REVISTA IBEF

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO VIII - NÚMERO 41 - BIMESTRAL - 2012
www.ibefrio.org.br

Domingos Vargas, presidente da AgeRIO.

Embaixador da Hungria no Brasil e a amizade entre os dois países.

Ministro Guido Mantega estima que o Brasil cresça 4% em 2013.

Ademiro Vian da Febraban e os desafios no agribusiness brasileiro.

Rafael Veras, da Xerox, diz que inovar é fazer a diferença.

Marcus Eduardo de Oliveira, da USP, fala do PIB Verde.

IBEF
Rio de Janeiro

CÁLIX
APRESENTA BENEGAS.
VINHOS EXCEPCIONAIS DESDE O SÉCULO XIX

Bodega Benegas: pioneiro da vinicultura do país e um dos mais concorridos *terroirs* de Mendoza.
Um verdadeiro patrimônio argentino que a Cálix apresenta com exclusividade para você.

APRECIE COM MODERAÇÃO.

CÁLIX VINHOS MATRIZ
Avenida Brasil, 630 - Ponta Aguda
Blumenau/SC - 89050-000
Fone: (47) 9980 8350
cristiano@calixvinhos.com.br

CÁLIX VINHOS SÃO PAULO
Rua Joaquim Floriano, 834 - 3o andar
Conj. 34 - Itaim Bibi São Paulo/SP
04534-003 - Fone: (11) 7918-3090
paula@calixvinhos.com.br

SERGIO CAETANO
Representante Cálix
Rio de Janeiro
(21) 9393-2425
caetanojorge@yahoo.com.br

CÁLIX

www.calixvinhos.com.br

Editorial

Parabéns ministro Joaquim Barbosa.

Aproveito este editorial para elogiar o ministro Joaquim Barbosa pela determinação de dar um exemplo para o país sobre corrupção, atuando de forma firme no julgamento do mensalão. O ministro foi obrigado a intransigir algumas vezes para não permitir que aqueles que tentaram manter o "jeitinho brasileiro" nas decisões de interesses de grupos e poderosos prevalecessem suas opiniões descaradas, tendenciosas e partidárias. Parabéns ao ministro Joaquim Barbosa por sua força moral. Fica a lição passada de que temos condições de nos tornarmos uma nação séria.

A **Revista IBEF** agradece os importantes apoios que recebeu em 2012 das seguintes empresas: Barra Energia, BKR - Lopes, Machado Auditores, Bradesco, Branco Consultores, Calix Vinhos, Canal Futura, CCR, Central 24 H, ECT - Correios, EDP Energia, Ernst & Young Terco, Gaia, Silva Gaede Advogados, Hotel Le Relais La Borie, IBP, Infraprev, Livraria Prefáceo, Motta, Fernandes Rocha Advogados, Multiterminais, Nirvana, Petrobrás, PPF Brazil, PwC, São Luiz Gonzaga, Trem do Corcovado e Zuruca's.

Agradeço a todas as empresas patrocinadoras do IBEF Rio que nos honraram com seus nomes e logomarcas em nossas atividades: Aprobio, Bradesco Corporate, Caixa, Deloitte, Ernst & Young, Energio, Funenseg, Fecombustíveis Gaia, Silva, Gaede & Associados, IBP, KPMG, Multiterminais, Mundi Energia, Petrobras, PwC, Sinaval, Sindicom.

Esperamos continuar contando com o apoio e a colaboração de todos em 2013.

Feliz Natal e Próspero Ano Novo.

Marcos Chouin Varejão
Dezembro 2012

Índice

EDITORIAL.....1
Marcos Varejão

CAPA.....2
Domingos Vargas, presidente da AgeRIO - Agência Estadual de Fomento

INTERNACIONAL.....6
Interbrand divulga o 13º relatório anual de melhores marcas globais.

OPINIÃO.....8
Embaixador Csaba Szíjjártó. Brasil e Hungria, o começo de uma bela amizade.

OPINIÃO.....10
Ademiro Vian. Os desafios do setor financeiro no agribusiness brasileiro.

NACIONAL.....12
Ministro da Fazenda Guido Mantega estima que o Brasil cresça 4% em 2013.

OPINIÃO.....14
Paulo Skaff. Uma luz na competitividade.

NACIONAL.....16
Shopping, um mercado que só cresce.

OPINIÃO.....18
Rafael Veras. Inovar é fazer a diferença.

OPINIÃO.....20
Carlos Augusto Grabois Gadelha. Desenvolvimento e Saúde.

NACIONAL.....22
Cresce no Brasil o número de fundos de ações voltados para as causas sociais.

DAY TRADE.....24
Coluna de informação

OPINIÃO.....28
Marcus Eduardo de Oliveira. Vem aí o PIB Verde.

NACIONAL.....29
Marco civil da Internet fará do Brasil um exemplo de modernidade.

NACIONAL.....30
Porto do Rio de Janeiro receberá investimentos de R$ 3 bilhões.

OPINIÃO.....32
Alessandra Cardoso e Francisca Brasileiro. Impacto da queda da taxa de juros na gestão dos planos de benefícios no Brasil.

NACIONAL.....34
Família, amigos e experiência anterior são os maiores influenciadores na decisão de compra.

OPINIÃO.....36
René Dutra. Depreciação – novo tratamento contábil.

OPINIÃO.....38
Daniel Moczydlower. A engenharia do crescimento, riscos e oportunidades para o Brasil.

OPINIÃO.....40
Tim Harcourt. Laços da China com o Brasil e Austrália no século XXI.

ESTANTE.....41
Coluna sobre publicações editoriais

OPINIÃO.....42
Clarice Kobayashi. O brasileiro é um otimista, por natureza.

OPINIÃO.....44
Alexandre Prates. Os 3 "is" da nova geração.

JURISPRUDÊNCIA.....46
Lirismar Campelo. Mare Nostrum.

INTERNACIONAL.....48
Prêmio Nobel de Economia 2012.

Domingos Vargas, presidente da AgeRIO

Agência de Fomento do Estado do Rio de Janeiro.

Revista IBEF – O que significa o momento atual na carreira do senhor considerando toda uma trajetória profissional?

Eu me encontro diante de um grande desafio. Depois de 34 anos na Caixa Econômica Federal, chego à AgeRio convidado pelo governador Sérgio Cabral e pelo Secretário de Desenvolvimento Econômico Julio Bueno, o que muito me honra, mas também me instiga. O intuito do governo é modernizar a Agência para que ela passe a ser competitiva, ágil e eficaz. Estamos em fase de implantação do Programa Modernizar para Competir, cujo objetivo é, em médio prazo, fazer com que a Agência esteja apta a dar respostas tempestivas às demandas do empresário fluminense e do setor público local.

"Queremos ser a melhor alternativa para os empresários dentro do Estado do Rio de Janeiro. Para isso estamos buscando diversificar nossas parcerias e habilitações em fundos e capitalizar a empresa para que tenhamos maior amplitude operacional e assim possamos baixar taxas e dar flexibilidade aos prazos, carências e garantias."

Revista IBEF – Na visão do senhor, qual é a missão da Agência de Fomento dentro do estado do Rio de Janeiro?

A nossa missão é contribuir para melhorar as condições que possibilitem o desenvolvimento do Rio de Janeiro. Estamos sempre à disposição para analisar, junto com cada empreendedor, a melhor solução financeira caso a caso. A AgeRio é o governo do Estado promovendo o desenvolvimento local, por meio de incentivos financeiros e acompanhamento técnico. Exercemos um papel importante para a modernização dos 92 municípios fluminenses. Através de nossas linhas de financiamento, o administrador encontra soluções que vão desde a modernização da gestão administrativa até a infraestrutura da área, com possibilidades de obter recursos para obras de saneamento, projetos ambientais, saúde, educação, cultura e outros.

Revista IBEF – As agências de fomento têm um papel diferenciado no desenvolvimento regional. Como o senhor descreveria esse papel? Qual é a posição do senhor sobre um Sistema Nacional de Fomento? Por quê?

As agências de fomento foram criadas para preencher um vácuo deixado pelos antigos bancos estaduais e os bancos de desenvolvimento. O papel delas é estratégico. Através de sua atuação, são criadas condições mais favoráveis para o desenvolvimento econômico das diversas regiões de cada estado. O incentivo financeiro é uma importante ferramenta para a atração de investimentos. O Brasil é um país de grandes dimensões e precisa de focos de atuação regionais para que a nação possa desenvolver seu potencial com máximo aproveitamento das vocações locais.

Revista IBEF – Com as recentes mudanças no cenário econômico (baixa de juros, incertezas, riscos), na opinião do senhor, qual seria a estratégia ideal para viabilizar desempenho e negócios na esfera das agências de fomento? Como o senhor acredita que seja possível conciliar negócios rentáveis com a missão de gerar desenvolvimento social?

Queremos ser a melhor alternativa para os empresários dentro do Estado do Rio de Janeiro. Para isso estamos buscando diversificar nossas parcerias e habilitações em fundos e capitalizar a empresa para que tenhamos maior amplitude operacional e assim possamos baixar taxas e dar flexibilidade aos prazos, carências e garantias. Com estratégia, podemos, em médio prazo, nos tornar uma instituição financeira rentável, com uma carteira de crédito completa,

oferecendo as melhores condições do mercado, atraindo empreendedores que, com o nosso apoio, serão clientes potencializando o desenvolvimento regional.

Revista IBEF – Como a Agência pode aproveitar o atual momento econômico do estado do Rio de Janeiro?

O Rio de Janeiro vivencia um momento exemplar de investimento e possibilidades de negócios. Há perspectivas de dezenas de projetos de grande porte que revolucionarão o perfil do Estado. O biênio 2013/2015 será decisivo em virtude do tamanho das oportunidades e das possibilidades de realização. Devemos ainda, considerar que os grandes eventos esportivos que sediaremos darão uma visibilidade extra ao intenso processo de desenvolvimento que está em curso. A AgeRio estará presente como uma empresa que participa desse movimento virtuoso de transformar as oportunidades em negócios sustentáveis pelos próximos anos.

Revista IBEF – Que legado os grandes eventos esportivos deixarão para o Rio de Janeiro, na opinião do senhor? A Agência tem algum envolvimento direto com esses eventos?

Os grandes eventos esportivos encontrarão o Rio de Janeiro com um ambiente melhor em infraestrutura, tanto para as pessoas físicas quanto para as pessoas jurídicas. Quando se tem infraestrutura, o cenário se torna naturalmente atrativo aos investimentos. Já estamos vendo isso acontecer. Diversas empresas estão procurando o Rio de Janeiro como destino. A Nissan e a Microsoft são bons exemplos. Nesse contexto, a AgeRio é o braço do governo do estado que proporciona incentivos financeiros a todas aquelas empresas que tenham projetos de desenvolvimento para o estado. A Agência está sintonizada com o governo estadual e trabalhando em parceria com os municípios fluminenses. Estamos acompanhando diariamente os diversos investimentos que proporcionarão uma melhora e ampliação de infraestrutura logística do Rio de Janeiro.

Revista IBEF – Quais são os principais segmentos de atuação da AgeRio? Qual é o portfólio de produtos da Agência? Como ela se adapta estrategicamente às especificidades do mercado interno fluminense?

Atuamos em todos os segmentos da economia, da micro à grande empresa, além do microcrédito produtivo nas comunidades pacificadas. Nossos produtos vão desde o crédito para os empreendedores de áreas pacificadas até financiamentos de volumes relevantes para grandes empresas. Temos produtos para Investimento Fixo, Máquinas e Equipamentos, Capital de Giro, Investimento Misto, Franquias e Eficiência Energética. Para os municípios fluminenses temos um elenco variado de produtos para modernização administrativa e infraestrutura. A AgeRio tem um olhar com foco nas vocações de cada região. Ela só atende ao estado do Rio e, mais do que qualquer outra instituição financeira no mercado, conhece profundamente cada município fluminense. Com a área de Renda Variável, focada em áreas estratégicas como Tecnologia da Informação, Pesquisa e Desenvolvimento em Biotecnologia e Economia Criativa configura-se um portfólio cuja abrangência pretende acompanhar a situação privilegiada do Estado no que se refere à concentração de investimento.

"A agência é um patrimônio do Rio de Janeiro e deve atuar em todas as vocações do estado, desde as comunidades até a academia. Nossa intenção é agregar valor ao estado com responsabilidade, mas com ousadia também."

Revista IBEF – Na sua opinião, o que faz um empresário buscar a Agência de Fomento para obter um financiamento?

O diferencial do trabalho da AgeRio é a possibilidade de estar perto das necessidades do empresário local, customizando produtos e financiamentos que se dirijam às demandas específicas e, principalmente, que potencializam as vocações da região no intuito maior de geração de empregos e renda.

Revista IBEF – A Agência passa por um processo de mudança (sede, nome, marca, site). Qual a estratégia envolvida em todo esse processo? Qual o objetivo de todas essas mudanças?

Criamos o Programa Modernizar para Competir para que possamos responder com agilidade e competência às oportunidades. O foco é impulsionar e acelerar a Agência para que ela desempenhe papel relevante no contexto estadual, sendo uma alternativa atraente e confiável para os empreendedores, e um braço operacional da política de desenvolvimento do governo. Para tanto, a agência passa por uma reformulação dos processos internos com ações e metas a serem cumpridas entre 2013/2015. São mudanças estratégicas para que a AgeRio seja mais eficiente e para que essa nova fase seja entendida como um significativo movimento em direção à economia do século XXI. A AgeRio tem uma proposta de atuação que pretende atender às necessidades da sociedade fluminense com taxas atrativas, agilidade e credibilidade.

Revista IBEF – Que ações podem ser determinantes para a condução da Agência na economia do século XXI e quais são os próximos desafios a serem vencidos?

Eu diria que desde a minha entrada estamos nos preparando para a nova fase da Agência. O dever de toda a AgeRio atualmente é fazer com que ela ganhe musculatura. Nosso desafio é colocar a Agência no mercado e fazer com que ela ganhe escala em termos de financiamento, diversificando linhas e programas e democratizando o processo de concessão de crédito. A agência é um patrimônio do Rio de Janeiro e deve atuar em todas as vocações do estado, desde as comunidades até a academia. Nossa intenção é agregar valor ao estado com responsabilidade, mas com ousadia também. Com o Programa Modernizar para Competir a agência vai intensificar seu diálogo com poder público, empresariado e sociedade fluminense para concretizar nossa visão de futuro: ter a mesma importância, na esfera estadual, que o BNDES tem em âmbito federal. Além disso, vamos intensificar parcerias tanto fora do governo, com instituições como Sebrae, Firjan e Finep, como dentro dele, com instituições como a Codin, a Faperj e as Secretarias de governo. Assim, criaremos uma verdadeira rede colaborativa para o fomento do estado. Fazemos questão de dizer que a missão da Agência é fomentar o desenvolvimento sustentável e isso inclui a nossa conduta dentro e fora da empresa, sempre buscando sustentabilidade, boa governança e com o que pensamos ser a melhor maneira de crescer.

Interbrand divulga o 13º relatório anual de melhores marcas globais.

Coca-Cola mantém o nº1 e Apple pula para o nº2; Facebook aparece entre as 100 Maiores e Google ultrapassa Microsoft

Coca-Cola, Apple e IBM lideram o 13o relatório anual de Melhores Marcas Globais da Interbrand. Enquanto a Coca-Cola mantém o nº1, a Apple pulou para nº2 com vendas excelentes tanto nos mercados já desenvolvidos quanto nos mercados emergentes, no ano passado. O gigante da Mídia Social, Facebook (nº69), entra no relatório depois de constar nas manchetes como a terceira maior Oferta Pública Inicial na história dos Estados Unidos, e o Google (nº4) apresentou um aumento de 26% no valor da marca no ano passado, ultrapassando o valor de marca da rival Microsoft (nº5) pela primeira vez na história do relatório da Interbrand.

Interbrand, a maior consultora de marcas do mundo, publica anualmente seu relatório de Melhores Marcas Globais com as 100 marcas mais valiosas do mundo. A metodologia da Interbrand – a primeira de sua categoria a receber o certificado ISO – analisa as muitas maneiras pelas quais uma marca atinge e beneficia uma organização, desde a influência sobre os resultados finais até a satisfação das expectativas dos clientes.

Para desenvolver seu relatório, a Interbrand examina os três aspectos-chave que contribuem para o valor da marca:

· O desempenho financeiro dos produtos ou serviços da marca.

· O papel que a marca desempenha ao influenciar a escolha do consumidor

· O poder que a marca possui para comandar um preço premium, ou garantir os lucros da companhia.

PANORAMA 2012

Apesar do cenário de incerteza da economia global, as 100 marcas mais valiosas deste ano mostraram-se superiores ao assegurar sua posição no mercado e proporcionar experiências mais pessoais e mais ricas aos seus clientes – em todas as geografias e plataformas.

"À medida que a competição global aumenta e muitas vantagens competitivas, como a tecnologia, tornam-se menos duráveis, o valor da contribuição da marca para os acionistas vai continuar crescendo", afirmou Jez Frampton, Global CEO da Interbrand, "As 100 melhores marcas do mundo estão na liderança porque ouvem os seus clientes, funcionários, e investidores do mesmo modo e proporcionam uma experiência de marca uniforme e holística através de uma gama de pontos de contato, em constante desenvolvimento."

