REVISTA

IBEF

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO X - NÚMERO 52 - BIMESTRAL - 2014
www.ibefrio.org.br

Mauricio Cataneo, presidente da Unisys

Embaixador da Turquia e a parceria estratégica com o Brasil

Ronaldo Ribeiro da Líder Aviação e o desafio na gestão empresarial

Pedro Dutra do IBRAC escreve sobre um contrato centenário

Pesquisa do Credit Suisse aponta novos milionários brasileiros

IBEF
Rio de Janeiro

Conte com a Bradesco Corretora para investir no mercado financeiro.

Assessoria especializada e estrutura completa para quem quer investir em ações.

Y&R

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
faq@bradescobbi.com.br
bradescocorretora.com.br @bradescotrading facebook.com/bradescocorretora

Bradesco Corretora

Editorial

O Brasil necessita de uma reforma criativa para voltar a crescer

Muitos são os desafios de nossa economia para 2015. Diante de um cenário econômico ruim, em um ambiente externo de menor crescimento, com queda de preço das commodities e de redução da liquidez internacional - o efeito da inflação é imediato entre a população brasileira: E o monstro que há anos não dava as caras – (carro chefe de nossos problemas econômicos) chegou assustando novamente.

No ano que vem as projeções da inflação não são nada boas. Segundo as cinco instituições que mais acertam as previsões que são apuradas pela pesquisa Focus, produzida pelo Banco Central, na média, a inflação ficará em 6,47%. Para se ter uma ideia, as projeções para o final de 2014 já são de 6,32%.

O fato é que inflação deve ser combatida doa a quem doer, custe o que custar, mesmo no campo político. A atual condição econômica do Brasil necessita de uma reforma criativa para que o país volte a crescer. Desta maneira, fixa-se uma herança "nada desejável". Que em 2015 cumpram-se as metas, que já foram uma importante conquista de previsibilidade, um importante ativo da nossa economia.

Outubro 2014

Marcos Chouin Varejão

Índice

EDITORIAL.....1
Marcos Varejão

CAPA.....2
Mauricio Cataneo - Segurança como prioridade.

NACIONAL.....4
Por que coaching para advogados?

INTERNACIONAL.....6
Cresce o número de novos milionários no Brasil.

OPINIÃO.....8
Huseyin Dirioz: Brasil e Turquia como parceiros.

INFRAESTRUTURA.....10
Pedro Dutra: um contrato centenário

NACIONAL.....12
IV Prêmio IBEF de Sustentabilidade.

OPINIÃO.....16
Ronaldo Ribeiro: desafio da implantação e manutenção de indicadores para a gestão de empresas.

NACIONAL.....18
Diminui o número de novas empresas no Brasil.

COMPLIANCE.....20
Sua empresa possui um Programa de Compliance?

DAY TRADE.....22
Coluna de informação.

SEGUROS.....24
Lauro Vieira de Faria: tragédia em segundos.

INTERNACIONAL.....26
História da economia: em 1824, foi feito o primeiro empréstimo pelo governo brasileiro.

INTERNACIONAL.....28
Rio Galeão assume operação do Aeroporto Internacional Tom Jobim.

OPINIÃO.....32
Saimon Debastiani: a nova revolução tecnológica da indústria.

OPINIÃO.....33
Luiz F. Normand: escritório, o verdadeiro cartão de visitas.

OPINIÃO.....34
David Abramo Randon: gestão administrada passo a passo.

NACIONAL.....36
Programas de televisão abordam o tema economia.

NACIONAL.....37
Paulo Cesar Costa de Araújo Feio: gestão de Compliance.

OPINIÃO.....38
Eduardo Paes: a cidade treina para as Olimpíadas.

NACIONAL.....40
As principais propostas dos candidatos a presidentes do Brasil.

ESTANTE.....41
Coluna sobre publicações editoriais.

NACIONAL.....42
ONG Viva Rio.

NACIONAL.....44
Gisele Lorenzetti: o valor tangível do relacionamento

JURISPRUDÊNCIA.....46
Decisão mantém transferência dos ativos de iluminação pública.

NACIONAL.....48
A economia do compartilhamento.

Segurança como prioridade

*Mauricio Cataneo**

Nos últimos cinco anos, a massificação do uso de mídias sociais, dispositivos móveis, computação em nuvem e outras tecnologias emergentes fizeram com que o perímetro de segurança, que antes ficava do lado de fora da empresa, simplesmente deixasse de existir. Tudo passou a estar interligado e interconectado. A empresa está na nuvem, nas redes sociais, no bolso de cada funcionário que carrega seu *smartphone* ou tablet com suas aplicações corporativas.

Uma falha de segurança ocorrida em uma unidade industrial no interior de um país pode afetar dezenas de operações, interromper serviços, reduzir a produtividade de milhares de funcionários e culminar em perdas financeiras, danos à reputação, além de muitos outros prejuízos a empresas e governos.

Temos de reconhecer que alguns setores econômicos no Brasil avançaram drasticamente nesse sentido, e destaco fundamentalmente o segmento financeiro. Uma pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) revelou que apenas em 2013 esse setor investiu 20,1 bilhões de reais em tecnologia, sendo uma fatia importante destinada a área de software (em torno de 40%). E certamente muitos desses recursos foram direcionados a fim de resguardar dados da instituição, de seus clientes e *stakeholders*.

Os bancos brasileiros estão na vanguarda tecnológica e essas boas práticas servem de modelo para grupos financeiros internacionais. Hoje as transações eletrônicas contam com um nível de segurança muito mais sofisticado do que havia no passado. Esta foi uma demanda impulsionada pelos próprios clientes, que passaram cada vez mais a utilizar internet banking e dispositivos móveis para

> *Mais do que proteger as instalações físicas da companhia, é necessário concentrar esforços e investimentos para defender um ativo fundamental e que não há como ser recuperado ou reparado: informação."*

realizar suas operações financeiras. Outro dado da Febraban mostra que atualmente 65% das transações das instituições financeiras são feitas através da web e mobile banking. Esse cenário ilustra que o perfil do consumidor mudou e que a mobilidade provocou uma verdadeira transformação na forma como as pessoas se comunicam, realizam suas tarefas pessoais e profissionais, acessam conteúdos etc.

No entanto, ainda existe uma percepção de insegurança entre as pessoas. Este ano conduzimos a 11ª edição de uma pesquisa que traça um índice de quão preocupados estão os consumidores com respeito a segurança nacional, financeira, pessoal e na internet. O estudo foi realizado com mais de 11 mil pessoas em 12 países, incluindo o Brasil, e os resultados revelaram que os brasileiros nunca estiveram tão preocupados com este tema. Apenas na primeira edição da pesquisa, em 2007, o índice de 'insegurança' foi maior que em 2014.

Também conduzimos outro estudo global com 600 executivos de segurança de fornecedores de serviços vitais, como água, energia, petróleo e gás. Alguns dos resultados também causaram preocupação. O primeiro é que apenas 32% dos entrevistados da América Latina classificaram o aperfeiçoamento da segurança como uma das cinco prioridades estratégicas da empresa. A média global foi de 40%. Talvez como consequência disso, 57% dos entrevistados na região temem que seus sistemas de TI sofram ataques cibernéticos ao longo dos próximos dois anos.

Esse parece ser o Calcanhar de Aquiles não só de empresas de infraestrutura, mas também de outros mercados que observamos. Em primeiro lugar, é fundamental incluir a segurança digital como parte das prioridades estratégicas da empresa, assim como fizeram os bancos brasileiros. A partir daí é possível traçar um plano que contemple políticas de acesso para dispositivos móveis, segregação de redes para que o acesso a determinadas áreas seja restrito a um grupo de usuários autorizados, aquisição de tecnologias que possam ser aplicadas para ocultação de dados sensíveis da rede para que não sejam alvo de *hackers* ou mesmo utilizados de forma inadequada por funcionários ou terceiros, entre outras medidas.

Mais do que proteger as instalações físicas da companhia, é necessário concentrar esforços e investimentos para defender um ativo fundamental e que não há como ser recuperado ou reparado: informação. Esse é um bem valiosíssimo e que, uma vez nas mãos de criminosos cibernéticos ou grupos terroristas, acarretará em sérios prejuízos às organizações. Chegou a hora de pensarmos nisso como prioridade.

**** Diretor presidente da Unisys Brasil.***

Por que coaching para advogados?

Nos dias de hoje, o individualismo está cada vez mais arraigado na nossa sociedade. Isso faz com que muitos ainda acreditem ser mais fácil atingir os seus objetivos se, sozinhos, focarem-se e trabalharem duro naquilo que querem. Contudo, esta ideia tem sido altamente questionada e colocada em cheque por organizações e pessoas de sucesso da nossa sociedade.

Na verdade, este pensamento começou a ser transformado quando, por meio da observação do ambiente esportivo foi possível perceber que os atletas profissionais mais vitoriosos obtinham um melhor resultado trabalhando lado a lado com os seus treinadores. Estes indivíduos experientes e comprometidos os ajudavam a aprimorar suas habilidades para aumentar o desempenho, criar foco, desenvolver estratégias de competição e manter um elevado nível de motivação ao longo da carreira. Assim, conseguiam atingir um nível de performance altamente diferenciado.

A partir daí, grandes organizações passaram a testar este tipo de trabalho de *coaching* com os seus talentos seniores, começando a experienciar resultados espetaculares e únicos com estes profissionais.

Daí em diante, o *coaching* começou a ficar em evidência e ser procurado para auxiliar nos mais diversos âmbitos, da vida pessoal à profissional, alcançando também os advogados, os departamentos jurídicos e os escritórios de advocacia.

Por que *coaching* para advogados?

Porque o *coaching* ajuda o advogado a expandir a sua consciência, conhecer-se melhor, explorar os seus talentos, mudar alguns hábitos e atingir o seu máximo potencial. É um investimento que ele faz em sua vida. Que ele faz para e em si mesmo.

Aliado a isto, o advogado é muito focado no universo jurídico, no seu conhecimento técnico e não aprende na faculdade, nem as habilidades, nem os conhecimentos do mundo dos negócios. É aí que o *coaching* entra. auxiliando-o a lidar com os desafios existentes que o levarão a este desenvolvimento profissional.

Embora o advogado seja normalmente focado em resultados, em geral, está muito ocupado administrando os prazos e as demandas de última hora. Acaba assim, na maioria das vezes, despendendo seu tempo, energia e esforços para lidar com assuntos que são urgentes, mas não tão prioritários ou importantes. Isso termina por prejudicar bastante o seu desempenho como profissional.

Sendo assim, colocamos aqui alguns dos benefícios que o processo de *coaching* pode trazer para o advogado:

- Construir uma visão de futuro, alinhada com os valores da organização e objetivos estratégicos do negócio;
- Desenvolver habilidades que influenciam como ele interage e se comunica com as pessoas (clientes existentes ou potenciais, colegas, chefes e outros funcionários).
- Desenvolvimento de um melhor atendimento ao cliente, para maior fidelização, através do aumento da produtividade, desempenho e rentabilidade;
- Encorajar a inovação e a adaptação a mudanças de forma mais efetiva;
- Desenvolver a gestão e a liderança, os seus estilos e aumento da autoconfiança;
- Otimizar o potencial das equipes e das relações de trabalho entre elas;
- Lidar com questões interculturais, permitindo-lhe trabalhar melhor com clientes, colegas ou organizações de outras nacionalidades.
- Melhorar a administração do tempo, as habilidades necessárias para trabalhar de uma maneira mais eficiente, alcançando um equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal;
- Aprender a gerenciar o estresse (evitar o *"burn out"*);
- Planejar e gerir com sucesso as transições na carreira (desde promoções até a aposentadoria).

