

REVISTA

SINDLOC SP

Sindicato das Empresas Locadoras de Veículos Automotores do Estado de São Paulo

Ano XXI | Edição 209 | 2019

"O MODELO TRADICIONAL ACABOU"

NOVO PRESIDENTE DA ANFAVEA APOSTA EM MUDANÇAS RADICAIS NA DISTRIBUIÇÃO E VALORIZA PAPER DAS LOCADORAS



Liminar obtida pelo Sindloc-SP abre caminhos para a circulação de veículos de aplicativos de outras localidades



Apetite por crédito movimenta a demanda de pequenas e médias empresas pelos chamados fundos garantidores

DE COMPARAÇÃO EM COMPARAÇÃO

VOCÊ TEM A CERTEZA DE QUE UM CHEVROLET
É A MELHOR OPÇÃO PARA SUA FROTA.



CHEVROLET
EQUINOX / O SUV MAIS
POTENTE E COMPLETO
DA CATEGORIA.



CHEVROLET
ONIX / O CARRO MAIS VENDIDO
DO BRASIL E COM O MAIOR
VALOR DE REVENDA.



CHEVROLET
PRISMA / O SEDAN MAIS VENDIDO DO PAÍS
E COM NOTA A EM CONSUMO.



CHEVROLET
CRUZE / DESIGN, SEGURANÇA
E UM MOTOR 1.4 TURBO
DE ALTA PERFORMANCE.

FIND NEW ROADS™

3 ANOS
DE GARANTIA

chevrolet.com.br

CHEVROLET



No trânsito, dê sentido à vida.

Os serviços OnStar dependem da disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar a área de cobertura e demais limitações dos serviços OnStar. Alguns recursos e funções disponíveis podem depender de compatibilidade com o dispositivo smartphone. Consulte uma Concessionária Chevrolet ou o site www.chevrolet.com.br para obter informações sobre as versões, configurações disponíveis e condições de garantia. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Faça revisões em seu veículo regularmente. CAC: 0800 702 4200 - Ouvidoria GMAC: 0800 722 6022.



EDITORIAL



POR MENOS POLÊMICAS VIRTUAIS E MAIS AGENDAS REAIS

Sobressaltos e divergências à parte, as negociações para a reforma da Previdência avançam e devem representar um profundo impacto nas contas públicas do futuro, além de contribuir para despertar um clima de confiança entre investidores. Porém, o que virá depois dessa aprovação? É aí que entra uma palavra mágica, que já se tornou rotina no mundo corporativo, mas ainda soa como tabu na gestão pública: AGENDA.

No entanto, seguir essa máxima pressupõe abrir mão de algumas condutas que, no fim das contas, sempre nivelaram nossos administradores para baixo. É preciso deixar de lado as mídias sociais, que despontam como canais para disseminação de polêmicas gratuitas e desnecessárias. As crises virtuais dão vazão a discursos de oposições, que nada mais são do que meras histerias. Outubro já passou e agora temos uma longa jornada que requer planejamento e compromisso efetivo com o bem público, sem espaço para discursos eleitorais.

Esperamos um Estado que assuma, desde já, posições contundentes em favor de reformas estruturais que subvertam a lógica tradicional. Basta ver alguns resultados obtidos pelo governo norte-americano com a redução da alíquota do imposto de renda para empresas de 35% para 21%, aprovada no fim de 2017 e implementada em 2018. Não à toa o PIB do ano passado cresceu 2,9% e a taxa de desemprego de 3,7% atingiu o mais baixo patamar da economia local desde 1969. Ao tomar uma decisão contrária ao modelo tradicional, a roda girou.

Esse é o típico exemplo de um Estado capaz de deixar de lado sua visão de patrono do desenvolvimento. É preciso compartilhar responsabilidades por meio de um programa de privatizações, incentivos à quebra de monopólios e estímulo à produtividade e geração de empregos. Rhandy di Stefano, um dos expoentes globais da técnica de coaching, conseguiu resumir em uma frase o pensamento que deve nortear nossos administradores. "Planejar é decidir de antemão qual é, e como será a sua vitória". E essa vitória, meus amigos, não se limita a 2018 ou a 2022.

Seguimos na torcida para que o governo inicie essa nova rota, mas a palavra mágica AGENDA não deve jamais sair do radar.

Abraços

Eladio Paniagua

Presidente do Sindloc-SP

EXPEDIENTE

A Revista Sindloc-SP é uma publicação mensal do Sindicato das Empresas Locadoras de Veículos Automotores do Estado de São Paulo, distribuída gratuitamente a empresas do setor, indústria automobilística, indústria do turismo, executivos financeiros e jornalistas.
Foto de capa: Bigstock

Presidente: Eladio Paniagua
Vice-presidentes: Paulo Hermas Bonilha Junior, Luiz Carlos de Carvalho Pinto Lang, Paulo Miguel Junior e Luiz Antonio Cabral
Diretoria: Jeronimo Muzetti, José Mario de Souza, Luiz Magalhães e Marcelo Ribeiro Fernandes
Conselho Fiscal: Daniel Ribeiro Huss, Flavio Gerdulo, Jarbas José dos Santos, Luis Carlos Godas, Mônica da Mata Ceresa e Paulo Gaba Junior
Delegados regionais: Jarbas José dos Santos, Jeronimo Muzetti, João Toquetão e Marcelo Ribeiro Fernandes
Produção Editorial: Scritta – www.scritta.com.br
Coordenação geral: Luiz Antonio Cabral
Coordenação editorial: Leandro Luize

Redação: Ana Claudia Nagao
Direção de Arte/Diagramação: Luis Fernando Chiapinotto
Jornalista Responsável: Paulo Piratininga – MTPS 17.095 – piratininga@scritta.com.br
Impressão: Gráfica Revelação
Circulação: 12 mil exemplares impressos e digitais
Endereço: Praça Ramos de Azevedo, 209 – cj. 22 e 23
Telefone: (11) 3123-3131
E-mail: secretaria@sindlocsp.com.br

É permitida a reprodução total ou parcial das reportagens, desde que citada a fonte.

06 PINGUE-PONGUE

Consultor alerta: todos os ingredientes para a inovação estão ao alcance das locadoras. Falta apenas a coragem para romper a visão de curto prazo



Divulgação

10 ESPECIAL

Em entrevista exclusiva, novo presidente da Anfavea prevê uma transformação radical na distribuição automotiva e protagonismo das locadoras



Bigstock

12 INDÚSTRIA

Com retomada do crescimento depois de sete anos de retração, mercado de motos ganha força como investimento potencial para o setor

16 JUSTIÇA

Liminar exclusiva para associados ao **Sindloc-SP** impede veto da prefeitura a carros de aplicativos de outras localidades

17 SETOR

Aluguel de veículos passa a figurar como ativo nos balanços e contribui para estimular interesse de empresas pela terceirização de frotas

18 TECNOLOGIA

Nova plataforma publicitária do Waze faz com que locadoras ampliem conhecimentos sobre seu público e customizem operações

20 MERCADO

Especialista indica caminhos para que as empresas mudem a visão do negócio e trabalhem efetivamente em busca do lucro econômico



Bigstock

22 COMUNICAÇÃO

Metade dos brasileiros já tem o smartphone como principal canal de consumo. Como a indústria de aluguel pode pegar carona nessa tendência?

24 GESTÃO

Saiba mais sobre a metodologia *agile*, ideal para dinamizar processos e rotinas que exigem uso intensivo de tecnologia



Bigstock

25 FINANÇAS

Escrituração contábil assegura plena transparência às operações e torna os demonstrativos 100% fieis aos negócios

26 OLHO NAS CONTAS

Escrituração contábil assegura plena transparência às operações e torna os demonstrativos 100% fieis aos negócios

Para os donos de locadoras, vale pelo design e a conectividade.

