



16 DE SETEMBRO DE 2015

Quarta-feira

- SETOR AUTOMOBILÍSTICO SERÁ O MAIS AFETADO SE FED ELEVAR OS JUROS
- AJUSTE FISCAL NÃO AVANÇA POR PROBLEMAS POLÍTICOS, DIZ JORGE GERDAU
- 'NOVO PACOTE FISCAL É ENROLAÇÃO', DIZ PRESIDENTE DA ABIMAQ
- TOMBINI SAI EM DEFESA DE PACOTE FISCAL DO GOVERNO
- HYUNDAI QUER REVOLUCIONAR EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR
- REDE PRECISA ABRACAR CONVERSÃO DIGITAL
- FENABRAVE BUSCA ALTERNATIVAS À CRISE
- RECURSO PARA COMPRA DE VEÍCULOS CAI 15,4% ATÉ JULHO
- VOLVO XC90 CHEGA AO BRASIL A PARTIR DE R\$ 319 MIL
- JCB ALCANÇA 1 MIL ESCAVADEIRAS PRODUZIDAS NO BRASIL
- IVECO VENDE 124 VEÍCULOS AO GRUPO PEIXOTO
- AUDI 'DESCONHECE' CRISE NO BRASIL E LIDERA NO SEGMENTO DE LUXO
- DÁ PARA CRESCER NA EMPRESA NA CRISE? A HORA É AGORA, DIZEM OS ESPECIALISTAS
- CÂMARA APROVA MP QUE AMPLIA DE 30% PARA 35% O LIMITE DO CRÉDITO CONSIGNADO
- COMÉRCIO MUNDIAL DESACELERA E PÕE EM DÚVIDA A FORÇA DA GLOBALIZAÇÃO
- NOVA CPMF VAI ELEVAR CARGA TRIBUTÁRIA DE 35,47% PARA 36,2% DO PIB
- NEGÓCIOS DE ALTO IMPACTO AINDA SÃO RAROS
- PROJETO LIBERA VENDA DE AÇÕES DA COPEL E DA SANEPAR SEM AUTORIZAÇÃO DA ASSEMBLEIA
- PACOTAÇÃO DE RICHIA EMBUTE AUMENTO NO ICMS E TIRA RECURSOS DE

PREFEITURAS

- NA CONTRAMÃO DA POUPANÇA, CDB CRESCE EM AGOSTO
- FIERGS CRITICA PACOTE E DIZ QUE ONERAR SETOR PRODUTIVO É UM RISCO
- CUT E FORÇA SINDICAL ATACAM MEDIDAS DO AJUSTE FISCAL
- TRAMONTINA AGORA QUER CONCORRER COM A KITCHENAID
- INDÚSTRIA FORTE É PARTE DA SOLUÇÃO PARA O PAÍS VOLTAR A CRESCER, DIZ SECRETÁRIO
- REDUÇÃO DO REINTEGRA DIFICULTA RETOMADA DAS EXPORTAÇÕES, DIZ SETOR
- ANEF: CRÉDITO DE BANCO DE MONTADORAS PARA FINANCIAMENTO DE VEÍCULOS SOBE 4,31%
- PREÇO DO MINÉRIO MOSTRA SINAIS DE ACOMODACÃO
- PARA EMBAIXADORA DOS EUA, MOMENTO É DIFÍCIL, MAS PARCERIA COM O BRASIL É CONTÍNUA
- MEDIDAS FISCAIS NO BRASIL SÃO POSITIVAS E VISAM MANTER ESTABILIDADE, DIZ MOODY'S
- EMPRESAS INVESTEM NA INOVAÇÃO PARA AUMENTAR COMPETITIVIDADE
- ARTIGO: O INCENTIVO A FONTES ALTERNATIVAS DE ENERGIA
- MAIS DE UM MILHÃO DE EMPRESAS CORREM RISCOS POR ESTAREM INATIVAS
- MINERADORAS ADOTAM NOVAS ESTRATÉGIAS
- CRESCER INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

CÂMBIO EM 16/09/2015		
	Compra	Venda
Dólar	3,849	3,850
Euro	4,336	4,338

Fonte: BACEN

Setor automobilístico será o mais afetado se Fed elevar os juros

16/09/2015 - Fonte: The Wall Street Journal



Poucos segmentos da economia dos Estados Unidos ilustram melhor os benefícios e perigos da política do Federal Reserve de manter as taxas de juros próximas a zero do que a indústria automobilística.

E poucos serão tão expostos às suas consequências se o banco central americano decidir esta semana encerrar a era de custos baixos de financiamento que já dura sete anos.

As dívidas das famílias dos EUA relacionadas à compra de veículos no segundo trimestre deste ano superaram US\$ 1 trilhão pela primeira vez, ressuscitando uma indústria que foi fortemente atingida pela crise financeira de 2007-2009.

As autoridades do Fed começam hoje a reunião de política monetária que se estende até amanhã. Eles vão discutir se a economia fortemente afetada pela crise pode agora se sustentar com taxas de juros mais altas.

Os juros baixos, combinados com o combustível barato e uma demanda reprimida por veículos novos, ressuscitaram a cultura americana dos carros. Este ano, as vendas de carros e caminhonetes devem superar 17 milhões de unidades pela primeira vez desde 2001.

O que vai acontecer daqui para frente com o setor vai depender do grau de agressividade da ação do Fed. Se ele elevar os juros lentamente, pode alimentar o início de uma bolha na indústria — incluindo uma profusão de empréstimos de alto risco, os temidos "subprime". Se a alta for agressiva, pode prejudicar uma boa parte das vendas.

Embora a economia americana esteja se fortalecendo, as autoridades do Fed têm receios em relação ao impacto dos acontecimentos globais — que incluem a desaceleração do crescimento da China e um dólar mais forte.

Em Detroit, a capital americana da indústria automobilística, a taxa de desemprego na região metropolitana caiu de 16% em 2009 para 5,8% em julho.

"É realmente um boom", diz Ellen Hughes-Cromwick, professora de economia da Universidade de Michigan, em Ann Arbor, e ex-economista-chefe da Ford Motor Co. "Se você compara com o que aconteceu no fim dos anos 90, é exatamente a mesma coisa."

A General Motors acumulou mais de US\$ 25 bilhões em lucros ao longo dos últimos cinco anos e meio encerrados em junho.

A Chrysler, agora parte da Fiat Chrysler Automobiles NV, após quase quebrar em 2009, hoje acumula 65 meses consecutivos de aumento nas vendas, estimuladas pela demanda pelo utilitário esportivo Jeep e caminhonetes.

O diretor-superintendente da GM, Dan Ammann, disse ontem que as montadoras e os consumidores têm se beneficiado dos juros baixos, mas que é "hora de um aumento". Segundo ele, uma alta na taxa seria um "voto de confiança na economia" e não criaria um ambiente muito adverso para os compradores de veículos.

O Fed está avaliando se a economia se recuperou o suficiente para justificar uma alta nos juros após anos de taxas muito baixas.

O nível de desemprego nos EUA caiu para 5,1%, perto da sua média de longo prazo, um sinal de que é hora de uma normalização dos juros. A taxa de inflação, porém, continua abaixo da meta de 2% do Fed, o que sustenta a defesa de mais apoio à economia.

As autoridades do Fed têm ficado divididas sobre qual decisão tomar, levando muitos analistas a acreditar que, por enquanto, as taxas ficarão inalteradas. O banco central tem sinalizado que, quando começar a elevar os juros, fará isso gradualmente, devido a vulnerabilidades persistentes da economia.

Executivos da indústria automobilística dizem que o risco para as vendas é pequeno desde que o Fed eleve os juros como prometeu, de forma gradual.

"Acho que não tivemos nenhuma reunião onde sentamos e dissemos, 'O que faríamos se a taxa de juros subir para 0,25% ou 0,5%, ou mesmo 1%, ao longo dos próximos 12 meses'", diz Jerry Seiner, presidente do conselho de uma rede de concessionárias do Estado americano de Utah que vende veículos de várias marcas.

A menos que a economia inesperadamente entre em recessão, Seiner diz que espera que as vendas continuem indo bem na sua rede de lojas, que fechou o mês passado com um aumento de 15% em relação a agosto de 2014.

Quanto maior for a alta dos juros, porém, maior a ameaça. Um aumento acumulado nos juros de financiamento de veículos de 3% para 6% ao ano poderia reduzir o poder de compra dos consumidores em até US\$ 2.500.

Já um salto para 10% poderia reduzir o poder de compra em até US\$ 5,250, de acordo com estimativas da consultoria AlixPartners LLP. "A indústria vai cair como antes? Não", diz Mark Wakefield, diretor-gerente da AlixPartners, mas "vai ser ruim".

O Fed não pode definir o ritmo do crescimento econômico no longo prazo, já que isso é definido por fatores como o avanço da produtividade e da força de trabalho. Mas, ao mudar as taxas de juros, os bancos centrais tentam amenizar altos e baixos na economia no curto prazo.

Quando a economia avança rápido demais, juros altos tendem a frear os gastos das famílias, o que segura a inflação. Quando a economia recua, as taxas baixas estimulam gastos de consumidores e empresas, o que incentiva o crescimento e reduz o desemprego.

Os esforços do Fed para estimular a economia depois da crise financeira foram frustrados por dois setores sensíveis às taxas de juros, o imobiliário e bancário, que ficaram tão debilitados pela bolha e o estouro dela nos anos 2000 que não reagiram aos juros baixos com a esperada alta nos volumes de empréstimos, crédito e investimento.

O setor automobilístico, por sua vez, reagiu, mas ele não é grande o bastante para conduzir uma ampla expansão na economia americana.

A produção de veículos nos EUA entre 2010 e 2014 contribuiu com 0,27 ponto percentual para o avanço do PIB do país, de 2,1%. Foi a maior contribuição do setor desde meados dos anos 80, de acordo com o Departamento de Comércio.

Segundo uma pesquisa feita quinzenalmente pela Universidade de Michigan junto a famílias para medir o sentimento do consumidor, no início de setembro, 28% afirmaram ser um bom momento para comprar um carro devido aos juros baixos, percentual que vem crescendo constantemente desde 2009.

“As taxas de juros são um fator importante para os veículos”, diz Richard Curtin, responsável pela pesquisa. “Esta é a segunda maior compra financiada pelas pessoas depois de imóveis.”

Os juros baixos ajudaram a reduzir o endividamento de muitas famílias americanas, que hoje gastam cerca de 9,9% de sua renda disponível para quitar dívidas, o menor percentual registrado desde o início dos anos 80, de acordo com o Fed.

Mas o crédito barato também é perigoso. Há receios de concessões de crédito sem análises aprofundadas.

“É possível que haja risco excessivo assumido” no mercado de veículos, diz Rodney Ramcharan, professor de economia da Universidade do Sul da Califórnia e ex-pesquisador do Fed sobre consumo e financiamento.

“Nunca tivemos numa situação de taxas dos fundos federais em zero. Não sabemos o tipo de risco que está sendo assumido ou como ele vai se desenrolar.”

Os financiamentos de veículos considerados de alto risco entre as famílias dos EUA representam hoje cerca de 20% do total, e a inadimplência mais que dobrou desde 2010, para cerca de US\$ 176 bilhões, segundo a firma Experian Automotive.

Altos retornos atraem investidores aos financiamentos de veículos, dados os juros insignificantes oferecidos pelos títulos do Tesouro e outros investimentos de menor risco.

Os financiamentos “subprime” de veículos representam uma grande parte dos empréstimos que entram nos pacotes de títulos de dívida que os corretores de Wall Street vendem a investidores.

Até o início de setembro, as firmas de Wall Street emitiram quase US\$ 70 bilhões em títulos lastreados em financiamentos de automóveis, um aumento de 9% em relação ao mesmo período do ano anterior, segundo o JP Morgan.

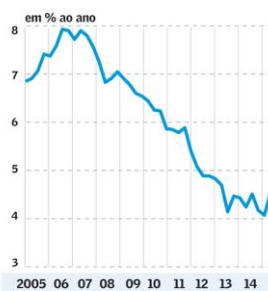
Entre esses títulos, US\$ 21 bilhões foram lastreados por empréstimos de alto risco, quase igualando os US\$ 22 bilhões em instrumentos de dívida desse tipo emitidos em todo 2014 e mais que o dobro do montante emitido em 2010.

As autoridades do Fed estão preocupadas com problemas como esse, apesar de não terem feito comentários a respeito.

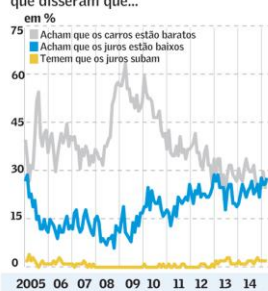
Na ata do Fed da reunião de política monetária de julho, o ritmo do crescimento do saldo dos financiamentos de veículos foi descrito apenas como “robusto”.

Alto risco

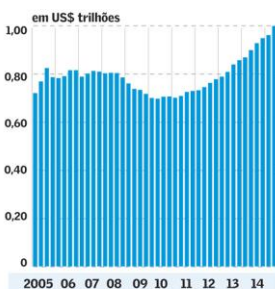
O financiamento barato de veículos...
Juros anuais de um empréstimo de 48 meses para um carro novo nos EUA



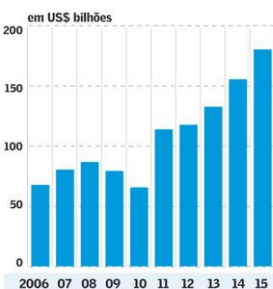
...alimentou o interesse das famílias
Percentual de consumidores interessados em comprar carros que disseram que...



Os empréstimos cresceram...
Financiamentos de veículos



...mas os riscos também aumentaram
Empréstimos subprime pendentes



*Até 31/08, estimando vendas de 17,8 milhões. †Para o segundo trimestre de cada ano
Fontes: regional do Fed de St. Louis (juros); Universidade de Michigan (razões para compra de veículos); regional do Fed de Nova York (financiamentos); Autodata (vendas); Experian Automotive (subprime)

THE WALL STREET JOURNAL

Ajuste fiscal não avança por problemas políticos, diz Jorge Gerdau

16/09/2015 - Fonte: O Globo



O presidente do conselho de administração da siderúrgica Gerdau, Jorge Gerdau, criticou hoje a falta de um consenso político na condução da política econômica. Segundo ele, o país está em crise desde o final do ano passado e é preciso uma união maior entre o Executivo e o Legislativo para que as medidas de ajuste sejam realmente implementadas.

— Não tem cabimento, com toda essa crise fiscal delicada, não se consiga avançar nesses ajustes por problemas políticos. Foi preciso o grau de investimento cair para que começássemos a trabalhar de uma forma mais rápida. Não estamos dando condições para melhorar.

Em termos práticos, nós temos o ministro Levy (Joaquim), e pode ser qualquer um que se coloque lá, vai ter funções semelhantes: arrumar as finanças. Sem as finanças arrumadas nada anda —, disse o executivo, durante o seminário "Saídas para a crise", promovido pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB-SP).

Segundo ele, a sociedade e governo como um todo devem se mobilizar para tirar o país dessa crise e buscar "freneticamente" o crescimento econômico em torno de 4,5% ao ano.

— Estou sendo um pouco chato nessa análise, mas com crise não se brinca, não se trata dessa forma. O país tem que se mobilizar para sair da crise e isso tem de estar acima dos interesses individuais, partidários e políticos. Se não nos comprometermos com isso, a

situação pode piorar, os juros podem ir lá para cima. O ajuste fiscal é um meio, não é um fim —, acrescentou Gerdau.

