & Negócios On-line

Patrocínio



12/07 | Economia & Negócios Presencial

Patrocínio



19/05 | 30/06 | Prato Principal Híbrido

Patrocínio



Apoio máster



Apoio



28/07 | Prato Principal Híbrido

Patrocínio



Apoio máster



Apoio



29/07 | Marketing & Vendas - Híbrido

Patrocínio



10/05 | 25/05 | 13/07 | Conexão Networking

Patrocínio



31/05 | Dinner Talking

Patrocínio



Apoio máster



22/05 | 03/06 | Evento Gestão de Pessoas Híbrido

Patrocínio



07/06 | Internacionalização On-line

Patrocínio



Apoio máster



10/06 | Gestão On-line

Patrocínio



ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO

ABC Negócios - Conhecimento para Lucrar	www.abcnegocios.com.br
Carpena Advogados	www.carpena.com.br
Daniel Knieling Advocacia	www.danielknieling.com.br
Domínio Tributário	www.dominiotributario.com.br
Exatus Contabilidade	www.exatusassessoria.com.br
Executive Corretora de Câmbio	www.executivecambio.com.br
Imobiliária Vila Rica	www.vilarica.com.br
Killing Tintas e Adesivos	www.killing.com.br
Laboratório Fleming	www.fleming-lab.com.br
Lauermann Schneider - Auditoria & Consultoria	www.lauermannschneider.com.br
Reverse Gestão de Resíduos	www.reverseresiduos.com.br
Sanca Assessoria Empresarial	www.sanca.com.br
Sicredi Pioneira	www.sicredipioneira.com.br
Unimed Vale do Sinos	www.unimedvs.com.br
Uninter Novo Hamburgo	www.unintern.com.br
Universidade Feevale	www.feevale.br





zero anuidade, muitas possibilidades.

Quem investe na Sicredi Pioneira, além de ver a sua renda crescer ainda mais, ganha isenção de taxa anual nos cartões de crédito Black e Platinum.

- Atendimento personalizado;
- Benefícios premium;
- Melhor variação cambial em compras internacionais;
- Maior limite de crédito.



Peça já o seu
e voe ainda mais alto.



O melhor de nós, por você

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



Central de Atendimento

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



fleming
LABORATÓRIO

Atendimento empresarial: (51) 99180-0160