A Nova Volkswagen é moderna, conectada e está mais próxima dos seus consumidores e microempreendedores. Temos o melhor custo-benefício e um modelo ideal para cada tipo de negócio, não importa qual seja a sua atividade empresarial.



No trânsito, dê sentido à vida.

Vá até uma de nossas concessionárias e descubra nossas ofertas especiais para vendas corporativas.

Fazer parte da Nova Volkswagen

#vale



Volkswagen



“SEJA VOCÊ A STARTUP OU DEIXE SEU NEGÓCIO RUIR”

Tradição e reconhecimento na sua região ou nicho de mercado, rede de contatos e disponibilidade de recursos. Todos os ingredientes necessários para perseguir a inovação estão ao alcance das locadoras de veículos, exceto um. Falta apenas a coragem para romper a visão de curto prazo e investir em produtos e serviços que realmente permitam a entrega de valor ao cliente. De forma enfática e baseado na experiência em projetos de inovação e desenho de negócios para empresas do setor automotivo, Leonardo Massarelli indica às locadoras de veículos que o caminho para se diferenciar está mais acessível para essas empresas do que para qualquer startup.

COMO VOCÊ VÊ A INDÚSTRIA DE ALUGUEL DE VEÍCULOS INSERIDA NOS DEBATES SOBRE A INOVAÇÃO?

Vivemos um momento sensível por causa da pressão tecnológica e do rápido surgimento de novos players e modelos de negócio. Esse contexto, inevitavelmente, gera um despertar na indústria. Mas ainda enxergo as locadoras de veículos distantes do patamar ideal, engatinhando na oferta de tecnologias para as empresas que terceirizam frotas e mantendo um processo quase hospitalar para possibilitar que o cliente do rent a car tenha acesso ao carro em meia hora, no local que desejar. Mesmo não sendo o

rent a car a modalidade majoritária nas receitas das empresas de pequeno e médio porte, esse segmento poderia ser um grande laboratório de inovação para o setor.

O QUE FALTA PARA MODIFICAR ESSE CENÁRIO?

Falta apenas um ingrediente: coragem para investir em produtos e serviços que garantam uma entrega de valor diferenciada para o cliente e o façam perceber que está recebendo um atendimento sob demanda. As empresas têm clientes cativos, reconhecimento na região onde atua e uma rede de relacionamentos constituída. Além disso, hoje há uma gama de aplicativos de gestão que poderiam ser facilmente configurados para a atividade de locação. Todas as condições são favoráveis, mas as corporações permanecem calcadas em uma visão de curto prazo. Reconhecemos que há emergências inerentes ao negócio. No entanto, elas não podem acreditar que as parcerias com as plataformas de compartilhamento por meio da disponibilidade de carros aos motoristas serão perenes.

A INOVAÇÃO NÃO PRESSUPÕE MAIS PODER DE FOGO NO ASPECTO FINANCEIRO?

Essa é uma visão distorcida. O Uber não nasceu como uma companhia de grande porte. Ela era uma startup com pouco ou quase nada a perder, mas que apostou em

Divulgação

QUEM: *Leonardo Massarelli*

DETALHE: *Especialista em inovação, Massarelli é um dos fundadores e CCO da Questtonô, consultoria que já desenvolveu projetos com diversas marcas do setor automotivo, como Ford, Agrale e Jipe Starck. Em parceria com o Departamento de Ciência da Computação do IME-USP e o Massachusetts Institute of Technology (MIT), ele desenvolveu o projeto Digital Rails, que prevê vias dedicadas a carros autônomos na capital paulista. Em 2015, foi convidado para integrar o júri do Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions, em 2015.*

uma experiência disruptiva e já iniciou a maratona largando na subida. Mas por que a locadora não pode assegurar aos seus clientes o acesso rápido e remoto ao veículo alugado? Ela deveria ter o pensamento das startups e projetar essas soluções. Entre um motorista desconhecido com uma rota definida e a empresa à qual tradicionalmente recorro para alugar o veículo, com liberdade para me deslocar durante um determinado intervalo de horas, qual seria a escolha mais conveniente?

OS APLICATIVOS DE TRANSPORTE, ENTÃO, SÃO CONCORRENTES E NÃO PARCEIROS?

Podem ser parceiros também. Mas a visão de concorrência é inevitável. Com as rápidas mudanças no perfil dos consumidores, a competição deixou de ser bilateral. Não disputo

clientes e mercados somente com a locadora vizinha, mas com qualquer canal que proporcione aos usuários de veículos a possibilidade de se deslocar mais rapidamente de um local ao outro. Até uma empresa de tecnologia pode fazer isso e colocar em xeque a sustentabilidade do setor. Essa mesma analogia podemos fazer com as grandes cadeias hoteleiras, que se veem ameaçadas pelo Airbnb – uma empresa que cresceu e ocupou espaço sem depender de nenhum apartamento de hotel no portfólio.

MAS NA TERCEIRIZAÇÃO DE FROTAS, AS LOCADORAS AINDA LEVAM VANTAGEM?

Independentemente se a operação é B2B, por trás do CNPJ também há um tomador de decisão sujeito aos mesmos padrões de comportamento de uma pessoa física. Ele busca

conveniência, preço e o máximo de ferramentas disponíveis para controlar sua frota e ter, acima de tudo, mais previsibilidade de custos. Hoje já existem aplicativos que possibilitam o gerenciamento da frota à distância e em tempo real e estabelecem comunicação entre todos os atores envolvidos na operação de transporte para um congresso ou convenção, por exemplo – transportador, receptivo e organizador. Isso deve compor o pacote básico do setor, antes que os investimentos de Uber e 99 em soluções para o mercado corporativo ganhem escala. Se posso ter acesso a essas plataformas que garantem o carro em minutos, talvez se torne descartável um contrato de terceirização de longo prazo. Mas se a locadora que já tem know-how nessa operação investir em novas funcionalidades, qual será a escolha do empresário?

EM RESUMO, COMO TORNAR O AMBIENTE DE INOVAÇÃO MAIS ACESSÍVEL PARA O SETOR?

As equipes de trabalho precisam ser capacitadas continuamente e os recursos em conectividade nos serviços devem ser prioritários na política de investimentos, para acompanhar a evolução que as montadoras e gigantes da tecnologia vêm promovendo nos veículos. No entanto, as condições essenciais para abraçar a inovação são o olhar para o longo prazo e o senso de urgência. Antes de vislumbrarmos o carro autônomo como distante da realidade brasileira, deveríamos analisar como ele aprimora a economia de compartilhamento para que as locadoras mantenham sua relevância daqui a dez ou 15 anos. E com todas as credenciais de que dispõe, tenho convicção de que a indústria de aluguel de veículos pode ser protagonista nesse processo de inovação. ■

INOVAÇÃO

CAR SHARING NA MIRA DAS MONTADORAS



A Renault anunciou sua entrada no mercado de *car sharing* por meio de parceria com o Cubo Itaú. O serviço de compartilhamento funcionará com o veículo elétrico Zoe e ficará disponível para os mais de mil profissionais que atuam no espaço de empreendedorismo do banco, situado no bairro paulistano da Vila Olímpia, além de se estender aos colaboradores da montadora. O sistema é acessado via plataforma Joycar, startup presente no Cubo contratada para essa iniciativa. O preço de lançamento é de R\$ 6 por 15 minutos. A novidade segue o movimento de outras fabricantes em nível global, como GM, FCA, BMW e Mercedes-Benz, que já investem no setor de *car sharing*.