O executivo também criticou a alta carga tributária no Brasil. Gerdau citou exemplos do alto valor de imposto embutido nos produtos manufaturados no país. Segundo ele, um automóvel produzido pelas montadoras aqui, quando sai da fábrica tem 10,7% de tributo em seu preço.

— Isso tudo tira a competitividade da indústria brasileira. O Congresso com a aspiração de atender às demandas sociais, qualquer dinheirinho que entra, querem destinar para um determinado assunto. Se não cuidarmos, a CPMF pode ir para uma destinação fixa. Bom, já se decidiu que o CPMF, se for aprovado, vai para o ajuste...

'Novo pacote fiscal é enrolação', diz presidente da Abimaq

16/09/2015 - Fonte: O Globo



Enrolação. Foi a palavra usada por Carlos Pastoriza, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), para comentar o pacote anunciado pelo governo federal.

— Não há quase corte de despesa. É uma pedalada. A maioria do anunciado virá do aumento de impostos. O pacote foi feito da maneira mais recessiva possível. Não vai garantir o superávit fiscal — diz ele. — Teria de voltar a investir mais, para se produzir mais. Os investimentos no país estão paralisados.

Segundo Pastoriza, o setor de máquinas e equipamentos enfrenta hoje a pior crise dos últimos 30 anos, totalizando retração de 30% em faturamento real entre 2013 e este ano. E diz não ver "uma luz no fim do túnel" em 2016.

— O Brasil tem hoje juros pornográficos. É preciso somar a isso a estimativa de não crescimento. Os investimentos estão paralisados por muito tempo. É um desastre.

A saída para destravar freios em investimentos, segundo o presidente da Abimaq, seria o governo focar em reformas estruturantes, como a tributária e a da Previdência.

— São reformas difíceis e pouco populares. Mas precisam ser feitas. O Brasil está numa encruzilhada. Tem de resolver essas reformas em cinco anos para ser competitivo.

CORTE NO REINTEGRA É 'TIRO NO PÉ'

As mudanças no Reintegra, anunciadas no pacote de ajuste do governo, são vistas por Pastoriza como "um tiro no pé".

O programa devolve uma parte do valor exportado em manufaturados aos empresários em créditos de PIS e Cofins. Em 2016, o Reintegra seria praticamente zerado.

— A mudança no Reintegra é um grande retrocesso. O programa funcionava como uma compensação aos empresários pelos impostos embutidos na produção de máquinas no

Brasil e não recuperáveis. A medida vai atrapalhar as exportações, reduzir ainda mais empregos e produção local.

Durante o Fórum Brasil, realizado nesta terça-feira no Rio, Pastoriza destacou que com os juros atuais, os empresários não farão investimentos. É preciso atacar os juros, diz ele, para destravar a indústria e ampliar a produtividade no país:

— Dizem que o o trabalhador alemão é quatro vezes mais produtivo que o brasileiro. O trabalhador do Brasil trabalha mais horas e de forma mais estressada. A questão é que 60% da produtividade tem a ver com o capital físico à disposição do trabalhador.

A idade média do parque fabril no país é de 17 anos. Na Alemanha, é de sete — exemplifica, enfatizando que sem inovação e modernização da indústria não há como avançar em competitividade.

Ele cita a retração na procura pela Finame, linha de financiamento de máquinas e equipamentos do BNDES, como prova do quanto os investimentos no setor “desidrataram”:

— As empresas não procuram mais. A Finame teve queda de 40% no primeiro semestre, na comparação com igual período do ano passado. É claro que a alta de juros contribui e a menor cobertura do programa também. Mas é a falta de apetite por investimento o principal problema — conta Pastoriza.

Tombini sai em defesa de pacote fiscal do governo

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo



A situação econômica do Brasil se tornou mais desafiadora depois que o Brasil perdeu o selo de bom pagador, mas a resposta do governo foi positiva para evitar que outras agências trilhem o mesmo caminho.

A primeira avaliação pública do presidente do Banco Central, Alexandre Tombini, sobre o rebaixamento foi feita nesta terça-feira (15), a senadores e é alinhada à do colega da Fazenda, Joaquim Levy. Segundo ele, o impacto inicial sentido pela população é o ônus, mas é preciso esperar que os benefícios também venham a reboque.

Aos parlamentares, Tombini reforçou que será preciso “determinação e perseverança” para atingir a meta de inflação de 4,5% no fim do ano que vem. Para isso, a taxa básica de juros deve seguir em 14,25% ao ano por um “período suficientemente prolongado”.

O ministro deixou claro que a Selic só poderá cair quando a inflação recuar e as expectativas dos agentes econômicos estiverem ancoradas. Esta é uma das bases do tripé macroeconômico (câmbio flutuante, sistema de metas de inflação e austeridade fiscal), que, segundo ele, é o modelo ideal para o Brasil “neste momento”. Aliás, na avaliação de Tombini, a taxa de juros brasileira atual é de “passagem” e não um patamar a ser mantido no médio e longo prazos.

De qualquer forma, lembrou o presidente, não há voluntarismo do BC que baixe a taxa de juros de mercado. Do final de julho até as últimas semanas, essa taxa negociada no setor privado saltou de 13% ao ano para 15% ao ano sem que qualquer decisão de política monetária fosse tomada. Isso ocorre, de acordo com Tombini, porque outros fatores influenciam os negócios, como o cenário externo.

Câmbio

Para o presidente do BC, caso a instituição não tivesse atuado no mercado de câmbio, haveria uma "quebradeira" do setor privado no país. Esse foi o assunto mais presente durante a audiência pública, já que os parlamentares se mostraram desconfiados dos reais benefícios trazidos pela intervenção do BC.

Tombini não antecipou, no entanto, qual seria a próxima medida da instituição para amenizar o vaivém do dólar. "A política do BC não visa a estabelecer um teto para o dólar. Nosso regime de câmbio é flexível", reforçou.

Hyundai quer revolucionar experiência do consumidor

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business



A Hyundai é reconhecida por seu notável desenvolvimento ao longo de quase 50 anos história. A empresa, uma das protagonistas do crescimento da economia sul-coreana, planeja estar entre as líderes da revolução prevista para o papel do carro na sociedade, que deve acontecer nos próximos anos. O objetivo foi anunciado pelo vice-presidente global da companhia, Won Hong Cho, que fez a palestra magna do 25º Congresso e Expo Fenabreve, na terça-feira, 15.

O executivo acredita que a indústria terá de se desenvolver tanto tecnologicamente, com carros mais conectados e funcionais, quanto em atendimento e relacionamento com o cliente.

"A internet afetou a experiência de compra e a relação do consumidor com as concessionárias", aponta. Ele falou de empresas como o Google, que há pouco tempo era uma ferramenta de busca, mas hoje já representa um verdadeiro concorrente das revendas. "Em breve será possível comprar um carro online", prevê.

Cho destacou que, há alguns anos, os clientes visitavam, em média, cinco concessionárias antes de fechar a compra de um automóvel. Esse número caiu para apenas uma loja. Com isso, diminuíram as chances de vendedores conquistarem o consumidor.

Também fica claro, que as pessoas chegam às marcas com muito mais informação, o que faz com que o atendimento seja mais desafiador para os profissionais. "Neste caso, ser defensivo e protecionista não será a resposta certa. Marcas precisam ser provocativas. Não deve ser uma interação simples", avalia.

O automóvel também ganhará funções novas. "Carros serão verdadeiros parceiros, em perfeita harmonia com a casa das pessoas e conectados a outros veículos", projeta. O vice-presidente aponta que a internet das coisas permitirá que o consumidor controle, por exemplo, eletrodomésticos de dentro do veículo.

Em contrapartida, de casa será possível ligar o ar-condicionado do automóvel minutos antes, para que, em um dia quente, ele esteja fresco quando o motorista entrar. Segundo Cho, as informações trocadas entre os carros vão promover a segurança nas vias e evitar engarrafamentos.

Em resposta ao cenário de rápida transformação, a Hyundai implementa novidades em sua rede e planeja modernizar globalmente as suas concessionárias. "No século 21, apenas continuar produzindo carros não é o suficiente."

"O objetivo é melhorar a experiência do consumidor desde que ele entra na loja até quando senta no banco do automóvel. "O cliente espera que as marcas sejam consistentes em oferecer uma experiência completa", destaca.

Como parte deste plano, a empresa implementará nos próximos cinco anos a Jornada de Experiência do Cliente, sistema de conectividade que acompanhará o consumidor desde o seu primeiro contato com a marca. Entre as funcionalidades estão sugestões de carros da marca de acordo com as preferências verificadas pelo aplicativo.

Ao entrar em uma concessionária Hyundai, o cliente será recebido com uma mensagem de boas vindas em seu nome. Outra facilidade é, ao comprar um carro da marca pela internet, acompanhar on line as etapas de produção até que ele seja entregue. Antes de rodas com o veículo, será possível prender as funções de cada botão do painel ou console central por meio de realidade aumentada.

BRASIL

Até que o avançado sistema chegue ao mercado, no entanto, a empresa faz questão de dar passos importantes. Entre eles está a criação de lojas conceito, em que o cliente pode passar por imersão no universo Hyundai. Uma delas já foi aberta no Brasil, na avenida Sumaré, em São Paulo, pela Caoa. Outra unidade será inaugurada em março do ano que vem no Rio de Janeiro.

Há clara orientação para melhorar a experiência dos clientes mesmo que eles estejam fora da gama premium da marca. Prova disso, segundo Cho, é o HB20, automóvel desenvolvido para o consumidor brasileiro. O sucesso do modelo no mercado prova que a estratégia de agregar valor a carros de entrada é promissora.

"As pessoas no Brasil tem expectativa grande sobre experiência no transporte. Até porque o tempo médio de locomoção é alto nas grandes cidade, em torno de 1h30." Para atender a demanda local, a companhia admite o plano de investir no segmento de utilitários esportivos. "Nas economias em rápido crescimento este é um segmento em grande expansão. Cliente que aumenta o poder de compra procura mais conforto em um SUV", avalia.

Cho é mais otimista do que algumas consultorias ao traçar projeção para o mercado local. Segundo ele, as vendas no Brasil chegarão a 2,52 milhões de veículos, com recuperação a partir de 2016.

Em 2020 o executivo espera que o número de emplacamentos supere novamente a marca das 3 milhões de unidades, com 3,2 milhões de carros.

Rede precisa abraçar conversão digital

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business

Consumidores cada vez mais conectados (e informados) começam agora a provocar mudanças profundas também na forma de vender carros no mundo todo, o que já está causando transformações nas concessionárias de todas as marcas, que precisam abraçar a conversão digital o quanto antes.

“Essa mudança é rápida, implacável e a adaptação é perpétua. Melhor não lutar contra ela, mas abraçá-la, porque qualquer resistência é inútil”, aconselha Darren Slind, diretor sênior e líder para América Latina e Canadá da consultoria J.D. Power, especializada em pesquisa de consumo e satisfação no mercado automotivo.

O consultor abordou a necessidade de conectar a rede de distribuição à nova realidade em sua palestra “Tecnologia, Transparência e a Transformação do Varejo Automotivo” no primeiro dia do Congresso Fenabreve, organizado pela associação brasileira de concessionários em São Paulo no Expo Center Norte nos dias 15 e 16 de setembro.

Slind lembrou alguns dados que mostram o consumidor brasileiro altamente conectado: são 120 milhões de pessoas com acesso à internet, 93% delas estão usando a web de alguma forma na busca de informações sobre consumo e 50% usam a pesquisa prévia na rede como parte do processo para comprar um veículo.

O consultor também acrescentou algumas informações colhidas no Canadá para ilustrar a força que essa conectividade atualmente exerce sobre a venda de carros: “Quando perguntamos ao cliente que entra em uma concessionária se ele já sabia qual modelo queria comprar, 61% responderam que sim e 91% deles compraram exatamente aquele produto que escolheram antes”, destaca.

“O cliente hoje entra no showroom com sua escolha feita e quer receber informações adicionais que ele ainda não tem sobre o produto, além de negociar o preço, financiamento e saber o dia de retirar o carro”, diz.

“O consumidor chega à loja atualmente com larga vantagem de informações sobre quem o atende. Por isso o papel do vendedor deve ser repensado. Ele deve receber mais treinamento e ter à mão ferramentas para lidar com essa nova realidade”, aponta Slind. Sintoma disso é que, segundo levantamento recente da consultoria, 36% dos brasileiros já acessam a internet por meio de seus smartphones ou tablets durante o processo de compra na concessionária: 77% buscam mais informações sobre o modelo escolhido, 76% fazem comparações com outro veículo e 74% pesquisam os preços.

TUDO NO TABLET

De acordo com pesquisas da J.D. Power, um forte aliado tecnológico do vendedor é o tablet, que deve estar amarrado a um robusto sistema de informações com preços digitais e todos os detalhes dos veículos à venda.

Slind aponta que várias fabricantes de veículos já estão promovendo essa mudança em sua rede, especialmente as de alto luxo como Lexus, BMW e Mercedes-Benz, mas também alguns concessionários investem pesadamente na digitalização das concessionárias.

Recentemente, um dos maiores distribuidores dos Estados Unidos, a rede Sonic, anunciou que parte de seu investimento multimilionário de US\$ 350 milhões em suas lojas será para colocar um tablet na mão de cada um de seus consultores.

“Imagine você em uma concessionária, o que ia preferir: um papel cheio de rabiscos com preços e taxas de financiamento ou ver os valores digitalizados na tela de um tablet ou computador?”

Ou um vendedor que fica indo e voltando à sala do gerente para negociar descontos? Não seria melhor ter tudo à mão?” As respostas às perguntas de Slind são mais que óbvias, indicam também aumento de rentabilidade. Dados iniciais da J.D. Power no Canadá mostram que com o uso de dispositivos digitais o lucro bruto das vendas cresceu 9% em média.

As pesquisas indicam que com o uso de agendamento on-line de visitas com test drives e tablets com todas as informações digitalizadas para o atendimento, incluindo preços e simulações de pagamentos, a concessionária fecha mais negócios e o cliente sai mais satisfeito, pois as informações consultadas rapidamente no tablet compensam a defasagem entre o vendedor e a complexidade cada vez maior dos veículos, além de funcionar como um guia prático de venda.

EXPERIÊNCIA NA CONCESSIONÁRIA

A revolução tecnológica trazida pela conectividade não substitui a necessidade de oferecer um atendimento atencioso e rápido nas lojas, conforme alerta Slind. O contato entre vendedor e comprador continuará a existir, o que é necessário é agregar as ferramentas digitais para tornar o processo de compra mais agradável e eficiente.

Os dados da J.D. Power sugerem que não deve passar de 15 minutos cada etapa do processo de compra na concessionária, incluindo a negociação de preço, financiamento e Assinatura do contrato.

A satisfação do cliente cai quando o tempo dessas etapas aumenta, mas acontece o contrário quando se trata do processo de entrega do carro. “Nesse caso é preciso dedicar mais tempo.

No Canadá, algo entre 30 a 45 minutos de explicações de como funcionam os sistemas do carro, no Brasil nossas pesquisas apontam que o tempo ideal é de cerca de 30 minutos para isso”, diz Slind.

Segundo o consultor, a tradicional pesquisa de qualidade inicial (IQS, na sigla em inglês) conduzida pela J.D. Power em alguns países, que aponta o número de problemas encontrados pelos compradores nos três primeiros meses de uso do carro, indica que o número de falhas relatadas cresce bastante quando não se explica ao cliente, na entrega do carro, como tudo funciona no veículo.