São inúmeros os ganhos que um advogado pode ter ao contratar um *coach* para trabalhar ao seu lado.

Ademais, ao longo dos anos de experiência, temos observado que a maioria destes profissionais não planeja a sua carreira. Ele, simplesmente, deixa acontecer... Isso porque, muitas vezes, não tem uma visão clara de "quem é", "o que quer" e "aonde pretende chegar". Contudo, para obter o sucesso almejado é necessário ter dedicação, comprometimento e traçar estratégias.

Através do *coaching*, o advogado poderá atuar de forma mais inteligente para ampliar as suas conquistas.

Que tal experimentar esta jornada?

MOTTA, FERNANDES ROCHA

ADVOGADOS

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
- Tecnologia e Direito Digital
- 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

Cresce o número de novos milionários, inclusive no Brasil

Os mais ricos estão mais ricos. E muita gente já entrou para esse tão sonhado grupo. De acordo com a pesquisa divulgada recentemente pela consultoria Cap Gemini e o gestor de ativos canadense RBC Wealth Management, a fortuna dos mais ricos no mundo aumentou 15% em 2013. Também somaram-se aos milionários do mundo 2 milhões de pessoas. Desse total, os Estados Unidos correspondem sozinhos a 1,7 milhões de novos membros do seleto grupo. Já na Europa, os países que se destacam são a França (com 287 mil novos milionários), Alemanha (com 221 mil), Itália (com 127 mil), Espanha (com 47 mil) e Bélgica (com 38 mil). No Brasil, houve um acréscimo de 7 mil novos milionários. Com isso, são 13,7 milhões de ricos, com uma fortuna de US$ 52,6 trilhões.

Isso significa que esse número de novos ricos dispõem de pelo menos 1 milhão de dólares para investimentos, excluindo a residência principal, acervos, bens de consumo e bens duráveis. Os analistas das empresas responsáveis pelo estudo destacam que a idade média dos ricos está caindo acentuadamente, devido principalmente ao número de milionários das "novas tecnologias".

O World Wealth Report é a referência do setor para se obter informações sobre as pessoas com alto patrimônio, sua riqueza e as condições globais e econômicas que geram mudanças no setor de gestão do patrimônio. Com base nas respostas de mais de 4.500 pessoas desse nicho em 23 países, a pesquisa Global HNW Insights explora os níveis de confiança, as decisões sobre alocação de recursos, as perspectivas sobre a geração de impacto social dessas pessoas e suas preferências quanto à assessoria e serviços de gestão de patrimônio.

Os indivíduos com patrimônio pessoal elevado na América do Norte apresentam a menor demanda – (58%). O continente manteve ainda a posição de região mais rica, com 17,1% de crescimento e 14,88 trilhões de dólares disponíveis para aplicações, seguida pela Ásia-Pacífico, que teve elevação de 18,2% e 14,2 trilhões de dólares. A Europa ocupou o 3º lugar, com 12,39 trilhões de dólares, e a América Latina ficou em 4º lugar, com 7,7 trilhões de dólares.

Os cinco principais mecanismos utilizados por milionários para criar um impacto social são: investir com um objetivo social definido (15%), contribuir regularmente com instituições de caridade (14%), envolvimento com a comunidade em geral (14%), conhecimento e experiência em voluntariado (13%), e tomada de decisões estratégicas de negócios com um objetivo social claramente definido (13%).

As mulheres parecem ser mais conservadoras, pois 31% delas preferem alocar o dinheiro contra 24% dos homens. A pesquisa apontou, ainda, que a prioridade de investimentos desses indivíduos se divide em 33% para saúde e educação, e 32% para causas sociais infantis.

EXPECTATIVA

Dados do Global Wealth Report, divulgados pelo banco Credit Suisse indicam que o número de brasileiros que têm na conta pelo menos US$ 1 milhão é de 221 mil pessoas. E a tendência é de alta: em cinco anos, os milionários brasileiros deverão totalizar 407 mil, quase o dobro. Junto do Brasil, a Polônia tem alta expectativa quanto aos novos milionários: de hoje até 2018, eles devem passar de 45 mil para 85 mil.

A nº 1 brasileira de auditoria independente conta com 350 escritórios em 75 países.

FAÇA A SUA ESCOLHA.

Lopes, Machado
Auditors, Consultants & Business Advisers

Independent Member of
BKR
International

SEDE Rio de Janeiro
Macaé - RJ • São Paulo - SP • Belo Horizonte - MG
Salvador - BA • Recife - PE • Vila Velha - ES

Credibilidade: fator que coloca a BKR entre as maiores empresas de auditoria e consultoria do mundo.

Auditoria • Auditoria de TI e Riscos Corporativos • Consultoria de Estratégia e Gestão • Consultoria Tributária e Trabalhista
Due Diligence • Treinamento Empresarial • Serviços Especiais

novosnegocios@bkr-lopesmachado.com.br

☎ **55 21 2156-5800**

www.lopesmachado.com

23 anos

Brasil e Turquia como parceiros

*Huseyin Dirioz**

As relações entre o Brasil e a Turquia podem ser datadas desde a era otomana. Foi com a inauguração da Embaixada da Turquia no Rio de Janeiro, em 1929, que se construíram as relações entre a então jovem Repúbica da Turquia e o Brasil. No entanto, foi após o ano 2000, devido a contatos de alto nível e crescente ativismo dos dois países mundo afora, que essas relações deslancharam.

O Plano de Ação de Parceria Estratégica entre o Brasil e a Turquia, assinado em 2010 pelo então Primeiro-Ministro da Turquia Recep Tayyip Erdogan e o então presidente do Brasil Luiz Inácio Lula da Silva, estabelece o principal pilar da cooperação bilateral e da parceria num vasto escopo de áreas. Esta cooperação e parceria vêm adquirindo grande ímpeto desde então.

Na qualidade de embaixada, estamos cientes de que o aspecto econômico das relações bilaterais é tão importante quanto as relações políticas. Por este motivo estabelecemos como prioridade, a assistência a cidadãos turcos buscando oportunidades de investimento no Brasil, bem como a investidores brasileiros que tencionam iniciar negócios na Turquia.

Resultados concretos têm sido alcançados principalmente nas áreas de comércio e investimentos. O volume de comércio entre os dois países ultrapassou a marca de 3 bilhões de dólares em 2012, marca esta que se limitava a apenas 300 milhões de dólares em 2002. Novas fábricas com números substanciais de empregados iniciaram suas atividades. Apesar do notável avanço, essa marca ainda está muito aquém de seu real potencial.

Consideramos o comércio não como um jogo de soma nula, mas sim como um jogo onde todos ganham. Para esta finalidade, instamos que a Reunião da Comissão Econômica Conjunta seja realizada frequentemente. Às margens desta reunião, empresários e investidores de ambos os países se conhecem, contatos de negócios ocorrem e até novas parcerias passam a existir. Nesse

> *A Turquia e o Brasil podem ser países âncoras em suas respectivas regiões não apenas no aspecto político, mas também no que tange às atividades econômicas.”*

contexto, ambas as missões brasileiras em Âncara e em Istambul, bem como o Escritório Comercial Turco em São Paulo, facilitam os negócios e os contatos comerciais.

O Brasil tem um potencial promissor, o qual foi bem observado no ano passado. Apesar da desaceleração dos mercados desenvolvidos, o Brasil conseguiu atrair 60 bilhões de dólares em investimento estrangeiro direto e permaneceu entre os 5 principais destinos de investimentos. Além de sua população de 200 milhões, o Brasil é um ator proeminente em sua região, membro do Mercosul e porta de acesso ao mercado latino-americano. O Estado de Direito, a estabilidade política e as instituições reguladoras bem estabelecidas são outros fatores convincentes para se investir no Brasil. Assim sendo, insistimos para que nossas empreiteiras possam operar no Brasil, visto que o país vem passando por uma grande transformação infraestrutural na última década.

A Turquia e o Brasil podem ser países âncoras em suas respectivas regiões não apenas no aspecto político, mas também no que tange às atividades econômicas. A Turquia localiza-se no cruzamento entre dois continentes, possui conexões comerciais bem estabelecidas com as regiões circundantes, incluindo o Cáucaso do Oriente Médio e os Balcãs, e faz parte da união aduaneira com a União Europeia. Com sua robusta economia de mercado, combinada à entrada em vigor do acordo para evitar a dupla tributação e prevenir a evasão fiscal em matéria de impostos sobre a renda entre os dois países em 2013, a Turquia constitui um atraente destino para investimentos brasileiros.

O estabelecimento de voos diretos entre Istambul e São Paulo pela Turkish Airlines, bem como a entrada em vigor do acordo de isenção de vistos, diminuiu a distância entre a Turquia e o Brasil. Em 2013, o número de turistas brasileiros que viajaram à Turquia somente pela supracitada linha aérea atingiu a marca de 130.000, o que propiciou aos nossos povos a oportunidade de se conhecerem.

Intercâmbios nas áreas cultural, acadêmica e educacional, encontram-se entre nossas principais prioridades. Programas de intercâmbio de longo prazo não apenas para brasileiros, mas também para estudantes turcos, auxiliarão as duas sociedades a se compreenderem. Buscamos oportunidades para que estudantes turcos visitem o Brasil como estagiários, mestrandos ou doutorandos.

Resumindo, nossos esforços continuarão elevando o nível das relações econômicas bilaterais a um patamar que esteja em conformidade com uma parceria estratégica.

**** Embaixador da Turquia no Brasil.***

Um contrato centenário

*Pedro Dutra**

O Contrato de Concessão atendeu às transformações tecnológicas verificadas ao final do século 20. Já o seu nome indica o seu propósito: conceder a execução de alguns serviços de largo interesse público à iniciativa privada. Concedidos porque o Estado chamou a si a titularidade desses serviços e delegou a sua execução a empresas privadas capazes assegurar a sua continuidade, qualidade e modicidade de preços, sujeitos todavia à fiscalização do Poder Público. À base do contrato de concessão está a incapacidade de o Estado prover, ele mesmo, alguns dos serviços públicos com a eficiência e custos desejáveis.

Em contrapartida à execução dos serviços a concessionária tem assegurada uma remuneração à prova da corrosão inflacionária e é compensada por encargos extraordinários àqueles presentes quando o Poder Público estimou o valor da contraprestação devida à concessionária. Porém o aspecto mais relevante no regime de concessão é o respeito ao contrato por parte do Poder Executivo que o fiscaliza, por meio de agências reguladoras. Estas não podem servir à vontade dos titulares do Poder Executivo, pois a ação delas deve ser pautada pela Lei que as institui, e a lei só é devidamente cumprida se aplicada, de fato, por órgão regulador dotado de independência técnica, hierárquica, decisória e financeira, que o ponha a salvo de transitórios interesses político-partidários, assim como de interesses corporativos, privados ou públicos.

Respeitar, e fazer respeitar, estritamente, o contrato de concessão converte-se, portanto, no grande desafio ao governo em seus diferentes níveis federativos. Só assim estará livre o consumidor de promessas irrealistas - de excelentes serviços a preços mínimos - que atendem apenas a interesses político-partidários. Contratos bem formulados e fiscalizados por reguladores de fato independentes, em regime de absoluta transparência, asseguram serviços públicos de qualidade. Esta a verdadeira experiência positiva de um contrato centenário.