MERCADO

CRÉDITO COM CRÉDITO



A oferta de crédito automotivo segue em curva ascendente. A venda a prazo de veículos novos neste primeiro trimestre somou 504,1 mil unidades e cresceu 7,4% em relação ao mesmo período do ano passado. Os dados consideram automóveis, comerciais leves, motos e veículos pesados. Em comparação com 2018, houve um crescimento de 2,1% nos financiamentos de veículos leves, registrando 298.281 automóveis. O Crédito Direto ao Consumidor (CDC) continua sendo a principal modalidade de financiamento e apresentou um aumento de 8,8%. Os números são da B3, que opera o Sistema Nacional de Gravames (SNG).

TENDÊNCIA

USADOS NA ÁREA



Segundo dados divulgados pela Fenauto, o mercado de usados teve 2.282.854 veículos comercializados neste ano. Seguindo um otimismo moderado para 2019, a entidade prevê crescimento de 7,1% nas vendas de veículos comerciais leves usados e seminovos no país quando comparado ao mesmo período de 2018. Entre os modelos mais comercializados, o destaque vai para o Volkswagen Gol, que disparou na liderança com 142.683 unidades vendidas, bem à frente do Fiat Uno, com 87.655.

NA ST CORRETORA DE
SEGUROS VOCÊ
ENCONTRA AS MELHORES
SOLUÇÕES PARA A
GESTÃO DE RISCOS DA
SUA LOCADORA.

Seguro Total Veículos - Frotas
Seguro RCF-V 1o e 2o. Risco
Seguro Empresarial
Seguro Vida Empresa
Seguro Acidentes Pessoais
para Ocupantes de Veículos
Seguro Obrigações
Contratuais
Seguros para Funcionários
das Locadoras
Desmobilização de Frotas



Com atendimento personalizado e equipe altamente qualificada, a ST Corretora de Seguros possui mais de 20 anos de expertise no segmento, o que garante a oferta e a administração de soluções e seguros para a gestão de riscos das locadoras de veículos.

Solicite uma cotação sem compromisso agora mesmo.

Solicite agora uma cotação personalizada:

www.segurototal.com.br

0300 788 7676

(14) 2106-7676

entidade parceira



ST
CORRETORA DE SEGUROS

Seguros com excelência,
dedicação e preço justo.

O MODELO TRADICIONAL DA INDÚSTRIA CHEGOU AO FIM

Novo presidente da Anfavea aposta em mudanças radicais no processo de distribuição e no protagonismo das locadoras

Em vez do jantar de gala no Clube Monte Líbano, que tradicionalmente marca a posse dos presidentes da Anfavea, o mandato de quatro anos de Luiz Carlos Moraes começou em uma reunião de trabalho com executivos de montadoras na manhã de 23 de abril. Esse estilo diferenciado deve ser apenas uma de muitas transformações que serão vividas pelo mercado automotivo brasileiro, das quais o dirigente é um dos mais entusiastas. E a indústria de aluguel de veículos tende a reafirmar seu protagonismo nesse contexto.

"Ainda não temos total clareza sobre o futuro, mas a verdade é que o modelo tradicional de distribuição já ruiu. Não teremos mais fabricantes

de veículos, e sim fornecedoras de soluções e serviços", preconiza Moraes, no alto de seus 59 anos e com a visão de quem acompanha o setor há quatro décadas, desde o momento em que chegou à Mercedes-Benz como analista da área financeira e contábil. O executivo passou por vários cargos de decisão da companhia, foi um dos responsáveis pela criação do banco da montadora e, desde 2013, ocupa a direção de comunicação corporativa e relações institucionais.

Sua percepção é que a indústria está passando pela maior mudança dos últimos 100 anos, decorrente, em especial, de um novo processo de decisão do consumidor. De acordo com estudo da KPMG, realizado

com 1 mil executivos de alto escalão do setor em todo o mundo, 59% dos entrevistados acreditam que metade dos proprietários de carros não terá nenhum veículo até 2025. "O segmento de aplicativos vai ganhar corpo, a posse do automóvel será compartilhada e as montadoras terão de repensar seu papel para se tornarem prestadoras de serviços de mobilidade", avalia.

O dirigente referenda essa análise tendo os caminhões como parâmetro. "O cliente não quer somente o veículo, ele quer também serviços de conectividade que permitam aprimorar as operações e reduzir custos", exemplifica. Não é à toa que uma das metas traçadas pela nova gestão da

DIRIGENTE ENFATIZA A NECESSIDADE DE UNIÃO ENTRE OS PLAYERS DO SETOR E A RELEVÂNCIA DAS VENDAS DIRETAS



▲ CRISE NO MERCADO ARGENTINO COMPROMETE EXPORTAÇÕES E FORÇA UMA PREVISÃO TÍMIDA DE ALTA DE 9% NA PRODUÇÃO

Anfavea é a de auxiliar na regulamentação do uso de informações geradas pelos motoristas e pelos veículos – de olho nas tendências de conectividade e com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais sancionada em agosto do ano passado.

NOVOS E PROMISSORES PLAYERS

No entanto, Moraes entende que essa transformação implica uma nova partilha de custos. "A indústria não poderá promover essa renovação sozinha e precisará reforçar as parcerias com outros segmentos", complementa. Nesse cenário, as vendas diretas assumem uma relevância ainda maior. De 2015 para 2018, a representatividade desse segmento no volume total de transações das montadoras saltou de 28% para 43%. Desse montante, as locadoras de veículos respondem por 58,5%.

O setor de locação, aliás, é ressaltado como parceiro estratégico da indústria. "Queremos intensificar a agenda de debates com essas empresas, que comprem grandes volumes, contribuem para dinamizar a cadeia produtiva e ganham espaço até como canais de divulgação das marcas. É uma sinergia necessária, pois, no fim das contas, o objetivo de todos os atores do mercado automotivo é um só:

conquistar o cliente final", enfatiza.

Para Moraes, o nível de exigência crescente do consumidor deve servir de estímulo para o advento dos carros com maior eficiência energética. Embora ainda distantes da realidade brasileira, os modelos autônomos galgarão espaço e ajudarão a mudar a cultura de mobilidade. "Vejam o exemplo da China, cujas longas distâncias são cumpridas basicamente de avião. Os trajetos curtos, com autonomia mais fácil de ser atingida, favorecem o advento desses veículos", afirma.

CUSTO BRASIL E REFORMAS

Pegar carona nessa revolução exige competitividade das empresas. Competitividade pressupõe investimento, que requer uma rápida redução do custo Brasil. "A reforma da Previdência trará confiança aos investidores e deve ser seguida imediatamente de uma reformulação do sistema tributária com a simplificação de impostos. Só assim será possível reduzir a capacidade

"No fim das contas, o objetivo de todos os atores do mercado automotivo é um só: conquistar o cliente final"

ociosa das fábricas e dinamizar os negócios", pontua. Entre as reivindicações da Anfavea aos governos estaduais, inclusive, está a recuperação de créditos tributários de ICMS retidos nos cofres públicos, cuja soma alcança R\$ 13 bilhões.

Após um período de ajustes em 2017 e 2018, o novo ano começou com otimismo. O número de emplacamentos de veículos cresceu 10% no acumulado de janeiro a abril, em relação ao mesmo período do ano passado. A previsão é atingir 2,86 milhões de unidades até dezembro, uma alta de 11,4%. O percentual deve superar 15% no caso dos caminhões. No entanto, a perspectiva de incremento mais tímida na produção – hoje na casa dos 9% – está diretamente associada à queda brusca das exportações por causa do mercado argentino e à influência do PIB. A entidade deve aguardar o término do primeiro semestre para reavaliar essa tendência. Porém, Moraes mantém a aposta positiva. "A transformação é inevitável e todo o setor deve se mobilizar em conjunto", comenta.

QUEM É LUIZ CARLOS MORAES

Economista de formação, Moraes atua como vice-presidente da Anfavea desde 2012. Ingressou no setor automotivo em 1978 e iniciou sua carreira na Mercedes-Benz do Brasil, na área de contabilidade, passando por diversos setores da empresa, como relações governamentais e comunicação corporativa.