No Canadá, por exemplo, o IQS mostrou que consumidores reclamam bastante de sistemas de áudio e navegação, controles no painel e ar-condicionado. “Nem sempre existe qualquer defeito ali, mas é visto como se fosse um, porque o proprietário não aprendeu a usar os equipamentos. E isso piora com o aumento da complexidade dos modelos vendidos atualmente”, explica.

“Dedicar o tempo de um consultor especializado para explicar como o carro funciona pode significar ganhar outra venda depois de algum tempo”, diz Slind. Ele lembra que o IQS mostrou 2,7 vezes mais problemas relatados em sistemas de áudio e navegação quando faltou explicação sobre o equipamento na entrega do veículo.

Ou seja, mesmo na era digital, o bom relacionamento pessoal continua a ser peça fundamental na satisfação dos clientes.

Fenabrave busca alternativas à crise

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business



O Congresso e Expo Fenabrave abriu as portas na terça-feira, 15, em tom mais preocupado do que o de eventos anteriores. O evento chega à sua 25ª edição no mesmo ano em que a entidade que representa os distribuidores de veículos completa 50 anos.

Os motivos para comemorar, no entanto, foram sufocados pela urgência em encontrar soluções para amenizar os efeitos da expressiva queda das vendas de veículos novos. O clima de esperança na volta ao crescimento do mercado no curto prazo da edição de 2014 foi deixado de lado. Agora, apesar da aposta no potencial do País, é preciso encontrar soluções imediatas para conter os efeitos da retração da economia.

A crise acertou em cheio o setor automotivo e fez os emplacamentos diminuírem 21,4% de janeiro a agosto. O tema do evento, "Inove para Vencer", destaca a necessidade de que os empresários mantenham o fôlego mesmo no momento difícil. Não faltam motivos para os distribuidores buscarem eficiência.

Alarico Assumpção, presidente da entidade, aponta que o setor gera mais de 420 mil empregos diretos e responde por 5,2% do PIB Brasileiro. A Fenabrave estima que cerca de 350 concessionárias das mais de 8 mil casas espalhadas pelo Brasil deixaram de operar ao longo de 2015.

"Precisamos nos unir e trabalhar na criação de uma agenda positiva, que devolva a confiança ao consumidor e estimule as vendas", declarou na abertura do congresso.

APOSTA EM USADOS

As vendas de veículos seminovos ganham importância diante da retração da demanda pelos zero-quilômetro. "Antes o negócio era desprezado nas concessionárias porque a margem era menor. Hoje não é bem assim.

Dá para trabalhar melhor a margem no usado do que no novo", admite Assumpção. Segundo ele, sem o compromisso com a montadora que acontece no segmento de novos, é possível elevar a lucratividade alcançada com cada unidade de segunda-mão, dependendo do modelo, região de atuação e estado de cada carro.

Com negociação mais flexível, o negócio de usados tem espaço para crescer nas concessionárias brasileiras. Hoje são vendidos menos de dois seminovos para cada zero-quilômetro arrematado na rede. O ideal é que a proporção fosse semelhante à do mercado total de usados, que chega a ser três a quatro vezes maior do que o de novos.

Para a entidade, apostar no segmento é uma saída para que as empresas sobrevivam ao período de queda das vendas, já que os números do mercado não indicam possibilidade de recuperação por enquanto.

Depois da retração nos emplacamentos acumulada até agosto, setembro continua com ritmo fraco. A Fenabreve indica que a demanda segue semelhante a do mês passado, em torno de 10 mil emplacamentos por dia útil.

A maior atenção às vendas de usados está entre as iniciativas recomendadas pela Caravana Sobreviver Já, criada para Fenabreve dentro do grupo de gestão de crise formado no início de 2015 para ajudar as empresas a atravessar o período de crise. O objetivo é levar as melhores práticas e indicar novos negócios aos revendedores interessados em ganhar eficiência e em manter a saúde financeira.

FRENTE PARLAMENTAR

Ao lado do deputado Herculano Passos, a Fenabreve aproveitou o congresso para anunciar a criação de uma frente parlamentar que defenderá os interesses dos distribuidores de veículos no governo. O lançamento oficial da iniciativa está marcado para o próximo 30 de setembro. "A representatividade do setor ficará maior, porque ganhamos voz onde não tínhamos", acredita Assumpção.

O grupo será liderado por Passos e pretende melhorar a presença do setor da distribuição no Congresso Nacional. O presidente da Fenabreve lembra que o segmento reúne 53 associações de marca, conta com 90% de capital nacional e precisa, portanto, garantir presença na tomada de decisões do País.

Recurso para compra de veículos cai 15,4% até julho

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business



O total de recursos liberados para a compra de veículos entre janeiro e julho ficou 15,4% abaixo do resultado verificado em iguais meses do ano passado, ao fechar com R\$ 54,9 bilhões, conforme os dados mais recentes divulgados na terça-feira, 15, pela Anef, associação que reúne os bancos de montadoras.

Deste total do crédito concedido no período, R\$ 53,1 bilhões foram entregues via CDC, 15,6% a menos na mesma base de comparação, enquanto o leasing, de R\$ 1,74 bilhão, diminuiu em menor proporção, de 6% da Anef, que utiliza dados do Banco Central, para pessoa física foram liberados R\$ 47,7 bilhões, 8,8% a menos do que há um ano, e R\$ 5,5 bilhões foram concedidos à pessoa jurídica, redução de 20,2%.

Segundo a entidade, essa distribuição entre PJ e PF era esperada uma vez que as empresas sentem primeiro a queda na atividade econômica.

Considerando apenas julho, foram liberados R\$ 7,8 bilhões no mês, alta de 4,7% sobre junho, quando também houve aumento do volume de liberações de crédito com relação ao mês imediatamente anterior. Mas o resultado ainda é 11,2% menor que o de julho de 2014.

"Em julho vimos novamente um aumento no financiamento de veículos em comparação com o mês anterior, sendo de 4,4% para PFs e 8,2% para PJ's. Apesar de o quadro

econômico ser preocupante, não deixa de ser um alento observar o que ocorreu tanto em junho quanto em julho em nosso setor”, afirma Décio Carbonari, presidente da Anef.

O executivo lembra ainda que o setor continua registrando estabilidade na inadimplência, caracterizada pelos atrasos nos pagamentos acima de 90 dias. No CDC, o indicador permanece em 3,9% desde dezembro do ano passado. Para PJ, no entanto, há um movimento de leves subidas ocorrendo desde o fim de 2014, embora tenha caído 0,1 ponto porcentual em julho contra junho, fechando em 4,3%.

“O fato da inadimplência ter se mantido relativamente estável em meio à crise nos dá o conforto de que, pelo menos até aqui, a condição financeira de nossos clientes não foi tão prejudicada”, avalia Carbonari.

Os bancos das montadoras continuaram praticando taxas menores que os bancos de varejo: em julho, a média ficou permaneceu em 1,57% ao mês e 20,55% ao ano contra médias de 1,84% a.m. e 24,5% a.a. para PF.

O prazo médio das concessões de crédito ficou praticamente estável, para 41,5 meses contra média de 41,6 meses registrada há um ano. Os planos máximos oferecidos pelos bancos aos consumidores foram mantidos em 60 meses.

Volvo XC90 chega ao Brasil a partir de R\$ 319 mil

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business



Conforme prometido para este mês, a Volvo lança no Brasil o SUV XC90, que por aqui já teve pré-venda e até recall. Como a própria Volvo define, é o modelo mais inovador e seguro já produzido pela marca sueca, que chega nas versões Momentum, por R\$ 319 mil, e Inscription, por R\$ 363 mil.

“O lançamento do XC90 no Brasil representa ‘um novo começo’, campanha global posicionando a Volvo como uma empresa genuinamente sueca e independente, líder em segurança no segmento de luxo”, diz Luis Rezende, presidente da Volvo Cars no Brasil.

“Trata-se de um veículo eficiente, lindo, imponente, espaçoso, que atende o consumidor atento a padrões de luxo e modernidade”, completa o executivo.

Após três anos de desenvolvimento e parte de um programa de investimento de US\$ 11 bilhões, o SUV de luxo inaugura um novo conceito de design da marca. A força vem do novo motor T6 Drive-E 2.0, de quatro cilindros, turbinado com 320 cv de potência.

Na dianteira estão as principais mudanças visuais do modelo: totalmente nova, traz o logotipo da marca alinhado com o friso diagonal. Completam as mudanças o novo conjunto ótico dianteiro, com luzes em formato de ‘T’.

Interiormente, o destaque é a tela sensível ao toque de 9 polegadas no centro do painel que reúne todos os comandos no mesmo lugar. Baseado sobre a nova plataforma SPA

(Scalable Product Architecture), para os modelos médios e grandes, o XC90 comporta sete pessoas. Uma das principais novidades é o pacote de equipamentos de segurança. O carro vem com o assistente de condução, tecnologia semiautônoma para auxílio ao motorista: sensores e câmeras monitoram as faixas das vias e o veículo à frente no trânsito.

O sistema comanda a aceleração, a frenagem e a movimentação do volante em curvas leves, em velocidades de até 50 km/h. Acima dessa velocidade, o sistema torna-se um controle de cruzeiro adaptativo, que mantém distância ajustada do veículo à frente com assistência automática de freio e acelerador.

“Com o XC90 a Volvo dá os primeiros passos para a introdução de sistemas semiautônomos de condução. Uma nova função que permite seguir o carro à frente no trânsito proporciona uma experiência radicalmente simples e segura no trânsito”, explica Lex Kerssemarkes, vice-presidente sênior de produto, estratégia e linha de produtos da Volvo Cars.

O modelo também inclui o sistema de alerta de mudança de faixa, que aplica força ao volante se o carro estiver saindo da faixa intencionalmente, enquanto o sistema de alerta ao motorista detecta e avisa o condutor desatento.

O modelo também aciona o freio automaticamente caso o motorista tente virar à frente de outro veículo que venha em sentido contrário, situação comum em cruzamentos e estradas.

Os freios também agirão de forma automática ao detectar um potencial choque, para evitar a colisão ou minimizar as consequências da batida.

O design dos bancos também foi pensado como elementos de prevenção e redução dos impactos aos ocupantes: eles possuem o sistema de proteção contra lesões na coluna cervical (WHIPS) com dispositivo pré-batida, que previne ferimentos no pescoço.

A lista de equipamentos de conforto inclui o assistente de estacionamento, que manobra o carro automaticamente em vagas perpendiculares e paralelas, painel de instrumentos de 12,3 polegadas, e faróis principais e de neblina de LED.

O motorista também pode escolher seu modo de condução: Confort, Eco, Dynamic e Off Road, por meio de um seletor no console central. Cada uma oferece um ajuste específico para motor, transmissão, direção, economia de combustível e até mesmo o layout do painel. Na versão Momentum, o utilitário é equipado com rodas de 19 polegadas.

Na Inscription, além de todos os itens da versão Momentum, acrescenta sistema de áudio com 19 alto-falantes e o sistema de suspensão por bolsas de ar Chassi Four-C, que habilita o motorista a ajustar, nos modos de condução, a altura mais adequada de rodagem, de acordo com o piso.

A altura da carroceria também pode ser ajustada para funções específicas, como a de carga do porta-malas.

JCB alcança 1 mil escavadeiras produzidas no Brasil

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business

A JCB alcançou neste mês o marco de 1 mil escavadeiras produzidas no Brasil, em sua fábrica localizada em Sorocaba (SP), desde que a unidade iniciou suas operações, em 2012, e onde a empresa investiu R\$ 200 milhões para sua construção. Além de

escavadeiras, a marca de origem inglesa produz na filial brasileira retroescavadeiras, manipuladores telescópicos, rolo compactador e mais recentemente, pás-carregadeiras.

“Esse marco é só o começo. A JCB acredita no desenvolvimento do mercado brasileiro e enxerga espaço para crescimento no País, seja na ampliação da gama de máquinas, tanto para o mercado interno quanto para exportação”, comenta o diretor de vendas, Nei Hamilton.

Recentemente, a empresa aplicou novos equipamentos nos modelos da linha de escavadeiras JS 200 e JS 160, que passam a contar com um novo sistema eletroeletrônico e o novo motor JCB de 4 cilindros, que segundo a empresa, garante eficiência e baixo consumo de combustível.

Os produtos também saem de fábrica com sistema de telemetria remoto LiveLink, que pode ser acessado por smartphone, permitindo monitoramento de diferentes funcionalidades à distância.

Iveco vende 124 veículos ao Grupo Peixoto

16/09/2015 - Fonte: Automotive Business

A Iveco anuncia a venda de um lote de 124 veículos ao Grupo Peixoto, empresa atacadista de transporte com atuação em todo o País.

De uma só vez, a companhia adquiriu 116 caminhões, sendo 56 Tector, 36 Stralis e 24 Vertis, mais cinco Daily modelo furgão, além de três micro-ônibus Cityclass para o transporte de funcionários.

O cliente também optou pela terceirização dos serviços de pós-venda contratando um acordo de três anos para a manutenção da maioria da nova frota.

“Por se tratar de uma grande negociação, nós decidimos fechar uma parceria técnica com a Iveco, na qual podemos contar com as estruturas de oficinas e mão de obra especializada na manutenção dos nossos caminhões”, disse Gilmar Bezerra de Medeiros, gerente de logística do Grupo Peixoto.

Segundo Osmar Hirashiki, diretor de vendas corporativas e vendas ao governo da Iveco, é cada vez mais comum os grandes grupos, que têm o transporte como um dos pilares da sua atuação, investirem também nos contratos de manutenção e revisão:

“Muitas vezes, por não possuírem uma estrutura robusta de oficina o cliente ganha na agilidade e na qualidade de atendimento nas concessionárias Iveco em todo o Brasil. Com uma manutenção de qualidade, diminuimos consideravelmente os custos e garantimos os veículos sempre disponíveis para as atividades do cliente”, afirma.

Com sede em Goiás e mais de 50 anos, o Grupo Peixoto se profissionalizou no atendimento ao atacado e varejo, atendendo atualmente 13 estados brasileiros.

O mix de produtos inclui as linhas de bomboniere, higiene e beleza, bazar, utilidades domésticas, bebidas, material escolar e de escritório.

Com o crescimento do mercado e da área de atuação, a companhia desenvolveu também uma marca própria de produtos, composta por 250 itens.

Audi 'desconhece' crise no Brasil e lidera no segmento de luxo

16/09/2015 - Fonte: Carros.ig

Em agosto, a Audi comemorou 1,9 mil unidades emplacadas, um recorde de vendas e o maior volume da história da marca de luxo, que também lidera esse segmento em 2015. Parece estatística de qualquer país menos o Brasil, mas o resultado veio mesmo do nosso mercado.

Desconhecendo a palavra crise, a Audi agora se prepara para voltar a produzir carros no país: em outubro a fábrica de São José dos Pinhais, no Paraná, retoma a fabricação do A3, agora na versão sedã e não hatchback e começa a vendê-lo em novembro. Ele e o Q3 (seu primo SUV que será produzido no Brasil em 2016) devem ampliar ainda mais suas vendas que podem chegar a 16 mil carros este ano.

Nesta terça-feira, abertura do Salão de Frankfurt, o maior do mundo em área e carros expostos, o presidente da marca no Brasil, Jörg Hofmann deu mais detalhes sobre a chegada do A3 Sedan.