** Advogado e conselheiro do Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio (IBRAC).*

MUITA GENTE NÃO SE LEMBRA, MAS HÁ 15 ANOS A CCR MUDA MUITA COISA NAS ESTRADAS DO PAÍS.

www.ccr.com.br

É por aqui que a gente chega lá.

15 ANOS

CCR

IV Prêmio IBEF de Sustentabilidade é entregue em solenidade na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro

Reconhecer as empresas que têm responsabilidade com a Sustentabilidade. Este foi o objetivo do IBEF ao criar o Prêmio IBEF de Sustentabilidade, que, neste ano, em sua quarta edição, recebeu 98 inscrições de empresas e organizações. O Instituto aprovou 53 cases com o certificado de Excelência em Sustentabilidade. Destes, cinco foram os premiados com o troféu Ecosofia, um em cada categoria - Valorização, Gestão, Governança Corporativa, Administração de Conflitos e Estrutura da Operação. O evento de premiação aconteceu na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, em agosto, e contou com o patrocínio da **Deloitte, Furnas Centrais Elétricas S.A.** e **Petrobras**.

O recorde do número de inscrições foi comemorado por Marcos Varejão, diretor Executivo do IBEF-Rio. "Todos podem se considerar premiados. A premiação mostra a variedade de experiências vitoriosas de Sustentabilidade no dia a dia das empresas, independente de seus portes", disse Varejão em entrevista para a Revista Plurale. "Está bem claro que saiu da caixinha de um departamento ou grupo para realmente passar a ser uma ação estratégica para todos", completou.

Organizações empresariais têm adotado, cada vez mais, como decorrência do aumento do acesso à informação, novos movimentos que trazem benefícios sustentáveis. É um novo jeito de se reinventar, buscar novas ideias e critérios daquilo que se compra e do que se descarta. A partir daí, também exigem que seus fornecedores adotem a sustentabilidade na gestão dos serviços prestados. Compradores de produtos e serviços têm o papel de mudar hábitos, e com isso, obrigam as empresas a estar em dia com as melhores práticas.

ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS

Alberto Jacobsen da Risk Office

A empresa vencedora nesta categoria foi a Risk Office. O case foi avaliado pela metodologia da Diplomacia Corporativa, em que se comprova a capacidade da gestão em gerenciar conflitos, evitando impasses. O presidente da empresa, Alberto Jacobsen, subiu ao palco para receber o Troféu Ecosofia. O Risk Office é a maior consultoria de risco de mercado da América Latina, com uma carteira formada por aproximadamente 350 clientes, com foco nos Fundos de pensão, Regimes próprios de previdência social, Companhias seguradoras, Empresas não financeiras (todos os setores, serviços, indústria e varejo), e Family offices (Gestão de Fortunas).

ESTRUTURA DA OPERAÇÃO

Roderta Antunes do Hotel Urbano

O Hotel Urbano recebeu o prêmio IBEF de Sustentabilidade 2014 na categoria Estrutura da Operação, sendo representado, durante o evento de premiação, por Roberta Antunes, presidente. O case avaliado comprovou sua capacidade de estruturar soluções que permitiram convergir expectativas, conter riscos e estruturar melhor uma operação de sustentabilidade. "O Hotel Urbano busca fomentar novos destinos turísticos e auxiliar no desenvolvimento de pequenos e médios empreendedores do setor em todo o Brasil. Estamos muito orgulhosos com essa conquista, que vem para coroar nossa missão de fortalecer toda a cadeia produtiva do turismo nacional", afirma Roberta Antunes, presidente do Hotel Urbano.

A empresa foi reconhecida por sua influência no desenvolvimento de várias cidades brasileiras, ajudando não só a aumentar o fluxo de turistas, mas também a gerar investimentos financeiros de empresas e do próprio governo na melhoria dos municípios para a recepção da massa de viajantes. No ano de 2013, o Hotel Urbano superou a marca de 2,8 milhões de diárias vendidas. Diariamente, a agência online de viagens líder do mercado brasileiro oferece mais de 4 mil pacotes com preços acessíveis para mais de 400 dos principais destinos turísticos nacionais e internacionais.

GESTÃO

O Spoleto – rede de culinária italiana – ganhou o Prêmio IBEF de Sustentabilidade 2014 na categoria Gestão, sendo representado por Michel Jager. Em 2010, a marca criou seu modelo de negócio 100% sustentável. O Spoleto 21 inclui ações como redução de energia e água, tratamento seletivo do lixo e eliminação de produtos de limpeza nocivos ao meio ambiente.

Atualmente a rede de alimentação rápida Spoleto possui mais de 300 restaurantes no Brasil, espalhados por 23 estados mais o Distrito Federal, além de aproximadamente 30 unidades no exterior. Hoje, a Spoleto vende mais de 13 milhões de pratos da massa por mês e nos dias 29 (dia do Gnocchi), a média de venda diária aumenta em 30%. A rede ainda possui uma estrutura própria composta por duas fábricas (uma de massas e molhos e outra de proteína), uma distribuidora e duas centrais de treinamento no eixo Rio - São Paulo. A rede pertence ao Grupo Trigo, também proprietário da Domino's Pizza (operação brasileira) e Koni Store (temakeria).

Michel Jagger do Spoletto

GOVERNANÇA

Paulo Camillo da AES Brasil

A AES Brasil foi a vencedora na categoria Governança Corporativa. Paulo Camillo Vargas Penna, vice-presidente de Relações Institucionais, Comunicação e Sustentabilidade da empresa, esteve presente na solenidade de entrega do Troféu Ecosofia.

A AES Brasil atua no setor elétrico brasileiro com empresas de geração, comercialização e distribuição de energia. Está presente no país desde 1997 e é uma empresa da AES Corp, uma companhia global que atua na área de energia, com negócios de geração e de distribuição, contando com um diversificado portfólio, presente em 21 países. Fazem parte do grupo AES Brasil duas distribuidoras, AES Eletropaulo e AES Sul, duas geradoras, AES Uruguaiana e AES Tietê e uma prestadora de serviços técnico-operacionais para o setor de energia elétrica, AES Serviços Juntas, (acho que esse juntas é minúsculo e a vírgula é antes) as empresas respondem por 12,5% da energia distribuída e 2,2% da capacidade instalada no país ao todo, a AES Brasil conta com uma força de trabalho de 8 mil colaboradores e mais de 7,9 milhões de clientes atendidos nos 142 municípios das regiões Sul e Sudeste.

VALORIZAÇÃO

A Rádio Ibiza foi a vencedora da categoria Valorização do Prêmio IBEF de Sustentabilidade. Levy Gasparian, diretor da Rádio Ibiza, comemorou a vitória. “Somos uma rádio com foco em empresas. E esta premiação mostra que sustentabilidade é um assunto para todos, independente do tamanho e da área de atuação.”.

A Rádio Ibiza foi criada para usar a música como ferramenta de comunicação do cliente final. O seu principal objetivo é tornar-se a maior agência musical do mundo.

Levi Gasparian da Rádio Ibiza

Reconhecer as empresas que têm responsabilidade com a Sustentabilidade. Este foi o objetivo do IBEF ao criar o Prêmio IBEF de Sustentabilidade, que, neste ano, em sua quarta edição, recebeu 98 inscrições de empresas e organizações.

Conheça a AgroTools
e descubra como estamos
ajudando a construir
o futuro do
agronegócio brasileiro.

A AgroTools
é a empresa mais
certificada em
sustentabilidade
pelo IBEF em 2014

ACESSE TECNOLOGIA,
ACESSE INOVAÇÃO,
ACESSE WWW.
AgroTools
com.br

ESTÚDIOTOLLER

O desafio da implantação e manutenção de indicadores para a gestão de empresas

*Ronaldo Ribeiro**

As grandes organizações continuam vivendo o desafio de implantar e manter indicadores relevantes, consistentes e tempestivos para que seus executivos possam acompanhar o andamento dos negócios e, a partir destes, tomar decisões adequadas e no tempo necessário.

Com o reconhecido desenvolvimento dos sistemas de gestão nos últimos anos, e ainda mais especificamente com a evolução dos grandes softwares corporativos (conhecidos como ERP's), poderíamos imaginar que este desafio seria ultrapassado facilmente, mas esta não é a realidade.

Graças ao aumento contínuo da velocidade e complexidade do ambiente de negócios, os gestores têm problemas diários e urgentes em suas rotinas, que demandam continuamente seu tempo e atenção, e esses acabam desviando-os da importante tarefa de analisar os indicadores e fazer a gestão do negócio ou da sua área com a utilização desses instrumentos.

Não vamos discutir aqui metodologias específicas como Balance Score Card, Gestão por Diretrizes ou, ainda, ferramentas, como sistemas de Business Inteligence, mas, sim, refletir sobre os principais desafios existentes ao se enfrentar a tarefa de definir, implantar e utilizar os indicadores para a gestão do dia a dia.

Esses desafios, de acordo com a minha experiência, podem ser divididos em três momentos:

- Definição dos indicadores: nesse primeiro momento, a missão é escolher os indicadores mais relevantes para a empresa e que atendam diretamente às demandas de análise do negócio e que, dessa forma, precisam ser permanentemente acompanhados. A seguir, deve-se definir, com muito critério, como calcular tais métricas e como obtê-las de maneira rápida e segura. Para tornar este processo efetivo desde o início, é importante validar os indicadores escolhidos junto a todas as áreas que têm interface com as métricas, pois o tempo dedicado a esse levantamento, nesta fase inicial, irá gerar economia de tempo nas etapas seguintes.

Outro fator importante a ser destacado nesse primeiro momento é a coerência dos critérios adotados, observando que não se pode deixar que cada área desenvolva as suas próprias métricas, pois existe o risco de inconsistência na informação gerada e, consequentemente, a possibilidade de uma perda na efetividade do processo e do resultado em toda a organização. Sugere-se, então, que esse é um trabalho a ser gerido de maneira centralizada. Além disso, os indicadores devem ser desdobrados a partir do resultado final (ex: lucro, EBITDA, retorno etc.) até

se chegar aos itens específicos. Esse detalhamento, no sentido "top-down", direciona muito bem o trabalho e gera uma lógica a ser seguida por todos.

Por fim, mas não menos importante, surge a necessidade de definição da ferramenta de trabalho. É desnecessário dizer a importância de se ter boas ferramentas de sistema, pois a geração das informações deve ser a mais automática possível. O ideal é que não estejam concentradas nas pessoas, mesmo que sejam as pessoas responsáveis por analisar tais dados, pois as informações apuradas de maneira manual e individual estão sujeitas a erro, à inconsistência, e ainda a uma série de fatores subjetivos e variações ao longo do tempo. Para evitar os riscos citados acima, o sistema deve conter, também, um glossário com a definição clara e objetiva das métricas, dos critérios adotados para o seu cálculo e da origem da informação, para facilitar qualquer validação ou revisão ao longo do tempo.

- Cultura de uso dos indicadores: nesse segundo momento, e após a definição e refinamento dos indicadores, o próximo desafio é cultural.

Os gestores da empresa precisam encarar o acompanhamento dos indicadores como uma prioridade e considerá-los como o principal instrumento de gestão das suas funções e, consequentemente, da sua área, pois esta é uma forma profissional e racional de gerenciar seus processos e equipes. A questão cultural talvez seja a parte mais difícil dessa implantação, pois se os gestores não adotarem essa rotina como parte do seu dia a dia, o processo não será efetivo.