SERVIÇOS FINANCEIROS

As marcas de Serviços Financeiros continuam a sentir o impacto da retração econômica global. Eventos recentes, tais como o escândalo da Libor, mancharam a reputação das marcas líderes como Credit Suisse – que caiu 5% em valor de marca e foi classificada como nº95. Existem razões para otimismo sobre o futuro desse setor, entretanto: cinco das 12 marcas de serviços financeiros do relatório deste ano aumentaram em valor de marca incluindo American Express (nº24), Morgan Stanley (nº54), AXA (nº58), Allianz (nº62), e Visa (nº74). MasterCard (nº94) foi o novo participante do relatório deste ano, uma indicação de que sua campanha "Não Tem Preço" continua bem sucedida em construir uma conexão mais forte entre a marca e sua crescente base de clientes.

Consulte a lista das 100 maiores marcas globais + valiosas no site www.interbrands.com

agência mood3

A CCR CRESCE EM TODAS AS DIREÇÕES PARA QUE VOCÊ CHEGUE LÁ PELO CAMINHO QUE ESCOLHER.

RODOVIAS
TRANSPORTE DE PASSAGEIROS
AEROPORTOS

CCR. É POR AQUI QUE A GENTE CHEGA LÁ.

O Grupo CCR vem crescendo cada vez mais e hoje é um dos maiores do mundo em concessão de infraestrutura. Além da excelência na administração de estradas, a CCR atua também no transporte de passageiros, com a Linha 4 de metrô em São Paulo e com a CCR Barcas no Rio de Janeiro, em inspeção veicular ambiental, operação eletrônica de pagamentos e, agora, também em aeroportos. Uma expansão com o compromisso CCR de desenvolvimento socioeconômico e ambiental das regiões onde atua. Hoje, e cada dia mais, é por aqui que a gente chega lá.

CCR

Ponte NovaDutra ViaLagos RodoNorte AutoBAn ViaOeste RodoAnel Renovias ViaQuatro STP Controlar Actua Engelog EngelogTec SPVias Samm Barcas

www.grupoccr.com.br

Brasil e Hungria, o começo de uma bela amizade.

*Csaba Szíjjártó**

Apesar da considerável distância geográfica, a Hungria, país de dimensão média da União Européia e o Brasil, gigante da América do Sul fazem trajetórias cada vez mais próximas. A Hungria é membro da União Européia, parceira estratégica e um dos mercados mais importantes do Brasil. O Brasil é membro do G20, ator global da política mundial e a sexta maior economia do mundo. Um fator incontornável para qualquer país em busca de novas oportunidades.

Há dois anos, a estratégia de política externa da Hungria orbita em torno da diversificação das relações, principalmente com os mercados emergentes. Neste contexto, o Brasil tem importância especial.

Entre os países do BRICS, é com o Brasil que a Hungria partilha mais valores em comum: a democracia estável, a transparência do sistema político, a civilização ocidental alicerçada na cultura cristã. Partilha, ainda, uma comunidade de origem

“O futuro de qualquer país passa pela formação das novas gerações e pelo fortalecimento das suas capacidades de inovação.”

húngara, de sensivelmente cem mil pessoas que sempre tem atuado como catalisador das relações bilaterais.

As bases históricas são, sem dúvida, suficientemente sólidas para suportarem uma estrutura comum mais robusta, apoiada no comércio, nos investimentos, na tecnologia e na cooperação científica.

Do ponto de vista econômico, o fluxo de comércio bilateral em termos absolutos é pouco expressivo. O Brasil, após o México, é o segundo maior parceiro comercial da Hungria na América Latina, mas o volume de negócios (400 milhões de USD) fica ainda muito aquém do potencial de ambos os países. Em 2011, as exportações húngaras cresceram em 55%, as importações registraram um aumento de 29%. A Hungria é o 15º maior fornecedor do Brasil e o 18º mercado para produtos brasileiros entre os países da UE.

Possibilidades de expansão não faltam. Do lado húngaro, há várias empresas com perspectivas de transferência tecnológica em áreas como a agricultura, a indústria de alimentos, as indústrias criativas, a biotecnologia, a indústria da saúde, as energias renováveis, as infraestruturas para o tratamento das águas residuais e a indústria de transporte. Para as empresas brasileiras, a Hungria, com posição estratégica na Europa Central, também proporciona excelentes oportunidades de negócios. Além de ser uma base conveniente para atuação em mercados vizinhos e até um pouco mais distantes, como, por exemplo, o Oriente Médio, a Hungria se caracteriza pela abundância de mão-de-obra qualificada, pelo baixo custo de produção e por um ambiente de negócios cada vez mais desburocratizado.

Nos últimos meses, devido ao empenho das administrações de ambos os lados, a identificação das oportunidades foi seguida de passos promissores.

Em novembro de 2011, um novo Escritório Comercial e Consular da Embaixada da Hungria foi aberto em São Paulo. Desde então, multiplicaram-se os encontros de alto nível, trazendo resultados tangíveis. A partir do próximo ano letivo, algumas universidades húngaras serão, previsivelmente, integradas no programa Ciência sem fronteiras, permitindo que uma parte da formação acadêmica de estudantes brasileiros seja realizada nos melhores estabelecimentos de ensino superior da Hungria. Ao nível da cooperação científica, a decisão da Academia Húngara de Ciências de que, em 2013, o Fórum Mundial da Ciência, até agora sempre hospedado em Budapeste, será organizado no Rio de Janeiro, dará, com todo mérito, grande visibilidade à ciência brasileira.

O futuro de qualquer país passa pela formação das novas gerações e pelo fortalecimento das suas capacidades de inovação. No quadro atual, o dinamismo do desenvolvimento brasileiro e a força da inovação húngara podem marcar o começo de uma bela amizade.

**** Embaixador da Hungria no Brasil.***

Os desafios do setor financeiro no agribusiness brasileiro.

*Ademiro Vian**

O Brasil conta com um dos mais competitivos setores de agronegócio do mundo, ao lado de um sistema bancário que se tornou referência internacional de qualidade e eficiência. Ambos superaram crises e cresceram nesse processo.

No entanto, a política agrícola brasileira atual deixa a desejar. Resume-se a um complexo e oneroso sistema de financiamento, com linhas de crédito conflitantes, desconexas e sem objetivo claramente definido.

Somente no período de janeiro de 2004 a abril de 2012, o Congresso Nacional aprovou quatro leis sobre o crédito rural e o Conselho Monetário Nacional (CMN) editou mais 335 resoluções. Somam-se a isso, as inúmeras circulares, cartas-circulares e comunicados editados pelo Banco Central do Brasil, tratando basicamente de renegociação das dívidas rurais e de questões burocráticas na concessão de crédito.

Além do excesso de normas e regulamentações, há um ponto crucial na questão do financiamento agrícola, que é a dependência de recursos baseados nos depósitos à vista dos bancos. Hoje, tais recursos constituem-se na maior fonte de que o governo dispõe para financiar o custeio e a comercialização, respondendo por aproximadamente 20% das necessidades de recursos de uma safra de grãos, que gira em torno de R$ 165 bilhões (correspondente à safra de 2012/2013). Os bancos aplicam 34% da média diária dos depósitos à vista em crédito rural, com taxas de juros fixas (período da safra 2012-2013) de no máximo 5,5% ao ano, enquanto a taxa de referência, a Selic, está em 7,25% a.a.

Os recursos dos depósitos à vista são, entretanto, uma fonte de recursos cediça, sujeita às vicissitudes da política monetária, às variações da inflação e dependente das políticas de gerenciamento dos depósitos aplicadas pelas instituições financeiras.

Este quadro faz com que, na prática, a relação entre o sistema financeiro e o agronegócio fique restrita ao mero provimento de recursos direcionados, originários do público que deposita seus recursos

nos bancos e estes repassam aos produtores rurais, cooperativas e agroindústrias numa relação mecânica e estática, fechada a inovações e aprimoramentos. Resultado: insuficiência de recursos, limitações nos valores financiados, incertezas quanto aos montantes disponibilizados, atrasos na liberação de financiamentos - só para citar as principais distorções geradas por este modelo.

O mundo de hoje, porém, requer uma integração efetiva entre o agribusiness e o sistema financeiro, mais orgânica e dinâmica, que não esteja sustentada em um modelo de política agrícola baseado no crédito subsidiado para os produtores e agroindústrias, imaginando-se que com custos financeiros baixos o produtor aumenta a renda. De fato, o que aumenta a renda é a garantia do preço de venda do produto, condições de comercialização propícias – inclusive com melhorias efetivas na infraestrutura e logística (armazenagem, estradas, ferrovias, hidrovias, portos), cujos custos incidem diretamente na renda do produtor, assim como mecanismos de *hedge* que propiciem uma comercialização favorável.

Neste sentido, as tentativas pioneiras de criação de instrumentos de mercado para administrar de forma mais eficiente o financiamento e a comercialização, como a criação do CM-G – Certificado de Mercadoria com Emissão Garantida em 1993, que levou o Banco Central do Brasil (BCB) e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) a regulamentar os Fundos de Investimento em Commodities (FIC), assim como a posterior criação da CPR – Cédula de Produto Rural, inspirada no CM-G e no contrato de futuros da BM&F e a criação, em 2004 dos títulos CDCA, LCA e CRA são passos tão grandes para o setor quanto os primeiros passos dados em 1965 quando o crédito rural foi institucionalizado. Em menos de uma década de existência, tais títulos já totalizam cerca de R$ 300 bilhões e representam um porto seguro e rentável para o investidor.

Trata-se de um nicho de mercado interessante para as instituições financeiras e que desponta como um instrumento massivo de captação de recursos e distribuição de renda, pois capta e empresta a custos menores do que os de mercado, enquanto remunera com conforto os investidores, em um ambiente, nacional e internacional, no qual se busca investimentos mais seguros e sólidos.

Tais passos podem parecer pequenos para um mercado que já representa mais de 35% do PIB nacional, mas estimulam uma mudança de postura do poder público frente à produção agroindustrial, assim como provoca mudança cultural no bojo do agronegócio e do mercado financeiro brasileiro, tradicionalmente distantes um do outro, e muitas vezes vistos como antagonistas, ao invés de aliados.

** Professor da Fundação Getúlio Vargas e diretor-adjunto da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN. Na FEBRABAN, responde pelas áreas de produtos financeiros, crédito, tributação e contabilidade. Atualmente também ministra os cursos de Crédito Rural e Agronegócio da FEBRABAN, e de Negócios Bancários da FAAP. É membro do Conselho de Administração do IPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis Atuarias e Financeiras e do Conselho Fiscal do Sebrae/SP.*

Ministro da Fazenda Guido Mantega estima que o Brasil cresça 4% em 2013.

A expectativa de crescimento da economia brasileira para 2013 é de 4%, segundo o ministro da Fazenda, Guido Mantega. O objetivo para o ano que vem é garantir expansão e acelerar o crescimento da economia. Isso será possível com o aumento de 8% e 10% de investimento, em relação a 2012. "Estamos, neste segundo semestre, acelerando o crescimento da economia brasileira para que possamos viabilizar em 2013 um crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) acima de 4%", disse Mantega. A previsão dos analistas do mercado permaneceu em 4% de expansão, para o ano que vem.

Para ele, as medidas anticíclicas que estão sendo adotadas pelo governo não ameaçam a solidez fiscal do país. Essas ações, como a redução dos juros (Selic), desoneração da folha de pagamentos para 15 setores produtivos, redução das alíquotas do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI) para automóveis e linha branca, foram adotadas em 2009, após a crise financeira mundial de 2008, para manter o nível de investimentos. "O consumo de carros, eletrônicos, material de construção, tudo isso aumentou e nós ainda não conseguimos motivar o investimento".

O governo ainda vem tomando uma série de medidas de estímulos à atividade econômica, visando à redução dos custos e o aumento do crédito no país. Dentro da estratégia, está a redução dos custos de energia por meio da renovação das concessões do setor elétrico. A perspectiva é que, a partir de fevereiro de 2013, essa despesa tende a cair e, segundo o ministro, tudo será feito de acordo com as regras. Muitas empresas, no entanto, têm mostrado resistência para renovar suas concessões sob os termos colocados pelo governo, ameaçando o objetivo de reduzir a conta de luz no próximo ano.

INFLAÇÃO – depois que o governo anunciou medidas para diminuir as tarifas de energia, o mercado elevou a projeção para a inflação neste ano, mas reduziu a expectativa para 2013, indicou a pesquisa Focus, do Banco Central. O documento é fruto de pesquisa com mais de 100 instituições financeiras. A expectativa para a inflação no ano que vem dos analistas consultados foi reduzida a 5,50%, ante 5,54 % por cento na semana anterior. O aumento dos salários, a escalada dos preços dos alimentos e o câmbio estão entre os fatores que mais devem elevar a inflação em 2013.

Para Mantega, a inflação está dentro da meta estipulada pelo governo. "A meta tem um centro e possui uma margem para oscilar, tanto para cima quanto para baixo. A seca nos Estados Unidos elevou o preço do milho e da soja, internacionalmente. A soja brasileira ficou até 40% mais cara. É um produto consumido pelos animais. Então o preço do frango, da carne, também subiu. Mas esse choque é temporário, porque o próprio Brasil já está reagindo, aproveitando essa seca. Expandimos a nossa fronteira".

TAXA DE JUROS – a previsão do mercado para os juros no próximo ano é de 8% e, até o fim do ano, a expectativa é que os juros não devem cair, permanecendo no atual patamar de 7,5%. Pelo sistema de metas de inflação, que vigora no Brasil, o BC tem de calibrar os juros para atingir as metas pré-estabelecidas, tendo por base o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Para 2012, 2013 e 2014, a meta central de inflação é de 4,5%, com um intervalo de tolerância de dois pontos percentuais para cima ou para baixo. Deste modo, o IPCA pode ficar entre 2,5% e 6,5% sem que a meta seja formalmente descumprida.

Câmbio, balança comercial e investimentos estrangeiros – na edição de outubro do relatório Focus, a projeção do mercado financeiro para a taxa de câmbio até o final de 2013 é de R$ 2 por dólar, mesmo valor até o fim do ano. No que diz respeito ao superávit da balança comercial (exportações menos importações), a previsão para 2013 para o saldo positivo da balança comercial brasileira caiu de US$ 14,48 bilhões para US$ 14,20 bilhões. Para 2012, a projeção de entrada de investimentos no Brasil avançou de US$ 56 bilhões para US$ 57 bilhões. Para 2013, a estimativa dos analistas para o aporte de investimentos estrangeiros subiu de US$ 59 bilhões para US$ 60 bilhões na última semana.

Uma luz na competitividade.

*Paulo Skaf **

A Medida Provisória 579 do Governo Federal, que estabelece redução média de 20,2% das contas de energia elétrica dos brasileiros, é uma luz no buraco negro da competitividade do país, somando-se a outros avanços recentes como a queda dos juros, a revisão do câmbio, as desonerações tributárias e o pacote de obras de logística e transporte em regime de parceria público-privada. A eletricidade mais barata terá impacto positivo em toda a economia, contribuindo para a queda da inflação e redistribuindo renda.

Foi exatamente pela consciência sobre o amplo significado dessa medida que a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) lançou, no ano passado, a campanha "Energia a Preço Justo". Mobilizamo-nos na mídia, participamos de audiências públicas sobre o tema, sensibilizamos o Poder Legislativo, dialogamos com o governo e ingressamos com representação no Tribunal de Contas da União - TCU, no qual questionamos as razões que mantinham o preço alto.

Os motivos de termos 80% de nossa matriz energética em hidrelétricas, a forma mais barata de produzir energia, e a terceira conta de luz mais cara do mundo eram absolutamente equivocados e inaceitáveis. Os brasileiros estavam bancando indevidamente, todos os meses, a parcela relativa aos investimentos feitos na construção das usinas. Isso, contudo, já havia sido pago há muitos anos. Hoje, as geradoras vendem o megawatt-hora por 90 reais, mas segundo os estudos da Fiesp, pelo menos 70 reais representam amortizações já pagas há muito tempo.

As concessionárias que decidirem manter o preço atual terão de disputar os leilões a partir de 2015; as que quiserem antecipar para 2013 a redução farão uma espécie de contrato de prestação de serviços. O mais importante é que o barateamento das contas de luz seja efetivado, e para todos os brasileiros, já no próximo ano. E que, nesse barateamento, se atinja o preço justo.

Por isso é que nós continuaremos acompanhando a medida e o modelo adotado, que tem que ser realizado com transparência. Mesmo que algumas empresas queiram manter os preços até 2015, o barateamento será viável, pois o Sistema Eletrobrás já aderiu, e ele representa 60% da geração e 80% da transmissão da energia elétrica no país. Outras companhias estão avaliando a medida, e não escondem seu descontentamento com ela. Contudo, é melhor desagradar alguns poucos para beneficiar 190 milhões de pessoas. Ainda nas contas da Fiesp, o preço justo da energia injetará R$ 24 bilhões ao ano na economia, ou R$ 720 bilhões no bolso de todos os brasileiros em 30 anos, prazo médio de uma concessão elétrica.

Por todas essas razões, a MP 579 foi uma conquista da sociedade, capitaneada pela Fiesp. Em nossa campanha, colhemos milhares de assinaturas, dando visibilidade a uma questão que passaria despercebida. Parecia haver um acordo tácito para se prorrogar novamente as concessões, à revelia de nossa Constituição, sem redução de preços. Fizemos a nossa parte, chamando a atenção para algo que seria muito danoso ao país. A presidenta Dilma Rousseff, uma profunda conhecedora da matéria, acabou fazendo o que é certo. Agora, é efetivar os descontos na conta de luz de todos os brasileiros a partir de janeiro de 2013.