O modelo usará um inédito motor 1.4 flex com 150 cv, bem mais potente que o vendido atualmente. O sedã também terá uma versão mais potente, com motor 2.0 de 220 cv no lugar do 1.8 litro. E novos opcionais passarão a ser disponíveis como câmera de ré e assistente de faixa contínua, entre outros.

“Nós queremos produzir mais de mil A3 Sedan ainda em 2015. No ano que vem, a meta é chegar a mais de 10 mil unidades desse modelo, além do início da produção do Q3 nacional”, revelou o presidente da marca.

Além dos dois carros nacionais (cujo índice de nacionalização é guardado a sete chaves), a Audi quer ampliar a venda dos veículos importados. “Vamos vender toda a linha da Audi no Brasil, incluindo modelos mais luxuosos e esportivos”, garante Hofmann.

Na frente de Mercedes e BMW

Uma das próximas novidades é o A4, modelo logo acima do A3 e que teve sua nova geração apresentada em Frankfurt.

O carro está maior e mais sofisticado e por isso o executivo acredita que conseguirá se diferenciar dos rivais tradicionais BMW Série 3, já em produção no Brasil, e Classe C, da Mercedes-Benz, que entrará em linha de montagem em 2016.

A ideia, segundo Hoffmann, é colocar os dois concorrentes no meio do A3 Sedan e do A4, mas ele reconhece que o irmão maior terá uma missão difícil.

Outro carro que deve ganhar volume no Brasil é o SUV Q5 que passará a ser produzido no México pela primeira vez. O modelo passará a ser importado de lá no ano que vem e se beneficiará das cotas de isenção de impostos.

O avanço da marca em território brasileiro impressiona. Em apenas dois anos, a Audi quadruplicou suas vendas no país, um sucesso que não se repetia desde os tempos em que a marca de luxo era representada pela família Senna.

Nesse meio tempo, vários presidentes e estratégias diferentes acabaram distanciando o público e os concessionários, mas não há dúvida que a Audi reencontrou seu caminho e hoje pode comemorar o fato de bater Mercedes e BMW também no Brasil.

Dá para crescer na empresa na crise? A hora é agora, dizem os especialistas

16/09/2015 - Fonte: Carros.ig



O ambiente na grande maioria das empresas do País definitivamente não é agradável. Termos como cortes, layoffs e férias coletivas – amenizados pelos departamentos de Recursos Humanos como “ajuste de orçamento” – já viraram rotina para muita gente. Mas o que fazer em momentos como este, em que a economia não vai nada bem das pernas? De acordo com especialistas, é hora de aparecer e aproveitar para crescer na carreira.

Momentos de crise, em que novas fórmulas e soluções têm de ser testadas, armam o caminho para aquele profissional que não tinha espaço mostrar seu valor. É o que diz Adriano Gomes, professor de finanças para administradores na ESPM.

“É hora de as pessoas demonstrarem interesse, não se acovardarem, arregaçarem as mangas, proporem soluções, o que deveria ser uma prática cotidiana. Neste momento que essas pessoas mais acanhadas podem aparecer”, explica.

De acordo com Gomes, tudo o que os chefes esperam neste momento é poder repartir os problemas – para encontrar novos caminhos – com outros profissionais. No entanto, os extremos de temperamento e ímpeto devem ser evitados: isso evita atrito com colegas e, até mesmo, problemas com hierarquia.

“É a tal da habilidade política, rara nas pessoas. Se [o profissional] não entender o momento oportuno que alia competência e oportunidade, [ele] não consegue. Essa leitura de como se posicionar e como ganhar confiança é uma habilidade”, diz.

Qualificação (prévia) é trunfo

Levantamento recentemente realizado com cerca das 500 maiores companhias do País pela Page Personnel, uma das maiores empresas globais de recrutamento, revelou que três em cada quatro corporações avalia a possibilidade de substituir funcionários que apresentem resultados abaixo do esperado.

Nesse cenário de alta competitividade, os valores criativos costumam ser mais valorizados e novas ideias ganham mais espaço. A tão valorizada capacidade produtiva pode ficar um pouco em stand-by e a demanda parte para o campo gerencial. Cenário bom para os mais qualificados, de acordo com o consultor Erik Penna.

“Aprecio a frase do [ex-técnico de basquete americano] John Wooden: ‘Você pode se lamentar das circunstâncias ou se preparar para as circunstâncias’. Sim, a qualificação precisa ser contínua, afinal, o capital humano é uma grande vantagem competitiva das organizações”, afirma.

Gomes tem a mesma opinião, acrescentando ainda que quem já vinha se qualificando mesmo antes da crise tem uma grande chance de passar incólume pela crise do mercado de trabalho. “A qualificação pode ser tardia. O ideal é que nesse momento, ele [o profissional] já esteja preparado e atualizado. É importante aproveitar momentos nos quais se tem caixa e investir em conhecimento”.

Câmara aprova MP que amplia de 30% para 35% o limite do crédito consignado

16/09/2015 - Fonte: Brasil Econômico

O plenário da Câmara aprovou na noite desta terça-feira (14) a Medida Provisória 681, que amplia o limite do crédito consignado de 30% para 35%. Foram 249 votos a favor da aprovação e 200 contra.

O crédito consignado é um instrumento que possibilita descontos autorizados pelo trabalhador na folha de pagamentos nos casos de empréstimos.

No texto aprovado pela comissão mista do Congresso, a única mudança foi a inclusão da possibilidade de saque dentro do limite de 5% com cartão de crédito.

Hoje, os trabalhadores podem autorizar o desconto de empréstimos relativos a contratos, financiamento ou arrendamento mercantil até o limite total de 30% dos rendimentos, de acordo com a Lei do Crédito Consignado (10.820/03).

Ainda falta ser votado um destaque que pode alterar o texto aprovado em plenário. Somente após a votação desse dispositivo é que a MP será encaminhada à apreciação do Senado.

Comércio mundial desacelera e põe em dúvida a força da globalização

16/09/2015 - Fonte: Brasil Econômico



A forte queda no crescimento do comércio global este ano está acentuando um legado perturbador da crise financeira: as exportações e importações de bens estão muito abaixo do ritmo das expansões anteriores, ameaçando melhorias futuras na produtividade e nos padrões de vida.

Pelo terceiro ano consecutivo, a taxa de crescimento do comércio mundial deve ficar atrás da já lenta expansão da economia global, segundo dados da Organização Mundial do Comércio e projeções de economistas destacados. Antes dessa queda recente, o último ano em que o comércio teve um mau desempenho durante uma expansão econômica foi em 1983.

“Nós tivemos essa explosão da globalização e agora estamos em um ponto de consolidação, talvez retração”, diz o economista-chefe da OMC, Robert Koopman. “É quase como se a correia dentada da máquina do crescimento global estivesse um pouco fora de sincronismo ou os cilindros não estivessem trabalhando como deveriam.”

Desde a forte recuperação de 2010, depois da crise financeira, o comércio registrou um crescimento anual médio de apenas 3%, comparado com 6% entre 1983 e 2008, segundo a OMC.

Os economistas culpam vários fatores pela desaceleração, desde o recuo da China em certos tipos de produção fabril até o declínio do investimento internacional. Eles também apontam para uma escassez de novos acordos comerciais de porte e para barreiras

comerciais criadas depois da crise de 2008, assim como uma recém-descoberta relutância de empresas em buscar produtos longe de casa.

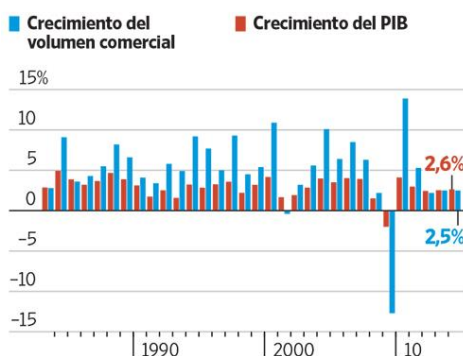
Poucos enxergam algum sinal de que o comércio vai em breve recobrar seu ritmo anterior de crescimento, que antes de 2008 era o dobro da taxa de expansão econômica. Em 2006, o volume de comércio global subiu 8,5%, comparado com uma alta de 4% no PIB global.

Neste ano, a OMC deve cortar sua previsão do comércio em 2015 pela segunda vez após uma contração repentina no primeiro semestre — a primeira desde 2009. Grande parte da desaceleração está sendo provocada pelo desempenho anêmico das economias emergentes, incluindo a China, comparado com seu crescimento robusto nas décadas anteriores.

A mudança levou os economistas a ponderar se a duradoura onda de globalização impulsionada pelo comércio chegou ao fim.

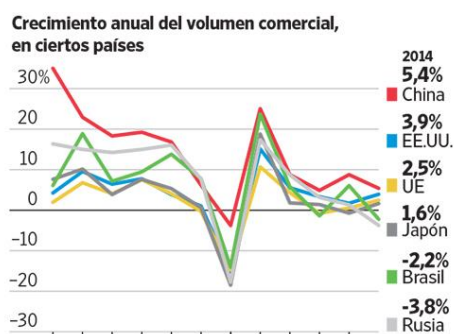
¿El fin de una era?

El total de importaciones y exportaciones solía crecer al doble del ritmo de la expansión del PIB global...



Fuente: Organización Mundial del Comercio

... pero una desaceleración comercial en China y otros países sugiere que el auge se desvanece.



THE WALL STREET JOURNAL.

“É bastante óbvio que atingimos um pico no comércio em 2007”, diz Scott Miller, especialista em comércio do Centro de Estudos Estratégicos e Internacionais, que é sediado em Washington.

O volume de comércio pode se recuperar um pouco no segundo semestre, mas deve crescer só 1% em todo 2015, estima Paul Veenendaal, economista do CPB, um órgão holandês de análise de política econômica que acompanha de perto o comércio global. O número fica bem abaixo dos 3,3% que o Fundo Monetário Internacional prevê para o crescimento econômico mundial.

“O que vimos na primeira metade do ano é que a queda foi provocada por um declínio notável no comércio da China”, diz Veenendaal. “Minha estimativa é que ele vai subir de novo neste ano, mas não tenho certeza.”

As exportações dos Estados Unidos caíram 5,6% nos primeiros sete meses do ano, para US\$ 895,7 bilhões. O valor das exportações sul-coreanas recuou 14,7% em agosto ante o mesmo mês de 2014, a maior queda em seis anos, em face da retração nas vendas para a China. Já as importações chinesas em dólar recuaram 13,8% no mês passado em relação a um ano atrás. Em julho, a queda foi de 8,1%.

A economia manufatureira da China começou sua rápida ascensão nas décadas de 80 e 90, enquanto o colapso da União Soviética expandiu o comércio ao dar origem a novas economias com base no mercado.

A China se uniu à OMC em 2001, reduzindo algumas tarifas e se comprometendo a seguir muitas regras globais. Outras economias emergentes também deslancharam, impulsionadas pelo crédito barato, e muitas empresas buscaram elevar as margens de lucro terceirizando sua produção em países com baixo custo de mão de obra.

“Quando entrei na Caterpillar, em 1975, nossos maiores mercados exportadores eram países ricos — Canadá, Austrália, Europa e países produtores de petróleo”, diz Bill Lane, diretor de assuntos governamentais globais da Caterpillar Inc. “Passados 40 anos, hoje nossos grandes clientes são os países em desenvolvimento — América Latina, África, Oriente Médio, Ásia.”

Agora, alguns desses países em desenvolvimento estão dando grandes dores de cabeça para a Caterpillar. A empresa informa que as vendas de equipamento de construção na Ásia caíram 30% no primeiro trimestre, devido a recuos na China e Japão.

Durante a crise de 2008, o comércio caiu de forma expressiva com a redução do crédito e contração econômica no mundo. O comércio se recuperou mais tarde, embora nunca tenha voltado aos níveis anteriores.

Parte do motivo é que as empresas estão receosas de fazer novos investimentos expressivos em fábricas, dizem economistas. Outros fatores são a lenta recuperação da Europa, que tem afetado o comércio dos 28 países da União Europeia, e a queda da demanda da UE por bens chineses como máquinas e eletrônicos, sem falar nas exportações americanas.

Ao mesmo tempo, desastres como os tsunamis na Ásia, enchentes na Tailândia e até a recente explosão no porto chinês de Tianjin estão levando os executivos das empresas a repensar a estratégia de redes de suprimento espalhadas pelo mundo.

“Houve um encolhimento na cadeia global de valor. Houve algum retorno da produção — ou no mínimo uma reestruturação das cadeias de valor para trazer a produção mais para perto, por segurança”, diz Douglas Lippoldt, economista sênior de comércio do HSBC Holdings PLC.

Outro problema foi a falta de sucesso dos governos para fechar grandes acordos comerciais. A Rodada Doha de negociações da OMC, que previa uma ampla liberalização comercial, empacou, embora a entidade, que é sediada em Genebra, tenha fechado um acordo para remover os empecilhos ao florescimento do comércio em países em desenvolvimento.

Países que comercializam mais de US\$ 1 trilhão por ano em produtos de alta tecnologia concordaram em eliminar tarifas sobre esses produtos, mas o prazo é incerto. Economias avançadas, agora mais dependentes de serviços e de novas tecnologias do que da indústria tradicional, podem registrar um crescimento adicional com novos acordos comerciais, como a Parceria Transpácífica, que o presidente dos EUA, Barack Obama, vem há anos tentando concluir, dizem economistas.

Os críticos da globalização alertam que explosões no comércio podem afetar empregos e culturas em todo o mundo. Ainda assim, a maioria dos especialistas vê o comércio como um grande instrumento para melhorar o nível de vida porque as vendas internacionais aumentam o volume de clientes de um dado produto e ampliam a concorrência e a especialização, reduzindo os preços ao consumidor.

Os países asiáticos que abriram suas fronteiras viram milhões de pessoas saírem da agricultura familiar para empregos com melhor remuneração em fábricas de produtos

para exportação. O atual crescimento anêmico do comércio pode reduzir os esforços para combater a miséria, dizem economistas.

Em tempos de crise, alguns países desvalorizaram suas moedas para impulsionar as exportações e o crescimento, mas as mudanças cambiais têm poucas chances de ampliar o comércio em geral e trazem limitados benefícios econômicos.

Nova CPMF vai elevar carga tributária de 35,47% para 36,2% do PIB

16/09/2015 - Fonte: Brasil Econômico

A volta da CPMF vai representar para o bolso do brasileiro muito mais do que os “dois milésimos” do valor das compras citados pelo ministro da Fazenda, Joaquim Levy, ao anunciar a medida. Como tem efeito em cascata e incide sobre toda a cadeia de produção, o tributo é inflacionário e trará novo aumento da carga tributária, preveem analistas.

Os R\$ 32 bilhões que o governo prevê arrecadar com a alíquota de 0,2% de CPMF equivalem a 0,57% do Produto Interno Bruto (PIB) do país em 2014. No ano passado, o Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT) estimou a carga tributária em 35,47% do PIB. Com a volta da CPMF, o percentual deve chegar a 36,2%.

Em entrevista ao canal oficial do governo NBR, Levy minimizou o impacto no bolso dos brasileiros. Ele disse que o tributo é “justo”, por atingir todas as classes sociais e operações financeiras, além de não “bater na inflação” e “é um imposto pequenininho, de dois milésimos”.