Quando tratamos da cultura organizacional e da mudança nos hábitos das pessoas, o processo tende a ser lento e gradativo, demandando tempo, capacidade de persuasão, persistência de quem promove esta mudança e suporte da administração. Os gestores responsáveis por essa mudança precisam amadurecer suas próprias percepções sobre esse processo, primeiramente compreendendo os indicadores e, depois, buscando evoluir essa reflexão para a análise das suas variações ao longo do tempo. Com essa análise, é possível alcançar o entendimento das razões reais das variações e, por fim, atuar na definição de ações que vão buscar as melhorias necessárias. Apenas neste momento é que o processo alcança o seu objetivo.

- Alinhamento estratégico: por fim, é de suma importância que, além da definição dos indicadores e da incorporação da cultura do uso das informações geradas pelos gestores, é necessário que haja o alinhamento das definições estratégicas da organização com as metas definidas para cada área (ou para cada gestor) e com os indicadores que foram pré-estabelecidos. Este alinhamento vai dar consistência ao sistema de gestão da organização e promover a disseminação da mensagem clara, aos gestores e demais componentes das equipes, do que a empresa espera deles.

Este alinhamento de metas de longo e curto prazo e do sistema de gestão precisa ser atualizado e monitorado de maneira centralizada (como já foi dito anteriormente) e periódica, pois a consistência deste processo vai garantir a efetividade do desdobramento dos objetivos da organização desde o presidente da empresa até o grupo de funcionários responsável pela execução direta das tarefas, e que têm as suas rotinas e resultados medidos por esses indicadores.

A gestão eficaz das empresas e de cada uma de suas áreas é um desafio permanente e a utilização eficiente de indicadores é essencial para atingir este objetivo. Quanto maior a empresa, maior a complexidade da implantação desse sistema de gestão, e quanto mais distante da cultura atual da empresa, maior o esforço necessário para a mudança da empresa e das pessoas. A boa notícia é que existem várias ferramentas bastante interessantes para isto. Por fim, este é um desafio que certamente trará ótimas recompensas na melhoria da gestão.

**** Diretor administrativo-financeiro da Líder Aviação.***

Diminui o número de novas empresas no Brasil

Número de novas empresas cai 13% no primeiro semestre de 2014

No primeiro semestre de 2014 foram abertas 240.282 empresas, o que representa uma queda de 13,1% em comparação a igual período de 2013, quando foram abertos 276.375 novos empreendimentos, de acordo com o Empresômetro, ferramenta do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação - IBPT, que monitora a geração de novos negócios no país.

Na análise da série temporal de cinco anos (2010-2014), apenas 2011 registrou crescimento no número de novas empresas. A queda de 2014 em relação a 2010 é de 24,18%, o que significa que deixamos de criar uma em cada quatro novas empresas que foram criadas no mesmo período de 2010.

Posteriormente, todos os períodos registraram perda na geração de novos negócios: 2012, em relação a 2011, queda de 9,3%; 2013, em relação a 2012, queda de 7,9%. O primeiro semestre de 2014 responde pelo pior resultado e a maior queda da série comparativa. A geração de novos negócios do primeiro semestre de 2014 é 24, 15% inferior ao registrado no mesmo período de 2010.

Na análise comparativa da série de abertura de novos negócios por unidade da Federação, destacou-se em 2014, os estados do Sul e Sudeste: São Paulo (76.099); Minas Gerais (21.737); Paraná (18.228); Rio Grande do Sul (17.443); Rio de Janeiro (15.836) e Santa Catarina (10.759), por figurarem entre os dez estados com maior índice de abertura de novas empresas da série.

A indústria foi o setor que teve maior impacto negativo, com queda de 20,3% no número de estabelecimentos criados no período, em relação a 2013, seguido pelo comércio, com - 16,4% e pelo setor de serviços, com -10,6%. Por outro lado, o setor financeiro foi o único que apresentou crescimento de 2,8% no número de novos negócios em 2014, em relação ao período de janeiro a junho do ano passado.

Para o presidente do Conselho Superior e coordenador de estudos do IBPT, Gilberto Luiz do Amaral, a perspectiva é de queda ainda mais acentuada até o final do ano. “A situação é muito preocupante e tem reflexos diretos no PIB, pois no mês de julho e na primeira quinzena de agosto a diminuição já ultrapassa a 20% na geração de novos negócios, quando comparado com igual período de 2013”.

O estudo do IBPT detectou ainda que o setor de serviços detém mais da metade dos novos negócios (130.468 estabelecimentos), sendo que os setores do comércio e indústria, juntos, respondem por 100.606 ou 41,9% do número total de novas empresas no 1º semestre de 2014.

EY

Building a better working world

Programa de Compliance? Nós deciframos para você.

O Programa EY Conformity identifica possíveis riscos e cria um ambiente de negócios mais ético e seguro. Apoiamos desde a adequação à legislação até a implantação do canal de comunicação e seu gerenciamento.

José Francisco Compagno | Sócio-líder
Investigação de Fraudes e Disputas
jose-francisco.compagno@br.ey.com

Ernst & Young agora é EY.
Serviços de Auditoria | Consultoria de Negócios
Gestão Tributária | Assessoria em Transações

ey.com.br/fids

facebook | **EYBrasil**
twitter | **EY_Brasil**
linkedin | **ernstandyoung**
app | **ey.com.br/eyinsights**

Trabalhe conosco: **ey.com.br/carreiras**

© 2014 EYGM Limited. Todos os Direitos Reservados.

Baixe o app **EY Insights** gratuitamente na Apple Store ou no Google Play

Rio2016
APOIADOR OFICIAL

TM Rio 2016

Sua empresa possui um Programa de Compliance?

A reputação de uma empresa é construída, dia após dia, a partir de centenas de milhares de ações realizadas por indivíduos. E a disseminação da ética na cultura das organizações pode reduzir possíveis perdas e danos à sua imagem, pois restringe o espaço para atitudes incoerentes com seus princípios e valores, que devem ser manifestados em um Código de Conduta.

Mas como fazer a gestão da ética? E o que significa compliance? Compliance é um conjunto de disciplinas e mecanismos destinados a fazer com que as operações de um negócio estejam em conformidade com as leis, os regulamentos externos e internos e os caminhos escolhidos para evitar riscos. Embora o termo esteja em maior evidência hoje, por conta de estímulos como a nova Lei Anticorrupção, a experiência tem demonstrado que investir em compliance acaba sendo uma atitude que resulta em ganhos diretos e mensuráveis. Além disso, pode ser um diferencial competitivo para atrair investimentos, melhorar a imagem da marca, a reputação da empresa e o relacionamento com stakeholders, mercado, sociedade e órgãos reguladores.

Para alcançar e sustentar a maturidade em gestão da ética e compliance nas empresas é preciso desenvolver ações organizadas. Portanto, um bom Programa de Compliance faz com que a empresa se previna quanto ao risco de não conformidade com a legislação vigente, ao mesmo tempo em que permite conhecer melhor os riscos presentes em seu ambiente de negócios e ter canais de comunicação efetivos. Desse modo, a empresa oferece meios para investigar e tratar manifestações recebidas por esses canais, conseguindo identificar questões que podem ser abordadas para prevenir novos incidentes.

É comum que as empresas iniciem a implantação de um Programa de Compliance para reagir a demandas urgentes sem a devida clareza quanto a todos os processos que deverão ser adotados, ou mesmo sem o entendimento suficiente dos riscos aos quais estão expostas. O Programa EY Conformity, da consultoria e auditoria EY, é único porque ajuda a empresa em todo o processo de maturidade do programa. Apresenta uma metodologia própria, testada e aprovada na prática em grandes organizações e tem a preocupação constante em demonstrar seus resultados e proporcionar ganhos reais em desempenho.

O programa compreende as etapas necessárias para que a empresa alcance a maturidade em gestão da ética e compliance:

1. Identificação e análise de riscos;
2. Criação e disseminação de um Código de Conduta – baseado nos valores e gestão estratégica de riscos – a todos que mantêm relação com a empresa;
3. Preparação e organização do Comitê de Ética e da Estrutura de Compliance, com a devida segurança e alinhados com a estrutura e governança da empresa;
4. Criação e disseminação de políticas de integridade e políticas de consequência de maneira clara;
5. Criação do processo e promoção de treinamentos e campanhas para educar, fixar e incentivar a prática do que é estabelecido pelo Código de Conduta;
6. Monitoramento por meio do estabelecimento de canais corporativos para comunicação com o público (hotlines) e do processo de Business Intelligence;

Programas de Compliance já comprovaram ser um forte aliado das empresas que mantêm o compromisso com a ética nos negócios e a integridade corporativa.

7. Apoio à gestão do Comitê de Ética e da Estrutura de Compliance;
8. Execução de ações de resposta a incidentes – investigações de relatos ou exame de processos com foco na prevenção de riscos de fraude;
9. Apoio à melhoria de controles, a partir do aprendizado com os riscos percebidos;
10. Apoio à monitoração e aferição de resultados das ações;
11. Apoio à disseminação de práticas mais seguras em toda a organização.

Programas de Compliance já comprovaram ser um forte aliado das empresas que mantêm o compromisso com a ética nos negócios e a integridade corporativa. Implantar uma cultura de compliance – de "fazer o correto" – e aliá-la aos instrumentos de prevenção, detecção e resposta é o desafio atual das grandes corporações. Soma-se a isso o fato de o mercado estar passando por uma transformação motivada pela aprovação da Lei Anticorrupção brasileira. E as empresas precisam estar preparadas para não serem prejudicadas em razão da nova lei.

A LEI ANTICORRUPÇÃO

No fim de janeiro deste ano, entrou em vigor a Lei 12.846/2013, que prevê responsabilidade administrativa e civil para as pessoas jurídicas envolvidas em atos de corrupção praticados em favor de agentes públicos. Até então, apenas as pessoas físicas envolvidas em situações como essas eram responsabilizadas.

Nesse novo contexto, espera-se das empresas um comportamento ativo no sentido de estabelecer políticas, procedimentos e controles internos que previnam e detectem condutas não conformes e respondam a elas de forma rápida e eficaz.

A nova lei prevê penalidades administrativas que podem chegar a 20% do faturamento da empresa, além de perda de bens, suspensão das atividades, dissolução compulsória, impedimento de negociar com entidades públicas e proibição de receber incentivos, subsídios, subvenções, doações ou empréstimos de órgãos ou entidades públicas por até cinco anos. Prevê, ainda, a responsabilidade das empresas por atos praticados por terceiros em seu benefício. Assim, ainda que quem cometa o ato seja um indivíduo, a empresa também é responsabilizada.

Por outro lado, a lei estimula posturas proativas, na medida em que leva em consideração, no momento do cálculo e aplicação da pena, fatores como cooperação, denúncia voluntária e a existência de Programas de Compliance Antissuborno e Anticorrupção. Dado o fato de que a lei já está em vigor, verifica-se um cenário em que as empresas se apressam em adequar-se às boas práticas de mercado de forma a mitigar a exposição aos riscos e adotar uma nova cultura de negócios.