** Presidente da Federação e do Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp/Ciesp).*

ERNST & YOUNG TERCO
Quality In Everything We Do

Demonstrações financeiras: para que complicar?

A Ernst & Young Terco é referência em IFRS no Brasil e pode ajudar a sua empresa na aplicação das normas internacionais de contabilidade.

Faça um tour e conheça o estudo Análises sobre o IFRS no Brasil 2012.

Fale com:

Sergio Romani
Líder de Auditoria
☎ 11 3054 0307

Fernando Magalhães
Líder de Financial Accounting Advisory Services
☎ 11 3054 0304

ey.com.br/guia_ifrs

Trabalhe conosco: ey.com.br/carreiras

- Auditoria
- Consultoria
- Impostos
- Transações

Rio2016
APOIADOR OFICIAL

TM Rio 2016

© 2012 EYGM Limited. Todos os direitos reservados.

Shopping, um mercado que só cresce.

Crédito facilitado, aumento de emprego formal e ascensão da classe C são alguns dos fatores que impulsionaram a indústria de shoppings center no país. O resultado também é reflexo do bom desempenho que a economia brasileira vem registrando nos últimos anos, bem como a maneira que o Brasil tem se saído positivamente em meio às crises econômicas mundiais.

Desde o final dos anos 1990, os shoppings centers no Brasil ganharam novos espaços, inclusive com luz natural e lojas abertas para jardins, com design e tecnologia de ponta, tudo isso para se adequarem à demanda crescente. Isso porque os empreendimentos são vistos como um lugar mais seguro, divertido, práticos e agradáveis, se comparados às compras na rua, por exemplo. Todos esses atrativos aumentaram a frequência nos shoppings, que entraram na lista de preferência dos brasileiros em se tratando de compras e lazer.

Com todos esses fatores favoráveis, a indústria de shopping centers se tornou uma grande propulsora de desenvolvimento, promovendo o crescimento urbano, valorização imobiliária, aprimoramento do comércio local e, consequentemente, gerando empregos. Hoje no Brasil são 442 centros de compras. Todos os shoppings em operação até o final de 2011 empregavam mais de 775 mil pessoas.

Já consolidados no mercado do país, os números são expressivos. Dados da Associação Brasileira de shopping centers (ABRASCE) apontam que até o final de 2012 a previsão de aumento nas vendas fica por volta de 12%, sendo que 31 shoppings devem ser inaugurados no ano, dos quais doze já foram abertos ao público, e mais de 40 novos *malls* devem ser abertos até o final de 2013.

Em 2011 foram inaugurados 22 malls em grandes capitais e nas cidades do interior do país, que somaram mais de 560 mil m². Com uma média mensal de 376 milhões de visitas/mês, os shopping centers brasileiros

Anunciados para 2013

	Shopping	Cidade	UF	ABL	Inauguração prevista
1	Pátio Alcântara	São Gonçalo	RJ	7.616	15/03/2013
2	Shopping Pátio Marabá	Marabá	PA	32.538	28/03/2013
3	Pátio Batel	Curitiba	PR	29.700	01/03/2013
4	Serra Sul Shopping	Pouso Alegre	MG	23.325	mar/13
5	Boulevard Londrina Shopping	Londrina	PR	47.800	mar/13
6	Parnaíba Shopping	Parnaíba	PI	9.050	01/04/2013
7	Shopping Pelotas	Pelotas	RS	23.169	01/04/2013
8	Shopping Juazeiro	Juazeiro do Norte	CE	13.389	01/04/2013
9	Vitória Park Shopping	Goiânia	GO	18.900	13/04/2013
10	Metropolitan Garden	Betim	MG	53.368	15/04/2013
11	Shopping Pátio Pinda	Pindamonhangaba	SP	23.000	15/04/2013
12	Shopping Bosque dos Ipês	Campo Grande	MS	37.700	25/04/2013
13	Shopping Cidade Morena	Campo Grande	MS	24.000	abr/13
14	Shopping Parangaba	Fortaleza	CE	31.907	abr/13
15	Mangabeira Shopping	João Pessoa	PB	18.000	abr/13
16	Monte Carmo Shopping	Betim	MG	40.000	abr/13
17	Golden Square Shopping Center	S.B do Campo	SP	31.000	abr/13
18	Shopping Center Iguatemi Ribeirão Preto	Ribeirão Preto	SP	41.116	abr/13
19	Shopping Nações Limeira	Limeira	SP	26.026	abr/13
20	Shopping Gravataí	Gravataí	RS	23.500	abr/13
21	Shopping Pátio Mogi	Mogi-Mirim	SP	21.943	01/06/2013
22	Parque Shopping Sulacap	Rio de Janeiro	RJ	29.932	15/06/2013
23	Catarina Fashion Outlet Shopping	São Roque	SP	24.084	1º Semestre-13
24	Shopping Ponta Negra	Manaus	AM	37.000	1º Semestre-13
25	Venda Nova Shopping	Belo Horizonte	MG	11.899	15/07/2013
26	Passeio das Águas Shopping	Goiânia	GO	78.100	01/08/2013
27	Shopping Iguatemi Esplanada	Votorantim	SP	43.853	10/09/2013
28	Shopping Nova 25 de Março	São Paulo	SP	90.000	10/09/2013
29	Praça Rio Grande Shopping Center	Rio Grande	RS	25.000	12/09/2013
30	Shopping Cidade Sorocaba	Sorocaba	SP	35.700	set/13
31	Shopping Center Nações Três Lagoas	Três Lagoas	MS	16.000	set/13
32	Shopping Metropolitano Barra	Rio de Janeiro	RJ	44.000	15/10/2013
33	Itaboraí Plaza	Itaboraí	RJ	23.485	out/13
34	Parque Shopping Maceió	Maceió	AL	36.092	out/13
35	Tietê Plaza Shopping	São Paulo	SP	36.000	out/13
36	North Shopping Parangaba	Fortaleza	CE	33.000	out/13
37	Pátio Cianê Shopping	Sorocaba	SP	27.000	out/13
38	Catuaí Shopping Cascavel	Cascavel	PR	30.000	15/11/2013
39	Park Lagos	Cabo Frio	RJ	27.500	nov/13
40	Unique Shopping Açailândia	Açailândia	MA	14.173	nov/13
41	Shopping Bosque Grã-Pará	Belém	PA	48.000	nov/13
42	São Paulo Prime Outlets	Araçariguama	SP	22.000	2º Semestre-13
43	Cidade Jardim Shops	São Paulo	SP	5.245	2º Semestre-13
44	Boulevard Lages Shopping	Lages	SC	30.673	31/09/2013
45	Shopping Contagem	Contagem	MG	33.702	4º Trimestre-13
46	Shopping Moxuara	Cariacica	ES	29.000	dez/13
47	Shopping Sumaré	Sumaré	SP	27.674	2014
47				1.437.459	

atingiram a marca de R$ 108 bilhões em faturamento no último ano, ante os R$ 91 bilhões de 2010, um aumento de 18,6% no período, segundo dados da Abrasce.

O mercado de shopping centers é responsável por 18,3% do varejo nacional e por 2,7% do PIB. Esses números comprovam a importância do setor, que

"O mercado de Shopping Centers é responsável por 18,3% do varejo nacional e por 2,7% do PIB."

entre 2006 e 2008 cresceu 28%. Esses resultados são reflexos também de ações como os investimentos de grupos internacionais no mercado nacional, abertura de capital na Bolsa de Valores e excelente gestão de seus administradores.

Para a cidade que ganha um novo shopping, os benefícios também são enormes. Investimentos, geração de empregos e valorização imobiliária são alguns deles. Entre os principais itens avaliados para saber se um município tem potencial para a construção de um novo empreendimento, estão o tamanho e a capacidade de compra da população da região.

Podemos citar o município de Parauapebas, no interior do Pará, onde se concentram investimentos da Vale e de empresas que prestam serviços para a mineradora. No ano passado, foi inaugurado o Unique, com 126 lojas. A administradora do shopping, Urbia, já possui planos de expansão para 2013, devido à expectativa de visitantes.

Para as empresas que atuam nesse setor, os resultados também são grandiosos. É o caso da Multiplan, uma das maiores empresas de shoppings center do país. Segundo o balanço divulgado em novembro de 2012, o IBITDA consolidado aumentou 19,4% no terceiro trimestre de 2012 ante o mesmo período do ano anterior, alcançando R$ 133,2 milhões. O lucro líquido no terceiro trimestre do ano foi de R$ 72 milhões, alta de 10,3% se comparado ao mesmo período de 2012.

Inovar é fazer a diferença.

*Rafael Veras**

Uma análise mais aprofundada dos maiores eventos econômicos da civilização mercantilizada evidencia o papel de destaque que o tema inovação sempre teve na criação de vantagens competitivas em qualquer lugar do planeta. Hoje, mais do que nunca, as organizações continuam se propondo a destacar seus produtos frente a um cenário de constante busca pela diferenciação. Pensar a inovação não é uma coisa tão fácil quanto parece, requer dedicação contínua ao desenvolvimento de ambientes que sejam mais propícios ao surgimento da inovação e da competitividade. Nem todos conseguem, mas quem persegue com certa dose de determinação e persistência não terá razões para se arrepender.

Muito pelo contrário, há uma nova e evidente realidade sociocultural ávida por realizar seus sonhos, não apenas por ter hoje acesso a um nível de renda que dá acesso a bens de consumo até então inatingíveis, mas porque esses bens têm, da mesma forma, aproximado do público tecnologias desejadas e cada vez mais baratas.

TV LED ou LCD, câmeras digitais, celulares, iPad, iPod, impressoras: a nova classe média tem hoje à disposição equipamentos de boa qualidade e padrão internacional por preços mais acessíveis para pagamento à vista ou crediário a perder de vista. Os preços estão menores e os produtos oferecem hoje

“Há muito o que aprender com esse novo contingente de consumidores, mas a primeira lição é que inovar nunca foi tão importante para fazer a diferença. É hora de inovar e apostar nesse diferencial para não se arrepender depois.”

tecnologias cada vez melhores. No que se refere a produtos eletrônicos, sonho de consumo de dez em cada dez consumidores da nova classe média, os preços têm caído por uma série de razões, que vão desde o barateamento dos componentes, decorrente da massificação, até a maior concorrência, maior nível de nacionalização (com manufatura local) e estabilização da economia e do câmbio frente ao real, entre outros aspectos. Hoje não há mais um único setor produtor de bens de consumo que atue sozinho em seu segmento como acontecia no passado.

Esse contexto, aliado ao aumento da renda e um nível de confiança muito alto na economia nacional, favorece em muito o fortalecimento do mercado de consumo que, entre outros fatores, ajuda a deslocar o país da nuvem de pessimismo global que tem contaminado as economias do hemisfério norte ao longo dos últimos meses. No contraponto do ambiente recessivo que se estabeleceu na Europa e nos Estados Unidos nos últimos anos em decorrência de circunstâncias inteiramente diferentes, o mercado brasileiro segue aberto ao consumo e, em especial, aquele formado por uma nova classe média que lutou muito para conquistar essa mobilidade social – e até por esse motivo valoriza cada centavo do dinheiro que vai gastar e não abre mão de qualidade e inovação.

Os fatores de influência podem ser muitos, mas o fato é que nos últimos dez anos mais de 38 milhões de pessoas ingressaram no mercado de consumo no Brasil, ampliando em cerca de 53% a chamada classe C em todo o território nacional. Com esse crescimento, essa nova classe de consumo chega hoje a mais de 104 milhões de pessoas em todo o país, de acordo com os dados da última Pesquisa de Amostra Domiciliar (Pnad), realizada pelo IBGE.

Se os números já são grandiosos o suficiente para dar uma ideia do tamanho das oportunidades que se apresentam para quem desenvolve produtos de consumo agora mais acessíveis ao bolso do trabalhador, vale lembrar que as projeções futuras são ainda mais promissoras apontando uma expansão continuada que formará um contingente de 118 milhões de pessoas nessa classe de consumo até 2014, considerando as atuais taxas de crescimento.

Há muito o que aprender com esse novo contingente de consumidores, mas a primeira lição é que inovar nunca foi tão importante para fazer a diferença. É hora de inovar e apostar nesse diferencial para não se arrepender depois.

** Diretor de Comunicação da Xerox do Brasil.*

Desenvolvimento e Saúde.

*Carlos Augusto Grabois Gadelha**

É crescente a vulnerabilidade dos sistemas universais de saúde pelas condições concretas de dificuldade de incorporação de tecnologias essenciais para a promoção, a prevenção e a atenção à saúde. O progresso técnico, reconhecido como base do desenvolvimento desde Adam Smith, Marx e Schumpeter e todos os pensadores estruturalistas, como Celso Furtado, traz, simultaneamente, o risco de cindir a sociedade e acirrar a desigualdade entre os que têm e os que não têm acesso às novas tecnologias.

Esse contexto histórico aponta para a necessidade de recuperação de uma abordagem estruturalista e de economia política para a construção de uma nova agenda, que articule desenvolvimento e saúde de modo mais complexo e abrangente e que permita atualizar os grandes objetivos da reforma sanitária brasileira, que inscreve a saúde como direito na Constituição de 1988, no cenário de uma globalização fortemente assimétrica, de revolução tecnológica e de (re)colocação da situação de dependência no campo da saúde.

É como se tivéssemos chegado a um limite em que o país enfrenta os novos e velhos fatores que reproduzem um círculo vicioso entre iniquidade e dependência tecnológica em saúde. A dimensão econômica e a dimensão da saúde como direito são interdependentes e sua integração faz parte de uma nova visão e de uma nova política.

A associação entre saúde e desenvolvimento pela via linear de sua contribuição para o "capital humano" e para a "produtividade" geral da economia embute dois riscos. Existe a possibilidade de aparecerem estudos com "evidências" estatísticas de que a saúde não seja tão funcional assim para o crescimento econômico, como de fato ocorreu em parte da literatura do início deste século. E se os países pudessem crescer - como os casos da China ou da Índia ilustram - com condições sanitárias perversas? O direito à saúde perderia legitimidade?

O segundo risco, também grave, é de que se passe a ver o processo de desenvolvimento como suave, sem conflitos, sem mudanças estruturais, bastando que aos esforços do investimento em capital físico se acrescente um esforço no investimento social e na saúde, em particular, não fazendo sentido pensar em assimetrias estruturais e em dependência tecnológica.

Todavia, relatório produzido pela Organização Mundial de Saúde (Macroeconomia e saúde: investindo na saúde para o desenvolvimento econômico/2001) deixou os comprometidos com a saúde quase em estado de euforia, mesmo com os riscos apontados. Enfatiza que a saúde é um fim em si e, além disso, é um fator favorável ao desenvolvimento econômico. Neste aspecto, ressalta, sobretudo, regiões com condições de saúde explosivas, como a epidemia de Aids na África Subsaariana, indicando que a carga de doenças relacionadas a essa doença é de tal envergadura que limita qualquer possibilidade de crescimento econômico e de desenvolvimento.

Essa percepção é seguida em diversos outros trabalhos com foco especial na África Subsaariana, voltando a enfatizar a questão do impacto da Aids na economia, como se a região fosse desenvolvida antes dessa doença ou tivesse alguma trajetória de desenvolvimento abortada. Com relação à questão tecnológica, limitam-se a propor a utilização de tecnologias de baixo custo e complexidade para o combate a doenças de alto impacto epidemiológico.

A relação entre saúde e desenvolvimento acaba reduzida à visão de que a saúde requer apoio por ser elemento inerente às políticas sociais básicas, que também gera efeito indireto sobre o crescimento econômico, decorrente apenas de sua dimensão social, implicando a melhoria das condições de vida dos trabalhadores e do ambiente geral para investimentos.

A agenda estrutural que envolve o padrão nacional de desenvolvimento, a concentração regional e pessoal da renda e a fragilidade de nossa base produtiva em saúde ficam completamente subsumidas nessa agenda "genérica" extremamente empobrecedora.

É preciso repensar a agenda, privilegiando os fatores histórico-estruturais que caracterizam nossa sociedade - o passado escravista e colonial e a conformação de uma sociedade desigual - e nossa inserção internacional e sua relação com uma difusão extremamente assimétrica do progresso técnico e, nos termos atuais, do conhecimento e do aprendizado, dissociados das necessidades locais.

É nesse campo que se dá o corte entre uma visão liberal e o pensamento desenvolvimentista. O tema saúde e desenvolvimento deve ser trabalhado a partir das necessidades de mudanças estruturais profundas em nossa sociedade. Torna-se relevante e diferenciadora a necessidade de uma economia política da saúde.

A agenda de saúde tem que sair de uma discussão intrínseca, insulada e intrassetorial e entrar na discussão do padrão do desenvolvimento brasileiro. Ou seja, implica pensar sua conexão estrutural com o desenvolvimento econômico, a equidade, a sustentabilidade ambiental e a mobilização política. A saúde se torna, assim, parte endógena da discussão de um modelo de desenvolvimento.

É nessa perspectiva analítica que se coloca a capacidade de aprendizado e de inovação em âmbito produtivo como fatores críticos para o desenvolvimento. Não se trata de discutir inovação porque é moderno ou porque as empresas que lideram o mercado mundial são intensivas em conhecimento e inovação. O que se discute é a dinâmica e os rumos de um novo padrão de desenvolvimento, remetendo para pensarmos qual padrão tecnológico e quais rumos e necessidades de transformação na base produtiva uma sociedade dinâmica e menos desigual requer.