“Todo mundo diz que é muito horrível, os políticos não gostam, mas na verdade é um imposto pequenininho, de dois milésimos. Não é algo que vai alterar a economia. Mas como você paga sobre tudo, isso acaba trazendo dinheiro suficiente para a gente garantir o pagamento das aposentadorias e outros gastos. É um imposto que todo mundo paga, todas as empresas pagam, quem tem caixa dois tem que pagar. É muito justo esse imposto, e é mais fácil de cobrar”, disse o ministro.

Críticas

Para o professor de Tributação e Finanças da Fundação Getulio Vargas (FGV), Fernando Zilvetti, com a ascensão das classe C e D e a maior “bancarização” da população, o número de transações financeiras hoje é muito maior que em 2007, último ano de vigência da CPMF, quando o governo arrecadou R\$ 37,2 bilhões. Por isso, o valor a ser arrecadado deve ser maior.

“O crescimento das transações financeiras eletrônicas foi absurdo nos últimos oito anos. Agora, o valor está mais para R\$ 54 bilhões. Assim, Levy não assusta tanto a oposição”, disse Zilvetti.

Para o setor produtivo, uma característica danosa é a incidência da cobrança em várias etapas: da compra de insumos básicos e bens intermediários até a venda ao consumidor, sem mecanismos de compensação.

Ana Cláudia Utumi, sócia responsável pela área Tributária de TozziniFreire Advogados, diz que, mesmo com alíquota menor – 0,20%, ante 0,38% que vigorava no passado –, o efeito cumulativo tende a afetar o preço de produtos.

“Sempre tem um impacto nos custos. O tamanho vai depender do tipo de produto. Quanto mais etapas de produção, maior o impacto. Todo esse aumento de carga tributária vai ser repassado ao consumidor”, disse.

A CPMF incidia sobre as movimentações financeiras e deve voltar nos mesmos moldes de 2007. A cobrança é feita sobre as saídas da conta corrente de pessoas físicas e empresas.

Ela incide sobre saques em caixas eletrônicos, transferências a outras contas, pagamentos de faturas e contas de consumo. O imposto é debitado pelas instituições financeiras, o que garante à Receita Federal baixo custo de fiscalização e implementação.

“A tributação na conta bancária faz com que todo mundo tenha que pagar. É um tributo que não tem progressividade. O rico e o pobre pagam a mesma alíquota”, explicou Ana Cláudia.

Dinheiro

Outra consequência é o estímulo ao uso do dinheiro em espécie. Segundo a Associação Brasileira de Cartões (Abecs), a participação dos meios eletrônicos, como cartões de débito e crédito, nas compras no varejo subiu de 68% em 2008 para 76,1% em 2013 (último dado disponível).

O setor produtivo recebeu as medidas anunciadas com ceticismo. A leitura é que, num momento em que a economia já está deprimida, a indicação do governo é mais pelo aumento de impostos do que pelo corte de gastos e o pacote depende de muitas variáveis.

O presidente do Conselho de Administração do grupo Gerdau, Jorge Gerdau, mostrou preocupação com a carga tributária. “O Congresso, com a aspiração de atender às demandas sociais, qualquer dinheirinho que entra, quer destinar para um determinado assunto. Se não cuidarmos, a CPMF pode ir para uma destinação fixa. Bom, já se decidiu que a CPMF, se for aprovada, vai para o ajuste.”

O presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), Carlos Pastoriza, definiu as medidas como “enrolação”. “Não há quase corte de despesa. É uma pedalada. A maioria virá do aumento de imposto. O pacote foi feito da maneira mais recessiva possível.

Negócios de alto impacto ainda são raros

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

Entre as empresas com empregados contratados do Paraná, apenas 1,67% são enquadradas na categoria scale-ups, que registram crescimento acima de 20% nos últimos três anos.

O índice paranaense é ruim, mas ainda está acima da média nacional, em que menos de 1% das empresas brasileiras – 35 mil – se encaixam no perfil, conforme pesquisa feita pela Endeavor, entidade de apoio ao empreendedorismo, e a Neoway, especializada em big data.

Consideradas de alto impacto pelo nível de geração de emprego e a velocidade de crescimento, as scale-ups são a aposta para a recuperação econômica do país. Uma scale-up gera 100 vezes mais postos de trabalho em um ano do que a média das empresas brasileiras: 31,3 novos contratados contra 0,34.

“Ao identificá-las, é possível concentrar esforços para replicar o mesmo ritmo de desenvolvimento em outros empreendimentos e ampliar essa proporção”, explica o gerente de pesquisa e mobilização de Endeavor, João Melhado.

Metodologia

O levantamento da Endeavor e Neoway avaliou os dados públicos de empresas com pelo menos dez funcionários contratados, abertas até 2011, de acordo com informações da Receita Federal, IBGE, Ministério do Trabalho e Emprego e INPI.

A boa notícia é que as scales-ups estão espalhadas em todo o país e em diversos segmentos produtivos. Essa distribuição facilita a adoção de políticas públicas e redes de apoio amplas, livres das limitações geográficas ou de setorização, para estimular o ambiente de negócios nacional.

Reformas tributária, fiscal e trabalhista, além da aproximação da produção de pesquisa científica com o mercado e desburocratização dessas relações são algumas das medidas de maior abrangência que podem contribuir para estimular a geração de empresas de alto impacto.

Cenário local

Apesar de manter o maior número absoluto de scale-ups da Região Sul – 7,23% dessas empresas do país estão por aqui, contra 6,18% do Rio Grande do Sul e 5,7% de Santa Catarina –, o estado ainda tem uma proporção pequena de negócios de alto impacto em comparação com o total de firmas existentes.

5 milhões

Dos assalariados brasileiros estão nas empresas de alto impacto. O número corresponde a 14,2% dos assalariados do país, ainda que as companhias com o perfil scale-ups correspondam a 0,7% do total de empresas ativas no Brasil, conforme o IBGE.

Na avaliação do presidente do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), Sandro Vieira, o perfil conservador do empreendedor paranaense pode ser um dos freios do ritmo do crescimento das empresas locais.

“É preciso ter um posicionamento mais globalizado, que extrapole o intramuros, para crescer exponencialmente. E essa postura estratégica precisa estar presente desde o início do empreendimento”, avalia Vieira.

A visão mais arrojada sobre o negócio é que vai fazer a diferença na hora de enfrentar desafios comuns a toda a concorrência. Carga tributária, falta de infraestrutura, variação do câmbio e burocracia são entraves que afetam todo o mercado.

Para Vieira, o posicionamento adequado e a atitude visionária do empreendedor são determinantes para empreendedores conseguirem melhor desempenho. “O momento exige criatividade e arrojo nos negócios”, diz.

Investidor paranaense tem pouco apetite ao risco

Desenvolver uma empresa exige investimento para aumentar a produção, ampliar mercado e desenvolver novos produtos. Em períodos de restrição de crédito, ter acesso aos recursos necessários é outro gargalo do crescimento.

O dinheiro caro dos bancos de varejo empurra empresários para empréstimos que inviabilizam a atividade e, novamente, o conservadorismo pode ser um empecilho no ambiente paranaense.

Fundos de investimento e mercado de capitais são alternativas mais sofisticadas de financiamento que ainda estão em fase de amadurecimento no mercado nacional.

“No Paraná, o perfil do investidor ainda é bem tradicional. Muitos buscam imóveis ou aplicações de menor risco”, observa o consultor Ricardo Fortunato Barcelos, especializado em venture capital e empreendedorismo.

O resultado é a pouca participação em grupos de investimento e mesmo na criação de gestoras de fundos. A primeira do Paraná, formada em 2010 por Marcel Malczewski, fundador da Bematech, foi a M3 Investimentos.

A empresa lançou dois fundos e caminha para o terceiro para aplicações em companhias consolidadas, em viés de crescimento, que requerem aportes entre R\$ 1 milhão e R\$ 5 milhões. “A falta de referências e exemplos de sucesso no mercado paranaense colaboram para a refratariedade do investidor local”, avalia.

Malczewski aposta que empresários e investidores, aos poucos, vão se moldando às necessidades do mercado. Com a restrição ao crédito no varejo, o empreendedor passa a considerar a participação dos fundos de investimento.

O ecossistema de inovação e startups, estimulado nos últimos anos, contribui para mudanças de mentalidade e postura da cadeia empresarial.

Para Barcelos, esse movimento ainda depende da disposição de todos em buscar mais suporte nas redes de apoio ao empresariado para trocar experiências e crescerem juntos. “Há uma infraestrutura para esse suporte, mas a demanda ainda é baixa”, avalia.

Neoortho tem DNA inovador



Criada em 2004 dentro da Neodent, a Neoortho tem a assinatura do empreendedor Geninho Thomé e constrói hoje a própria trajetória de alto impacto, com crescimento mínimo de 29% previsto para 2015. Para desenvolver e fabricar os atuais 7 mil itens de próteses ortopédicas, a empresa investe em formação e retenção de talentos.

“É um dos pilares mais importantes e uma das maiores dificuldades da atividade empresarial: garantir a melhor equipe”, explica o vice-presidente da empresa, Irineu Vitor Leite **(foto)**.

Hoje são 140 funcionários, 20 deles dedicados ao desenvolvimento de novos produtos. Grande parte recrutada em mestrados, doutorados e universidades, o que não dispensa treinamentos específicos na área de atuação da empresa.

Um corpo médico contratado como consultor também trabalha para a orientação das necessidades do mercado nacional, ainda muito abastecido pelo produto importado.

“Temos o desafio de garantir a excelência nos nossos produtos”, diz Leite. Ainda assim, o mercado internacional está no radar e começa a ser explorado pela Neoortho, com dez pontos de distribuição no exterior.

Em 2016, 3 mil novos produtos serão lançados e somente a prótese de quadril, desenvolvida com recursos do BNDES, prevista para maio, deve garantir 20% de crescimento da empresa no ano que vem.

Stival quer ganhar mercado nacional

Marcar dois dígitos de crescimento tem sido um ato heroico para o empresariado brasileiro. Mas há exemplos de bom desempenho, mesmo na atual fase crítica da economia. A paranaense Stival Alimentos tem 44 anos de mercado, 350 funcionários e está pronta para aumentar a produção em 150% a partir de 2016.

O ciclo de investimento que incluiu reestruturação interna, com novo parque fabril, e desenvolvimento de novos produtos, começou em 2010. "A gôndola do varejo não é elástica, exige novidade sempre. Para ser competitivo, tenho que criar novos produtos", diz o CEO da empresa, Alexandre Stival.

Com portfólio atualizado, o executivo consolidou as demais estratégias para expandir mercado e entrar nas redes nacionais: investiu em logística, distribuição e equipe de vendas.

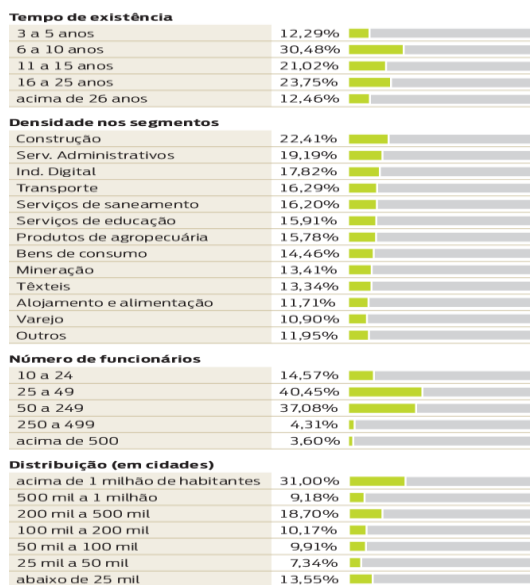
Até 2013, a empresa batia a média de 22% de crescimento ao ano. No ano passado, houve maior volume, mas o faturamento recuou. "Estamos recuperando no segundo semestre, e os bons resultados dos produtos lançados mostram que houve mais acertos do que erros", diz.

O investimento permanente em pesquisa e desenvolvimento garante à empresa o perfil inovador exigido pelo cliente. Não parar no tempo é uma questão de sobrevivência, na avaliação de Stival.

Para proteger sua produção, o empresário registra as patentes de marca e teve o cuidado de fazer o depósito do desenvolvimento das embalagens do Rice Cup e Momento Gourmet. "Ganho um tempo até a concorrência começar a copiar enquanto invisto em novos produtos", aposta.

PERFIL DAS SCALE-UPS

O nível de crescimento e geração de renda são os principais indicadores das scale-ups. Hoje, o país tem cerca de 35 mil empresas com as características identificadas pela pesquisa, menos de 1% do total.



Fonte: Endeavor e Neoway. Metodologia: Análise dos dados públicos disponíveis na RAIS, Caged, PNAD, Certidões negativas da Receita Federal, INPI, entre outras, com informações disponíveis até 31 de dezembro de 2014. Infografia: Gazeta do Povo.

Projeto libera venda de ações da Copel e da Sanepar sem autorização da Assembleia

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

O último artigo do novo pacote do governo do Paraná, apresentado à Assembleia Legislativa na terça-feira (16), contém uma medida polêmica.

Ao revogar um inciso da Lei Estadual 15.608/2007, o texto desobriga o Executivo de precisar de autorização dos deputados estaduais para vender ações de empresas públicas e de economia mista, como a Copel e a Sanepar.

Em maio, porém, depois de o secretário da Fazenda, Mauro Ricardo Costa, defender a venda de parte das duas companhias para fazer caixa, o governador Beto Richa (PSDB) refutou qualquer medida nesse sentido.

“Não é o que eu penso. Há outras alternativas para ter recursos para novos investimentos no Paraná”, disse o tucano, à época.

Pacote de Richa embute aumento no ICMS e tira recursos de prefeituras

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

Um “frankenstein” de 37 páginas recheado de polêmicas dos mais variados temas do início ao fim. O “pacote anticrise” do governo do Paraná, enviado na terça-feira (15) à Assembleia Legislativa, pode resultar em aumento no preço dos produtos comprados por paranaenses em outros estados.

Além disso, a proposta tira cerca de R\$ 400 milhões das prefeituras e dos outros poderes, e concentra os recursos no caixa do Executivo estadual. Apesar da complexidade, a proposta tramita em regime de urgência e será analisada pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) já nesta quarta-feira (16).

Lançado no dia 3 de setembro com medidas para driblar a crise econômica nacional, o pacote foi construído basicamente para engordar os cofres do estado. Um dos temas, que não havia sido anunciado previamente, inclui na cobrança do ICMS operações de contribuintes paranaenses nas quais o imposto é recolhido apenas no estado de origem.

Amparada na Emenda Constitucional 87, promulgada em abril pelo Congresso, a medida atinge basicamente compras feitas por internet e telefone.

A diferença de alíquota entre o ICMS do estado da compra e o do Paraná terá de ser paga pela empresa. Numa situação fictícia, uma loja com sede em São Paulo, onde o imposto é de 15%, que venda um computador a um paranaense, onde a alíquota é de 20%, terá de recolher a diferença de 5% à Receita do Paraná.

Na teoria, a medida não acarretará aumento de imposto à população do estado. Na prática, porém, existe o risco de as empresas repassarem essa conta para os compradores paranaenses. Além disso, o projeto estabelece que, caso a loja em questão não recolha a diferença, o consumidor final tenha de arcar com o recolhimento – o mesmo valerá para as transportadoras desses produtos.

Também deve aumentar a arrecadação do estado o fim do benefício de compensação de créditos de ICMS para o transporte de carga própria em relação aos seguintes itens: óleos, peças de reposição, outros produtos de manutenção da frota e demais materiais rodantes.

Segurando recursos

Já com a criação do Fundo de Combate à Pobreza, o Executivo deixará de dividir com prefeituras e demais poderes do estado em torno de R\$ 400 milhões anuais.