BONS NEGÓCIOS EM ALTAS CILINDRADAS

Mercado de motos retoma crescimento após sete anos de queda e pode ser investimento potencial para o setor

Para locadoras dispostas a encontrar um novo nicho e ganhar competitividade, a resposta pode estar em duas rodas. Após seis anos consecutivos de queda, o mercado de motocicletas não só voltou a acelerar como vem registrando crescimento de dois dígitos desde 2018. Embora a categoria ainda apresente baixa oferta na indústria de aluguel de veículos, o setor já lança olhares redobrados para esse filão.

Em 2011, as vendas ao varejo registraram recorde de 1,94 milhão de unidades, um crescimento de 7,6% frente ao ano anterior. Desde então, o segmento só amargou perdas até despencar para 851 mil emplacamentos em 2017, com direito a uma queda meteórica de 26,5% em 2016. No ano passado, a curva inverteu e a comercialização de 940 mil motocicletas representou um incremento de 10,5%, mesmo sob os impactos da paralisação nacional dos caminhoneiros em maio. Segundo o Denatran, a frota circulante totaliza 27,1 milhões no país, sendo que o estado de São Paulo representa 21% – 5,6 milhões.

As linhas de produção acompanharam o viés de alta. De janeiro a dezembro de 2018 foram fabricadas 1,04 milhão de unidades, um índice 17,4% acima dos 12 meses anteriores. Os números são da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo). “O resultado claramente reflete o aumento da oferta de crédito e os primeiros ensaios da recuperação econômica,

que estimularam um aumento significativo de lançamentos”, comenta o presidente da entidade, Marcos Fermanian. A categoria Street (motocicleta de baixa ou média cilindrada destinada ao uso urbano) perfaz mais de 50% das vendas, seguida pela Trail (para uso misto), com 21%; e pela Motoneta (motociclo de baixa cilindrada pilotado com o condutor na posição sentado e para utilização em espaço urbano), cuja fatia é de 15%.

O sinal continuou verde no primeiro trimestre. Na comparação com janeiro a março de 2018, a produção foi superior a 276 mil modelos e teve acréscimo de 6,6%. Os emplacamentos tiveram alta de 17,9%, de acordo com levantamento do Renavam, e as vendas diretas cresceram 15,7%. O crédito, de fato, revelou-se um fator determinante para os bons resultados. O volume de financiamentos aproximou-se dos R\$ 120 bilhões em 2018. Somadas, as modalidades de CDC e leasing responderam por metade desse montante.

Paralelamente a essa demanda, empresas novas fortaleceram operações e acirraram a concorrência. A montadora JTZ, que compartilha estrutura com a J.Toledo, representante da Suzuki, para a montagem e distribuição das marcas chinesas Haojue e Kymco, passou à terceira colocação no mercado nacional, atrás apenas das japonesas Honda e Yamaha. O crescimento também fez a austríaca KTM iniciar estudos para uma operação própria no mercado nacional, voltada a

COM AUMENTO DE R\$ 1 BILHÃO POR MÊS EM TRANSAÇÕES, APLICATIVOS DE ENTREGA IMPULSIONAM A DEMANDA DO MERCADO DE MOTOCICLETAS

A FROTA CIRCULANTE DE MOTOS EM SÃO PAULO SUPERA 5,6 MILHÕES
▶ **21% DO TOTAL NACIONAL**

modelos de alta cilindrada – os de baixa são atualmente importados do Brasil por meio da Daфра.

Mas especialistas apostam que o grande empurrão para essa retomada parte dos motociclistas credenciados aos aplicativos de entrega de refeições. De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), o aumento dos valores de pedidos por essas plataformas gira em torno de R\$ 1 bilhão a cada mês.

DE OLHO NO SETOR

Esse cenário desperta otimismo até entre empresários que já atuam no segmento. É o caso de Eladio Paniagua, CEO da Point Rent a Car and Motorcycle, que desde 2007 disponibiliza o aluguel de motocicletas com foco corporativo, destinado especialmente a hipermercados, shopping centers e indústrias com galpões e grandes estruturas fabris, que exigem constantes deslocamentos dos colaboradores. Os contratos têm duração média de 12 meses. “Só considerando esse público, a demanda tem crescido 10% ao ano desde 2017”, revela. O resultado o faz projetar estender o serviço para pessoas físicas e agregar motocicletas elétricas à frota.

Hoje, a locadora mantém 400 modelos, que estão rodando até em capitais do Norte e Nordeste, como Belém e Recife. Além disso, conta com uma equipe própria de profissionais para a realização das revisões e manutenções periódicas. “O investimento em times especializados como este é essencial para quem almeja ingressar na locação de motos, já que a frequência de revisões para motos a cada 1 mil quilômetros é bem inferior aos 10 mil exigidos para os carros. Também deve-se pensar em contratos que assegurem o



DA QUEDA À ASCENSÃO

Após seis anos consecutivos com números em baixa, setor de motos emplaca sucesso em 2018

ANO	UNIDADES	%ANO ANTERIOR
2012	1.637.393	-15,6
2013	1.515.571	-7,4
2014	1.429.692	-5,7
2015	1.273.047	-11,0
2016	899.793	-26,5
2017	851.013	-5,4
2018	940.108	+10,5
*2019	352.022	+16,8

* Dados relativos ao primeiro trimestre de 2019 x mesmo período de 2018

* Fonte: Abraciclo

máximo de proteção contra roubos, cuja incidência ainda é alta”, adverte.

Apesar do alerta, o recado é evidente. Os resultados compensam. “O percentual de motocicletas nas frotas das locadoras em São Paulo ainda beira 1%. É um número que revela um vasto campo de oportunidades. E a estrutura necessária para essa operação pode ser um agregador de qualidade para o segmento”, conclui.

AGORA É HORA DA SUA EMPRESA CONHECER OS BENEFÍCIOS DE TER UMA FROTA DE CARROS NISSAN. VOCÊ VAI SE SURPREENDER.

- ✓ Menor custo de revisão.
- ✓ Revisão com preço fixo.
- ✓ 3 anos de garantia.
- ✓ Nissan Way Assistance 24 horas para seu cliente.
- ✓ O melhor da tecnologia japonesa fabricado no Brasil.



Innovation
that excites



Acesse nissan.com.br
ou procure a Nissan nas redes sociais.



/nissanbrasil



@Nissan_Oficial



Nissan_Brasil



/nissanoficial

COMPROMISSO
NISSAN

2
anos

NISSAN WAY
ASSISTANCE

3
anos

GARANTIA



REVISÃO COM MENOR
CUSTO DO SEGMENTO

FÁCIL DE COMPRAR, FÁCIL DE MANTER.



Garantia de três anos, sem limite de quilometragem para uso particular, 100 mil km para uso comercial, ou o que vencer primeiro; demais condições, conforme manual de garantia do veículo. Revisão com o menor custo do segmento válida para toda a linha Nissan, a partir do ano/modelo 2015/2016, até 60 mil km. No comparativo, foram considerados somente os concorrentes que divulgam em seus sites oficiais pacotes de revisão periódica com preço fechado nacional até 60 mil km, incluindo mão de obra, peças e lubrificantes. Consulte o Preço Fechado de Revisão na rede de concessionárias Nissan. Para informações sobre consumo, acesse www.inmetro.gov.br e www.conpet.gov.br. Nissan Way Assistance: assistência 24 horas em todo o país, válida por dois anos, contados da data do faturamento do veículo. Mais informações no site nissan.com.br, pelo SAC Nissan (0800 011 1090) ou no manual do proprietário.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO E INSTITUTO
NISSAN JUNTOS NO COMBATE AO TRABALHO INFANTIL.

No trânsito, a vida vem primeiro.