O avanço do país no desenvolvimento com equidade envolve uma grande diferenciação do sistema produtivo (o que caracteriza a inovação) e uma forte expansão do mercado interno de massa, incorporando segmentos enormes da população. É certo que essa base nacional pode ser uma alavanca para as exportações. Todavia, é necessário colocar essas dimensões em seu devido lugar - caso contrário, continuaremos repetindo que outros países emergentes devem vistos como modelo por possuírem indústrias competitivas e exportadoras na saúde, tendo, como detalhe, um povo pobre e uma sociedade excludente e um sistema de saúde muito inferior ao brasileiro. Definitivamente, ou a inovação está incorporada à mudança do padrão de desenvolvimento ou perde o sentido.

É nessa dimensão que se coloca o tema do complexo econômico-industrial da saúde (sistema produtivo farmacêutico, de equipamentos e materiais e de serviços de saúde), assumido nas estratégias recentes de política de desenvolvimento e consolidando-se com o aparato normativo do Brasil Maior.

O que se aponta é a necessidade de uma mudança profunda na estrutura econômica, que permita, mediante intenso processo de inovação, adensar o tecido produtivo e direcioná-lo para compatibilizar a estrutura de oferta com a demanda social de saúde.

A saúde possui dupla dimensão na sua relação com o desenvolvimento. É parte do sistema de proteção social, constituindo um direito de cidadania. E a base produtiva em saúde - de bens e serviços - constitui um conjunto de setores que geram crescimento e têm participação expressiva no PIB e no emprego formal (respectivamente, em torno de 9% e de 10%), que podem representar uma diferenciação profunda da estrutura produtiva. Essa diferenciação, que representa enorme esforço de inovação, é fundamental para viabilizar o consumo social de massa de bens e serviços, contribuindo para dotar o país de uma base produtiva adequada para uma sociedade mais equânime.

Os anos 1990 foram uma tragédia para nossa base produtiva e de inovação em saúde. Na medida em que o acesso à saúde se amplia, nos tornamos mais dependentes nos segmentos de maior densidade de conhecimento, com o déficit comercial saltando do patamar de US$ 1 bilhão no final dos anos 1980 para mais de US$ 10 bilhões no presente, considerando fármacos, medicamentos, equipamentos, materiais e dispositivos médicos. Essa questão "econômica" é uma questão de saúde pública, ao tornar nossa política social estruturalmente vulnerável.

As ideias e políticas que permeiam a noção do complexo econômico-industrial da saúde constituem um esforço para costurar o elo saúde-desenvolvimento retomando uma perspectiva estruturalista contemporânea, que incorpora os dois grandes pontos frágeis de nosso modelo de desenvolvimento: uma estrutura produtiva pouco densa em conhecimento - agora a assimetria não é mais entre indústria e agricultura, mas entre atividades densas em conhecimento e atividades sem grande valor agregado - e um sistema econômico e social ainda desigual.

O desafio que se coloca para o aprofundamento da reforma sanitária em bases contemporâneas é o de pensar, articular e implementar os princípios constitucionais de universalização, de equidade e de integralidade do sistema de saúde com uma transformação profunda da base produtiva, tendo o complexo da saúde como um elo forte e estratégico da economia. Essa transformação implica elevar o peso dos segmentos produtivos de bens e serviços de saúde que atendem a demandas sociais e que incorporam um grande potencial de inovação e de transformação advindo das ciências da vida. Todos os paradigmas tecnológicos que marcam a nova assimetria global se expressam de modo importante na área da saúde, com destaque para a biotecnologia, a química fina, os novos materiais, a eletrônica e todo o conjunto de práticas médicas nos serviços em que a produção se realiza.

Com isso, supera-se o tratamento "insulado" e setorial da saúde e o debate (restrito) em torno de sua funcionalidade para o crescimento, inserindo a área de modo endógeno no debate político sobre o padrão de desenvolvimento desejado. Essa perspectiva pode implicar tanto a simplificação de diversas tecnologias utilizadas no sistema quanto sua complexificação. Para sermos coerentes com os princípios do Sistema Único de Saúde (SUS) e com os requerimentos dos novos paradigmas tecnológicos, a definição das tecnologias estratégicas para o país não pode permitir a segmentação entre práticas sofisticadas e adequadas para alguns e práticas "simples" para a maioria da população.

A saúde é a área mundial que concentra os maiores esforços em pesquisa e desenvolvimento, em conjunto com a área de defesa, respondendo isoladamente por cerca de 25% de toda despesa mundial com inovação. A questão geral que divide as nações entre o mundo desenvolvido e os "outros mundos" se expressa de forma arrebatadora na área da saúde, evidenciando que somos parte não autônoma de um determinado modelo histórico de desenvolvimento.

Articular saúde e desenvolvimento remete para a necessidade de pensar o padrão geral de desenvolvimento e como ele se expressa e se reproduz no âmbito da saúde. Isso não constitui perda de foco sobre o tema saúde. Reconhece-se, sim, que somos parte de um determinado sistema capitalista, num país tecnologicamente dependente e com uma estrutura social e econômica desigual e com fragilidades estruturais marcantes.

Com essa perspectiva, trata-se de assumir que as perspectivas de transformação nacional também existem e se refletem na saúde, tanto em sua dimensão política e social quanto em sua dimensão econômica. Mais ainda, no âmbito de um novo modelo de desenvolvimento, a saúde constitui uma das atividades em que é possível - se bem que não necessariamente - articular a busca de equidade social e regional com o dinamismo econômico a longo prazo, que caracterizam o processo de desenvolvimento de um ponto de vista substantivo.

Após a crise do padrão de desenvolvimento do pós-guerra, do fracasso das experiências neoliberais na política nacional e no contexto da crise financeira global, o momento se mostra adequado para um novo pacto político, social e econômico, retomando-se a perspectiva de se construir um Estado de bem-estar contemporâneo, que recupere antigas promessas e enfrente novos desafios. A política para o complexo econômico-industrial da saúde certamente faz parte dessa aposta.

Publicado em 21/9/2012, originalmente no jornal Valor Econômico.

**** Secretário de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos do Ministério da Saúde, ex-vice-presidente de Produção e Inovação da Fiocruz e coordenador do Grupo de Pesquisa sobre Complexo Industrial e Inovação em Saúde.***

Cresce no Brasil o número de fundos de ações voltados para as causas sociais.

Atualmente, a relação entre mercado financeiro e as práticas de responsabilidade social e ambiental das organizações é um ponto fundamental na estratégia competitiva. A adesão das empresas ao desenvolvimento sustentável, que equivale a um compromisso permanente com a integridade do meio ambiente e aos princípios da responsabilidade social, fez com que o mercado financeiro programasse mudanças institucionais, como indicadores, *ratings* e fundos de investimentos socialmente responsáveis.

O Índice Dow Jones de Sustentabilidade é um exemplo de indicador socioambiental criado em 1999 com objetivo de premiar as empresas que procuram aliar desenvolvimento com ecoeficiência e responsabilidade social. Com intuito de avaliar empréstimos e financiamentos, as instituições financeiras criaram *ratings* que foram incorporados aos riscos sociais e ambientais no mercado de capitais e de créditos.

Os fundos de investimento também se adaptaram a esse contexto. Os chamados Fundos de Investimentos Socialmente Responsáveis foram criados para atender investidores que consideram o risco sócioambiental relevante. O *Socially Responsible Investiment* (SRI) ou Investimento Socialmente Responsável é aquele que considera, além dos resultados financeiros para o investidor, considerações ambientais, práticas de responsabilidade social e padrões éticos para selecionar as empresas participantes dos fundos de investimento.

O conceito de responsabilidade corporativa pressupõe que a empresa não é somente um agente econômico, produtor de riqueza e gerador de lucros, mas também um agente social, com participação e influência sobre a comunidade - empregados e não empregados, e com atuação sobre o meio ambiente, tendo como objetivo não só o retorno aos acionistas mas também a geração de bem-estar social, desenvolvimento da comunidade onde atua, colaboração na preservação do meio ambiente e criação de condições de trabalho favoráveis.

A responsabilidade social empresarial capacita a empresa a crescer e permanecer no mercado, hoje globalizado e cada vez mais competitivo. A organização que assume seu papel de responsabilidade social estará contribuindo de forma decisiva para o desenvolvimento sustentável.

No Brasil, os aspectos socioambientais são uma tendência e uma prática em maturação no mercado financeiro. Um bom exemplo disso é o Fundo Itaú Excelência Social (FIES) do Banco Itaú. Criado em 2004, o Fundo aplica seus recursos em ações de empresas socialmente responsáveis. Visando contribuir para a melhoria da qualidade da educação no Brasil, o fundo destina 50% da sua taxa de administração a organizações não governamentais que atuam em três eixos: Educação Infantil, Educação para o Trabalho e Educação Ambiental. De 2004 até o final de 2012, o FIES terá destinado R$ 20 milhões a programas sociais de 116 ONGs, investindo na formação de mais de 22 mil crianças, adolescentes e jovens, além de 2 mil educadores. Nesse período também contribuiu para a criação de uma rede social, estimulando uma constante troca de conhecimento.

O Banco Santander foi o criador do 1° Fundo de Investimento Responsável da América Latina, o Fundo Ethical. O Fundo possibilita aos seus cotistas investir em ações de empresas que, além do tradicional potencial de valorização econômico-financeira, destaquem-se por sua postura com relação a seus acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, governo e sociedade, ou seja, em empresas que, acreditam na construção de um mundo mais sustentável, incorporando aspectos sociais, ambientais e de governança corporativa na sua estratégia de negócio.

terminais marítimos

Operamos dois terminas adjacentes no Porto do Rio de Janeiro, o Terminal de Contêineres MultiRio e o Terminal de Veículos MultiCar, ambos sob concessão da Cia Docas do Rio de Janeiro

portos secos

Localizados estrategicamente nas cidades do Rio de Janeiro, Resende e Juiz de Fora, recebemos carga importadas e a exportar sob diversos regimes aduaneiros

terminais aeroportuários*

Geograficamente localizado entre os principais aeroportos brasileiros, o Aeroporto Regional da Zona da Mata está equipado para decolagem e pouso dos maiores aviões cargueiros e de passageiros

logística integrada

Através da nossa rede integrada de portos marítimos, portos secos e terminais aeroportuários, oferecemos soluções customizadas de logística integrada

Usando tecnologia de ponta como: SAP R/3, Navis SPARCS e também software proprietário, oferecemos rastreamento em tempo real de toda a cadeia logística.

* Totalmente operacional até Junho 2011

MULTITERMINAIS
LOGÍSTICA INTEGRADA

Av. Nilo Peçanha 11 - Grupo 405
Rio de Janeiro, Brasil - 20.020-100
Tel +55 21 3095-6600
Fax +55 21 2262-9486

contato@multiterminais.com.br
www.multiterminais.com.br

ATS BRASIL

A NYSE Euronext, maior e mais influente bolsa de negociação do mundo, e a Americas Trading Group (ATG) anunciaram a criação da ATS Brasil, que será responsável pelo desenvolvimento de uma central de liquidez para o mercado brasileiro de ações. O presidente da ATG, Fernando Cohen, afirma que a entrada da ATS Brasil vai impactar positivamente o mercado acionário local, pois contribuirá para a ampliação do leque de produtos e serviços para os investidores. Segundo ele, inicialmente a ATS Brasil pretende operar no modelo conhecido como "mercado de balcão organizado", administrado com base na informatização e transparência no registro e na execução das ordens, adotando rígidos mecanismos de autorregulamentação. As operações serão iniciadas em 2013.

VALOR DOS BANCOS

A Economatica analisou a evolução do valor de mercado dos bancos de capital aberto da América Latina e Estados Unidos com ativos superiores a US$ 100 bilhões - entre os 19 bancos com esse perfil quatro são brasileiros e quinze dos USA. Constatou que os 15 bancos americanos apresentaram crescimento de valor de mercado no ano de 2012, sendo o Bank of America o que tem o melhor desempenho com crescimento de US$ 48,7 bilhões ou 86,47%. Dos quatro bancos brasileiros, o ItauUnibanco apresentou a maior queda de valor de mercado da amostra, com queda de US$ 8,2 bilhões em 2012. Somente o Bradesco apresentou crescimento no ano de 2012. No final de 2011 o Bradesco tinha valor de mercado de US$ 57,02 bilhões contra US$ 57,11 bilhões no dia 5 de Novembro (data do fechamento da análise), crescimento de 0,16%.

MED-RIO NA BARRA

A Med-Rio Check-Up, clínica carioca especializada em check-ups de executivos, inaugurou a filial Barra da Tijuca. Concebida para atender a demanda crescente de check-ups, a nova unidade ocupará um andar inteiro do moderno edifício Barra Prime Tower, onde já estão instalados escritórios de empresas. A filial segue o mesmo modelo pioneiro adotado na unidade localizada na Torre do Rio Sul, na zona sul carioca. Criada, há 20 anos sob o conceito único de atendimento fora do ambiente hospitalar, a clínica atua com equipe multidisciplinar, integrada por professores universitários. Com 500 metros quadrados de área total, a nova unidade está voltada para o atendimento de executivos estratégicos das empresas e funcionará de segunda a sábado, com dias exclusivos para o atendimento feminino. O investimento na nova unidade foi de R$ 5 milhões, incluindo os equipamentos, todos de última geração, adquiridos da GE Healthcare.

FUNDAÇÃO EVA KLABIN

Localizada às margens da Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio, a fundação expõe de forma permanente a coleção reunida por Eva Klabin (1903-1991), um dos mais importantes acervos de arte clássica dos museus brasileiros, contando com mais de duas mil peças que cobrem um arco de tempo de quase cinquenta séculos, do Egito Antigo ao Impressionismo, e oferece uma programação cultural que é símbolo de qualidade, com visitas guiadas, exposições, concertos, conferências, publicações, e o Projeto Respiração, de arte contemporânea. É também um dos espaços mais requintados da cidade para a realização de eventos corporativos e sociais.

www.evaklabin.org.br

DOM CABRAL

Segundo uma pesquisa divulgada pela revista America Economia, a Fundação Dom Cabral ocupa a 1ª posição do ranking das melhores escolas de educação executiva da América Latina. O lugar de destaque é ocupado pela instituição pelo terceiro ano consecutivo. Foram considerados dados como qualidade dos professores, programas oferecidos, número de clientes, rede parceiros profissionais e prestígio. Além disso, a Dom Cabral está entre as dez melhores escolas de negócios do mundo, segundo o ranking do jornal Financial Times.

100 ANOS

Em comemoração ao seu centenário, e paralelamente aos 100 anos da eletricidade no Brasil, a CPFL Energia vai publicar o livro "Brasil – 100 anos de energia", de Ricardo Maranhão e Simone Mateos, que traz artigos de grandes especialistas da área como David Zylbersztajn, Luiz Pinguelli Rosa e Nivalde José de Castro. A proposta da publicação é discutir os aspectos relevantes do setor energético brasileiro.

PETROBRAS TECNOLOGIA

Em sua 6ª edição, o Prêmio Petrobras de Tecnologia Antônio Seabra Moggi visa reconhecer a contribuição da comunidade acadêmica para o desenvolvimento tecnológico da Petrobras e da indústria do petróleo nacional. Estudantes de graduação, mestrado ou doutorado de instituições de ensino superior concorrem com os trabalhos inscritos nos temas: Tecnologia de Energia e Eficiência Energética; Tecnologia de Exploração; Tecnologia de Gás; Tecnologia de Logística e Transporte de Petróleo, Gás e Derivados; Tecnologia de Perfuração e de Produção; Tecnologia de Preservação Ambiental; Tecnologia de Bioprodutos; Tecnologia de Refino e Petroquímica; e Tecnologia de Segurança de Processos. Os autores dos trabalhos vencedores recebem R$ 20 mil na categoria doutorado, R$ 15 mil na categoria mestrado e R$ 10 mil na categoria graduação, além de uma bolsa de estudos do Conselho Nacional de Pesquisas (CNPq) para elaboração de dissertação/tese de mestrado, doutorado ou pós-doutorado em instituições de ensino superior nacionais, de acordo com sua formação acadêmica.

EDIFÍCIO ROLEX

A Rolex anunciou em outubro último, a inauguração do novo edifício de sua fábrica de mecanismos em Biel, na Suíça. O novo edifício é o resultado de uma das maiores obras de construção civil industrial realizada no país nos últimos anos e permite ao líder mundial da relojoaria de luxo reunir e racionalizar toda a sua produção de mecanismos numa unidade ultramoderna de 400 mil m3 – dos quais 230 mil m3 são ocupados pelo novo edifício – em uma área total de 92 mil m^2. O empreendimento representa a consolidação de uma estratégia iniciada pela companhia há mais de dez anos, com objetivo de integrar e controlar a fabricação de todos os componentes essenciais de seus relógios de maneira autônoma – da caixa ao mecanismo, passando pelo mostrador e a pulseira – em quatro unidades construídas ou adaptadas para este fim: três em Genebra e uma em Biel.

GONZAGA DE PAI PARA FILHO

Prepare o seu coração, pois o filme "Gonzaga de pai para filho", do diretor Breno Silveira, além de bem produzido, emociona. Com uma bela fotografia e excelentes atores, trata-se da biografia, da história e do relacionamento entre o eterno Luiz Gonzaga e seu filho Gonzaguinha, que apesar de ter se formado em economia nunca exerceu a profissão. Gonzaguinha também se tornou respeitado músico e grande compositor de sucesso.

Este filme está em cartaz com ótima aceitação da crítica e do público brasileiro. Não percam!