Para isso, o governo se baseou no artigo 82 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, segundo o qual esse fundo poderá ser abastecido com a criação de um adicional de até dois pontos percentuais na alíquota do ICMS sobre produtos e serviços supérfluos.

Pelo projeto, o Executivo reduziu em dois pontos o imposto de produtos como bebidas alcoólicas, cosméticos, fumo e gasolina, para logo em seguida majorá-los no mesmo índice.

A grande jogada é que, com isso, esses recursos deixam de ser vinculados aos repasses obrigatórios que devem ser feitos às prefeituras e demais poderes do estado.

Essa foi a saída para driblar a resistência do Tribunal de Justiça, Tribunal de Contas, Ministério Público e da própria Assembleia de abrir mão de verbas a que têm direito.

"[A medida está sendo tomada] de tal forma que haja desvinculação [de receitas], para que a gente possa aplicar 100% dos recursos no combate à pobreza. Não haverá aumento de carga tributária", disse o secretário da Fazenda, Mauro Ricardo Costa.

Jabutis

Os "jabutis" presentes no texto do pacote anticrise são evidentes. No fim da última página, por exemplo, revoga-se a Lei 16.523/2010, de autoria da ex-deputada Luciana Rafagnin (PT), que obriga escolas públicas e privadas no estado a terem ao menos um nutricionista entre seus funcionários, para controlar a qualidade dos alimentos servidos aos estudantes.

Na contramão da poupança, CDB cresce em agosto

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

O CDB (Certificado de Depósito Bancário) teve captação positiva pelo segundo mês seguido em agosto, informou nesta terça-feira, 15, a empresa de serviços ao mercado financeiro Cetip, refletindo a rentabilidade superior à da caderneta de poupança, que tem perdido recursos nos últimos meses.

No fim de agosto, o estoque de CDB registrado na central depositária de títulos era de R\$ 474,37 bilhões, um avanço de quase R\$ 3 bilhões sobre julho, que também tivera alta de cerca de R\$ 7 bilhões ante junho.

Os CDBs são o principal instrumento de captação de recursos no mercado por parte dos bancos. Segundo dados do Banco Central, a caderneta de poupança teve baixas em todos os meses de 2015 até agosto.

No acumulado do ano até o mês passado, os saques superaram os depósitos em R\$ 48,5 bilhões.

O saldo total no final do mês passado era de R\$ 645,1 bilhões. "A migração pode ser um dos motivos desse movimento", disse à Reuters o superintendente de produtos da Cetip, Fábio Zenaro.

A Taxa DI, usada em grande parte dos investimentos em renda fixa, estava em 14,13% ao ano no fim de agosto. A rentabilidade da poupança é de 6% ao ano.

Fiergs critica pacote e diz que onerar setor produtivo é um risco

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

A Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs) criticou o pacote apresentado pelo governo federal na segunda-feira, 14, para equilibrar as contas no ano que vem. O objetivo é cortar R\$ 26 bilhões em despesas, aumentar impostos e recriar a CPMF. O presidente interino da Fiergs, Carlos Bier, disse que as medidas foram recebidas com apreensão.

“É um pacote de alto risco, pois onera o setor produtivo numa situação de crise, ou seja, corremos a séria ameaça de a economia travar”, avalia. Segundo ele, dos R\$ 64 bilhões do ajuste pretendido, menos da metade (40%) recai sobre cortes do setor público. “A maior parte (60%) significa uma nova carga de custos para o setor privado”, argumenta.

O industrial alerta ainda que a opção de retirar tratamentos fiscais a determinados segmentos como a indústria química, além de diminuir o Reintegra para os exportadores, se traduz em aumento de custos. “O governo reeleito já tinha o diagnóstico, então poderia ter feito cortes e não esperar nove meses da segunda administração consecutiva.

Se esse período tivesse sido aproveitado para um corte no tamanho da máquina pública, talvez não tivéssemos o vexame do rebaixamento da nota internacional do Brasil”, ponderou, referindo-se à recente decisão da agência de classificação de risco Standard & Poor’s.

Ele também destacou que a situação da indústria no Rio Grande do Sul será ainda mais desafiadora. “Além do ajuste nacional, existe a tentativa do ajuste estadual com as mesmas características, ou seja, de sobrecarga no setor privado”, explicou.

CUT e Força Sindical atacam medidas do ajuste fiscal

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

Os presidentes das duas maiores centrais sindicais do país — Central Única dos Trabalhadores (CUT) e Força Sindical — fizeram nesta terça-feira duras críticas ao pacote de ajuste fiscal anunciado pelo governo na segunda.

Em ato pela campanha salarial unificada de diversas categorias, realizado em frente à sede da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), Vagner Freitas, presidente da CUT, considerou “lamentável” o pacote do governo, que em sua visão vai penalizar ainda mais os trabalhadores.

“É um pacote recessivo, que imputa a culpa da crise aos trabalhadores e vai contra as propostas que a CUT tem apresentado”, disse Freitas.

Em nota, Miguel Torres, presidente da Força Sindical, disse que o pacote transfere, “de forma nefasta” aos trabalhadores, o ônus dos erros econômicos cometidos pelo governo.

“O governo fez uma opção errada de política econômica, e nós, trabalhadores, não estamos dispostos a pagar esta conta”, disse Torres.

Para o dirigente da Força, ainda, a ideia de congelar os salários dos servidores federais é “absurda”. Em comunicado postado nesta terça-feira no site da CUT, Freitas diz que as medidas não “na contramão das necessidades do país e dos trabalhadores, pois onera a atividade econômica e reduz gastos sociais em um momento que a recessão atinge a todos”.

“Nenhuma das medidas aponta para a retomada do crescimento e geração de empregos, que são os problemas mais urgentes e graves que enfrentamos no país”, disse o presidente da CUT na nota do site, informando que pedirá uma audiência com a presidente Dilma Rousseff para apresentar “nossas propostas”.

Tramontina agora quer concorrer com a KitchenAid

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

Batedeiras que vão ser vendidas a mais de R\$ 2 mil fazem parte da estratégia da gaúcha Tramontina para resistir à crise econômica. A indústria de produtos para a casa vai adicionar ao seu portfólio, a partir desta terça-feira (15), um total de 30 itens de eletroportáteis de alto padrão fabricados pela australiana Breville.

Por enquanto importados, os produtos poderão ser fabricados localmente no futuro, afirma o presidente do conselho da Tramontina, Clovis Tramontina. O objetivo é distribuir os produtos para toda a América Latina a partir do Brasil.

A linha premium de eletroportáteis, que chega para concorrer com a Kitchen Aid e será distribuída com exclusividade pela Tramontina em 300 pontos de venda de todo o país, faz parte de um direcionamento “premium” que a fabricante gaúcha está desenvolvendo em 2015 para não sucumbir à crise.

A meta da Tramontina é crescer 17% no ano e superar a marca de R\$ 4,5 bilhões de faturamento. “Até julho, estávamos conseguindo cumprir o cronograma, mas ficamos abaixo em agosto”, afirma o empresário.

A corrida para buscar um diferencial que vá além do preço passa por outros tipos de produto. Mais conhecida pelas linhas de cutelaria e painéis, a Tramontina hoje também produz localmente fornos e coifas de alto padrão.

Para mostrar tudo o que tem a oferecer em aço inox – sua principal matéria-prima, tanto em produtos para o lar quanto em eletrodomésticos –, a empresa também montou lojas próprias com a marca T Store. Tem uma unidade no Rio de Janeiro e outra em Salvador. Ainda em 2015, abrirá outra unidade em terras cariocas, no bairro de Botafogo.

Do lado industrial, os investimentos até o fim do ano vão se concentrar em uma fábrica de móveis plásticos, que fica em Pernambuco. “A ideia é produzir uma linha com mais design, mais sofisticada”, diz Tramontina. Ele afirma que essa corrida rumo ao alto padrão tem razão de ser: “Na crise, não dá para só pensar em preço. A gente busca um produto premium, pois neste segmento não tem crise.”

A empresa tem dez fábricas no Brasil, sendo que as maiores ficam no Rio Grande do Sul. Lá fora, a companhia mantém uma unidade industrial nos Estados Unidos, voltada especialmente às vendas naquele país. Apesar de atuar em eletrodomésticos, fornos e ferramentas, a área de cutelaria, painéis e utensílios para o lar ainda é o carro-chefe da empresa, respondendo por 75% de seu faturamento. A Tramontina tem hoje 7,5 mil funcionários.

Câmbio

Exportadora desde os anos 1960, a empresa deve se beneficiar parcialmente com a alta do dólar. As exportações da companhia devem ficar em US\$ 200 milhões este ano – mesmo patamar do ano passado –, mas a rentabilidade deverá ser auxiliada pela alta do dólar.

Por outro lado, a estratégia inicial de importação dos produtos Breville será prejudicada pela desvalorização do real. "Quando começamos a negociar este contrato, o dólar valia R\$ 2,20. Então, nesse caso, é claro que atrapalha", diz Clovis Tramontina.

Independentemente da volatilidade do câmbio e também das dificuldades econômicas atuais, o empresário afirma que a Tramontina seguirá investindo. "Não dá para parar por causa da crise. Se fizermos isso, não teremos como aproveitar a retomada", explica. "Hoje, a gente vive uma crise política e de confiança, mas a economia não parou. As pessoas estão comprando menos, mas estão comprando."

O empresário diz que, em 104 anos, a Tramontina não só sobreviveu a diferentes regimes políticos, moedas e pacotes econômicos, mas também a duas guerras mundiais.

Estratégia

De acordo com o especialista em marcas Eduardo Tomya, a Tramontina e a Breville estão fazendo um "cobranding", ou seja, promovendo a união de duas marcas com bons atributos.

"A estratégia costuma funcionar, como a união de Apple e Nike, que desenvolvem produtos juntas." No caso da linha Tramontina by Breville, explica Tomya, a Tramontina vai emprestar credibilidade local, enquanto a Breville contribuirá com o aspecto "aspiracional" que traz de fora. "Na crise, este tipo de proposta costuma funcionar. Não dá para as empresas competirem só em preço."

Indústria forte é parte da solução para o país voltar a crescer, diz secretário

16/09/2015 - Fonte: Gazeta do Povo

O secretário do Desenvolvimento da Produção do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Carlos Gadelha, disse hoje (15) que o fortalecimento da indústria é parte da solução para a economia do país voltar a crescer. "O Brasil precisa ter uma indústria forte. Existem dados robustos que ligam a participação da indústria com a taxa de crescimento do PIB [Produto Interno Bruto, que é a soma de toda riqueza do país]".

De acordo com Gadelha, a indústria puxa serviços de alto valor agregado, o que é "determinante e importante" para a taxa de crescimento das exportações, para pagamento de melhores salários e atenua a vulnerabilidade externa frente a produtos homogêneos como as *commodities*.

O secretário defendeu também o ajuste fiscal como essencial na retomada do crescimento. "O ajuste fiscal é uma condição essencial para o desenvolvimento, e o desenvolvimento é essencial para a sustentabilidade a longo prazo da saúde fiscal brasileira", afirmou durante palestra na sessão especial do Fórum Nacional, no Rio de Janeiro.

De acordo com Gadelha, o padrão de desenvolvimento, baseado no fator investimento e inovação tem que ser o caminho para atingir os objetivos de crescimento sustentado do país. Quanto ao câmbio, disse, após a palestra, que a taxa está chegando ao equilíbrio que reflete as condições da economia e os preços relativos internacionais.

Estados Unidos

O secretário falou ainda sobre os acordos comerciais com os Estados Unidos. "Que isto venha casado com uma política industrial envolvendo também, da parte dos EUA, crescentes processos de transferência de tecnologia e de contribuição para nosso adensamento produtivo".

Gadelha assegurou que a abertura comercial não tem qualquer aspecto de natureza geopolítico e, ao mesmo tempo, precisa ser pactuada como nos acordos comerciais.

"Para que a gente tenha o tempo necessário de aprendizado e o ganho mútuo, tanto para os Estados Unidos como para o Brasil". Sobre a União Europeia, ele disse que o "esforço está sendo imenso". "Tem que haver também via de mão dupla, onde estamos ampliando, e vamos oferecer a nossa oferta até o fim do ano junto com o Mercosul".

No caso dos europeus, Gadelha defendeu que os acordos tenham também uma visão aberta, por exemplo, com o setor agrícola. "Nas relações internacionais têm que ter um jogo de ganha-ganha, e ninguém pode entrar apenas de ingênuo nas negociações", afirmou.

O secretário disse que existe uma tendência de reversão do déficit comercial, mas não quis arriscar como será o fechamento do ano. "Não me atrevera dar um número preciso neste momento, mas hoje as exportações entraram no radar das empresas brasileiras de forma muito mais importante do que era há um ano".

Redução do Reintegra dificulta retomada das exportações, diz setor

16/09/2015 - Fonte: Folha de S. Paulo

A redução do Reintegra, programa que devolve aos exportadores parte de seus custos, pegou o setor de surpresa e deve dificultar a expansão das vendas de produtos manufaturados ao exterior. A avaliação é do presidente da AEB (Associação de Comércio Exterior do Brasil), José Augusto de Castro.

"Com essa medida, o governo sinaliza que as exportações de manufaturados, mais dependentes de medidas de apoio como o Reintegra, não são tão importantes", disse.

A principal reclamação do setor exportador é a falta de previsibilidade. "A dificuldade é saber o que vem amanhã. Os contratos para exportações de manufaturados são fechados para um, dois ou três anos. Não temos nenhuma segurança do que vai acontecer nos próximos anos", afirma.

Em fevereiro deste ano, o governo já havia reduzido a alíquota do Reintegra de 3% para 1%. Nesta segunda-feira (14), o governo anunciou redução da alíquota para 0,1% em 2016, considerada "simbólica" pelo setor.

A medida vai proporcionar uma economia de US\$ 2 bilhões ao governo federal. Além do menor benefício, Castro lembra que os exportadores também enfrentarão aumento de custos, devido à perda do grau de investimento do Brasil e dos principais bancos brasileiros pela agência de classificação de risco Standard & Poor's.

"O custo do financiamento das exportações vai subir, e a nossa competitividade está diminuindo." Para ele, a desvalorização do real não será suficiente para estimular as exportações de produtos industrializados. "A taxa de câmbio atual teoricamente torna o nosso produto altamente competitivo. Mas a realidade é diferente da teoria", afirma o representante dos exportadores.

Ele lembra que o superavit comercial, de US\$ 7 bilhões de janeiro a agosto deste ano, é provocado por queda das importações, e não por aumento das exportações.

"O governo talvez esteja interpretando esse superavit como uma solução, mas é um superavit negativo. Está longe de resolver os nossos problemas."

ANEF: crédito de banco de montadoras para financiamento de veículos sobe 4,31%

16/09/2015 - Fonte: EM.com

Os recursos liberados por bancos de montadoras para financiamento de veículos totalizaram R\$ 8,081 bilhões em julho deste ano, alta de 4,31% ante junho, mas queda de 11,17% em relação ao mesmo mês de 2014, mostra balanço divulgado nesta terça-feira, 15, pela Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras (Anef). Os dados consideram as operações de leasing e crédito ao consumidor.

Com o resultado, os bancos de montadoras já liberaram R\$ 54,920 bilhões para financiamentos de veículos em 2015 até julho, volume 15,4% menor do que o total liberado em igual período do ano passado.