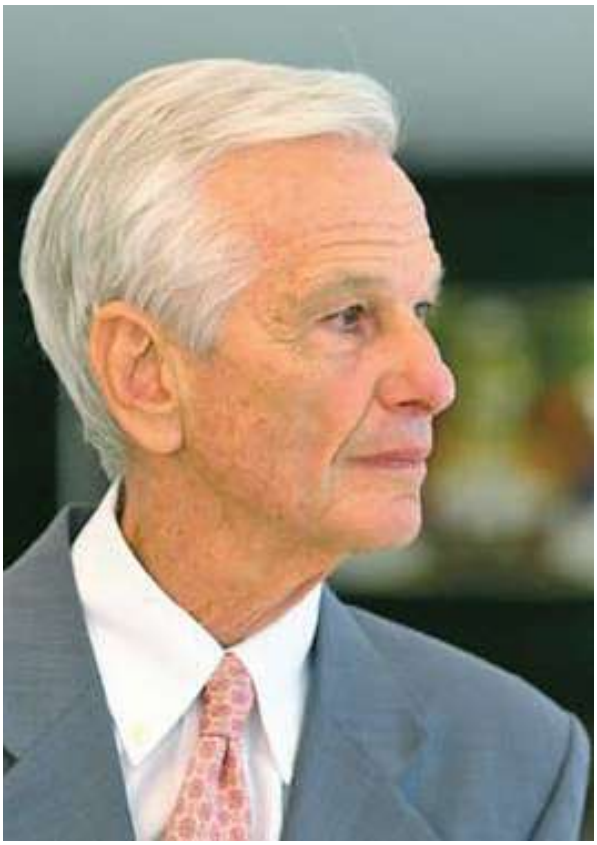
COPA DA GASTRONOMIA

O Rio de Janeiro vai ser sede do Salon International de la Restauration de l'hôtellerie et de l'alimentacion, o Sirha, maior e mais sofisticada feira de comida e artes culinárias do mundo. É a copa da gastronomia. No evento, que acontecerá entre 14 e 16 de outubro de 2015, no Centro de Convenções Sulamérica, também serão realizadas as etapas seletivas do Bocuse D'Or (mais prestigiado concurso gastronômico do mundo, criado pelo chef Paul Bocuse em 1987) e da Coupe du Monde de La Patisserie (que há mais de 24 anos escolhe os melhores da confeitaria). Paralelamente, também acontece o World Cuisine Summit, congresso de tendências e inovações gastronômicas.

POPULAÇÃO - IBGE

A cidade de São Paulo, maior metrópole do país, tem 11,89 milhões de habitantes. O Rio de Janeiro mantém a posição de segunda maior metrópole do país, com 6,45 milhões de residentes. A capital fluminense é seguida por Salvador (2,9 milhões), Brasília (2,85 milhões), Fortaleza (2,57 milhões), Belo Horizonte (2,49 milhões), Manaus (2,02 milhões) e Curitiba (1,86 milhão). Na décima terceira posição entre os municípios mais populosos do país, Guarulhos – na região metropolitana de São Paulo – é a maior não capital do país, com 1,31 milhão de habitantes. Campinas aparece em segundo lugar na lista de maiores cidades, exceto capitais, com 1,15 milhão. Dois municípios brasileiros têm menos de mil habitantes: Serra da Saudade (MG), com 822, e Borá (SP), com 835. Araguainha (MT) é o terceiro município menos populoso do país, com mil habitantes. Os dados foram divulgados pelo IBGE e referem-se à estimativa de população no dia 1º de julho de 2014.

BURGER KING



O Burger King anunciou planos para comprar a rede canadense de lojas de café e donuts Tim Hortons por 11,53 bilhões de dólares. Com vendas anuais combinadas de cerca de 23 bilhões de dólares, mais de 18 mil restaurantes em 100 países e duas marcas fortes e independentes, a nova companhia terá uma ampla presença global e um potencial significativo de crescimento, disseram as companhias em um comunicado. O negócio marca a mais recente ofensiva no mundo dos negócios da 3G Capital, holding de investimentos sediada em Nova York que controla o Burger King.

A 3G Capital é liderada pelo bilionário brasileiro Jorge Paulo Lemann e tem ainda como co-fundadores Carlos Alberto Sicupira, Marcel Telles e Roberto Thompson Motta. Após a transação, a empresa terá cerca de 51 por cento da empresa combinada, contra os cerca de 70 por cento que possui atualmente do Burger King.

CIDADES + CARAS

As cidades mais caras da América do Sul continuam sendo São Paulo e Rio de Janeiro, segundo pesquisa da Mercer que avalia o custo de vida para expatriados. A capital paulista ficou em primeiro lugar, na 49ª posição, seguida pelo Rio de Janeiro, em 65º. As cidades caíram 30 e 36 posições, respectivamente. Brasília foi de 73º para 144º em um ano. "A queda das cidades brasileiras no ranking de 2014 não significa neces-sariamente que o custo de vida nestas cidades diminuiu com relação aos anos anteriores. Os índices são muito sensíveis às variações cambiais", disse Karla Costa, consultora de Remuneração e Global Mobility da Mercer.

MARCAS BRASILEIRAS

A Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), em parceria com a TopBrands Consultoria de Branding, divulgou mais uma edição da pesquisa Confiança e Prestígio das Marcas Brasileiras, e revelou que TV Globo, Oi e Visa são as marcas com maior índice de lembrança de marca.

CAPTAÇÃO RIO 2016

Estudo realizado pelo Grupo Lance e Daily Telegraph ressalta as verbas de marketing que rondaram os Jogos de Londres, em 2012. Entre os insights, constatou-se que investimentos oriundos de patrocínio cresceram 135% desde 1993, – 66% dessa receita é de patrocinadores locais. Só em 2012, eles foram responsáveis por 23% das verbas relacionadas, os principais investidores. Entre patrocinadores, apoiadores e fornecedores, o Comitê dos Jogos Olímpicos Rio 2016 pretende captar, no total, R$ 3,5 bilhões.

VOLUNTÁRIOS RIO 2016

O Programa de Voluntários Rio 2016 irá selecionar 70 mil pessoas para mais de 500 funções: 45 mil para os Jogos Olímpicos e 25 mil para os Jogos Paralímpicos. As inscrições estão abertas e podem ser feitas, por brasileiros e estrangeiros, até 15 de novembro pelo site dos jogos - www.rio2016.com. Para convocar os interessados a inscreverem-se, o Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos veicularão a campanha "Seja o herói dos seus heróis".

Tragédia em segundos

*Lauro Vieira de Faria **

O jato executivo Cessna Citation, cuja queda provocou a trágica morte do candidato à Presidência da República, Eduardo Campos, e das demais pessoas a bordo, parecia oferecer pouco risco. De todos os modelos fabricados até hoje, este foi o primeiro acidente com morte.

A causa do acidente ainda está cercada de dúvidas. As cogitadas até o momento são: falha humana na manobra de arremetida, problemas mecânicos, presença de pássaros próximos ao aeroporto, que eventualmente possam ter colidido com as turbinas, e condições meteorológicas desfavoráveis.

Não muito diferente das causas mais comuns em acidentes aéreos. Conforme estudo da Boeing para o período de 1959-2008, estas foram: erro do piloto (53%), falhas estruturais da aeronave (21%), fenômenos climáticos (11%), erros humanos diversos (8%) e sabotagem (6%). Se formos analisar a fase do voo, 12% dos acidentes fatais ocorreram com os aviões no solo, taxiando ou sendo carregados/descarregados, 36% durante a aproximação final e aterrissagem, 20% na decolagem e início da subida e apenas 8% na fase de cruzeiro.

As companhas aéreas nem sempre são lucrativas, mas trabalham com sucesso físico notável. A taxa de acidentes em viagens aéreas é menor do que em qualquer outro meio de transporte. Em 2013, segundo a International Air Transport Association (IATA), mais de 3 bilhões de pessoas voaram com segurança em 36,4 milhões de voos e a sinistralidade global por milhão de voos foi de 0,41, ou cerca de um acidente para cada 2,4 milhões de voos.

No entanto, quando acontecem, os acidentes causam considerável impacto financeiro e emocional. Para atenuar essa situação, as companhas aéreas contratam seguros que cobrem todos os prejuízos relacionados. O mais notável é que as seguradoras e as resseguradoras têm proporcionado tais coberturas, a questão principal se deslocando para a precificação dos riscos.

O seguro aeronáutico cobre os danos causados ao casco do avião, reembolsos de despesas incorridas por causa dos sinistros e as responsabilidades civis sobre passageiros, carga, tripulação, pessoas e bens no solo (terceiros), pelas quais o segurado venha a ser obrigado a pagar, judicialmente ou por acordo, em virtude da utilização da aeronave segurada. É contratado na modalidade All Risks, o que significa garantia ampla para todos os danos, exceto os riscos explicitamente excluídos listados na apólice.

No Brasil, conta ainda com uma cobertura obrigatória por lei – a R.E.T.A. ou Responsabilidade do Explorador e Transportador Aéreo. A R.E.T.A. garante o reembolso de toda e qualquer indenização por danos corporais e/ou materiais causados pela aeronave sinistrada. Tais danos vão desde morte e invalidez permanente ao reembolso de despesas médicas e hospitalares, e perda, dano ou avaria da bagagem.

Uma aeronave comercial de grande porte pode custar mais de US$ 350 milhões, de modo que o seguro é igualmente caro, geralmente, elevando-se a 5% dos custos totais das empresas com combustível, administração, manutenção e leasing. Dados da Comissão Europeia revelam que os prêmios diretos arrecadados em seguros aeronáuticos no mundo inteiro pelas companhias aéreas superam os US$ 2 bilhões por ano. No Brasil, até junho de 2014, os prêmios somavam pouco mais de R$ 200 milhões, de acordo com a Susep.

A importância segurada é estabelecida de duas maneiras. Se a aeronave for nova, o limite máximo garantido é fixado a partir da nota fiscal de compra. Se for usada, são acatadas as informações da empresa proponente, desde que em consonância com os valores apurados em publicações especializadas sobre o assunto. As coberturas dos seguros aeronáuticos são confeccionadas caso a caso, de acordo com as necessidades do segurado, que tanto pode ser o proprietário pessoa física ou jurídica ou o arrendatário.

As exclusões mais importantes do seguro aeronáutico se referem a danos ocorridos em acidentes causados por pessoa sem a devida habilitação para pilotar, tentativas de pouso e decolagem em lugares que não aeroportos registrados (exceto em operação de emergência) e acidentes causados por excesso sobre o peso máximo da aeronave.

Se não estiverem contemplados em coberturas adicionais contratadas à parte, também são riscos excluídos as perdas, danos ou responsabilidades em função de atos de hostilidade ou de guerra e de perturbações de ordem pública; as perdas ou danos em consequência de ventos de velocidade igual ou superior a 60 nós, salvo se a aeronave estiver em voo ou manobra; o transporte de explosivos ou inflamáveis como carga, as despesas com busca e salvamento; e a quebra de garantia, cobertura muito comum em seguros de aeronaves com leasing.

*** Mestre em Economia pela EPGE/FGV e assessor da Diretoria Executiva da Escola Nacional de Seguros.***

PROGRAME AGORA SEU MBA PARA 2015!

PARA ALCANÇAR O SUCESSO É PRECISO INVESTIR EM SUA CARREIRA

A Escola Nacional de Seguros oferece cursos de pós-graduação para profissionais que buscam aprofundar e ampliar conhecimentos para uma atuação de alto nível, a partir de cargos gerenciais.

Os programas aliam teoria e casos práticos na medida certa, pois são ministrados por professores com comprovada experiência acadêmica e vivência profissional.

Os cursos podem ser realizados em diversas cidades, na modalidade aberta ou fechada. Acesse nosso site e verifique a disponibilidade.