UMA VITÓRIA DA LIVRE INICIATIVA

Liminar exclusiva para o Sindloc-SP revoga veto da prefeitura a carros de aplicativos de outras localidades

As locadoras afiliadas ao **Sindloc-SP** obtiveram uma importante vitória em favor da livre iniciativa e contra o abuso de poder. A 1ª Vara de Fazenda Pública do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo deferiu o mandado de segurança coletivo impetrado pela entidade, contra a decisão da prefeitura da capital paulista de proibir a circulação de veículos de aplicativos de outras localidades no município. A liminar é válida exclusivamente para as empresas que integram o sindicato.

As polêmicas em torno do tema tiveram início em julho de 2017, quando a Secretaria Municipal de Transportes editou uma resolução com restrições para a atividade de transporte por aplicativos, entre as quais a obrigatoriedade de registro e licenciamento na cidade para obtenção do Certificado de Segurança do Veículo de Aplicativo (CSVAPP). Entretanto, uma série de ações

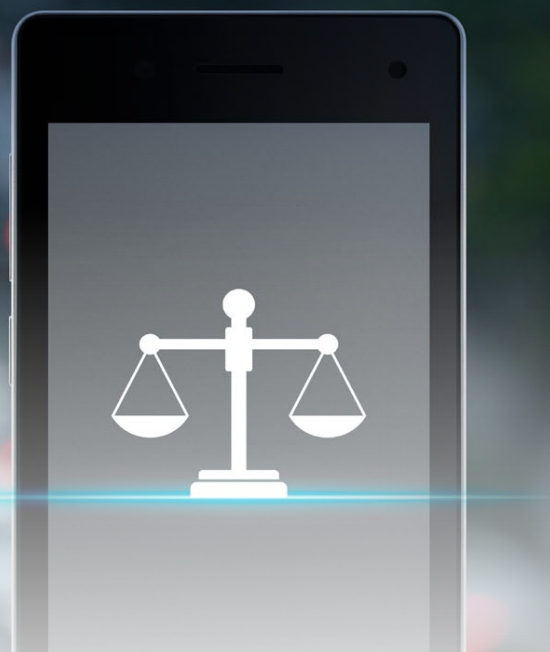
judiciais ajuizadas por empresas e associações de motoristas impediu que essas medidas entrassem em vigor. Mesmo assim, em janeiro deste ano, o atual prefeito Bruno Covas assinou um novo decreto retomando essas exigências em um prazo de 90 dias, amparando-se na Lei Federal nº 13.640/2018, que regulamentou nacionalmente o transporte privado individual de passageiros.

Essa norma alterou a legislação vigente – Lei nº 12.587/2012 –, que havia conferido aos municípios e ao Distrito Federal a competência para regulamentar e fiscalizar a atividade, desde que não extrapolasse a Constituição. Porém, a juíza Liliane Keyko Hioki entende que o decreto municipal nº 56.981/2016, que embasou as decisões da prefeitura, não especificou nenhuma restrição quanto à localidade do emplacamento. Além disso, mesmo atribuindo competência ao Comitê Municipal de Uso Viário (CMUV) para

editar normas complementares, não houve autorização para que esse órgão alterasse critérios para a concessão do CSVAPP.

A juíza ainda sustentou que a limitação geográfica viola a liberdade de exercício da atividade profissional. “Nenhuma resolução pode contrariar ou modificar o que está instituído por leis federais. Além disso, as intervenções da Prefeitura claramente caminham na contramão da livre concorrência”, avalia Eladio Paniagua, presidente do **Sindloc-SP**.

O mercado de compartilhamento desponta como uma estratégia irreversível para dinamizar a cadeia automotiva, proporcionando retorno aos cofres públicos por meio não só da arrecadação de impostos, mas também da oferta de serviços adicionais como combustível. Cerca de 30% da frota de aplicativos em circulação no Brasil provém de aplicativos e São Paulo concentra 53% desse total. “Os números só revelam quanto a Justiça faz valer o respeito à liberdade econômica, uma das bandeiras históricas defendidas pelo **Sindloc-SP**”, conclui Paniagua. ■



Bigstock



ESTÍMULO À TERCEIRIZAÇÃO EM UMA LINHA

Aluguel de veículos passa a figurar como ativo nos balanços e torna-se ainda mais atraente para as empresas

Desde o dia 1º de janeiro, a mudança de posição de uma linha nos balanços das empresas vai gerar uma atratividade extra para a contratação de terceirização de frotas. Como parte do processo de adequação da contabilidade brasileira a padrões internacionais, a locação de veículos deixa de ser registrada como despesa operacional e passa a constar como despesa financeira e depreciação. A mudança deve influenciar positivamente o valor do Ebitda (lucratividade antes de juros, impostos e amortizações), considerado um dos indicadores-chave para medir o desempenho das companhias, e também os números relacionados à rentabilidade operacional.

Uma das motivações para a implementação de normas internacionais está associada à crise econômica global de 2008. Na época, muitas empresas aparentemente sem dívidas quebraram justamente por terem enormes passivos decorrentes de aluguéis/arrendamentos de longo prazo. Como elas não eram obrigadas a colocar essa informação no balanço, os investidores não enxergavam essa dívida. No Brasil, o tema ganha ainda mais contornos com o expressivo volume de pedidos de recuperação judicial. Para surpresa de muitas corporações, muitas apresentavam balanços aparentemente limpos, mas nem sempre transparentes.

“A uniformização dessas informações atende a uma crescente busca por mais transparência nos processos contábeis. O modelo vigente até o ano passado merecia questionamentos por não trazer uma clara percepção dos ativos e passivos”, comenta Paulo Henrique, da

“O modelo vigente até o ano passado merecia questionamentos por não trazer uma clara percepção dos ativos e passivos”

PAULO HENRIQUE
AUDIT CONSULT

AUDITLocOne e especialista em locadoras. “A nova norma vale para os balanços a partir do exercício de 2019, mas para permitir a adequada comparação, vai implicar em uma reavaliação dos demonstrativos anteriores” observa..

“Embora a adoção dessa norma exija um aprimoramento nos controles contábeis, ela não vai afetar a apuração fiscal dos balanços, na qual a terceirização de frotas, já oferece uma série de vantagens aos locatários”, comenta Paulo Henrique. ■



BENEFÍCIOS GERADOS PELA TERCEIRIZAÇÃO DE FROTAS

- Melhora o EBITDA
- Melhora o fluxo operacional
- Gera créditos de PIS e Cofins
- Possibilita dedução do valor do IR a pagar
- Diminui o passivo bancário dos locatários (por não precisarem financiar a frota)
- Melhora a rentabilidade sobre o ativo
- Apresenta um balanço robusto com imobilizados mais sólidos

NOVAS ROTAS PARA PROJETAR SUA MARCA

Funcionalidades do Waze Ads permitem que as locadoras conheçam a fundo seu público e customizem as operações

A possibilidade de expor sua marca em campanhas publicitárias nos meios digitais pode representar um diferencial para os negócios de uma locadora de veículos. Mas especialmente para pequenas e médias empresas, a motivação para perseguir essa estratégia esbarra nas dificuldades para definir e encontrar a audiência certa, aliadas a custos nem sempre convidativos.

Atento a esse cenário, o Waze lançou uma plataforma exclusiva intitulada Waze Ads, com a meta de aprimorar a jornada dos seus 115 milhões de usuários ativos em todo o mundo, dos quais cerca de 4,5 milhões estão na região metropolitana de São Paulo. A ferramenta oferece a possibilidade de abordar um público-alvo muito bem definido – os motoristas –, em uma etapa importante de sua jornada de consumo – quando estão dirigindo.