O estoque de crédito para compra de veículos por esses bancos, por sua vez, diminuiu para R\$ 195,2 bilhões em julho, montante 1,1% menor do que o saldo registrado até junho e 8,8% inferior ao de julho do ano passado.

Com isso, o saldo de crédito para aquisição de veículos por consumidores e empresas caiu para 3,4% do PIB, ante 4% no mesmo período de 2014.

"Apesar de o quadro econômico ser preocupante, não deixa de ser um alento observar o que ocorreu tanto em junho quanto em julho em nosso setor", comemorou o presidente da Anef, Décio Carbonari, em nota à imprensa.

Juros

O balanço da Anef mostra ainda que as taxas de juros oferecidas pelos bancos das montadoras se mantiveram estáveis em julho, em 1,57% ao mês e 20,55% ao ano, mesmos percentuais de junho. Em maio, as taxas eram de 1,56% e 20,41%, respectivamente.

Em nota, a associação ressalta que as taxas ainda continuam mais atrativas aos consumidores do que as taxas oferecidas por bancos de varejo. De acordo com a Anef, o juro médio do Crédito Direto ao Consumidor (CDC) oferecida por bancos tradicionais em julho era de 1,84% ao mês e 24,5% ao ano para pessoas físicas e de 1,61% ao mês e 21,1% ao ano para empresas.

O prazo máximo disponibilizado pelos bancos das montadoras para financiamento de veículos foi mantido em 60 meses. Já o prazo médio das concessões - ou seja, o período desde a contratação até vencimento da última prestação - foi de 41,5 meses.

No mesmo período de 2014, era de 41,6 meses. A inadimplência, por sua vez, diminuiu para 5,4% em julho, 0,1 ponto porcentual a menos do que a registrada em junho e 0,3 ponto menor que a registrada em julho de 2014. Já a inadimplência média para pessoa jurídica subiu para 4,1% em julho, ante 3,9% no mês anterior e 3,5% em julho do ano passado.

Preço do minério mostra sinais de acomodação

16/09/2015 - Fonte: EM.com

Fernando Coura, presidente do Instituto Brasileiro de Mineração, mantém o bom humor mesmo enfrentando uma das mais graves crises experimentadas pelo setor da mineração. Entrevistado da Página Dois, que será publicada na íntegra na edição de amanhã do Hoje em Dia, Coura se diz um eterno otimista. "Não poderia ser diferente, sou torcedor do América", brinca.

Ele abrirá a Exposibram, no Expominas, uma das principais feiras mundiais do setor de mineração. Na semana passada, manteve agenda intensa e voltada inteiramente para a preparação do evento. Mesmo assim, visitou o Hoje em Dia e concedeu uma longa entrevista na qual aborda as oportunidades e os riscos criados pela crise mundial do mercado de commodities minerais.

Segundo o empresário, a crise não trará reflexos para a Exposibram. Pelo contrário, deverá ser uma das edições mais prestigiadas. Estarão representados 27 países entre os expositores, além de contar com a presença dos presidentes das principais indústrias globais, dirigentes do Banco Mundial e consultores internacionais.

Valores

Na entrevista que será publicada amanhã, Coura analisa o comportamento do preço internacional das commodities minerais. Afirma que o mercado, depois da fase aguda de volatilidade, dá sinais de acomodação em novo patamar.

"Não teremos mais o minério de ferro a US\$ 190. Temos que nos adaptar ao preço (na casa) de US\$ 50", diz, para justificar que é preciso investir em inovação, tema principal do congresso que acontece paralelamente à feira.

"Vamos mostrar que as empresas estão ativas, estão investindo em tecnologia, melhorando seus equipamentos e buscando alternativas que visam adequar seus custos de produção à nova realidade", afirma Coura.

Em inovação, ele destaca a chamada 'segunda safra do minério', que é o reaproveitamento dos materiais que antes eram descartados nas barragens de rejeitos e nas pilhas de estéril. E também os projetos de mineração de itabiritos pobres em teor de ferro.

"Mas não é só inovação tecnológica. É também inovação na gestão, na governança, na relação com os stakeholders, principalmente nas comunidades onde a mineração atua. Porque nós acreditamos que a mineração só é possível com a licença social, e não só ambiental".

Ele destaca também a importância do setor para a balança comercial brasileira e lembra que, nos últimos oito anos, essa contribuição foi de US\$ 280 bilhões. "Trata-se de uma reserva brasileira da maior importância", afirma.

Para embaixadora dos EUA, momento é difícil, mas parceria com o Brasil é contínua

16/09/2015 - Fonte: CIMM

A embaixadora dos Estados Unidos no Brasil, Lilian Ayalde, reforçou a intenção do país de estreitar laços comerciais com o Brasil apesar do "momento difícil". Em visita à Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ) nesta terça-feira, 15, ela manteve o tom diplomático ao comentar a perda do grau de investimento pelo País na semana passada e afirmou que o compromisso das empresas norte-americanas com o mercado brasileiro é de longo prazo.

"Tenho me reunido com empresas americanas e o compromisso é de longo prazo. Reconheço que o momento é difícil, mas acredito na força das instituições brasileiras. O momento difícil é também de oportunidades", disse.

A visita da presidente Dilma Rousseff aos Estados Unidos, em junho, marcou a retomada dos esforços para ampliar as relações comerciais entre os dois países.

O comércio bilateral entre Brasil e Estados Unidos gira hoje mais de US\$ 100 bilhões anuais em bens e serviços. O país de Barack Obama é também uma das maiores fontes de investimento estrangeiro direto no Brasil, com US\$ 79 bilhões investidos. Já os aportes de empresas brasileiras nos Estados Unidos mais que triplicaram nos últimos cinco anos, ultrapassando os US\$ 14 bilhões.

As subsidiárias americanas de empresas brasileiras empregam, segundo Liliana, mais de 76 mil trabalhadores. "Como a sétima economia mundial e o nono maior parceiro comercial dos EUA. O Brasil se tornou um mercado vital para as empresas americanas", disse a diplomata.

A embaixadora mencionou frentes abertas para parcerias comerciais em 30 setores após a visita da presidente Dilma com destaque para aviação, infraestrutura e segurança, que terá a Rio 2016 como uma porta de entrada.

Segundo a embaixadora as companhias norte-americanas têm interesse em participar de concessões de aeroportos regionais, portos, ferrovias e rodovias. Para viabilizar essa participação a embaixada vem dando informações ao governo brasileiro sobre o modelo que permitiria a atração desses grupos em consórcio com parceiros locais.

Questionada sobre a turbulência política e os escândalos de corrupção no País, a diplomata disse apenas que os americanos seguem monitorando seus desdobramentos: "Estamos focados em buscar oportunidades. A parceria com o Brasil é contínua".

Visto

Em relação à liberação do visto para a entrada de brasileiros nos Estados Unidos a embaixadora disse que o objetivo no curto prazo é concretizar até o primeiro semestre de 2016 o acordo fechado em junho entre os dois países para facilitar o trânsito de viajantes frequentes no território norte-americano.

O Brasil passará a fazer parte do programa Global Entry, que permite em alguns casos a entrada nos Estados Unidos sem enfrentar as filas da imigração. A isenção do visto para brasileiros, entretanto, é segundo ela um processo mais complexo e que dependerá de negociações de mais longo prazo.

Medidas fiscais no Brasil são positivas e visam manter estabilidade, diz Moody's

16/09/2015 - Fonte: CIMM

As medidas fiscais anunciadas pelo governo brasileiro na véspera são um "desenvolvimento positivo" e mais equilibradas do que as propostas anteriores, que lidavam basicamente com medidas do lado da receita, segundo o analista da agência de classificação de riscos Moody's Mauro Leos.

"O objetivo deste novo pacote fiscal é manter a sustentabilidade fiscal diante da sinalização de que o governo não será capaz de entregar um superávit primário em 2016. É uma tentativa de demonstrar que está no controle e lidando com a situação fiscal de forma pró-ativa", disse Leos, em comunicado.

Na segunda-feira, o governo anunciou um pacote de medidas fiscais no valor de 64,9 bilhões de reais, com o objetivo de garantir um superávit primário em 2016 e resgatar a credibilidade da política fiscal, menos de uma semana após o Brasil ter pedido o selo de bom pagador pela Standard & Poor's.

Segundo Leos, o plano do governo de adotar medidas estruturais para lidar com a rigidez do orçamento é positivo. "Aliviar a rigidez no lado da despesa é fundamental para

estabilizar a dívida, condição necessária para manter o rating Baa3 e a perspectiva estável", disse.

A Moody's cortou o rating do Brasil no começo de agosto para a última nota dentro da classificação de grau de investimento, e alterou a perspectiva para estável.

A atual proposta do governo representa, segundo Leos, uma abordagem mais equilibrada do que as anteriores, que eram formadas principalmente por medidas do lado da receita. "Esta proposta lida com o persistente aumento nos gastos ao longo dos anos", disse.

No entanto, apesar de considerar o plano positivo por mostrar o foco do governo em lidar com as questões fiscais, as metas para superávit primário ainda são modestas e consistentes com a visão da Moody's de que as métricas de dívida do governo vão continuar aumentando em 2015 e 2016.

Empresas investem na inovação para aumentar competitividade

16/09/2015 - Fonte: CIMM

A mineração ocupa lugar de destaque entre as principais atividades de exportação na economia brasileira. Entre as 25 empresas que mais venderam produtos para outros países no primeiro semestre de 2015, cinco estão ligadas ao setor.

Em comparação com o mesmo período do ano passado, as maiores companhias nacionais venderam entre janeiro e junho cerca de 14% a menos, resultado que reflete o mau momento da economia. A retomada do crescimento nacional e dos investimentos em infraestrutura passa diretamente pela mineração.

Entidades e empresas se movimentam para acelerar essa retomada e apostam na inovação como gatilho para aumentar a eficiência e a competitividade das mineradoras brasileiras no mercado internacional.

Entre as técnicas que se espalham de norte a sul do país está o reaproveitamento de rejeitos minerários. Por meio de técnicas mais refinadas de separação, materiais que antes eram descartados passam a ser explorados, reduzindo o montante inutilizado nas minas.

"O setor investe alto para dominar novas tecnologias que permitam a atividade de forma mais eficiente e sustentável. Há 20 anos, uma grande parte do material que era considerado rejeito ficava depositada em pilhas e mais pilhas que eram descartadas.

Hoje, podemos separar melhor os minerais, por isso temos máquinas trabalhando nessas pilhas e transformando esse material em algo utilizável", explica Rinaldo Mancin, diretor de Assuntos Ambientais do Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram).

Segundo Mancin, a preocupação com o meio ambiente se tornou critério de competitividade internacional entre as empresas mineradoras. Dessa forma, os investimentos em inovações voltadas para a sustentabilidade ganharam força no setor.

"Existe uma competição mundial e as empresas querem estar bem colocadas nos rankings de sustentabilidade. Estão no Brasil as empresas mais bem colocadas nos critérios de responsabilidade ambiental", afirma o diretor.

As atenções de engenheiros e pesquisadores se voltam também para tecnologia robótica para a sondagem de terrenos e para o uso de câmeras em 3D para o mapeamento dos solos, o que permite projeções precisas sobre as riquezas minerais de cada região. "É com

a tecnologia que vamos competir. Estamos passando por um momento cíclico, com queda geral nos preços das commodities, mas não houve redução de volumes produzidos. A produção do setor continua alta e o potencial geológico do Brasil é imenso. Nossa cultura minerária vem de mais de três séculos e toda a mineração brasileira foi desenvolvida com tecnologia nacional”, ressalta José Fernando Coura, presidente do Ibram.

Qualidade

Nos últimos anos, a mão de obra qualificada para o setor de extração mineral deu um salto significativo no mercado de trabalho brasileiro graças a parcerias com as federações das indústrias em vários estados.

O aumento do número de profissionais na área representou um acréscimo na qualidade dos estudos sobre territórios minerados no Brasil. Mapeamentos completos sobre solos têm permitido a otimização do processo minerário.

“Há algumas décadas, ao fazer um mapeamento profundo de um solo as equipes conseguiam poucos atributos sobre o que iríamos encontrar nas extrações. Hoje temos um conhecimento cada vez mais detalhado em relação ao tipo de solo, quais rochas estão presentes, as propriedades físicas, quantidade de enxofre ou outras composições nos mínimos detalhes. Temos o DNA completo do minério”, conta o presidente da Agência para o Desenvolvimento Tecnológico da Indústria Mineral Brasileira (Adimb), Marcos André Gonçalves.

Para superar a estiagem

A preocupação com a falta de água, que se tornou recorrente nos últimos anos devido aos longos períodos de estiagem, desperta a criatividade das empresas. Entre as técnicas mais recentes e inovadoras está o processo de beneficiamento a seco do minério de ferro, que já vem sendo adotado no projeto da Vale, em Canaã dos Carajás, no Pará.

A tecnologia, que usa a umidade natural do minério, dispensa a construção de barragens de rejeitos e reduz o impacto no meio ambiente, reutilizando 85% da água captada nas instalações do projeto e reduz em 93% o consumo de água em relação aos processos convencionais.

“A falta de chuvas nos últimos anos e as reduções nos reservatórios geram uma preocupação de forma geral para todos os setores. E o panorama climático ainda é preocupante. Na mineração, a questão da água vem sendo discutida há anos e as entidades buscam soluções e avanços para seu uso de forma racional. O beneficiamento a seco é um dos avanços que vêm sendo discutidos e a primeira implantação está em andamento em um projeto da Vale, no Pará”, diz Rinaldo Mancin.

Usada nos principais projetos de exploração em território brasileiro, o uso dos circuitos fechados de água tem sido uma das maneiras de evitar o desperdício. A água passou a ser usada em vários processos da lavra e no resfriamento da produção, reduzindo a quantidade usada no processo.

Outro método difundido entre as mineradoras brasileiras é a captação e armazenamento de água de chuva para diminuir a retirada da água superficial e reduzir a energia gasta com o bombeamento de água de outras fontes.

“Cada vez mais a água é um ativo caro e por isso as empresas buscam novas formas de reutilizar esse recurso. Hoje, 85% da água usada é reutilizada. O que era disperso em um rio passou a ser usado em circuitos fechados, evitando que a água escape”, avalia Mancin.

Artigo: O incentivo a fontes alternativas de energia

16/09/2015 - Fonte: Agência FIEP

Presidente do Sistema Fiep afirma em artigo que Paraná tem condições de avançar no processo de geração distribuída de energia.

Ainda que a passos lentos, o Brasil começa a dar sinais de que percebeu a necessidade de diversificar sua matriz energética. Especialmente pela crise nos reservatórios das hidrelétricas, surgem as primeiras iniciativas para incentivar a geração por fontes alternativas e para integrar a micro e a minigeração à rede das distribuidoras. Nesse processo, o Paraná também tem boas oportunidades para evoluir.

Um dos últimos avanços ocorreu em abril. Na ocasião, o Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz), com o Convênio 16/2015, autorizou os estados a isentar a cobrança do ICMS que incide sobre o crédito de energia gerada por micro ou minigeradores. Isso torna mais vantajosa a instalação de sistemas próprios de geração em residências, comércios ou indústrias, principalmente por meio de painéis fotovoltaicos que transformam irradiações solares em energia. A economia na conta de luz com o desconto do ICMS é um incentivo para investimentos nessa área, que ainda são altos e dão retorno em longo prazo.