- MBA Executivo em Seguros e Resseguro
- MBA em Gestão de Seguros de Vida e Previdência
- MBA em Gestão Jurídica do Seguro e Resseguro
- MBA em Gestão de Riscos Atuariais e Financeiros
- MBA em Gerência de Riscos
- MBA em Finanças para Seguro e Previdência

Mais Informações:
mbarj@esns.org.br | Tel.: (21) 3380-1531 / 1091

DESCONTOS ESPECIAIS para empresas conveniadas (seguradoras e corretoras)!

ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS
5 NOTA MÁXIMA ENADE

ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
www.funenseg.org.br

História da economia: em 1824, foi feito o primeiro empréstimo pelo governo brasileiro

O primeiro empréstimo brasileiro foi realizado em 20 de agosto de 1824 entre o Governo do Império do Brasil e comerciantes ingleses. A situação econômica do Brasil trazia incertezas – encontrava-se em uma fase de transição. Havia se encerrado o ciclo de ouro pelo esgotamento das minas conhecidas, o açúcar rendia pouco, o cacau, o café e a borracha ainda não tinham feito sua aparição no comércio internacional, indústrias não existiam, a agricultura ainda não se prestava para exportação, entre os fatores.

Não diferente do Brasil, Portugal também possuía uma situação financeira ruim. O clima úmido não favorecia a cultura do trigo, que era obrigado a importar o grão, gerando déficits sucessivos na sua balança econômica. A partir do século XV, o país procurou no mar a solução para seus problemas, atrás da chamada "Costa da Mina", no norte da África. Outra saída foi chegar à Índia, onde o ouro também era abundante, além da possibilidade em se trabalhar no comércio de especiarias, produtos tropicais de grande procura na Europa. Mesmo assim, ao final do século, Portugal ainda continuava endividado.

No início do século XVI, o país português utilizava-se das especiarias do recém descoberto Brasil para cobrir custos e conseguir lucros à Coroa e ao comércio lusitano. Entretanto, após uma aventura militar no norte africano, o país caiu sob o domínio da Espanha durante 60 anos. O patrimônio de Portugal, guerras perdidas, e despesas com tentativas frustradas de se reerguer levaram o país a falência, fazendo com que a Família Real fosse transferida para o Brasil.

Portanto, para ambos os países havia urgência em encontrar uma solução. Assim, iniciaram-se as negociações para a obtenção de um empréstimo externo. A Inglaterra concedeu a importância solicitada, com condições significativas para ambos os países. Uma das condições seria o reconhecimento da Independência do Brasil por Portugal. O Brasil também teria que assumir a dívida externa portuguesa.

O primeiro empréstimo realizado pelo Governo brasileiro foi decisivo para a obtenção de resultados de extrema importância para o país. Encerrou-se a Guerra da Independência, poupando milhares de vidas de combatentes e sofrimentos para a população civil; Portugal reconheceu a independência do Império do Brasil; manteve-se a dinastia da Casa de Bragança no poder nos dois lados no Atlântico; livrou Portugal de sua dívida externa; marcou a inserção do Brasil no mercado financeiro mundial.

Inúmeras críticas às negociações foram feitas sobre a obtenção desse primeiro empréstimo. Porém, as condições foram favoráveis para que novas negociações fossem realizadas. Assim, outro empréstimo, em 1825 foi conseguido, iniciando-se o processo de endividamento externo do Brasil.

Essas negociações também geraram negócios e lucros consideráveis para banqueiros internacionais durante mais de um século e meio, inclusive por ter servido de precedente para péssimos costumes financeiros, como o pagamento de gordas comissões a intermediários.

Também permitiu à Inglaterra manter uma forte influência sobre o Brasil, facilitando a penetração das empresas inglesas no mercado brasileiro, especialmente nos setores de transporte ferroviário e de serviços públicos, como o fornecimento de energia elétrica e gás.

Este texto foi extraído do parecer produzido por José Eduardo Pimentel de Godoy (ex-diretor do Centro de Estudos do Ciclo de Ouro e ex-administrador da Casa dos Contos de Ouro Preto. Ex-encarregado do "Projeto Memória da Receita", da Secretaria da Receita Federal. Auditor-fiscal do Tesouro Nacional aposentado. Bacharel em Ciência jurídicas e sociais pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Membro da Academia Amparense de Letras, e autor de diversos livros e artigos.

MULTITERMINAIS
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.*

terminais marítimos

*Operamos dois terminais 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 cargas importadas e a exportar sob diversos regimes aduaneiros.*

terminais aeroportuários

*Geograficamente localizado entre os principais aeroportos brasileiros, o **Aeroporto Presidente Itamar Franco** 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.***

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

Rio Galeão assume operação do Aeroporto Internacional Tom Jobim

Concessionária cria nova marca, inaugura serviços de atendimento, melhorias operacionais no aeroporto e inicia as grandes obras de modernização para os Jogos Olímpicos de 2016

Rio Galeão é a nova marca da Concessionária Aeroporto Rio de Janeiro que assume a operação do Aeroporto Internacional Tom Jobim. A operação de transição, que é o terceiro estágio do processo de mudança de gestão, pode levar de três a seis meses e conta com o apoio da Infraero. No início desse estágio, a nova administração já vai oferecer serviços de atendimento bilíngue, mais opções de lojas comerciais e alimentação; cancelas automáticas e câmeras de segurança nos estacionamentos; melhoria na limpeza dos terminais, dos banheiros e dos fraldários; wifi grátis e um sistema de coleta seletiva de resíduos.

A empresa já trabalha também na captação de novos voos para o aeroporto e inicia as grandes obras de infraestrutura que estão no plano de investimento para os Jogos Olímpicos de 2016. Para esta nova etapa do aeroporto, a agência carioca Ana Couto Branding desenvolveu a nova marca que será usada pela concessionária: Rio Galeão. O maestro Antonio Carlos Jobim, considerado um dos maiores expoentes da música popular brasileira e que soube cantar como poucos a beleza da cidade maravilhosa, foi inspiração para criação da marca, que é baseada nos ritmos, na energia, na poesia e na beleza natural do Rio de Janeiro.

Antes mesmo de iniciar a operação, todos os integrantes do Rio Galeão foram capacitados com treinamentos de segurança aeroportuária e atendimento ao público, que também serão oferecidos para todos os prestadores de serviço do aeroporto. A partir do dia 12 de agosto, dois novos balcões de atendimentos serão instalados nos saguões de desembarque dos dois terminais. Também será lançado um novo canal de atendimento ao cliente pelo telefone (21) 3004-6050 que funcionará 24 horas, com funcionários bilíngues.

Além disso, duas novas urnas de ouvidoria serão instaladas nos embarques internacionais, além das outras duas já existentes. O site do Rio Galeão (riogaleao.com), desenvolvido em parceria com a Huge, estará disponível com informações sobre voos, transportes, estacionamento, canais de atendimento, restaurantes, serviços, lojas e companhias aéreas. O passageiro poderá traçar a rota desejada no site e obter informações sobre o trânsito e o tempo de deslocamento até o aeroporto. A empresa também estará presente nas redes sociais com perfis no facebook (facebook.com/RIOgaleao) e no instagram (instagram.com/RIOgaleao).

"Assumimos a operação do aeroporto com um programa de melhorias bastante estruturado, que inclui capacitação, recursos e investimentos da ordem de R$ 5 bilhões ao longo dos 25 anos de concessão, dos quais R$ 2 bilhões estão concentrados de agora até os Jogos Olímpicos de 2016, quando nossos clientes certamente terão uma experiência melhor no nosso aeroporto. Sabemos que o desafio é grande, mas estamos otimistas de que cumpriremos todas as nossas metas para oferecer mais conforto e comodidade aos nossos clientes", afirma o presidente do Rio Galeão, Luiz Rocha.

Antes de assumir a operação, a concessionária já havia instalado 250 novas placas de sinalização nos terminais, 150 novos pontos de energia nas salas de embarque e

quatro mil novas lâmpadas para revitalizar a iluminação dos estacionamentos. Agora, os estacionamentos já estão com parte de suas cancelas automatizadas, um sistema de câmeras e vigilância 24 horas, caixas de pagamento automáticas e um serviço de emergência para veículos. Até o fim de 2014, serão cobertas 1.000 vagas no estacionamento localizado entre os dois terminais, quando também serão renovadas a comunicação visual e a sinalização em todas as garagens. Também já foi iniciada e será concluída ainda neste ano a reconfiguração do pátio de aeronaves para otimizar o espaço existente e criar novas posições de estacionamento de aeronaves, viabilizando mais agilidade nos processos de embarque e desembarque, além de oferecer mais disponibilidade para os aviões que precisarem permanecer no aeroporto.

Com um investimento de R$ 10 milhões do Rio Galeão, o aeroporto receberá, nos próximos meses, quatro caminhões-de-bombeiro modelo Panther 6X6, considerados os mais modernos e eficientes em combate a incêndio no mundo. Já foram importados dos Estados Unidos e serão os primeiros a chegar ao Rio de Janeiro. O "supercaminhão" pesa quase 20 toneladas e tem quatro mangueiras de 50 metros cada, que soltam jatos de água que alcançam até 75 metros de distância. Ao entrar em ação, o veículo vai de zero a 80 km/h em 35 segundos, alcançando até 113 km/h, o que torna possível a chegada ao local da emergência em, no máximo, três minutos. A Falck Fire Fighting irá operar o sistema de combate a incêndio do aeroporto com 159 homens. Trata-se de uma empresa europeia especializada em combate a incêndio em aeródromos com presença em 44 países.

Também está sendo desenvolvido um trabalho para reorganização dos serviços de taxi no aeroporto e foram fechados novos contratos de manutenção, segurança e limpeza baseados em nível de serviço. Até o fim do ano, serão realizadas outras melhorias, como polimento dos pisos, reparação das placas danificadas e substituição de telhas e calhas para conter infiltrações e vazamentos nos terminais. Os banheiros serão revitalizados, com nova pintura de paredes, pisos e forros. Em 2015, será implantada a Área de Segurança de Fim de Pista (RESA) e adequadas as pistas de rolamento e taxiamento de aeronaves.

Passageiros já terão melhorias nos serviços dos terminais

A partir de 12 de agosto, todos os portões de embarque do Terminal 2 vão operar com um sistema único que pode ser compartilhado por todas as companhias aéreas nos balcões de check-in e portões de embarque. O sistema AirportConnect CUTE (Common Use Terminal Equipment) workstations permite uma melhor flexibilidade na distribuição dos balcões e alocação das empresas aéreas, que hoje ficam restritas à disponibilidade de seu computador em determinado portão. O sistema será instalado em todos os portões de embarque e em todas as posições de check-in dos dois terminais até janeiro de 2015.

Os passageiros já poderão contar, também a partir do dia 12 de agosto, com internet de alta velocidade, disponível nas áreas restritas e públicas dos dois terminais. Os primeiros 30 minutos de acesso serão gratuitos e, depois, o cliente poderá optar por continuar navegando mediante tarifação. O serviço será fornecido pela Boingo Wireless, presente em mais de 65 dos maiores aeroportos do mundo. A oferta do serviço será simplificada, uma vez que todas as conexões serão por um mesmo provedor e não haverá cadastro para o acesso inicial, tornando a navegação imediata.