MOTTA, FERNANDES ROCHA

ADVOGADOS

55 ANOS

Áreas de Atuação

- Administrativo
- Aeronáutico
- Arbitragem
- Bancário
- Concorrencial
- Constitucional
- Contencioso
- Contratos
- Energia, Óleo e Gás
- Família e Sucessões
- Financiamentos, Operações Financeiras Estruturadas e Fundos de Investimento
- Fusões e Aquisições
- Imobiliário
- Infraestrutura e Financiamento de Projetos
- Mercado de Capitais
- Previdenciário
- Private Equity
- Propriedade Intelectual
- Reestruturação e Recuperação de Empresas
- Regulatório
- Seguros
- Societário
- Telecomunicações
- Trabalhista
- Tributário e Planejamento Fiscal

WWW.MFRA.COM.BR

RIO DE JANEIRO

Av. Almirante Barroso, 52 - 5º andar Centro CEP 20031-000

Rio de Janeiro RJ Brasil Tel +55 (21) 2533 2200 | 3257 2200 | Fax +55 (21) 2262 2459

SÃO PAULO

Alameda Santos, 2335 - 10º, 11º e 12º andares Cerqueira César CEP 01419-002

São Paulo SP Brasil Tel +55 (11) 3082 9398 | 2192 9300 | Fax +55 (11) 3082 3272

designground

Vem aí o PIB Verde.

Marcus Eduardo de Oliveira *

Qual a quantidade de recursos naturais, energia e impactos ambientais gerados na produção de um bem ou serviço? Como mensurar a conta ambiental no cálculo da economia de um país, considerando água, florestas e energia? Como descontar do volume produzido em bens e serviços a "depreciação" do capital natural? Para responder essas perguntas, está chegando por aí o PIB verde, Projeto de Lei 2900/11, do deputado Otávio Leite (PSDB/RJ) aprovado recentemente pela Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.

Com isso, objetiva-se mensurar o "estoque" de recursos naturais, conhecer o Mapa de Biomas (conjunto de diferentes ecossistemas) atribuindo um valor monetário ao patrimônio ecológico. Com essa "conta ambiental" abre-se a possibilidade de medir o progresso em termos de sustentabilidade.

Contudo, fica uma intrigante pergunta a partir dessa nova metodologia: por quanto tempo um país pode avançar economicamente "destruindo" seus recursos naturais?

Pelos últimos estudos do Pnuma (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), a partir do panorama do Índice de Riqueza Inclusiva (IRI) – considerando quatro fatores: o capital humano (nível de educação e capacitação da população); o capital produtivo (capacidade manufatureira do país); o capital natural (florestas, peixes, combustíveis fósseis, terras agrícolas) e o capital social (calculando reduções na expectativa de vida dos habitantes ao longo do tempo) discutidos na Rio+20, dos 20 países analisados (contemplando 56% da população e 72% do PIB mundial) no período de 1990 a 2008, 19 apresentaram esgotamento dos recursos naturais.

Pela parte que nos cabe, nesse período estudado, conforme ilustração (mapa) abaixo, extraído do Pnuma, o Brasil fez seu PIB crescer 34%; no entanto, seu capital natural foi dilapidado em 25% o que nos posiciona no quinto lugar (entre os 20 países) na média de melhor crescimento com sustentabilidade. Nossa maior perda natural está nas áreas das florestas. Por essa medição, os Estados Unidos – os maiores poluidores do planeta – tiveram um crescimento sustentável de 0,7%, com perda de 20% dos recursos naturais.

** Economista, com especialização em Política Internacional e mestrado em Integração da América Latina (USP).*

Marco civil da Internet fará do Brasil um exemplo de modernidade.

Para Solano de Camargo, sócio diretor do Dantas, Lee, Brock & Camargo Advogados, regular os direitos dos internautas é tão importante quanto as leis Azeredo e Carolina Dieckmann, que definem as punições.

A aprovação pela Câmara dos Deputados dos projetos de lei 84/99 e 2793/11 – apelidados respectivamente de Lei Azeredo e Lei Carolina Dieckmann – poderá fazer com que muitos criminosos cibernéticos, em especial quadrilhas especializadas em fraudes e exploração de material ligado à pedofilia, sejam efetivamente presos. Entretanto, simultaneamente à definição das punições, o Congresso deveria ter se preocupado em regular os direitos dos internautas. Esta é a opinião do advogado Solano de Camargo, especialista em Direito de Internet e sócio-diretor do escritório Dantas, Lee, Brock & Camargo Advogados (DLBCA).

"É importante que se defina a extensão da responsabilidade de todos os envolvidos, e o projeto de lei do Marco Civil da Internet, da maneira em que se apresenta, fará do Brasil um exemplo de modernidade", observa Camargo.

Segundo o especialista, o que vem protelando a votação do Marco Civil são questões como as divergências em torno da neutralidade da rede, a regulamentação da lei e as regras para a proteção da privacidade dos usuários. Pelo texto original, "os provedores de conexão, empresas de telecomunicação e demais agentes que atuam na operacionalização da Internet não poderão efetuar discriminações quanto ao conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicativo utilizado na comunicação".

"O objetivo é impedir que os provedores priorizem o acesso de clientes que pagam pelos pacotes mais caros de banda larga e favoreçam os conteúdos de determinados sites em detrimento de outros. Por isso, os provedores e as empresas de telefonia estão resistindo a essa definição", explica Camargo. Ele acrescenta que, com relação à regulamentação, o texto indica que essa responsabilidade caberá ao Poder Executivo, por meio do Comitê Gestor da Internet (CGI). Entretanto, o Ministério das Comunicações quer que a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) seja a responsável por regulamentar o Marco Civil.

Outro impasse diz respeito às regras para se proteger a privacidade do usuário e de seus dados pessoais. "O texto do relator permite, por exemplo, que sites de conteúdo e de serviços mantenham os dados cadastrais dos usuários por até um ano. Já os provedores de conexão ficam proibidos de ter acesso aos dados de clientes, informações essas que são usadas pelas operadoras para oferecer publicidade dirigida a partir do que é colhido pelos provedores", esclarece o diretor do DLBCA.

Constatação de crime se dará por perícia técnica

De acordo com Solano de Camargo, as leis Azeredo e Carolina Dieckmann especificam que, em caso de crimes como a invasão de computadores e a derrubada de sites, uma perícia técnica será realizada para constatar a ocorrência. "A Polícia Federal, assim como empresas privadas especializadas, possuem tecnologia que permite, muitas vezes, descobrir a origem dos ataques", acrescenta.

A principal arma dos invasores, além da inocência do usuário, é o código dos computadores. A partir desses códigos, os *hackers* desenvolvem e utilizam milhares de programas diferentes para invadir redes e dispositivos. Entretanto, na grande maioria dos casos, as ações deixam rastros, que podem ser descobertos por especialistas em caçar hackers. "Todas as buscas e análises serão feitas por peritos após a obtenção de autorização judicial, como se faz em qualquer investigação criminal. Caso contrário, a prova é ilícita e não servirá no processo criminal", salienta Camargo.

No caso de a derrubada de sites ocorrer durante uma calamidade pública, a lei prevê que a pena seja aplicada em dobro. "A lei deveria prever o agravamento da pena para qualquer tipo de golpe cibernético praticado durante uma calamidade pública", observa o advogado, ao lembrar que, durante o tsunami do Japão, foram noticiados muitos golpes de falsos sites de bancos que mostravam filmes com situações de possíveis auxílios aos flagelados.

As penas para os crimes previstos nas leis *Azeredo e Carolina Dieckmann*, que agora aguardam sanção da presidente Dilma, vão de 3 meses a 2 anos de prisão, com várias hipóteses de acréscimo, dependendo da gravidade e do uso que os invasores derem às informações roubadas.

Especialista orienta como proceder em casos de ataques pela Internet

Para quem for vítima de crime de Internet, Solano de Camargo faz um alerta: o computador infectado deve ser imediatamente desconectado da Internet e desligado logo que for constatado o problema. Na sequência, a pessoa deve procurar a delegacia de crimes eletrônicos mais próxima e relatar o ocorrido – não havendo delegacias com essa especialidade, vale uma delegacia comum.

"É importante preservar o computador infectado, para que os técnicos da Polícia possam iniciar as investigações. Na grande maioria das vezes, a partir do equipamento, os especialistas conseguem identificar os arquivos maliciosos utilizados pelos *hackers* e seu *modus operandi*. Talvez também seja necessário, por meio de ordem judicial, recorrer aos provedores de acesso para que sejam identificados os endereços dos criminosos", conclui o diretor do DLBCA.

Porto do Rio de Janeiro receberá investimentos de R$ 3 bilhões.

Com objetivo de aumentar a movimentação de cargas até 2015 e subir no ranking de portos brasileiros, a Secretaria de Transportes do Rio de Janeiro anunciou investimentos de R$ 3 bilhões no Porto do Rio, que serão oriundas das três esferas de governo e da iniciativa privada. Com isso, os números devem chegar aos três milhões de contêineres e dois milhões de passageiros até 2020.

O plano de melhorias em infraestrutura faz parte do programa Porto do Rio Século XXI, e inclui uma série de medidas, entre elas o reordenamento dos setores rodoviário, ferroviário e marítimo, o que irá impulsionar o desenvolvimento econômico.

Entre as obras previstas para o setor rodoviário está a construção da Avenida Portuária, que ligará o Caju e a Ponte Rio-Niterói à Linha Vermelha e à Avenida Brasil. A medida tem como objetivo reduzir na região o impacto causado pelo número de veículos -na maioria caminhões - que deve quase triplicar, passando dos atuais 200 mil/ano para 567 mil/ano até 2020. Para suprir essa necessidade, também estão no plano uma via alternativa e uma área destinada ao estacionamento de caminhões.

No setor ferroviário fazem parte do programa ações como o cercamento e transposições da via permanente no trecho Paracambi / Costa Barros, obras no viaduto ferroviário em Costa Barros e melhorias no pátio ferroviário, localizado junto à Avenida Brasil. A ideia é que a participação do setor passe dos atuais 3% para 15% do total de cargas movimentadas no Porto do Rio em 10 anos.

Entre as obras marítimas, o destaque é a dragagem de berços e canais de acesso na Baía de Guanabara, atraindo navios maiores. A previsão é de que sejam dragados cerca de 12 milhões de metros cúbicos, dobrando o calado atual para 14 metros. A medida deve quadruplicar a capacidade do Porto do Rio na movimentação de contêineres, contribuindo também para o crescimento da indústria naval.

Uma das novidades para o passageiro é a construção de um novo Terminal para atender ao crescimento da demanda turística no Rio, com grandes eventos internacionais programados para os próximos anos.

Nós teremos a construção de um Píer novo em “Y” que vai atender à Copa do Mundo e às Olimpíadas, possibilitando a atracação de 6 a 7 navios, com oferta de 10 mil quartos para 24 mil pessoas, ou seja, suplementar à oferta hoteleira do Rio de Janeiro, sendo que, para a Copa (2014), será atendida metade desse total. Também haverá a remodelação da área da estação de passageiros. Isso é importante para deixar para a cidade um legado nessa área de cruzeiros afirmou o presidente da Autoridade Pública Olímpica, Márcio Fortes.

Contadores

www.ppfbrazil.com.br
Telefone 55+ (21) 2224-3794

Impacto da queda da taxa de juros na gestão dos planos de benefícios no Brasil.

*Alessandra Cardoso e Francisca Brasileiro**

"Qual será o impacto da queda da taxa de juros na gestão de recursos das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC)?" Esse foi um dos temas mais debatidos nos fóruns, palestras e congressos de todo o Brasil ao longo dos últimos cinco anos. No entanto, as mudanças que efetivamente ocorreram até o momento foram pouco significativas, ao menos em termos de diversificação dos investimentos."

Segundo dados do Consolidado Estatístico da Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP), o percentual de alocação em renda fixa ao longo dos últimos sete anos praticamente não se alterou. Curiosamente, a alocação em renda variável em junho de 2012 era menor do que a apresentada em dezembro de 2004. Nesse mesmo período, a taxa Selic despencou 10 pontos percentuais (de 17,75% a.a. para 7,75% a.a.).

Para as EFPCs, devido à natureza dos seus passivos, a expectativa de juro real de longo prazo tem uma vital importância. A queda nesta taxa, medida pelos cupons das Notas do Tesouro Nacional, série B (NTN-B), também foi expressiva e chegou a 4,00% a.a em outubro de 2012,muito abaixo dos mínimos históricos. Diante disso, cabe aos gestores dos fundos de pensão repensar as estratégias para se adaptar a essa, que mais cedo ou mais tarde, será a nova realidade brasileira.

Aumentando a exposição ao risco

Diante de uma expectativa menor de rentabilidade na renda fixa, o caminho natural a seguir seria o aumento de alocação em renda variável. Mas será este o melhor caminho?

Em se tratando de taxas de juros baixas, países que convivem com essa realidade há mais tempo têm muito a nos ensinar, segundo dados da pesquisa global com fundos de pensão da Towers Watson (*Global Pension Asset Study* 2012 – Towers Watson, data base dec/2011). A alocação em renda variável dos sete países com os maiores mercados de previdência é por volta de 40%, bem acima da alocação média no mercado brasileiro.

Este é um forte indício de que a maior parte das entidades brasileiras deverá aprender a conviver com mais volatilidade. No entanto, muitos investidores ainda estão receosos em aumentar sua alocação em bolsa devido aos impactos causados pela forte crise global no nosso mercado.

Diversificando

Nesse contexto, os momentos de crise nos ensinam valiosas lições em gestão de riscos. Provavelmente, a mais célebre delas é a importância da diversificação, isto é, a alocação de recursos em estratégias distintas é uma boa forma de diminuir a exposição total ao risco. Diz o famoso ditado: "Não se deve colocar todos os ovos em uma única cesta". Destinar uma parte dos recursos a fundos que não sejam indexados aos principais índices é uma boa forma de obter um prêmio maior dentro da renda variável, mesmo em momentos de crise.

Os fundos com estratégias como "Valor" e "*Total Return*" estão cada vez mais presentes nas carteiras dos fundos de pensão brasileiros. Porém, devido às características intrínsecas desses fundos, o investidor deve estar disposto a deixar o dinheiro no fundo sem retirar por alguns anos e tolerar períodos com muita volatilidade. A baixa liquidez é recompensada por uma expectativa de retorno acima do Ibovespa (alpha) no longo prazo. O índice "*Small Caps*", por exemplo,

rendeu nos últimos 12 meses o dobro do Ibovespa, mas somente em 2008 perdeu -53%.

Estratégias como essas envolvem uma gestão sofisticada, que requer uma equipe focada e com grande expertise. Utilizar processos de seleção de gestores baseados somente em rentabilidades históricas não atendem essa nova demanda. Durante o processo de seleção do novo gestor, há inúmeros fatores qualitativos que precisam ser considerados, dentre eles, conhecer os controles de riscos, saber se a equipe que levou aos bons resultados ainda se encontra na casa, etc. A Entidade deve ainda ter um processo estruturado de acompanhamento e avaliação contínua desse gestor, incluindo também critérios qualitativos nessas análises.

Segmento de Investimentos Estruturados

As EFPCs que já têm a diversificação como um dos pilares da sua estratégia de investimentos têm buscado opções fora dos segmentos de renda fixa e renda variável. Os dados de alocação da pesquisa global indicam que, em média, 20% dos recursos dos fundos de pensão estão investidos na classe de ativos "Outros", composta basicamente pelos chamados "Investimentos Alternativos".

A legislação brasileira que regula os investimentos dos fundos de pensão, Resolução CMN 3792/09, englobou esses "Investimentos Alternativos" em um segmento chamado de "Investimentos Estruturados". Analisando novamente o Consolidado Estatístico da ABRAPP, vemos que uma média de 2,6% dos recursos das EFPCs estavam alocados neste segmento em junho de 2012, apresentando um aumento de 13% em relação a dezembro de 2011. De acordo com a experiência global, a tendência certamente é de que esse volume continue a crescer.

Outro estudo recente da Towers Watson – Investing in Private Markets – The Right Strategy, the Right Geography, the Right Manager – mapeou o mercado de investimento privado no mundo e levantou os seus maiores desafios e oportunidades. Como o título já demonstra, encontrar o gestor certo é um desafio ainda maior e mais importante do que no caso dos fundos de renda variável com estratégias não tradicionais.

Entre os riscos apontados, a baixa liquidez é inerente a esse mercado e não pode ser ignorada. Por esse motivo, os investidores institucionais são aqueles mais bem posicionados para captar os ganhos existentes, desde que avaliem muito bem seu passivo e saibam escolher suas estratégias.

A grande oportunidade apontada nesse estudo está na possibilidade de investir em setores e regiões que só estão disponíveis através desse mercado. Segundo a publicação, o mundo ainda é um mar de oportunidades inexploradas. Felizmente, o Brasil mantém uma posição de destaque, principalmente em investimentos ligados à infraestrutura. Devemos observar um desenvolvimento ainda maior deste mercado nos próximos anos.

Investimentos no Exterior

Por último, temos o mercado de investimentos no exterior. Segundo dados da ABRAPP, somente 0,1% dos recursos das EFPCs estão alocados nesse segmento. Apesar das dificuldades, este também é um segmento que deve crescer. De acordo com a pesquisa global da Towers Watson – Global Pension Asset Study 2012 – , os sete países com maiores mercados de fundos de pensão alocam em média 50% do seu portfólio de renda variável em ações no exterior. O grande incentivo para investir nessa classe de ativos é, mais uma vez, a diversificação. Aplicar em outros países permite alcançar estratégias e oportunidades diferentes daquelas presentes no Brasil, além de reduzir o risco nos momentos em que a nossa bolsa sofre quedas bruscas.