Até agora, quatro estados aderiram ao convênio do Confaz: São Paulo, Goiás, Pernambuco e Rio Grande do Norte. Minas Gerais também possui incentivos à geração distribuída. Os mineiros foram pioneiros nessa questão graças a uma lei de 2013, um ano depois de a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) ter autorizado que micro e minigeradores pudessem trocar energia com a rede das distribuidoras.

Medidas como essas são fundamentais para despertar na sociedade o interesse por novas fontes de energia. Um levantamento da Empresa de Pesquisa Energética (EPE), vinculada ao Ministério de Minas e Energia, aponta que a isenção do ICMS, caso adotada por todos os estados, possibilitaria que o crescimento no número de sistemas de geração fotovoltaica até 2023 fosse 55% maior do que se mantido o cenário sem a desoneração.

Até agora, o Paraná segue relutante em aderir ao convênio. Recentemente, o Sistema Fiep levou à Secretaria da Fazenda esse pleito, mostrando os benefícios que a medida pode trazer para a economia do estado. Se por um lado o governo deixa de arrecadar com o ICMS das transações de troca de energia, por outro teria a chance de impulsionar um mercado altamente promissor. Empresas e consumidores interessados em investir nessa área não faltam.

Mais do que isso, convivemos com altas tarifas de eletricidade. Hoje, o Paraná tem o quarto maior custo de energia para a indústria entre todos os estados. Investir em fontes próprias de geração é, portanto, uma forma de o setor reduzir custos em médio e longo prazo, o que significa aumento de competitividade.

Além da adesão ao convênio, o Paraná pode dar outro salto nessa questão. Tramita na Assembleia Legislativa o Projeto de Lei 378/2015: mais do que regulamentar a isenção de ICMS para os geradores, ele propõe a desoneração do imposto para uma série de equipamentos e componentes utilizados na geração fotovoltaica e eólica. A proposta, porém, ainda não avançou.

Especialmente em um momento de crise como o atravessado pelo país, iniciativas que incentivem novas possibilidades de negócios são fundamentais. É importante ressaltar que esses incentivos, em última instância, resultarão em empregos, renda e também arrecadação de impostos pelo estado, mesmo com algumas isenções. Além disso, é

preciso que toda a sociedade assuma a responsabilidade pelo futuro do planeta, apostando cada vez mais em fontes limpas e renováveis de energia.

Por tudo isso, o Sistema Fiep reforça seu apelo para que o poder público paranaense analise com atenção todos esses benefícios. Mais do que pensar no hoje, precisamos nos preparar, de maneira responsável, para o futuro.

(Edson Campagnolo é presidente do Sistema Federação das Indústrias do Paraná).

Mais de um milhão de empresas correm riscos por estarem inativas

16/09/2015 - Fonte: Portal Contábil

Cerca de 1,2 milhão de companhias estão fora de atividade no Brasil, segundo o governo federal. Os responsáveis por essas empresas não estão livres de todas as obrigações e ainda podem ser multados.

Uma pessoa jurídica é considerada inativa quando deixa de realizar qualquer atividade, seja operacional, não operacional, patrimonial ou financeira durante todo o ano de referência para a declaração.

Aplicações no mercado financeiro ou de capitais também devem ter sido interrompidas. Essa situação é a realidade de mais de um milhão de brasileiros que, muitas vezes, não souberam encerrar corretamente a atividade de suas companhias.

"Grande parte das empresas não dura e muitos desses empresários acabam abandonando o estabelecimento quando ele não rende mais, sem encerrar a atividade", afirma Welinton Mota, diretor tributário da Confirp Consultoria Contábil.

Segundo o especialista, "o desconhecimento do processo necessário para encerramento da pessoa jurídica é a principal causa da existência de tantas empresas inativas no Brasil, a maioria de pequeno e médio porte".

Os empresários responsáveis por companhias fora de atividade ainda têm que cumprir com algumas obrigações para evitar o pagamento de multas. Segundo Mota, "as empresas do Simples Nacional, ainda que inativas, precisam entregar a DASN [Declaração Anual do Simples Nacional] e o STDA [Substituição Tributária e Diferencial de Alíquota] também continua valendo".

Para as empresas fora do Simples Nacional, Mota ressalta: "valem o DCTF [Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais] e a DIPJ inativa. Também continua sendo necessário completar o Sped [Sistema Público de Escrituração Digital]".

Em relação ao DCTF, a declaração precisa ser entregue "até o último mês em que houve atividade e, depois, só uma vez por ano, em dezembro, informando que não houve nenhuma movimentação no período", explica.

O professor da FAAP Marcelo Godke Veiga lembra que "o empresário pode fazer uma declaração de inatividade da empresa para a Receita Federal. Assim, este será dispensado de apresentar qualquer obrigação acessória".

Mota diz que o processo para encerramento das empresas "só é possível se todos os tributos estiverem quitados ou forem passados para o CPF de um dos sócios". A partir do momento em que as obrigações estão em dia, o "fechamento é rápido e não deve tomar muito tempo dos empresários", conclui.

Crise

Além disso, a fragilidade econômica preocupa grande parte dos empresários. De acordo com pesquisa do Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo (Simpí), 20% dos responsáveis por empresas de menor porte acreditam que suas companhias podem fechar as portas nos próximos três meses. A maioria dos participantes disse que a crise está afetando os negócios e 68% temem pelo futuro de suas empresas.

"A falta de crédito, que está muito caro, e o aumento de tarifas elétricas e outras taxas administradas pelo governo causam o fechamento das empresas", defende Joseph Couri, presidente do SIMPI. "Com crédito mais acessível, menor taxaço e melhores serviços públicos, como o fornecimento de energia elétrica, essa situação poderia mudar", completa Couri, que "não vê nenhuma perspectiva de melhora consistente para 2015".

Ao mesmo tempo, o nascimento de novas empresas cresceu em 2015. Mas de acordo com economistas da Serasa Experian, responsável pelo levantamento, o empreendedorismo acontece por necessidade, e não por oportunidade. A principal causa seria o aumento do desemprego no País, que levaria milhares de brasileiros a criarem seus próprios negócios. Entre janeiro e junho de 2015, foram abertas 990.964 novas empresas.

Outro levantamento, realizado pela Consultoria Doctor Trade, indica que 56% das PMES (pequenas e médias empresas) brasileiras esperam atingir suas metas em 2015. "A expectativa, considerada baixa, se deve, em parte, a fatores internos ligados ao negócio, como, por exemplo, capacidade de planejamento, e a dificuldades na gestão financeira", comenta Henriley Domingos, diretor da consultoria.

Mineradoras adotam novas estratégias

16/09/2015 - Fonte: Diário do Comércio

O término do ciclo virtuoso para a mineração mundial e o novo cenário de preços mais baixos e demanda em queda levaram as mineradoras a mudar suas estratégias de aumentar capacidade, basicamente a qualquer custo, para atender ao mercado e passar a focar em produtividade, eficiência na gestão de capital, planejamento mais rigoroso de aportes e redução de custos.

A análise foi feita ontem por especialistas durante painel sobre os novos desafios da mineração em um ambiente de preços baixos, no 16º Congresso Brasileiro de Mineração, que acontece junto com a 16ª edição da Exposição Internacional de Mineração (Exposibram), no Centro de Feiras e Exposições George Norman Kutova (Expominas), em Belo Horizonte.

Para o sócio da Pricewaterhouse Coopers Brasil (PwC Brasil), Ronaldo Valiño, o mercado mudou completamente. "A mineração, historicamente, passa por ciclos e o momento agora é de baixa. As mineradoras estão lutando, mas estão mostrando que têm resiliência", frisou.

Valiño revelou que uma pesquisa realizada pela PwC com as 40 maiores mineradoras do mundo, entre elas apenas uma brasileira, a Vale S/A, apontou que as principais tendências do setor são operar ativos de menor custos, vender aqueles que não fazem parte do *core business* e formação de *joint ventures*.

De acordo com o sócio da PwC Brasil, a pesquisa também mostrou que os investimentos das mineradoras caíram de US\$ 129 bilhões em 2013 para US\$ 103 bilhões em 2014, uma queda de praticamente 20%. "Para este ano a tendência é de declínio em função do

maior foco em projetos com retorno mais significativo e em preservar o caixa", projetou.

Corte de custos - "De forma geral, o grande trunfo das mineradoras tem sido preservar o caixa, reduzindo os custos operacionais. Essa busca constante por eficiência e ativos mais produtivos veio para ficar", afirmou Valiño, acrescentando que, junto com essa estratégia, a indústria extrativa também está empenhada na redução dos custos operacionais.

O professor de economia da Universidade de São Paulo (USP), João Furtado, alertou que, neste momento de preços baixos das *commodities* minerais, a mineração brasileira tem que agregar valor. "Mas agregar valor não é fazer mais uma etapa, mas fazer o que já faz melhor", explicou.

O líder de Mineração e Metais para a América do Sul da consultoria e auditoria multinacional Ernst & Young (EY), Afonso Sartorio, lembrou que o ciclo favorável de preços e demanda que a mineração viveu nos últimos anos impôs uma formatação para a indústria extrativa, mas que agora o momento é de mudança.

"Temos que pensar em como, estruturalmente, modificar a indústria extrativa na forma como ela atua e como age internamente", disse Sartorio. Ele afirmou que, anteriormente, as mineradoras estavam focadas "em aumentar a capacidade a qualquer custo", mas que agora o foco está apontado para o incremento da eficiência, da produtividade e a redução de custos.

"O mercado está mais retraído em termos de colocação de capital, ao contrário do que foi antes. As empresas têm refletido mais sobre as opções de investimento. "Momento que tem muita exigência em prol da produtividade, mas que não pode deixar de pensar estruturalmente no médio e longo prazos", avaliou o líder da EY.

Em função desse novo cenário de preços baixos, Sartorio afirmou que os movimentos de integração de toda a cadeia produtiva extrativa mineral e entre as próprias mineradoras têm sido mais frequentes. Isso tem ocorrido em forma de fusões e aquisições no setor, formação de *joint ventures*, aquisição e operação de ativos em conjunto e compartilhamento de custos.

Cresce internacionalização de empresas

16/09/2015 - Fonte: Diário do Comércio

A Fundação Dom Cabral (FDC), melhor escola de negócios da América Latina segundo o *ranking* de educação executiva 2015 do jornal "Financial Times", divulgou os resultados do Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras 2015 - pesquisa que elenca as empresas brasileiras mais internacionalizadas e traça um panorama detalhado do processo de internacionalização de multinacionais e franquias do Brasil.

O estudo, em sua 10ª edição, mostra os países e regiões onde elas estão presentes, o seu desempenho e expectativas futuras, além de tendências quanto à expansão, estabilidade ou retração das operações em 2015. Este ano, a pesquisa apresenta ainda os resultados de uma investigação especial sobre Adaptação Cultural, ou seja, a capacidade das multinacionais brasileiras de se adaptar à cultura dos países em que atuam.

O estudo consultou 48 multinacionais brasileiras e 14 empresas que atuam no exterior por meio de franquias. Os dados, referentes à atuação das empresas em outros países ao longo de 2014, revelam um crescimento do índice médio de internacionalização das multinacionais brasileiras, de 22,9% em 2013 para 24,5% em 2014 - um aumento de quase 7% sobre 2013.

O índice leva em consideração os dados de ativos, receitas e funcionários das multinacionais no exterior em relação ao total. As empresas brasileiras estão presentes em todos os continentes, em 100 países, sendo que 82,2% delas estão geograficamente distribuídas na América do Sul, seguida por América do Norte (69,3%) e América Central (64,5%).

Na pesquisa, a maior parte das empresas multinacionais analisadas (58,7%) afirmou pretender expandir a sua atuação no exterior em 2015, em países que já atuam, e somente 6,5% delas planejam grandes expansões. Em contraponto, 32,6% das empresas planejam manter as operações estáveis neste ano; e apenas 2,2% têm planos de reduzir as operações internacionais em 2015.

"Os dados reforçam o movimento crescente da internacionalização de empresas brasileiras, especialmente em um ano em que o mercado estrangeiro aponta para a recuperação da crise mundial e o mercado doméstico apresenta desafios econômicos que, em muitos casos, restringem o crescimento do desempenho das empresas", afirma Sherban Leonardo Cretoiu, professor e pesquisador do Núcleo de Estratégia e Negócios Internacionais da Fundação Dom Cabral.

As multinacionais brasileiras também avaliaram quanto o atual contexto político-econômico do Brasil afetou as suas estratégias de internacionalização. Para 28,1% das empresas, a sua estratégia internacional foi afetada e, para 1,8%, muito afetada.

Entretanto, grande parte das empresas (35,1%) foi pouco afetada e 19,3% das organizações foram muito pouco afetadas. Para as empresas que acusaram impactos na internacionalização em função da atual conjuntura brasileira, a principal medida tomada foi a de ampliar os investimentos no mercado internacional, mantendo a sua estratégia no mercado doméstico.

Empresas - Na edição 2015 do Ranking Geral das Multinacionais Brasileiras, a Fitesa, empresa líder na indústria de não tecidos para descartáveis higiênicos e médicos, conquistou a 1ª posição, com um índice de internacionalização de 72%, seguida da Construtora Norberto Odebrecht (64,4%) e da InterCement (57,3%) - neste último caso, o crescimento foi atrelado ao desenvolvimento de novos mercados, principalmente na África.

A Fitesa também lidera o índice de funcionários em solo estrangeiro, com 73%, seguida de InterCement (64,7%) e Marfrig (60,4%) - neste último caso, em função do crescimento dos modelos de negócios, especialmente no canal de varejo do Reino Unido, e do aumento do volume de vendas na região da Ásia/Pacífico, Oriente Médio e África.

Mesmo na 24ª posição no *ranking* geral, a Construtora Andrade Gutierrez é a empresa com subsidiárias em mais países - 37 no total -, à frente de Stefanini (33) e WEG (29).

A pesquisa também elencou as franquias brasileiras mais internacionalizadas, com base em dados sobre unidades franqueadas, receita de *royalties* e taxas e receita de vendas de produtos franqueados no exterior em relação ao desempenho total.

No topo da lista está a iGUi Piscinas, com um índice de internacionalização de 19,7%, seguida da Localiza (10,9%) e Dudalina (6,8%). A iGUi Piscinas também é a franquia presente no maior número de países (23) e com o maior índice de unidades franqueadas (30,8%).

Grau de adaptabilidade das multinacionais brasileiras - A 10ª edição do Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras, edição 2015, produziu uma análise especial sobre o grau de adaptabilidade das multinacionais brasileiras, cujo objetivo foi investigar a

capacidade das multinacionais brasileiras de se adaptar à cultura dos países em que atuam.

Cada empresa consultada avaliou, em uma escala de 1 (concordo totalmente) a 7 (discordo totalmente), quatro competências relacionadas à habilidade de se adaptar: Competência de Processos, Competência de Posição, Competência de Orientação e Competência Multicultural.

Os resultados mostram que todos os fatores analisados ficaram acima da média, com pontuações entre 5,7 e 5,9, o que sinaliza um alto grau de adaptabilidade das empresas à cultura local.

O padrão dos resultados aponta para uma tendência das empresas para o equilíbrio das competências, podendo-se afirmar que os fatores que compõem as competências estão, de certo modo, conectados e, tal qual o cenário internacional, interdependentes.

"A capacidade de adaptação cultural das empresas brasileiras é um ponto chave para o sucesso das estratégias internacionais, maximizando a sinergia entre a gestão doméstica com a das subsidiárias no exterior", afirma a professora e pesquisadora do Núcleo de Estratégia e Negócios Internacionais da Fundação Dom Cabral, Livia Barakat.