Apesar dos mesmos objetivos, a mecânica nesse caso é completamente distinta da de reconhecidas plataformas comerciais. No Google Adwords, por exemplo, a geração de links patrocinados baseia-se em palavras-chave. Já o foco principal do Waze é a localização, por meio da qual indica aos motoristas estabelecimentos mais próximos do trajeto ou do endereço de destino.

“Nossos usuários passam, em média, uma hora e meia por dia conectados ao aplicativo. Esse vínculo nos dá informações preciosas para entender o comportamento do motorista com base em seus deslocamentos, preferências e da frequência com que dirige para cada local. Com isso, além de indicar os

melhores trajetos, conseguimos promover produtos e promoções para auxiliá-lo”, explica Eduardo Paraskevopoulos, head de marketing para a América Latina.

Segundo indicadores da plataforma, 20% de todas as navegações que acontecem no app são direcionadas para um ponto de venda. “Alguém que vai à academia, à farmácia ou a um shopping center toda sexta-feira, no fim do dia, gera uma oportunidade única de comunicação”, exemplifica. Para as locadoras, a contratação dessas campanhas pode ser uma boa escolha para criar valor agregado aos clientes que utilizam sua frota e fomentar parcerias com empresas de varejo e serviços.

FUNCIONAMENTO

O portfólio de anúncios do Waze Ads compreende formatos que podem ser contratados individualmente ou de forma complementar um ao outro, com segmentações por regiões e raios de distância. Um investimento em torno de US\$ 8 por dia, definido diretamente da plataforma online, já proporciona às empresas informações sobre o perfil dos motoristas. Existem quatro maneiras de anunciar:

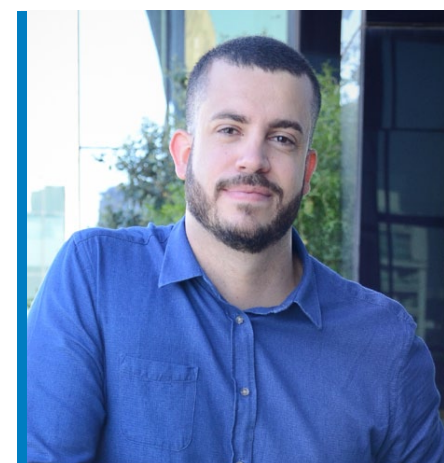
■ Pins: pin dentro do mapa de navegação para informar o motorista sobre o ponto de venda mais próximo. Ao tocar um pin, um anúncio é aberto com informações sobre o negócio, como promoções, ofertas, produtos e serviços, horários e outros dados

■ Zero-Speed Takeover: quando o veículo está totalmente parado, uma propaganda é mostrada na plataforma com a informação e localização do anunciante

■ Busca patrocinada: o anunciante é mostrado no começo dos resultados de busca e o logo é incluído. Ao tocar o resultado, uma propaganda e informações do ponto de venda são apresentadas

■ Comando de voz: oferece às marcas a possibilidade única de impactar consumidores enquanto usam o Waze por meio da voz de um personagem conhecido, que os guia pelas rotas

Outro diferencial é que, segundo pesquisa do Conecta, pertencente ao Ibope Inteligência, dos 15 aplicativos de localização que, em média, estão instalados nos celulares, somente o Waze sabe precisamente para onde vai o usuário. “O segmento automotivo e todo o ecossistema ao redor desse mercado – locadoras, autosserviços, seguros etc – passam a ter acesso a uma combinação realmente exclusiva, ao atingir o cliente certo na hora certa e sem investir vultosos recursos com retorno quase sempre nebuloso.



EDUARDO PARASKEVOPOULOS
HEAD DE MARKETING DO WAZE
PARA A AMÉRICA LATINA

Divulgação

AMPLIAMOS NOSSOS SERVIÇOS PARA ATENDER SUA FROTA

A Tagma é um dos principais operadores logísticos do Brasil e expandiu sua gama de serviços para atender ao crescente mercado de locadoras de veículos em todo o território nacional.



Transporte de veículos semi-novos



Armazenagem de veículos



Espaço para visitação de veículos



Rotas programadas e rastreáveis



Gestão de informação



Suporte legal, fiscal e securitário

Melhor custo-benefício

Entre em contato e saiba mais sobre os serviços disponíveis aos afiliados SINDLOC SP



www.tagma.com.br

atendimento.comercial@tagem.com.br

(11) 4397-9655



COMO EXTRAPOLAR O PONTO DE EQUILÍBRIO E GERAR LUCRO ECONÔMICO



LISANDRO ZANOTTO
CONSULTOR EMPRESARIAL

Divulgação

Especialista cita algumas estratégias essenciais para que empresas lidem com essa mudança de comportamento na gestão

Uma análise com empresas brasileiras de capital aberto indica que 75% dessas companhias ficaram no ponto de equilíbrio, enquanto 15% destruíram valor e apenas 10% têm realmente gerado lucro econômico. A pesquisa foi realizada pela consultoria McKinsey, que estudou o desempenho de cerca de 2,5 mil corporações em nível global nas últimas duas décadas. Em dez anos, o break even foi alcançado somente por 11% das empresas avaliadas.

Para o consultor Lisandro Zanotto, esse panorama reforça a necessidade premente de uma mudança comportamental na gestão, pensamento que se estende às PMEs. "Muitas organizações falham nos processos iniciais, como a elaboração do planejamento. A grande maioria delas acredita que tem uma estratégia bem elaborada, quando na verdade tem, no máximo, um desejo ou aspiração", destaca.

E como sair do sonho e passar para a ação? O relacionamento com os colaboradores é decisivo no processo de busca pelo sucesso. Mas quase sempre esse sonho se limita à mentalidade do dono ou do gestor, não sendo compartilhado, tampouco construído, com os demais funcionários. "Os pontos de partida para estar no rol do grupo dos 10% são desenhar uma estratégia realista e diferenciada, e comunicá-la à equipe com transparência e periodicidade", entende.

Quando a companhia tem clareza de onde quer jogar, como ela vai vencer e quais são as competências necessárias, fica mais fácil desenvolver um plano de ação e ter um time comprometido. "Ainda é necessário estar próximo do cliente e ouvir as suas dores, além de resolver realmente seus problemas", pontua.

No mercado de locação de veículos, a tecnologia está entrando com força e trouxe um impacto significativo para a

experiência de consumo que essas corporações podem proporcionar. Nesse contexto, o atendimento, em conjunto com as áreas financeira e comercial, desempenha um papel fundamental para fidelizar o cliente e gerar lucro econômico. "Esse processo começa pela mudança de condutas da atual gestão para chegar a um modelo mais pragmático, no qual o plano de ação precisa ser transmitido claramente a todos os níveis de comando, principalmente na média gerência. Caso contrário, a estratégia se perde no alto escalão", opina.

Após a criação de um plano estratégico, como fazê-lo dar certo? "É preciso estar aberto ao novo, saber terceirizar funções quando necessário e, principalmente, abrir mão de uma gestão muito centralizadora. Também é fundamental montar uma equipe heterogênea, que tenha pessoas com perfil de planejamento e outras ágeis na execução. A partir daí, outro passo é investir em treinamentos e capacitações", conclui. ■

Confira algumas políticas internas eficazes e necessárias, relacionadas aos colaboradores, que contribuem para que a empresa alcance lucro econômico:

Política de capacitação de colaboradores - É fundamental e contribui de forma exponencial para a busca do lucro econômico.

Política de atração de talentos - Necessária para que os melhores profissionais olhem e desejem a sua marca.

Política de benefícios - Deve ser estruturada não de forma padrão, ou seja, os mesmo benefícios para todos. O dono ou o gestor precisa conhecer muito bem seus colaboradores. O que o motiva? Que tipo de benefícios o atrai? Em que momento da vida esse colaborador se encontra e como ele gostaria de ser recompensado por seus resultados?