Com o objetivo de melhorar a gestão de resíduos no aeroporto, o Rio Galeão implantará um sistema de coleta seletiva no início da operação, além de realizar uma campanha educacional para sensibilizar passageiros, funcionários e visitantes em geral. A concessionária firmou ainda uma nova parceria para limpeza com a contratação de equipamentos com características específicas para limpeza nos terminais, praças de alimentação, estacionamentos e pátios de aeronaves. São mais de dez máquinas da ordem de R$ 2 milhões. Além disso, o Rio Galeão firmou uma parceria com a Granado para revitalizar os quatro fraldários do aeroporto. Os espaços serão equipados com poltronas de amamentação, trocadores, banheiras, pias, micro-ondas e produtos da marca carioca para higiene do bebê. Os fraldários contarão ainda com apoio da Pampers, que disponibilizará suas fraldas gratuitamente para as famílias. O Rio Galeão vai oferecer também um novo serviço gratuito de empréstimo de carrinhos de bebê para as famílias por meio dos Balcões de Informações.

Novas lojas marcam o início da mudança do perfil comercial do aeroporto

O Rio Galeão já assinou contratos para as primeiras novas operações comerciais no Aeroporto Internacional Tom Jobim. Os primeiros negócios – 365 Deli, Café Suplicy, Domino´s, Koni, Espaço Sushi, Pereira Café, Chocolate Q, Zepellin Artes, Maria Oiticica e Britt Shop – entram em funcionamento até outubro deste ano. A 365 Deli é especializada em oferecer produtos gourmet em formato grab & go, em que o cliente escolhe os itens de sua preferência que estão expostos, paga e leva. Já o Café Suplicy, que teve sua primeira loja aberta em 2003, foi pioneiro no nicho de cafés especiais e chega ao aeroporto com a missão de trazer em seu espaço a identidade carioca. Domino´s, Koni e Espaço Sushi enriquecerão as opções de alimentação no aeroporto com suas conhecidas pizzas e especialidades japonesas respectivamente. O Pereira Café é um café e restaurante presente em shoppings e o Farid terá sua primeira filial no Rio com um quiosque de comida árabe.

O Chocolate Q traz a originalidade do chocolate com o resgate e valorização do cacau brasileiro e busca no aeroporto a conexão da marca carioca com o resto do mundo. A Britt Shop é especializada em opções para presentes de origem Costa Riquenha em aeroportos como de Curaçao, Miami e Cidade do México. Será a primeira loja deles no Brasil. A Zepellin Artes é especializada em souvenirs cariocas e a Maria Oiticica é especializada em biojoias produzidas com sementes, fibras, madeiras e elementos amazônicos. O atendimento bilíngue já é uma exigência para todos os novos contratos. Até outubro, haverá um acréscimo de 321,28 m² de áreas comerciais nos dois terminais.

Executivos do Rio Galeão trabalham para trazer novas rotas e ampliar frequências

Os executivos do Rio Galeão já realizaram road shows na Europa e na Ásia para captação de novos voos para o Aeroporto Internacional Tom Jobim. O esforço será trazer de volta as linhas aéreas que decidiram mudar, além de conquistar novas linhas aéreas internacionais. Com os Jogos Olímpicos no horizonte, há expectativa de grande crescimento do fluxo de turismo. A nova rota Cidade do México – Rio de Janeiro, da Aeroméxico, iniciada em junho, e os voos diretos da Air Canada, com a rota Toronto – Rio de Janeiro, a partir de dezembro, deixam claro esse potencial de crescimento.

Investimento para os Jogos Olímpicos de 2016 soma R$ 2 bilhões

Até 2016, serão investidos cerca de R$ 2 bilhões em obras de infraestrutura no aeroporto. Em abril de 2016, um novo concourse ligado ao Terminal 2 estará construído, com 26 novas pontes de embarque. Os atuais 227 balcões de check-in terão 68 novos postos e a área dedicada ao pátio de aeronaves terá um incremento de 80%, passando a ter 97 pontos para estacionamento de aeronaves. A concessionária também investirá na ampliação e otimização dos estacionamentos, que terá sistemas inteligentes de localização de vagas. Com a construção de quatro novos andares no prédio-garagem, serão oferecidas mais 2.100 vagas. Além disso, novas câmeras de segurança serão instaladas nos dois terminais e será criado um centro de comando e monitoramento integrado de todo o aeroporto. O Terminal de Cargas (Teca) também terá suas instalações adequadas. Até o fim da concessão, o investimento do Rio Galeão será de R$ 5 bilhões.

Sobre o Rio Galeão

O Rio Galeão é formado pela Odebrecht TransPort, Changi Airports International e Infraero. A concessionária assinou, em abril de 2014, contrato para ampliação, manutenção e operação do Aeroporto Internacional Tom Jobim, por 25 anos. Na data, foi iniciado o processo de transição com o Estágio 1 (Preparação), que previa a entrega de planos operacionais. Em 3 de junho, começou o Estágio 2 (Operação Assistida), no qual a Infraero administrou o aeroporto e foi assistida pela concessionária. Em 12 agosto, começa o Estágio 3 (Operação de Transição), em que o Rio Galeão está apto para assumir a operação com apoio da Infraero.

Conexões Globais

32.000 mentes, 700 escritórios, 90 países, 1 network.

Dentro de nosso network global de empresas de auditoria e consultoria contábil e fiscal, você irá descobrir um time de experientes profissionais que vai além das expectativas, unidos por um forte espírito empreendedor e uma única abordagem de foco no cliente.

Com um alcance global e perspectiva local, as empresas-membro da RSM entregam soluções inovadoras, ajudando você a ver mais longe, adaptar-se rápido e crescer mais forte.

Conecte-se a www.acal.com.br e a www.rsmi.com e se conecte com sucesso.

RSM BRASIL
Connect for Success

RSM é a marca utilizada por uma rede de empresas de consultoria e auditoria independentes, que prestam serviços em seu próprio direito.
RSM International Limited não fornece sozinha nenhum serviço de contabilidade ou consultoria.

A nova revolução tecnológica da indústria

Saimon Debastiani *

A indústria mundial como um todo, em seus diversos segmentos, está diante de uma grande mudança, que alguns especialistas chamam de uma nova revolução industrial, norteada cada vez mais pela tecnologia e pela automação aplicada aos processos produtivos. Este fato está relacionado à obtenção de maiores ganhos de produtividade, aumento da capacidade produtiva, melhoria da qualidade, redução dos custos operacionais e melhoria da segurança, dentre outras necessidades.

Enquanto os Estados Unidos e alguns países da Europa e Ásia se preparam para esta nova fase de competitividade, que demanda profunda mudança na manufatura, o Brasil ainda precisa lidar com alguns entraves na corrida pela automação. Um dos obstáculos é a defasagem tecnológica, que contribui para piorar os indicadores de produtividade do Brasil em relação a outros países, desenvolvidos ou em desenvolvimento.

Exemplo do cenário é a quantidade de robôs que o Brasil adquiriu em 2013: menos de 1,3 mil unidades. Enquanto isso, países como a Coréia do Sul e a China adquiriram, respectivamente, 21 mil e 37 mil unidades. A idade média do parque fabril aqui é outro dado que reforça essa defasagem, pois gira em torno de 17 anos. Trinta por cento desses equipamentos possuem mais de 20 anos. É muito tempo.

Um dos caminhos para a superação da defasagem tecnológica é a maior inserção da indústria nacional nos mercados globais para que sejam identificadas as melhores práticas ligadas à automação. Percebemos que as empresas brasileiras estão pouco expostas à competição internacional porque o mercado nacional ainda consome o que o Brasil produz. Mas, se o nosso mercado vier a estagnar e as empresas precisarem sair, será complicado para as empresas lidarem com essa concorrência globalizada.

O elevado custo para a aquisição de equipamentos e máquinas é outro fator que dificulta o investimento em tecnologia no Brasil, que paga até 37% mais do que os Estados Unidos pelo mesmo maquinário. Além do investimento em tecnologia demandar altos gastos no Brasil, as indústrias instaladas aqui ainda recebem poucos incentivos para a modernização dos seus parques fabris, embora o governo junto com a Abimaq, a Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos, estude a criação de um programa de incentivos fiscais, tributário e de financiamento para garantir o aumento da competitividade e da produtividade, com um "choque" de renovação no parque de máquinas brasileiro, além de socorro aos fabricantes nacionais, priorizando os bens de capital produzidos dentro do país. É esperar para ver.

No Brasil, assim como em todo o mundo, a indústria automobilística é a que está na ponta entre as mais robotizadas, com índices mais elevados de automação e tecnologia aplicada aos processos produtivos, até por conta da necessidade de grandes capacidades produtivas.

** Chairperson do 6º Simpósio SAE BRASIL de Manufatura.*

Escritório, o verdadeiro cartão de visitas

*Luiz F. Normand**

Todos nós já ouvimos em algum momento da nossa vida profissional os chavões "A propaganda é a alma do negócio" ou ainda "Uma imagem vale mais que mil palavras". Mas qual seria a extensão dessas palavras? A propaganda e a imagem de um empresa e negócio se resume a marketing, logo e anúncios? Estamos em um mundo globalizado onde a integração dos mercados e áreas é vital. Tudo e todos estão integrados e o simples bater de asas de uma borboleta no Tibete pode ter suas consequências sentidas aqui no Brasil. Isso posto, não podemos pensar somente no conteúdo de uma empresa, em suas operações, contatos, fornecedores, vendas, etc. e não dar a devida importância à sua divulgação, imagem, marketing. Quando confeccionamos um cartão de visitas pensamos em como será destacado o nome, marca, endereço, webpage, cargo. E por que não fazer o mesmo com seu escritório e local de trabalho? A lógica é a mesma! A imagem do escritório está para a empresa assim como o cartão de visita e imagem do profissional estão para o executivo. É algo que deve ser pensado para atingir a assertividade desejada, com cuidado nos detalhes, e de preferencia, com a ajuda de um profissional especializado no assunto. São muitas as variáveis: iluminação, ergonomia, harmonia, estética, materiais utilizados, cores, etc. Um simples descuido e sua empresa, por melhor que seja sua índole, conceito e conteúdo, missão e valores, pode passar a mensagem errada aos seus clientes e fornecedores. A imagem de sua empresa pode ir em apenas trinta segundos de profissional para amadora, de séria para duvidosa, de experiente para juvenil... Os consultores de imagem dizem que apenas trinta segundos é o tempo que precisamos para formar nossa primeira impressão sobre alguém ou algo que acabamos de conhecer. E sabe que o dizem sobre a primeira impressão, não? Ela fica e não sai.

São inúmeros os casos (e estou certo de que o leitor da Revista IBEF já presenciou ou vivenciou alguns desses) em que conhecemos uma determinada empresa, sua reputação, ouvimos falar muito bem a respeito de seus serviços, mas após conhecer suas instalações mudamos de opinião a ponto de nunca mais sequer cogita-la como sendo um possível fornecedor e/ou parceiro. E não há Cristo que nos faça mudar de opinião! Simples assim. Em apenas trinta segundos de visita às instalações daquela respeitosa empresa que ouvimos falar tão bem, mas com tão pouco zelo ao seu escritório, definimos (de um modo quase inconsciente) que ela não é séria ou profissional.

Conheci empresas que vivem da imagem e ao melhor estilo do "em casa de ferreiro, espeto de pau" não foram muito cuidadosas com a imagem de seu escritório e perdiam, sem entender o por quê, seus clientes e parceiros em apenas alguns minutos iniciais de reunião.

Pois bem caros leitores e business men, ainda que o conteúdo e conceito de sua empresa e negócio sejam vitais e representam a prosperidade a longo prazo, a imagem de sua empresa e de seu escritório representam seus primeiros minutos de vida ou morte.