Ainda é cedo para responder à pergunta do início deste artigo, mas é possível prever que muitas mudanças estão para ocorrer no Brasil. Certamente, esse novo mundo é muito mais desafiador e requer mais cuidados na tomada da decisão, porém está cheio de oportunidades a serem exploradas.

** Alessandra Cardoso é líder da área de investimentos da Towers Watson Brasil e Francisca Brasileiro é consultora da Towers Watson Brasil.*

Família, amigos e experiência anterior são os maiores influenciadores na decisão de compra.

Estudo foi elaborado a partir da nova base de dados do Target Group Index - IBOPE Media.

São Paulo, 31 de outubro de 2012 – O novo momento socioeconômico do país, somado ao contínuo desenvolvimento dos meios tecnológicos, permeia a nova realidade do consumidor brasileiro. Segundo estudo do IBOPE Media, o acesso à informação e a troca de ideias e experiências entre as pessoas evoluíram o processo de consumo para níveis que vão além dos ditados pela moda e que potencializam a individualidade do consumidor.

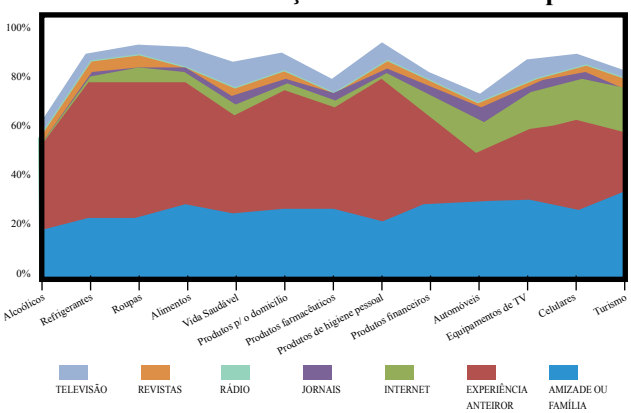
Neste cenário, números da nova base de dados do Target Group Index – estudo single source do IBOPE Media sobre consumo de mídia, produtos, serviços, estilo de vida e características sociodemográficas – indicam que apenas pouco mais de um terço dos consumidores com 18 anos ou mais buscam seguir a moda. Entre a maioria, no entanto, 58% afirmam que marcas conhecidas são melhores, considerando status como sinônimo de qualidade, 72% dos indivíduos são fiéis às suas marcas e 66% buscam por elas nas embalagens.

Porém, tão relevantes quanto a personalidade do indivíduo, as novas formas de interação, a partir dos avanços tecnológicos, intensificaram ainda mais a evolução dos hábitos do consumidor. É o que revela o TG.Net, estudo do IBOPE Media que combina informações do Target Group Index com uma pesquisa exclusiva feita com internautas.

A internet atua hoje como um catalizador da decisão de compra, pois ela viabiliza a troca de experiências entre os consumidores: 51% afirmam que podem fornecer muita informação sobre algum tipo de produto, 41% conversam com muitas pessoas diferentes sobre diversos produtos e 33% acham muito provável conseguir convencer outros indivíduos com suas opiniões.

Já o ciclo de influência, de acordo com o levantamento do IBOPE Media, é liderado pelas opiniões de familiares e amigos, seguidas pelas experiências individuais anteriores e, em terceiro lugar, está pela persuasão exercida pela mídia.

Fonte de informação na decisão de compra



Fonte: IBOPE Media - Target Group Index Brasil
(julho/11 a agosto/12) - Compradores últimos 30 dias/18+ anos.

Para Juliana Sawaia, gerente de *learning & insights* do IBOPE Media, experiência e relacionamentos são palavras-chave do novo panorama do consumo no Brasil. "A internet atua no processo de decisão como facilitador da interação e provedor de informação. Independentemente da categoria de produtos, estes são os principais fatores considerados em um ambiente no qual a web é mais utilizada como uma ferramenta de apoio ao consumidor que uma mídia em si", explica Juliana.

A necessidade de estar conectado à internet cresce com o surgimento dos novos padrões de consumo no Brasil. Hoje, cerca de 60% da população tem acesso ao meio, contra apenas 13% registrados em 2001. Nesse contexto, as redes sociais são consideradas importantes impulsionadoras do fenômeno da web no país.

Porta de entrada para a internet, 81% dos internautas acessam as mídias sociais regularmente. Porém, outro

fator determinante para o incremento desse potencial é o atual interesse dos consumidores pelo acesso à web móvel. Cerca de nove em cada 10 pessoas têm aparelho celular, sendo que 21% deles possuem *smartphones* e 19% são usuários da internet pelo telefone.

"Esse é um número que tende a crescer porque existe uma valorização deste modelo de conexão e quanto mais conectadas as pessoas estiverem, mais simultâneo será o consumo de meios e ideias", afirma a gerente de *learning & insights* do IBOPE Media.

SOBRE A PESQUISA

O estudo Target Group Index é realizado nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Brasília e nos interiores de São Paulo e das regiões Sul e Sudeste. Ao todo, entre julho de 2011 e agosto de 2012, foram realizadas 20.736 entrevistas com pessoas de ambos os sexos das classes AB, C e DE com idades entre 12 e 75 anos. A representatividade é de 49% da população brasileira entre 12 e 75 anos ou 71 milhões de pessoas.

Já o TG.Net é uma pesquisa online, realizada com 2.900 internautas de 15 a 75 anos no Brasil. Fusionada com a base regular do Target Group Index, permite análises diferenciadas em um único banco.

O levantamento foi realizado entre maio e junho de 2012, nos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Distrito Federal , além de Goiânia, Nordeste, São Paulo.

Para esse estudo foi utilizado o filtro "consumidores dos últimos 30 dias com 18 anos ou mais".

Depreciação – novo tratamento contábil.

*René Dutra**

A depreciação pode ser definida como o valor das parcelas de um bem de longa vida de utilização desgastado (consumido) periodicamente pelo uso nas atividades da empresa. Pode-se fazer uma analogia com a aquisição de uma grande quantidade de matéria-prima que será consumida em vários períodos. A sua apropriação na produção não será de uma só vez do total adquirido, mas, apenas da parcela utilizada em cada período.

O método de depreciação deve refletir o padrão de consumo em função dos benefícios econômicos futuros a serem obtidos com a utilização do bem. A legislação admite três métodos: o linear, que resulta em parcelas iguais durante a vida útil do bem; o dos saldos decrescentes, em que os valores decrescem à medida que transcorre o período de vida útil; e o das unidades produzidas, correspondente ao uso ou produção esperados, ou seja, proporcional ao volume de produção de cada período.

Embora na contabilidade sempre tenha prevalecido o princípio da essência sobre a forma, os critérios relativos à depreciação seguiam a forma prevista pelo fisco, considerando o benefício fiscal significativo na apuração do lucro advindo dessa prática, sobre o qual incidem as alíquotas do imposto de renda (IRPJ) e da contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL). Tal benefício se dá através da postergação do recolhimento desses tributos quando se calcula a depreciação aplicando as taxas definidas pela legislação do imposto de renda, desconsiderando o valor residual dos bens (parcela não depreciável dos mesmos) e fazendo incidir a depreciação sobre 100% do valor de aquisição do bem. É mais benéfico para a empresa sob a ótica da determinação dos tributos incidentes sobre o lucro, mas o órgão fiscalizador só aceitava a dedutibilidade dos valores se fossem registrados pela contabilidade. Isto é, o critério tinha de ser adotado para efeito tanto fiscal quanto contábil. Estabelecida a paridade do lucro fiscal com o contábil, era postergado o recolhimento do imposto e, ao mesmo tempo, postergada a distribuição do lucro ao acionista, ou seja, ambos (recolhimento de imposto e distribuição de lucro) eram adiados. Em resumo um beneficiava e o outro prejudicava o empresário.

Com o advento do CPC 27, consequência das Leis 11.638/07 e 11.941/09, em consonância com os padrões internacionais de contabilidade – IFRS, tal vinculação deixou de existir. Foi estabelecida a obrigatoriedade da avaliação periódica do bem para definir se ele tem capacidade de recuperar seu valor contábil (impairment) e, se tal avaliação apresentar valor menor que o contábil, a diferença tem de ser reconhecida no período. Além disso, a avaliação tem de estabelecer a vida útil remanescente e o valor residual do ativo, ou seja, por quanto tempo ele continuará gerando benefício para a entidade e qual o seu valor ao final desse tempo. Em função disso, o valor depreciável e a taxa a ser aplicada sobre este valor tornaram-se mais realistas e condizentes com as condições de utilização do bem.

Significa que bens de mesma espécie e característica podem ter vida útil e valor residual diferentes conforme as condições de utilização de cada um. Exemplifica-se com dois ônibus que possuem especificação e característica semelhantes. Um deles transita em rodovia asfaltada e com boa conservação e pertence a empresa que treina periodicamente seus motoristas; o outro pertence a empresa sem programa de treinamento e trafega por estrada asfaltada, porém mal conservada.

É evidente que a vida útil de cada um deles é diferente: o primeiro terá vida útil mais longa e o segundo mais curta. Como consequência, a taxa de depreciação do primeiro será menor e a do segundo maior, apesar de ambos serem da mesma espécie e terem a mesma característica.

Segundo a prática anterior, para maximizar o benefício fiscal, era utilizada a mesma taxa para depreciar ambos os veículos, aos quais não era atribuído valor residual. Em outras palavras, depreciava-se 100% do valor de aquisição de ambos no mesmo período, embora um deles tivesse condições de ser usado por mais tempo, e, ao final da vida útil, ainda apresentassem valor de revenda e esse valor fosse diferente em cada empresa.

As empresas eram desencorajadas de usar taxas condizentes com as condições de uso, além de depreciar 100% do valor de aquisição, embora tivessem consciência da existência de valor significativo do bem ao final do período de utilização. Assim, na maioria dos casos, o valor a ser abatido da receita para apurar o lucro era maior, diminuindo-o e, consequentemente, apurando menor tributo a recolher e, em contrapartida, menor lucro a distribuir.

Com a legislação atual, a depreciação pode continuar sendo calculada pelo critério fiscal para fins de tributação, e de acordo com as condições específicas de utilização para fins de contabilização. Ou seja, dissociou-se o conceito contábil do fiscal sem prejuízo de qualquer dos dois lados.

Hoje, são utilizados os dois critérios. A depreciação fiscal é calculada com base nos percentuais definidos pela legislação tributária, beneficiando a empresa na apuração dos impostos; a depreciação contábil é determinada conforme as condições de uso, com taxas realistas, representando adequadamente o patrimônio da empresa e beneficiando-a na apuração de lucro a ser distribuído aos proprietários.

** Sócio da Lopes&Machado Consultores.*

AVAYA
BusinessPartner

SUA SOLUÇÃO EM CONTACT CENTER E TELECOM

QUALIDADE + BOM ATENDIMENTO = **FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE**

A Central 24 Horas faz muito mais que um simples atendimento. Nós cuidamos das necessidades do seu cliente: SAC, pesquisas, venda e pós-venda, cobrança e outros serviços por telefone e via web.

Também implantamos soluções avançadas de comunicação: telefonia tradicional, híbrida ou IP. Entre em contato e conheça soluções sob medida.

central 24 horas

www.central24horas.com.br
comercial@central24horas.com.br
(21) 3512 1226

A engenharia do crescimento: riscos e oportunidades para o Brasil.

*Daniel Moczydlower**

Por mais que seja inegável o sólido avanço da economia brasileira neste século, diretamente associado às quedas dos índices de pobreza e de desigualdade social, é consenso[1] que o modelo de crescimento baseado primordialmente na expansão do consumo doméstico e na exportação de commodities já encontrou os seus limites. Esse modelo será cada vez mais pressionado pela atual crise econômica internacional e pela desaceleração do crescimento global. Para que se possa manter ou aumentar o ritmo de desenvolvimento do país, um próximo salto terá que vir da produtividade da economia, baseado no aumento da competitividade do Brasil e das empresas aqui instaladas.

O grande desafio de prover educação universal de qualidade para os nossos jovens deve ocupar o topo da lista de prioridades do Governo, pois sem formação de capital humano desperdiçaremos o nosso bônus demográfico desta e das próximas décadas. As empresas também deverão assumir cada vez mais sua responsabilidade pela formação e qualificação de sua própria mão-de-obra.

O Brasil precisa fazer frente ainda – e rapidamente – aos seus gargalos logísticos e de infraestrutura. Para isso, precisaremos aumentar a quantidade e a qualidade dos investimentos. Há de se aproveitar da melhor forma, também, o nosso "bônus geológico" (com destaque para nossas grandes jazidas de petróleo, gás e minério de ferro). Esse "bônus" pode ser o indutor do desenvolvimento econômico no seu sentido mais amplo, garantindo o aumento da competitividade global pela geração localizada de conhecimento, inovação e tecnologia. Esses desafios passam pela definição de uma política industrial consistente e de longo prazo, mas também por uma atenção especial à competitividade empresarial. Dentro deste tema, um ponto que merece revisão urgente é o modelo de contratação de grandes obras de engenharia.

Um projeto de engenharia bem executado em todas as suas fases (conceitual, básico e executivo) é um pré-requisito fundamental para o sucesso de qualquer grande empreendimento de infraestrutura ou industrial. Além disso, a produção e a retenção de conhecimento, associadas à execução desses projetos, constituem-se em excelentes medidas do grau de desenvolvimento de qualquer nação. Não existe melhor forma para manter e aprimorar essa expertise que não seja por meio da existência e do vigor de grandes empresas locais de engenharia de projeto. Certamente, não é uma coincidência a grande proteção que exercem os países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) em relação a suas empresas de engenharia, garantindo uma lucrativa carteira de projetos com o próprio Governo e erguendo barreiras para entrada de empresas estrangeiras.

Pobres de nós brasileiros que ainda tratamos a atividade de elaboração de projetos como mais uma commodity, comprando-a na maioria das vezes por menor preço, na ilusão de que um "homem-hora" de engenharia possa ser uma medida padrão de quantidade e de qualidade dos serviços a serem prestados. Na verdade, esse é um mal que se disseminou até mesmo em alguns países do mundo desenvolvido. Frente às dificuldades econômicas e à crescente competição global, muitos acabaram induzindo suas empresas de projetos, por pressão de custo, a terceirizar grande parte de seu esforço para back-offices em países como a Índia, ainda que mantendo o "cérebro" das suas organizações nas respectivas matrizes. Porém, mesmo esse movimento orquestrado cobra o seu preço, pois junto com a desejada redução de custos já se pode observar uma gradativa perda de qualidade dos serviços prestados ao cliente final. Há também uma parcial migração do conhecimento e know-how para os seus back-offices.

O que precisamos nos perguntar é até que ponto a decisão tomada apenas por menor preço se justifica no caso da contratação de um projeto de engenharia, que nunca chega a representar sequer 5% do valor total do investimento, mas que influencia diretamente no sucesso ou no fracasso de todos os outros 95%. Mais do que isso, temos que lembrar que é a engenharia local o principal

indutor do desenvolvimento de uma cadeia de fornecimento local, pois suas peculiaridades, pontos fortes e fracos, precisam ser conhecidas pela empresa de projeto na concepção e na seleção das melhores soluções. Apenas desta forma é possível extrair o máximo resultado do mercado local em termos de qualidade, disponibilidade e competitividade, garantindo o sucesso dos empreendimentos. Ou seja, o ponto de partida para o tão desejado conteúdo local competitivo deve ser uma engenharia local e de excelente padrão.

Não podemos menosprezar, portanto, a influência negativa do modelo simples de "menor preço" para o próximo salto da nossa economia. No cenário vigente, empresas de engenharia terão sempre dificuldade de reter seus melhores profissionais[2] e conhecimento técnico, bem como de investir o suficiente em gestão, capacitação e inovação – requisitos fundamentais para a competitividade. O resultado desta equação é a proliferação de empresas de engenharia frágeis, incapazes de reter ou aprimorar conhecimento, e onde podem imperar relações de trabalho temporárias ou até informais. Nenhuma das companhias que se enquadre nessa descrição conseguirá fazer frente aos grandes desafios de projetos que o país tem pela frente.

Por outro lado, se conseguirmos amadurecer um novo modelo de contratação ou se pudermos garantir que o modelo "menor preço" seja sempre aplicado em consonância com uma rigorosa análise técnica prévia das empresas e de suas propostas, o Brasil reunirá as condições para que aqui se desenvolvam e se fortaleçam grandes empresas de engenharia de projeto. Elas sempre serão a espinha dorsal de uma política industrial eficaz nos diversos setores da economia.

[1] Estudo apresentado por Cláudio R. Frischtak no XXIV Fórum Nacional. A Social-Democracia Brasileira: seu momento de definição, disponível em http://www.forumnacional.org.br/pub/ep/EP0425.pdf (14/05/2012)

[2] Um grande avanço de competitividade da engenharia nacional seria possível neste aspecto com a implementação da Reforma Trabalhista, ou pelo menos pela desoneração da folha das empresas de engenharia de projeto, nos mesmos moldes do que o Governo Federal já implementou para alguns setores da economia desde 2011. A Engenharia possui um caráter absolutamente estratégico para o país e é um dos setores mais impactados pela pesada carga tributária que incide sobre a folha de salários.