Políticas de redução de custos - Também são importantes e precisam estar bem claras a todos. Recompensar os colaboradores por metas de redução de custos vai motivá-los a ficarem atentos quanto aos custos das áreas e ao impacto geral para a empresa.

REDUZA GASTOS COM UMA GESTÃO ATIVA DAS NOTIFICAÇÕES E BOLETOS USANDO O SISTEMA DE AUTO GESTÃO DA LW TECNOLOGIA.

Conheça o Sistema de Gestão de Infrações: O jeito mais rápido e prático de consultar e regularizar infrações de trânsito de sua frota.

Sistema com desenvolvimento exclusivo LW Tecnologia:

SGI Consultas - busca ativa de notificações SGI Gestão - organizador de notificações

Espelho da notificação e/ou formulário padrão para indicação do condutor infrator.

Controle da notificação:

Data de Envio ao Órgão | Notificações Concluídas | Notificações Pendentes.

Evite multas NIC (Não Indicação de Condutor).

Boleto para pagamento com **20% de desconto***.

Mais de 60 órgãos de trânsito homologados para consulta.

Indicadores de situações gerais em gráficos.

Conheça nossos produtos/soluções para **Rent a Car** e **Gestão de Frotas**.

*O desconto é válido quando disponível pelo órgão de trânsito responsável.



LW TECNOLOGIA

(41) 3501.8315
comercial@lwtecnologia.com.br
www.lwtecnologia.com.br

METADE DOS BRASILEIROS JÁ USA SMARTPHONE PARA FAZER COMPRAS

Como as locadoras podem embarcar nessa oportunidade

Entre 2013 e 2019, o percentual de brasileiros que afirmam realizar compras pelo *smartphone* pelo menos uma vez por mês mais do que triplicou: subiu de 15% para 50%. Ou seja, metade dos brasileiros já compra usando o celular regularmente. É o que mostra a pesquisa *Global Consumer Insights 2019*, produzida pela PwC.

Em paralelo, o brasileiro também está cada vez mais exigente na hora de consumir em lojas físicas: quando perguntados sobre a importância de se ter uma experiência de compra agradável, o brasileiro deu respostas acima da média global: 58% querem usar métodos de pagamento mais rápidos e fáceis para reduzir filas (contra 50% da média global). Outros 43% (contra 34% da média do resto do mundo) disseram que, ao visitar uma loja física, é importante que ela disponibilize internet rápida e de fácil acesso.

Estes dados mostram outra conclusão interessante: apesar de todo o avanço do *e-commerce* no mundo, a loja física ainda é atrativa para os compradores. "Empresas muitas vezes recorrem à tecnologia como forma de prover

uma melhor experiência do consumidor, mas a forma com que o atendimento é feito é tão – ou mais – importante para fidelizá-lo", afirma Marcelo Cioffi, sócio e líder para o setor automotivo da PwC. Para o consultor, esses dados reforçam junto à indústria de aluguel de veículos a importância de promover a praticidade da venda *online* para tornar mais ágil e dinâmico a operação na locadora.

COMPARTILHAMENTO

A pesquisa também revela que cerca de 28% dos brasileiros se interessaram pela possibilidade de ter um carro autônomo neste momento, enquanto outros 31% consideram esta hipótese em um futuro próximo. Ainda no tema de mobilidade e varejo, uma tendência que vem crescendo mundo afora está relacionada com serviços de entrega de mercadorias. "Com o surgimento de novas tecnologias de rastreamento, criação de rotas logísticas e a possibilidade de disponibilizar o serviço dentro de uma plataforma, as empresas passaram a explorar a entrega de produtos porta a porta como um subproduto para quem trabalha com gestão de frotas", explica Cioffi.

Exemplo disso é a Amazon, que em 2018 passou a disponibilizar aos clientes a entrega de encomendas nos porta-malas de seus veículos estacionados em áreas públicas. "Isso abre um nicho de possibilidades para as locadoras agregarem valor às suas frotas, estabelecendo parcerias comerciais com aplicativos de entrega e concedendo benefícios aos usuários que comprovarem um determinado volume de compras por essas plataformas", complementa o executivo.

Segundo Cioffi, as locadoras soberam aproveitar muito bem a onda da economia compartilhada, com a vinda do Uber e de outros aplicativos semelhantes. O que precisa ficar claro para todos é que o conceito de mobilidade e suas diversas formas de aplicação e negócio impacta todo o setor e exige uma boa dose de inovação e investimento. "O que se sabe é que as pessoas estão deixando de ter um carro e optando por alternativas baratas, acessíveis. Mas um dia ele pode precisar alugar um veículo para viajar e aí ele já começa a pensar na possibilidade de encontrar formas mais rápidas de contratar o serviço, como pegar e deixar o carro na rua, tal como as bicicletas e patinetes que pipocam pela cidade", finaliza Cioffi. Fica uma pergunta, o que falta para as empresas passarem a oferecer esses serviços? ■

Bigstock



PARCERIA DE SUCESSO

Para sua frota

Seguro Auto Contra Terceiros:

- DANOS MATERIAIS: R\$ 50.000,00
 - DANOS CORPORAIS: R\$ 100.000,00
 - Assistência 100Km completa
- Prêmio TOTAL por item: R\$ 397,30

Para o seu pátio

Coberturas	LMI
Incêndio/ Queda de aeronave/ Explosão	R\$ 500.000,00
Danos elétricos	R\$ 10.000,00
Fumaça	R\$ 10.000,00
Prêmio Total	R\$ 292,41

Para sua tranquilidade

- ASSISTÊNCIA 24H COMPLETA 100KM A R\$ 8,99 POR ITEM, MENSAL.
- ATENDIMENTO 0800 EXCLUSIVO

www.segplus.com.br | contato@segplus.com.br

0800 917 00 00

MÉTODO AGILE PROMETE DINAMIZAR OPERAÇÃO NAS EMPRESAS

Modelo contribui para agilizar rotinas que exigem uso intensivo da tecnologia e chama a atenção de pequenas e médias corporações

Como competir em um cenário em que tudo está sendo inovado? Gerir uma equipe e resolver demandas diárias dos clientes de forma rápida e eficaz tem sido cada vez mais difícil, principalmente para companhias com um modelo de gestão mais arcaico e resistente a mudanças. O método agile surgiu como alternativa a esses processos antigos e lentos, que já estão há anos instalados nos departamentos de diversas empresas.

O método foi criado nos Estados Unidos em 2001, quando um grupo de programadores publicou uma espécie de

manifesto contra a burocracia gerada pela complexa implantação de softwares para gerenciamento dos negócios. O documento propunha que, em vez de seguir um longo processo até a formatação de um programa pronto, o software já poderia ser lançado com uma versão básica e receber upgrades de acordo com as necessidades do cliente e as demandas do mercado. Afinal, é mais conveniente para os negócios ter um produto para entregar, com possibilidade de melhorias futuras, do que não ter e ser ultrapassado pela concorrência.

"Inicialmente, o uso da metodologia começou a fazer sentido para o setor de tecnologia que está sempre em constante mudança e buscando formatos mais modernos. Consequentemente, o método passou a chamar a atenção de outras áreas, como RH, financeiro e marketing", observa Dairton Luiz Bassi Filho, CEO da AgileTrends. Hoje, bancos e consultorias também já aderiram ao modelo como Itaú, Santander, Accenture e BCG. Startups como a Nubank já estrearam no mercado alinhadas ao método agile, enquanto no setor público existem 70 casos

de utilização de abordagem ágil pelo governo e área de tecnologia dos ministérios.

Na prática, o agile funciona como uma consultoria de gerenciamento de trabalho e de equipe, baseada na abordagem interativa entre os colaboradores, com foco na realização estratégica e ágil de etapas, como planejamento, execução, entrega, análise e melhoria do processo. O modelo faz com que esse ciclo seja executado em até duas semanas, em média. De acordo com Bassi, grande parte das empresas brasileiras que ainda adotam metodologias tradicionais levam meses para concluir todas essas etapas.

Bassi ressalta ainda que o método promove uma mudança na cultura da companhia, e essa transformação é extremamente positiva, a começar pelo papel do gestor – que pode se dedicar a outras atividades ao contar com uma equipe mais autônoma e funcionários mais colaborativos, criativos e comprometidos. "Para as pequenas e médias empresas do setor de locação de veículos, a importância do método está em envolver toda a equipe gerencial e operacional no processo como um todo, promovendo o diálogo e o engajamento, detectando problemas, possíveis soluções e, até mesmo, a necessidade de implementação de novos serviços", pontua. ■



DAIRTON BASSI
CEO DA AGILETRENDS

Divulgação

UMA NOVA GARANTIA A FAVOR DE NOVOS NEGÓCIOS

Fundos garantidores surgem como alternativas para agilizar o acesso de PMEs a financiamentos

Pequenos e médios empreendedores que recorrem a créditos de longo prazo costumam encontrar uma barreira logo na largada: a indisponibilidade de garantias reais para apresentar às instituições financeiras. Diante desse cenário, os chamados fundos garantidores vêm despontando como alternativas menos dispendiosas, ao funcionar como uma espécie de fiadores do empréstimo.

Por definição do Banco Central, esses fundos são constituídos como associações privadas sem fins lucrativos. Uma de suas finalidades é proteger o capital e a rentabilidade dos investidores de outras instituições financeiras, contra surpresas derivadas de instabilidades como falência de bancos ou não pagamento de aplicações. Além disso, representam uma alternativa para pequenos e médios empresários que não possuem garantias reais para operações de crédito, mas cujos projetos refletem em benefícios para a economia

do país ou da localidade onde atuam.

Essa modalidade pode ser oferecida por qualquer instituição. Em São Paulo, por exemplo, já foram garantidos cerca de R\$ 210 milhões em operações de financiamento por meio da Desenvolve SP – Agência de Desenvolvimento Paulista. Vinculada ao governo estadual, a instituição permite solicitar o financiamento sem burocracias, pelo portal www.desenvolvesp.com.br. Um consultor de negócios avalia o perfil e indica qual a melhor opção de fundo para a operação. "Muitas empresas qualificadas, com excelentes avaliações e projetos, teriam o crédito recusado no passado, pela dificuldade de apresentar garantias", pontua o superintendente de negócios Rafael Bergamarschi.

O custo necessário para a contratação do fundo garantidor é de apenas 0,1% do crédito solicitado multiplicado pelo número de parcelas estipuladas. Se o empresário obteve a aprovação de um financiamento no valor de R\$ 100 mil para pagamento



RAFAEL BERGAMARSCHI
SUPERINTENDENTE DE NEGÓCIOS
DA DESENVOLVE SP – AGÊNCIA DE
DESENVOLVIMENTO PAULISTA

Divulgação

em até 36 meses, a despesa seria de R\$ 3,6 mil, descontada do valor desembolsado ao cliente.

"A proposta dos fundos garantidores é dar suporte a projetos que reflitam em benefícios para a economia estadual, com geração de negócios, emprego e renda. Trata-se de uma oportunidade sob medida para um setor como o de locação de veículos, que movimenta mais de R\$ 20 bilhões na cadeia produtiva paulista e cuja ociosidade da frota é baixa", acredita Bergamarschi. ■

A IMPORTÂNCIA DA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

A escrituração contábil é a técnica de registrar as movimentações financeiras e patrimoniais, indicando a origem e o destino dos recursos, dentro de um procedimento lógico que ratifica a possibilidade de inconsistências. Nesse sentido, a aplicação dos fundamentos contábeis visa à transparência das operações ao criar lastro entre elas, o que torna as demonstrações plenamente fieis ao negócio.

Haja vista todo o detalhamento das informações, em 1958, o então presidente Juscelino Kubitschek decretou a obrigatoriedade de registro da escrituração por meio dos livros diário e razão, o que fez com que muitos empresários passassem a interpretar a escrituração contábil como um mero instrumento para atendimento ao fisco. Contudo, muito tempo se passou e esta aceção permanece intensa no mundo corporativo.

Atualmente, o registro da escrituração contábil é obrigatório apenas para empresas optantes pelos regimes de Lucro Real, sendo facultativo às optantes pelo Simples Nacional e Lucro Presumido. Mas quais seriam os benefícios de manter a escrituração contábil?

Quando a empresa mantém escrituração contábil regular, a regra diz que os sócios poderão distribuir lucros, com base no resultado anual (receitas menos despesas). Porém, no caso de não manter escrituração contábil, o valor do lucro a distribuir deve se basear no cálculo do lucro presumido, diminuído do imposto de renda. Deve-se ressaltar que a distribuição de lucros é isenta de qualquer tributação, desde que respeitados os critérios acima. Caso haja valor excedente, estará sujeito à incidência de imposto de renda e contribuição previdenciária.

Além da decisão pelo melhor regime de tributação, a contabilidade fornece informações para as provisões de perdas que podem reduzir a base de cálculo do imposto de renda e contribuição social. A escrituração regular também traz consigo a possibilidade de aplicação do cálculo de JCP - Juros sobre Capital Próprio, que serve como uma forma de remunerar aos sócios e, em contrapartida,



LUIZ SANTOS
ESPECIALISTA
CONTÁBIL DA VERS
CONTABILIDADE

Divulgação

“Demonstrações contábeis robustas e bem estruturadas conferem credibilidade à empresa e vão auxiliar na captação de crédito junto às instituições financeiras”

reduzir a base de cálculo dos impostos sobre a renda nas empresas optantes pelo Lucro Real.

Para o planejamento estratégico, a escrituração contábil também é uma ferramenta fundamental, uma vez que mune o gestor com os dados para que sejam tomadas decisões. Como exemplo, a comparação do fluxo de caixa em relação aos juros pagos pode apontar a direção para redução das despesas financeiras, assim como a análise da variação das contas pode indicar problemas internos.

Demonstrações contábeis robustas e bem estruturadas conferem credibilidade à empresa e vão auxiliar na captação de crédito junto às instituições financeiras, sendo de grande importância no segmento de locação de veículos, levando em conta a necessidade constante de renovação da frota.

Cabe destacar que a escrituração é o primeiro (e mais importante) passo para saber quanto vale a sua empresa. E, caso você tenha a pretensão de abrir as portas para investidores, saiba que toda a avaliação deve partir de demonstrações sólidas, que tragam confiabilidade a ambas as partes para que seja concretizado um bom negócio. ■



● Solução em consórcio estruturado para Frotistas

● Possibilidade de entrega programada

● Taxas e prazos diferenciados

A 3A Soluções possui um braço financeiro especializado na estruturação de operações de consórcios.

Somos parceiros de diversas companhias administradoras de consórcios e buscamos entender a demanda de nossos clientes para entregar a melhor solução.

Faça a renovação de sua frota com planejamento, inteligência e segurança. Estamos preparados para atendê-lo com agilidade e eficiência.



3A SOLUÇÕES

WWW.3ASOLUCOES.COM

contato@3asolucoes.com

(31) 2534-6520 / (31) 98317-5325

O NOVO JEITO DE SE MOVER PELA CIDADE.

MOBI

FIAT

Leo Burnett Talor Made

É HORA DE MOVIMENTAR SUA EMPRESA.

Na Fiat, associado SINDLOC tem condições especiais na compra do Fiat Mobi. Garanta o seu.



Maior
desempenho*



O mais econômico
da categoria*



Baixo custo
de manutenção*



No trânsito, dê sentido à vida.

*De acordo com o selo CONPET, categoria Motores 1.0 Aspirados.