**** CEO da Chemtech, engenheiro químico (UFRJ), mestre em engenharia química (COPPE/UFRJ).***

www.gaiasilvagaede.com.br

GAIA · SILVA · GAEDE & ASSOCIADOS

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURÍDICA

Tributário · Societário · Energia · Oil & Gas · Navegação
Telecomunicações · Financeiro · Econômico

ESCRITÓRIOS

SÃO PAULO, SP
Rua da Quitanda, nº 126
Fone: +55 11 3797-7400
e-mail: gaiasp@gaiasilvagaede.com.br

RIO DE JANEIRO, RJ
Av. Rio Branco, 116 - 9º E 10º andares
Fone: +55 21 2506-0900
e-mail: gaiarj@gaiasilvagaede.com.br

CURITIBA, PR
Rua Mal. Deodoro, 344 - 14º andar
Fone: +55 41 3304-8800
e-mail: gaiapr@gaiasilvagaede.com.br

BELO HORIZONTE, MG
Avenida do Contorno, 7069
Salas 508 a 512
Fone: +55 31 2511-8060
e-mail: gaiabh@gaiasilvagaede.com.br

BRASÍLIA, DF
SRTVN Quadra 701 Conj.C nr. 124
Ala A Salas 519 e 521
Fone: +55 61 3327-9947
e-mail: gaiadf@gaiasilvagaede.com.br

SÃO PAULO · RIO DE JANEIRO · CURITIBA · BELO HORIZONTE · BRASILIA

ESCRITÓRIOS CORRESPONDENTES: **BUENOS AIRES · LIMA · SALT LAKE CITY · MIAMI · NEW YORK**

Laços da China com o Brasil e Austrália no século XXI.

Tim Harcourt *

Durante a recente crise financeira global que causou turbulência no hemisfério norte, dois países evitaram o pior da crise global, em parte graças aos seus respectivos laços fortes com a China. Essas nações, que se beneficiaram, também terão um papel importante no desenvolvimento econômico do gigante asiático no século XXI. São elas Brasil e Austrália, duas grandes terras do sul, que têm como características a vastidão, diversificação e foram considerados por seus descobridores como muito, muito distantes.

Em agosto, eu ajudei a liderar o evento Melbourne Latin America Dialogue, promovido pela Universidade de Melbourne, para ampliar as relações entre Austrália e a América Latina em diversos setores. Muitos dos participantes, representando governos e empresas, falaram como, apesar das diferenças específicas que existem entre Brasil e Austrália, os dois países têm muito a compartilhar quando se trata da experiência no relacionamento com a China.

A Austrália foi colonizada como uma prisão em uma grande parceria do setor público privado (PPP), mas se transformou em três sociedades: os detidos, seus carcereiros e as populações indígenas locais destituídas de suas terras. De alguma forma, apesar deste começo humilde e das tensões geradas, a sociedade se deu bem graças à grande quantidade de recursos naturais, como trigo, lã e ouro. Outro ponto importante foi que os colonos livres do velho mundo se juntaram aos presos e carcereiros, e, ao longo do tempo, esses últimos ficaram em minoria. A China desempenhou um papel importante nesse desenvolvimento. Bob Hawke desenvolveu laços estreitos com a China e ainda é bem conhecido na República Popular até hoje.

O outro país, o Brasil, não foi colonizado como uma prisão, mas sim sob o peso da escravidão. O país também é vasto, mas geograficamente muito diferente. O Brasil também teve que enfrentar problemas econômicos e os seus impactos ainda eram sentidos até uma década atrás. Na maior parte de sua história econômica recente, ele não teve inflação de dois dígitos e não precisou enfrentar o desemprego, mas teve problemas muito piores, como deslocação do mercado de mão de obra e pobreza em massa. Seu sistema financeiro não era antiquado, mas sim disfuncional, houve problemas com as taxas de câmbio, taxas de juros e encargos da dívida - além de greves, mas agitação social generalizada que impactaram sua própria estabilidade democrática.

No entanto, este país também tinha um líder sindical, Lula. Ele não estudara em Oxford, era nascido no nordeste do país, fora preso por sua atividade sindical e concorrera para presidente três vezes antes de ser eleito. Ele também reformou a economia do país, mantendo fortes programas de justiça social (muitos dos quais foram iniciados pelo seu antecessor, que era um conhecido professor de sociologia, antes de se tornar Presidente). Como resultado, este país agora também está economicamente bem posicionado para oferecer recursos para o resto do mundo, para gerar prosperidade e elevar os padrões de vida de seus cidadãos. Parece um longo período desde seus tempos de dificuldades, especialmente nas décadas de 1970 e 1980.

Como resultado, a percepção das pessoas sobre o Brasil tem mudado. E não é nenhuma surpresa, dada a sólida taxa de crescimento econômico do Brasil (7,5% em 2010, após a crise financeira mundial, e 2,7% em 2011), política fiscal e monetária complacente, crescimento impressionante das exportações (novamente graças à China) e, o mais importante, redução da evasão escolar e da pobreza absoluta. Economistas brasileiros me disseram que mais de 33 milhões de pessoas foram retiradas da pobreza. Na verdade, um dos meus anfitriões no Rio me disse que a taxa de câmbio brasileira é tão forte "que até mesmo empregada minha está indo de férias para Buenos Aires, para fazer algumas compras". Esta visão foi sustentada pelos participantes do *Diálogo entre Melbourne e América Latina*. Os países, assim como as pessoas, mudam, e a dinâmica do Brasil passou por muitas transformações ao longo dos últimos dez anos, atraindo uma atenção inédita para o país.

O Brasil e Austrália são rivais em relação à Pequim? Na verdade não. Há muito espaço para ambos os países prosperarem com o desenvolvimento econômico da China e ao longo do tempo as empresas brasileiras e australianas colaborarão para maximizar as suas esferas de influência. Ambos serão grandes fornecedores das necessidades energéticas da China e vão trabalhar com as necessidades agrícolas e industriais de energia limpa. O Brasil, como um grande fabricante, trabalhará mais com a China em cadeias de suprimentos industriais e a Austrália focará mais em serviços de construção, infraestrutura, arquitetura e profissionais para ajudar a desenvolver as cidades em estágio menos avançado. Os fortes laços da Austrália com a China na Educação vão atrair mais colaboração do Brasil. É claro que o Brasil estará em destaque com a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 no Rio e isto ajudará a atrair a ainda mais atenção e investimento global.

Em resumo, as duas nações são grandes terras do sul com muito surf, areia, sol e bronzeado, mas economicamente ambas desempenharão um papel importante no futuro da China.

** Mestre de Cerimônias da Universidade de Melbourne no recente Diálogo com a América Latina. Ele é o JW Fellow Nevile e Professor Adjunto em Estratégia de Negócios Internacionais da Escola de Negócios da Austrália, UNSW, Sydney, Austrália.*

No país dos impostos.

Uma coletânea de críticas e contribuições que fez em 30 anos de trabalho sobre a legislação brasileira tributária é o que Rubens Branco publica no livro "No País dos Impostos", pela **Editora Sinergia**.

O livro reúne um conjunto de artigos publicados em diversos veículos de comunicação. Segundo Luís Roberto Barroso, professor titular de Direito Constitucional da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) os textos apresentam clareza, objetividade e vontade de se fazer entender, "características que se tornam ainda mais importantes em razão dos temas quase sempre áridos abordados pelo autor, todos relacionados ao complexo sistema tributário nacional".

No livro o autor explica os deveres que são impostos aos contribuintes e aponta as incoerências e imperfeições da tributação no Brasil. Para Barroso, as explicações são recorrentes e exemplificam desde as questões do cotidiano - como a forma correta de efetuar a declaração do imposto de renda da pessoa física e as possíveis causas de isenção – até assuntos de interesse específico do setor produtivo em geral. Todos os temas são abordados de maneira peculiar, desfazendo alguns mitos e orientando, de maneira prática, o leitor a racionalizar suas atividades.

O brasileiro é um otimista, por natureza.

Nenhuma métrica internacional faz quebrar esse otimismo.

*Clarice Kobayashi**

O levantamento divulgado pelo Bird no dia 23 de outubro colocou o Brasil como um dos países de menor facilidade para se fazer negócios, especialmente em se tratando das empresas de menor porte. A 130ª posição no ranking reflete apenas uma dura realidade enfrentada pelos empreendedores desse país, onde a própria burocracia cria uma série de dificuldades para, estranhamente, "vender" a solução.

Quem já tentou abrir uma empresa conhece os entraves burocráticos desse processo. Muitos, em meio às dificuldades, provavelmente ouviram propostas como: "Conheço alguém que pode lhe ajudar...", "seduzindo" o empreendedor a recorrer ao "jeitinho brasileiro" para ver o seu projeto fluir sem delongas. É uma prática que, além de fomentar a corrupção, encarece ainda mais a criação de novos empreendimentos.

Curiosamente, mesmo com todos os problemas citados, milhares de brasileiros seguem investindo em novas ideias, driblando os entraves com otimismo e criatividade, contribuindo para a evolução do nosso país.

Desafios do crescimento geográfico

Contando um pouco da história do desenvolvimento de um novo negócio, vou descrever um pedacinho da minha experiência, dos desafios, das pesquisas, dos investimentos, das lições aprendidas e os resultados que buscamos. Em suma, a empreitada da NetCallCenter para lançar o primeiro modelo de franquias de call center do Brasil.

Em um país com as dimensões do Brasil, a cobertura nacional é um dos desafios mais críticos para o crescimento de uma empresa. As diferenças culturais, que influem diretamente nas características de consumo de cada região, além da inquestionável confiança dos empresários, são fatores importantes que a empresa precisa administrar.

Foi o que aconteceu com a nossa empresa, em 2008, após realizar uma grande aquisição. No mercado desde 2001, a companhia desenvolvedora de software expandiu a sua área de atuação, o que não foi uma decisão fácil, pois o crescimento geográfico envolve também novos investimentos com representantes, revendas, integradores, distribuidores ou instalação de filiais locais.

Franquias: o caminho

O modelo de franquia é uma solução rápida para a expansão da marca. Enquanto o ciclo de vender produto (licença de software) implica em passos como transferência de conhecimento para o time local, competição com outros fornecedores da região, entendimento da cultura das companhias daquele lugar, vender, implantar, treinar e, por fim, colocar no ar a empresa que passa a usar este produto (licença de software), o ciclo da oferta pela prestação serviço para o cliente implica em menos etapas: entender a necessidade, oferecer o serviço e vender. Esse segundo modelo tem como base a replicação da oferta de serviços, os processos, a transferência de know-how (melhores práticas) e a garantia de qualidade na ponta.

Desenvolvendo um modelo

Tomada esta decisão de expansão geográfica, a NetCallCenter iniciou estudos sobre modelos similares realizados em outros países (cada um com sua característica específica). Também foram feitas entrevistas com profissionais do setor de serviço, de software e de tecnologia; visitas a pequenas, médias e grandes empresas e tomadores de serviços. Com isso, buscamos entender as demandas regionais ao longo do país.

Com essa coleta inicial de informações, montou-se, em 2009, um primeiro modelo de negócio (pré-Business Plan). Além disso, acompanhei algumas empresas, analisando os tipos de ofertas, serviços e os desafios operacionais. A partir deste pré-BP, tive a aprovação do investimento feito pelos sócios da empresa, que contou com as seguintes fases para implementação do projeto:

(a) Fase 1: validação do modelo da Franquia. Com a contratação de uma consultoria, fizemos o modelo de negócio comercial, simulações financeiras, análise de cenários, análises das ofertas, aderência operacional, perfis de empreendedores e, em setembro de 2010, tivemos a decisão quanto ao "go" da implementação do modelo, com suas características, o retorno de investimento e a estratégia operacional.

(b) Fase 2: Projeto piloto. Decisão das ofertas e validações, operacionalização do piloto, acompanhamento da operação e criação de manuais dos processos.

(c) Fase 3: anúncio da oferta (junho de 2011) e início das vendas.

O objetivo e a oferta

O modelo de médio prazo de franquia estruturado pela NetCallCenter projeta R$ 60 milhões de faturamento anual e expansão da cobertura geográfica, gerando mais de 2000 empregos diretos. A presença em mais localidades também propicia melhor enquadramento ao conceito de "proximidade com o cliente". A ramificação de uma rede como essa apresenta incrível potencial gerador de empregos, ampliação exponencial do faturamento e cobertura em todo o território, propiciando também o fortalecimento da marca no mercado.

Por essa projeção, a NetCallCenter apresenta o potencial de figurar entre as maiores no mercado de contact center.

No modelo de franquia desenvolvido – dentro do segmento de serviços – o investimento é considerado médio (a partir de R$ 250.000,00), o que inclui a taxa da franquia, a instalação de 20 pontos e os custos operacionais. O retorno do investimento é calculado em prazo de 36 a 42 meses. O diferencial é estar fora das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. A estratégia da implementação das Unidades segue um estudo de geomarketing, ou seja, o potencial da localidade e a cobertura que desenvolvemos nas duas fases iniciais da iniciativa.

CINCO PONTOS DE DESTAQUE

1 • Planejar. Estudar, pesquisar e pensar nas alternativas, no que outros estão fazendo, traz uma aprendizagem muito grande para a concepção correta dos projetos.

2 • Ouvir. Ativar a curiosidade! Perguntar para várias pessoas a mesma coisa e analisar as diferentes respostas que virão. A partir daí, estabelecer as condições de contorno do projeto.

3 • Dimensionar. Criar a cadeia de valores e monetizar cada ponto, tangíveis ou intangíveis. Aprender a colocar o valor no seu negócio ajuda a ter clareza nos seus argumentos de posicionamento, de venda e de risco, em cada decisão que você tomar.

4 • Testar. Validar o negócio é muito importante. Fazer a pergunta: "você pagaria por..." ajuda a sair do campo teórico para ir para o operacional. E, muitas vezes, as pessoas dizem: "eu pagaria se...". Entender o "se" leva você a desenvolver valor agregado e diferencial.

5 • Ser determinado, pragmático e feliz. Ter a consciência clara de que o negócio criado é sustentável. Dormir com a tranquilidade de dever cumprido tornam coerentes as ações e os objetivos. Assegurar que o otimismo não é uma casualidade, um conformismo ante as dificuldades impostas e sim a determinação, com a energia canalizada para enfrentar os desafios, encontrar alternativas e transpor as barreiras.

Eu acredito que o otimismo também pode ser consequência do pragmatismo de nossos esforços. A habilidade para transformar o negócio e adequá-lo às necessidades do cliente ajuda na maximização dos resultados. Agindo desta forma, suponho não apenas bons negócios, mas também um país mais justo e consequente melhoria em rankings como o do Bird.

** Vice-presidente de Marketing e Estratégia de Negócios da Orbium e da NetCallCenter*

BRANCO

BRANCO CONSULTORES

HÁ 11 ANOS COM UM SIMPLES OBJETIVO: CONQUISTAR A CONFIANÇA DOS NOSSOS CLIENTES TRAZENDO AS MELHORES SOLUÇÕES.

DMAZ/B

ESPECIALIDADES:

>> CONSULTORIA TRIBUTÁRIA

>> ASSESSORIA JURÍDICA TRIBUTÁRIA

>> PERÍCIAS CONTÁBEIS

LANÇAMENTO DO LIVRO

"NO PAÍS DOS IMPOSTOS"

POR RUBENS BRANCO

Rua Sete de Setembro, 111 - 7º andar
Centro - Rio de Janeiro - CEP 20050-002
Tel. 21 3231.5900 Fax. 21 2531.9388

Rua Vergueiro, 2087 | Cj. 101
Vila Mariana - São Paulo - CEP 04101-000
Tel. 11 5087.8910 Fax. 11 5087.8810

brancoconsultores.com

Os 3 “is” da nova geração.

*Alexandre Prates**

Uma plateia de mais de 600 pessoas me esperava para uma palestra em uma universidade no Sul do país. Centenas de alunos ansiosos pelo tema: tendências comportamentais do profissional do futuro.

Apesar de curiosos em descobrir os caminhos para construir uma carreira brilhante, percebi logo nos primeiros minutos de apresentação que se algo não acontecesse para dinamizar a palestra e torná-la mais descontraída e interativa, certamente o auditório aos poucos se esvaziaria.

Seria isso a tão criticada “pressa” dessa nova geração? Seria um senso crítico apurado? Seria descompromisso com as suas carreiras? Independente do motivo fica uma preocupação: exigir uma palestra instigante é válido, mas isso não pode ser fator determinante para o aproveitamento daquilo que é o mais importante nessa história: o conteúdo!

E por que isso me preocupa? Por um motivo muito simples, esse fato explicita algumas características bem presentes nessa geração, que frequentemente valido em minhas atuações no mundo corporativo e que estão ocasionando sérios conflitos na relação profissional-empresa, que denominei como “Os 3 ‘is’ DA NOVA GERAÇÃO”. É importante enfatizar que não estou rotulando, apenas externando a angustia de muitos líderes que se veem perdidos diante da inconstância de muitos jovens talentos.

VAMOS AOS “is”

IMPACIÊNCIA - Ou me satisfaz imediatamente ou não quero! Essa é a sensação transmitida por muitos jovens dessa geração. Ou a palestra é instigante ou prefiro ir embora. Se o conteúdo ira contribuir para o meu futuro, não importa. Esse comportamento é naturalmente transferido para o mundo corporativo. Ou a empresa me oferece oportunidade de crescimento muito rapidamente ou estou fora, procuro outra. Esse pensamento de curto prazo pode prejudicar e muito a carreira dos jovens profissionais. Nesse caso, é preciso distinguir muito bem pressa e ambição. Ter ambição é saudável, mas a pressa para conquistar aquilo que se deseja, sem pensar nas consequências a longo prazo, é perigoso.

DICA PARA OS JOVENS - Muitas vezes uma empresa pode não lhe oferecer naquele momento a oportunidade de subir de cargo ou um aumento de salário, mas antes de pedir demissão, reflita: “o que estou aprendendo nesta empresa? Quais são as oportunidades que ela me oferece para o futuro?”. Lembre-se, é preciso construir uma história para conquistar uma carreira brilhante, e você não conseguirá isso de uma hora para outra, muito menos pulando de galho em galho. Mas também não confunda paciência com letargia. Se você realmente merece uma oportunidade e a empresa não tem condições de lhe oferecer, certamente você deverá buscar o seu lugar ao sol.

DICA PARA AS EMPRESAS - Deixe claras as oportunidades profissionais que a sua empresa oferece e apresente os caminhos para chegar lá: o desenvolvimento pessoal e profissional necessário, a formação requisitada, as atitudes e resultados valorizados pela corporação. E seja muito transparente. Muitas vezes a sua empresa não oferece grandes chances de crescimento na hierarquia, mas pode proporcionar ao profissional uma grande bagagem de experiência. O que falta na maioria das organizações é uma comunicação transparente e, em muitos casos, simplesmente comunicação.

INCONSISTÊNCIA - Este, infelizmente, é outro comportamento presente em muitos jovens dessa geração. Apesar da enxurrada de informações a que somos submetidos diariamente, a incapacidade crítica de alguns jovens é assustadora. As redes sociais que podem ser uma rica fonte de informação e troca de visões sobre diversos temas, tem sido, a meu ver, pouco explorada.

Basta analisarmos quem são as pessoas mais seguidas no Twitter. Basta perguntar a um jovem quais veículos de comunicação ele acessa com frequência. E não precisa ir muito longe para identificar esse comportamento: ao final de uma palestra, por melhor que ela seja, abra para perguntas e calcule o percentual das pessoas que se manifestam! Não chegaremos a 5%! Talvez este seja o comportamento mais preocupante dessa nova geração, pois a cada dia, o ato de julgar, criticar, inovar, decidir, esta nas mãos de poucas pessoas. E quando ouço um empresário dizer que o que mais lhe preocupa para o futuro da sua empresa é a falta de profissionais qualificados, constato que a maior desqualificação de todas é incapacidade crítica, a visão curta.

DICA PARA OS JOVENS - Amplie o seu networking de informação, converse com pessoas diferentes, acesse novas fontes de informação e principalmente, permita-se questionar, perguntar e analise mais profundamente as situações. Não seja refém da informação rápida, que se consegue no Google. Vá além. E na primeira oportunidade que tiver de conhecer alguém mais experiente, extraia o que puder de informação. Valorize o conhecimento, a experiência, a cultura.

DICA PARA AS EMPRESAS - Crie um ambiente de aprendizado constante, que permita às pessoas pensarem “fora da caixa”. Não discuta apenas os processos, ajude os profissionais a evoluírem e pensarem em mercado, clientes, estratégias, enfim, é preciso provoca-los para que ampliem a sua visão e enxerguem o mercado, tornando-os assim mais estratégicos e visionários.

INICIATIVA - Nem todo comportamento da nova geração de profissionais é negativo, pelo contrário. Ouço constantemente elogios e vejo comportamentos dignos de reconhecimento. Infelizmente, a iniciativa está presente na minoria, mas quando este comportamento se apresenta, é bonito de ver. Chega a emocionar ver os jovens organizando grandes eventos nos centros acadêmicos , enquanto outros não se dão nem o trabalho de assistir as palestras. É incrível vê-los ficando após a palestra para conversar com o palestrante, pedir dicas, tirar dúvidas, solicitar contato para conversar posteriormente, enfim, pensando no futuro. E certamente esse comportamento será revertido para as suas carreiras: se empenharão, aprenderão e como consequência, crescerão pessoal e profissionalmente. E o que mais me admira neste comportamento é a capacidade de fazer uma simples pergunta: “por quê?”. Uma pergunta simples, mas que abre inúmeras oportunidades para a evolução profissional.

DICA PARA OS JOVENS - Coloque esse comportamento para fora sempre que possível. Quando a oportunidade de ir além, de entregar mais, de contribuir melhor se apresentar, agarre, não deixe passar. Agora, seja inteligente para compreender que menos é mais. Nem sempre você precisará falar, muitas vezes ouvir e deixar que a ideia de outras pessoas prevaleça e valorizá-las é um grande ato de sabedoria. E mais uma coisa, muitas vezes as suas ideias não serão aceitas. Não se frustre com isso, faz parte da vida de qualquer profissional. É nessa hora que a pressa não ajuda em nada, pois maturidade se adquire com o tempo. E novamente, quanto mais você investir na sua capacidade crítica, mais será ouvido e levado a sério!

DICA PARA AS EMPRESAS - Valorize a iniciativa, permita e reconheça a participação e, mais do que isso, permita o erro. Um ambiente de forte repreensão nunca deixará florescer a inovação e a atitude de ir além. Se que ter iniciativa sem erros, basta investir na formação das pessoas. Não tem segredo!

**** Especialista em liderança, desenvolvimento humano e performance organizacional. É também Master Coach, palestrante e autor do livro “A Reinvenção do Profissional - Tendências Comportamentais do Profissional do Futuro” e da metodologia de coaching “Inteligência Potencial”.*** *www.institutoca.com.br.*

Quer falar direto com os executivos?

Anuncie na Revista IBEF.

REVISTA IBEF 8 anos

Garanta já seu espaço publicitário para 2013.

Mais informações:

Eduardo Cantidiano (21) 96190771

e.cantidiano@openlink.com.br

Mare Nostrum.

*Lirismar Campelo**

A Lei federal nº 8.617, de 4 de janeiro de 1.993, conhecida como Lei do Mar, dispõe sobre o mar territorial, a zona contígua, a zona econômica exclusiva e a plataforma continental. Ou seja, fixa o marco legal que determina qual é o "nosso mar". Sobretudo para a defesa dos interesses nacionais, é mister conhecer a sua extensão, tal como reconhecida e determinada pelos órgãos que expressam a soberania brasileira.

O **mar territorial brasileiro** é aquele que se estende por uma faixa de doze milhas marítimas de largura, iniciada a partir da linha de baixa-mar do litoral continental e insular, em conformidade às cartas náuticas de grande escala reconhecidas oficialmente no Brasil.

Naquelas localidades em que a costa apresenta recortes profundos e reentrâncias ou onde se apresenta franja de ilhas ao longo da proximidade imediata da faixa costeira, deve-se observar o método das linhas de base retas, ligando pontos apropriados, para o traçado da linha de base a partir da qual é medida a extensão do mar territorial. A soberania da República Federativa do Brasil abrange o mar territorial, o espaço aéreo sobrejacente, e seu leito e subsolo.

Os navios de todas as nacionalidades têm o direito de passagem inocente no mar territorial brasileiro, ou seja, quando esta não é prejudicial à paz, à boa ordem e à segurança do Brasil, tendo de ser contínua e rápida. A passagem também será considerada inocente quando houver o parar e o fundear, desde que tais procedimentos constituam incidentes comuns de navegação, ou sejam motivados por força ou dificuldade grave, ou tenham por escopo a prestação de auxílio a pessoas, navios ou a aeronaves em perigo ou em situação gravemente dificultosa.

A **zona contígua brasileira** abrange uma faixa que se estende das doze às vinte e quatro milhas marítimas, contadas a partir das mesmas linhas de base utilizadas para medir a largura do mar territorial, podendo a República Federativa do Brasil, em tal zona, implementar as medidas de fiscalização necessárias para evitar infrações às leis e aos regulamentos aduaneiros, fiscais, de imigração ou sanitários, no seu território, ou no seu mar territorial, bem como para reprimir as infrações às leis e aos regulamentos, no seu território ou no seu mar territorial.

A **Zona Econômica Exclusiv**a brasileira abrange uma faixa que se estende das doze às duzentas milhas marítimas, contadas a partir das linhas de base que servem para medir a largura do mar territorial.

A República Federativa do Brasil é soberana na zona econômica exclusiva no que concerne à exploração e aproveitamento, conservação e gestão de recursos naturais, vivos ou não, das águas sobrejacentes ao leito do mar, do leito do mar e seu subsolo, e no que

tange a outras atividades com fins de exploração e aproveitamento da zona para objetivos econômicos. Também tem a competência para regulamentar, em tal área, a investigação científica marinha, a proteção e preservação do meio marítimo, e a construção, operação e uso de todos os tipos de ilhas artificiais, instalações e estruturas.

O Brasil reconhece a todas as nações o gozo, na zona econômica exclusiva, das liberdades de navegação e sobrevoo, bem como de outros usos do mar, internacionalmente lícitos, referentes a tais liberdades, como os ligados à operação de navios e aeronaves.

A plataforma continental brasileira é composta do leito e do subsolo das áreas submarinas que se estendem além do mar territorial do Brasil, em toda a extensão do prolongamento natural do território terrestre brasileiro, até o bordo exterior da margem continental ou até uma distância de duzentas milhas marítimas das linhas de base, a partir das quais se mede a largura do mar territorial, nos casos em que o bordo exterior da margem continental não atinja essa distância.

A soberania da República federativa do Brasil é exercida sobre a plataforma continental para efeitos de exploração de recursos naturais, abrangendo-se tanto os minerais quanto outros não-vivos do leito do mar e subsolo, bem como os organismos vivos pertencentes a espécies sedentárias, ou seja, aquelas que no período de captura mantenham-se imóveis no leito do mar ou no seu subsolo, ou que só possam mover-se em constante contato físico com tal leito ou subsolo.

**** Especialista em direito administrativo do Vieira e Pessanha Advogados Associados.***

Expediente

O Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças - IBEF Rio de Janeiro - criado em 19 de maio de 1971, na cidade de sua sede nacional, o Rio de Janeiro, é uma entidade sem fins lucrativos considerada de utilidade pública nas esferas de governo federal, estadual e municipal, apartidária e que reúne os principais executivos e empresários do país.

Avenida Rio Branco, 156/4º andar Ala C - Centro - Rio de Janeiro, RJ - CEP:20040-003 - Tel: (021) 2217-5555 Fax: (21) 2262-6247- www.ibefrio.org.br

BIÊNIO 2011/2013 - IBEF RIO DE JANEIRO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente - *Theóphilo de Azeredo Santos*

Vice-Presidente - *Márcio João de Andrade Fortes*

Membros - *Henrique Luz, João Carlos França de Luca, José Carlos Monteiro, Luiz Leonardo Cantidiano, Manuel Fernandes Rodrigues de Sousa, Ricardo E. Vieira Coelho e Thomas Klien.*

DIRETORIA

Presidente
Roberto Lima Netto

Diretor Executivo
Marcos Chouin Varejão

CONSELHO FISCAL

Presidente - *Severino José da Silva*

Membros e Suplentes - *Antonio A. B. de Andrade, João Carlos Reichmann Mader , Luiz Affonso Romano, Luiz Eduardo Marinho e Ricardo Duarte Carneiro Monteiro.*

Conselho Consultivo
Ary da Silva Graça Filho, Marcos Chouin Varejão, Ney Roberto Ottoni de Brito, Orlando Galvão Filho, Reynaldo Vilardo Aloy, Theóphilo de Azeredo Santos e Valmar Souza Paes.

Revista IBEF

Conselho Editorial
Eduardo Facó Lemgruber, Henrique Luz, João Paulo dos Reis Velloso, José Gandelman, Luiz Leonardo Cantidiano, Márcio Fontes, Marcos Chouin Varejão, Merval Pereira, Nilton Molina, Renato Flores, Roberto Lima Netto, Sidney Rezende, Theóphilo de Azeredo Santos, Valmar Paes

Editor Responsável
Eduardo Cantidiano

Coordenação Editorial
Mara Iglesias

Jornalista
Vilma Goulart (MTB 18585)

Programação Visual
Red Design Comunicação

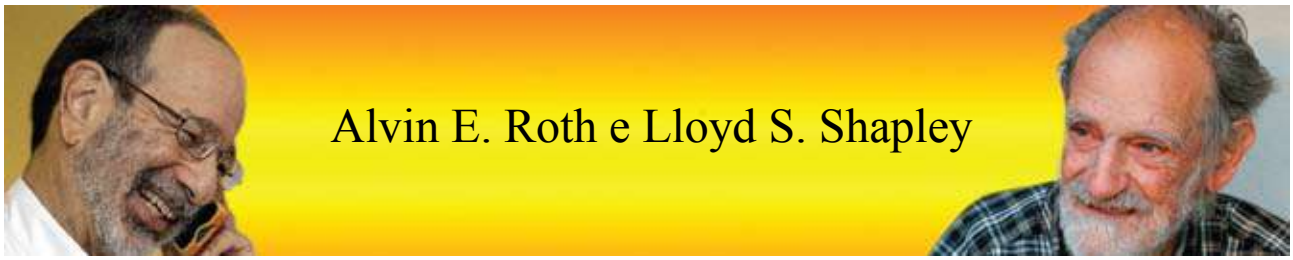
Fotos
AgeRio
Sala Renascença - Mario Grisolli (DayTrade)
Banco de imagens Red Design.

Publicidade e Marketing
EC - Editora e Comunicação
Eduardo Cantidiano
e.cantidiano@openlink.com.br
(21) 9619-0771

Distribuição
Simone Lira

Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução de artigos publicados na Revista IBEF, desde que citada a fonte.
O IBEF não se responsabiliza por opiniões emitidas em artigos assinados.

Prêmio Nobel de Economia 2012.



Os economistas norte-americanos Alvin E. Roth, da Universidade de Harvard, e Lloyd S. Shapley, da Universidade da Califórnia, conquistaram o Prêmio Nobel de Economia de 2012 concedido pela Academia Real das Ciências da Suécia. A láurea, cujo nome oficial é "Prêmio do Banco da Suécia em Ciências Econômicas em memória de Alfred Nobel", será entregue em 10 de dezembro, em Estocolmo.
Alvin Roth tem sessenta anos e é professor em Harvard, já Loyd Shapley tem oitenta e nove anos e é professor emérito em Los Angeles, na Universidade da Califórnia.

O reconhecimento foi concedido pelos trabalhos desenvolvidos na área de engenharia econômica, com foco no mercado e seus agentes, com objetivo de aperfeiçoar a oferta e a demanda. "Este ano o prêmio recompensa um problema econômico central: como associar diferentes agentes da melhor maneira possível", anunciou o Comitê Nobel. Em outras palavras, os trabalhos dos economistas ajudaram a melhorar o desempenho de diversos mercados, em especial o do sistema de saúde americano, onde Roth fez pesquisas práticas a partir da teoria desenvolvida por Shapley.

Segundo a academia, os estudos elaborados por Roth e Shapley abordaram um "problema econômico central" e que o prêmio "reverencia dois professores que responderam esta questão em uma viagem desde a teoria abstrata das dotações estáveis" até "o desenho prático das instituições mercantis".

O prêmio de 8 milhões de coroas suecas (US$ 1,2 milhão de dólares) é um reconhecimento à "teoria de alocações estáveis e ao modelo de mercado" e aos "os esforços para encontrar soluções práticas a um problema do mundo real", ressaltou o comunicado.

Ainda segundo a academia, Shapley usou a teoria dos jogos para estudar e comparar vários métodos de alocação e como assegurar que as combinações sejam aceitáveis para todas as partes envolvidas, incluindo a criação de um algoritmo especial, chamado "algoritmo Gale-Shapley".

Roth continuou os resultados de Shapley numa série de estudos empíricos e ajudou a redesenhar instituições existentes, de forma que médicos possam ser combinados com hospitais, estudantes com escolas ou pacientes com doadores de órgãos.

O Prêmio Nobel foi estabelecido no testamento de Alfred Nobel, um industrial sueco que queria deixar parte de sua fortuna para o incentivo das atividades científicas e para o progresso do conhecimento humano. Dentre os cinco prêmios originais descritos no testamento, não havia um prêmio para a área econômica. Esse foi criado posteriormente pelo Banco Central da Suécia em 1968, em memória ao industrial.

Trem do Corcovado
Trem do Corcovado
O passeio e o visual são tão belos que o filho de Deus resolveu até morar aqui.
CORCOVADO
www.corcovado.com.br

TM Rio 2016 | Todos os direitos reservados.

PATROCINADOR OFICIAL

Bradesco

Rio2016

PELA 2ª VEZ, A MARCA MAIS VALIOSA DA AMÉRICA LATINA. E, DE NOVO, GRAÇAS AOS NOSSOS COLABORADORES, CLIENTES E ACIONISTAS.

Pelo segundo ano consecutivo, o Bradesco foi considerado a marca mais valiosa da América Latina, de acordo com o levantamento da **Brand Finance**. Esse feito tornou-se possível graças a vocês, colaboradores, clientes e acionistas. Um importante reconhecimento, conquistado por meio de parcerias mais que valiosas.

WWcCANN | BRADESCO

Fonte: ranking de 2012 da Brand Finance.

Baixe um leitor de QR Code em seu celular e aproxime o telefone do código ao lado.

Fone Fácil Bradesco: 4002 0022 / 0800 570 0022
SAC – Alô Bradesco: 0800 704 8383
SAC – Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099
Ouvidoria: 0800 727 9933

bradesco.com.br
twitter @Bradesco
Curtir facebook.com/Bradesco

Bradesco