** Engenheiro e designer de interiores na Lnormand.Interiores.*

Gestão administrada passo a passo

*David Abramo Randon**

A competição mundial não deixa espaços para o amadorismo. Cada vez mais exigente, o mundo corporativo requer ações sistematizadas e muita coragem e ousadia para vislumbrar o próximo passo e prever mudanças de rumo, sem margens para erros.

Muito mais do que uma estratégia de negócios às vezes restrita somente à alta gestão, é vital para o sucesso de uma empresa a disseminação dos planos, de tal forma que cada líder e seus respectivos liderados tenham a noção exata do que estão fazendo e quais os resultados almejados.

Para isso, a corporação precisa de aliados que assumam a estratégia planejada de maneira engajada e transformem em prática a teoria traçada. Nas Empresas Randon, implantamos, entre outros mecanismos, o SAP (Sistemas, Aplicações e Produtos para Processamento de Dados), uma plataforma de informações onde se pode visualizar e acompanhar as ações de todas as áreas tais como finanças, contabilidade, recursos humanos, produção, marketing, vendas e compras. Tudo precisa ser monitorado, de maneira clara e objetiva, para alcançar o entendimento de todos os envolvidos e gerar resultados. É preciso entender que um negócio bem gerido tem que ter o retorno do investimento realizado.

Antes da disponibilidade de qualquer software, uma boa gestão requer gente preparada. Neste quesito, a Randon vem investindo continuadamente no seu maior insumo, que é o capital humano. A política de treinamentos regulares e intensivos para todos os níveis hierárquicos, dentro das responsabilidades de cada um é, talvez, o mais legítimo instrumento de gestão que deve e precisa ser renovado constantemente. Só assim – treinando, lembrando e relembrando as metas – se cria uma verdadeira cultura de solução de problemas e de alcance de objetivos. Uma boa gestão de pessoas trabalhando felizes e realizadas supera qualquer meta.

Com o olhar no futuro, mas com humildade para aceitar que o Saber e o Conhecimento não têm fronteiras e que jamais serão obras acabadas, é preciso incluir na receita de uma boa gestão a questão ética. Ética pessoal e profissional para a construção de uma sociedade mais humana e justa e sempre pensando em minimizar o risco para as próximas gerações.

Esta tem sido a nossa prática. Este tem sido o nosso jeito.

**Diretor presidente das empresas Randon.*

Experiência é a melhor solução.

A ***Branco Consultores***, há 12 anos
tem um simples objetivo:
conquistar a confiança dos nossos clientes,
trazendo as melhores soluções.

ESPECIALIDADES:

>> CONSULTORIA TRIBUTÁRIA

>> ASSESSORIA JURÍDICA TRIBUTÁRIA

>> PERÍCIAS CONTÁBEIS

BRANCO

RIO DE JANEIRO
Rua Sete de Setembro, 111 - 7º andar
Rio de Janeiro - CEP 20050-002
Tel. 21 3231 5900
Fax. 21 2531 9388

SÃO PAULO
Rua Vergueiro, 2087 - Cj. 101
Vila Mariana
São Paulo - CEP 04101-000
Tel. 11 5087 8910
Fax. 11 5087 8810

brancoconsultores.com

Programas de televisão abordam o tema economia

Existem alguns programas televisivos que abordam o tema "Economia" de forma diferenciada. Desde os que utilizam especialistas para discutir assuntos complexos, até os que fazem um "game" para atrair e ensinar jovens a lidar com suas finanças e o futuro no mercado de trabalho.

A começar pelo **"Economia & Negócios"**, da Record News. A transmissão é nacional, porém se trata de rede de televisão por assinatura, portanto, é preciso verificar em qual pacote o canal se encontra. O programa leva ao telespectador novidades sobre a economia brasileira e do mundo corporativo. É apresentado por Fátima Turci, que conta com a companhia de executivos e especialistas do ramo que falam, por exemplo, sobre como gerenciar e consolidar negócios de sucesso. A atração é indicada a quem pretende se iniciar ou já está inserido no mundo dos negócios. Economia & Negócios vai ao ar todas as segundas-feiras, às 22h45.

Outro programa que aborda economia relacionada aos negócios corporativos é o **"Pequenas Empresas & Grandes Negócios"**. É transmitido pela RPCTV, afiliada da Rede Globo, apesar de não ser nacional, o programa disponibiliza as edições em seu site e é totalmente indicado a empreendedores.

A atração vende ideias e alternativas de sobrevivência para pessoas que querem desenvolver atividades próprias ou para quem já abriu um negócio próprio. Vai ao ar todos os domingos, às 7h30.

Já o **"Economia dia a dia"**, da TV Aberta, é um programa realizado pelo Sindicato dos Economistas do Estado de São Paulo. Apesar de ser transmitido apenas em São Paulo, o programa também lança em seu site o que vai ao ar. É exibido todas as terças-feiras, às 22h30. Aborda temas econômicos de forma simples, compilando os principais acontecimentos relacionados à entidade. É indicado aos profissionais que atuam no ramo.

Para quem prefere boas análises sobre o tema com direito a senadores, acadêmicos e especialistas comentando acontecimentos econômicos no Brasil e no mundo, o **"Agenda Econômica",** da TV Senado, é altamente recomendado. Com transmissão em TV aberta e em todo o território nacional, o programa aproveita acontecimentos que afetem o dia a dia dos cidadãos brasileiros para trazer à tona uma boa análise e discussão. Vai ao ar todas as quartas-feiras, às 9h.

Também com notícias sobre economia e participação frequente de comentaristas e especialistas é o programa **"Conta Corrente"**, da GloboNews (TV por assinatura). A atração tem formato de telejornal e faz cobertura ao vivo do mercado financeiro e da movimentação externa nos mercados mundiais. É transmitido de segunda a sexta, em duas edições. A primeira, às 21h e a segunda, à 0h30.

Por fim, há um programa direcionado a jovens, o **"Dinheiro no Bolso"**, transmitido pelo canal Futura, nacional. Em formato de "*game show*", a atração dá dicas sobre consumo consciente, explica termos como juros e inflação e ensina aos jovens a conquistar seu espaço no mercado de trabalho. O programa vai ao ar segundas-feiras, às 22h e sábados, às 18h.

Gestão de Compliance

*Paulo Cesar Costa de Araújo Feio**

O cenário empresarial vem apresentando principalmente na ultima década, um incremento expressivo de normas regulatórias, voltadas para o compliance que aumentam a cada dia a complexidade das operações das empresas. A principal intenção destas normas regulatórias é proporcionar uma maior transparência e adequação das empresas a essa onda que chega ao mercado – o compliance. As expectativas das partes interessadas das empresas, em relação às decisões de "conformidade" se torna cada vez mais crescente, conciliadas com os objetivos de desempenho e a proteção do valor da sua marca. Por outro lado, em casos recentes de exposição de empresas, por fatos associados a corrupção, fraudes, lavagem de dinheiro, condutas antiéticas e outros desvios, levaram as partes interessadas (investidores, governo, e o publico em geral) a direcionarem uma maior atenção para a gestão de compliance nas empresas. Atualmente, com o advento da lei anticorrupção e da edição de normas rígidas pelos órgãos que exercem supervisão de segmentos do mercado (CVM, BACEN, SUSEP), as empresas que ainda não desenvolveram a sua governança corporativa (compliance), estão compelidas a fazerem o quanto antes. É importante ressaltar que uma falha no compliance, poderá resultar além dos impactos negativos a imagem da empresa, em multas financeiras, litígios e restrições regulatórias, além de reparar os prejuízos causados aos cofres públicos. Dentre as questões de compliance, a empresa deve seguir os seguintes passos:

- Avaliação do risco
- Revisão do código de ética
- Treinamentos específicos para os funcionários da empresa. Principalmente os que se encontram nas áreas de risco potencial.
- Canal de comunicação para denuncias.
- Monitoramento (controles internos, procedimentos e auditoria) Podemos descrever como questões importantes a serem feitas pela administração das empresas:
- Qual é a visão que a organização tem sobre o compliance?
- Como alinhar o compliance aos objetivos e valores da organização?
- Qual é o escopo a ser tratado? (Avaliação do risco)
- Quais são os objetivos, papeis e responsabilidades dos que exercem a função do compliance na organização?
- Como deve ser feita a gestão?
- Qual é a estrutura da organização e a relação com órgãos regulamentares?
- Qual é a relação do compliance com as demais áreas da organização? A organização encontra-se em conformidade com as normas regulamentares?

O compliance deve ser patrocinado pela direção da empresa para que possa vencer a cultura organizacional refrataria a lei e a falta de transparência.

O desafio da implantação de um compliance nem sempre é entendidos por todos, uma vez que o retorno só é mensurado após a imagem da empresa ficar exposta.

** Diretor da BKR - Lopes, Machado.*

A cidade treina para as Olimpíadas

Eduardo Paes*

"A vitória contra Tóquio, Madri e Chicago — que contam com mais infraestrutura — não foi fácil."

Nossas deficiências viraram o maior ativo da candidatura do Rio à sede dos Jogos de 2016. E o desafio de superá-las, o nosso maior compromisso
Em dois anos, o Rio de Janeiro receberá o maior evento do planeta. Os Jogos duram menos de um mês, mas, para qualquer cidade, representam a oportunidade de transformações que começam antes e vão muito além das competições. É assim que o Rio tem organizado as primeiras Olimpíadas da América do Sul: o evento tem ajudado a tirar do papel projetos importantes que vão beneficiar o grande protagonista de 2016, a população.

Como um atleta aplicado em dar o melhor de si, a cidade tem usado as Olimpíadas para acelerar mudanças capazes de elevar a qualidade de vida dos moradores. Em busca de superação até 2016, o Rio tem trabalhado para avançar na mobilidade, recuperar áreas degradadas, combater alagamentos, ampliar o saneamento. Desde a candidatura a sede olímpica, o princípio é de que os Jogos cariocas devem servir à cidade, como aconteceu em Barcelona, que passou por uma revolução urbanística em 1992.

A vitória contra Tóquio, Madri e Chicago — que contam com mais infraestrutura — não foi fácil. Mas fomos escolhidos como sede justamente quando destacamos ao COI que, em nenhuma outra cidade, o poder de transformação dos Jogos seria tão grande. As nossas deficiências viraram, então, o maior ativo da candidatura. E o desafio de superá-las, o nosso maior compromisso. Por tudo isso, os Jogos Rio 2016 são os Jogos do legado. Para cada R$ 1 investido em equipamento olímpico, outros R$ 5 são para legado. São projetos viabilizados pela oportunidade do evento, mas servirão aos cariocas, e não aos atletas e às delegações.

Os benefícios já começam a virar realidade, com obras entregues antes do evento, antecipando e ampliando o legado olímpico. O carioca já conta hoje com dois BRTs — Transoeste e Transcarioca —, que somam cem quilômetros e poderão transportar mais de meio milhão de passageiros por dia. Ainda teremos o BRT Transolímpica, o VLT do Centro, a Linha 4 do metrô. A parcela dos cariocas que passarão a usar transporte de alta capacidade dará um salto digno de recorde olímpico: de 18% para 63%.

A engenharia financeira para viabilizar tantas entregas segue um mesmo modelo: desonerar os cofres públicos através de parcerias com o setor privado. Mais da metade dos custos foi transferida para a iniciativa privada. Em relação somente às instalações esportivas, o índice sobe para 65%. O Parque Olímpico, a Vila dos Atletas e o Campo de Golfe são exemplos de obras com pouca ou nenhuma participação de recursos públicos.

A prioridade tem sido instalações simples e sustentáveis, mantendo, é claro, o padrão olímpico de qualidade. O nosso estádio, que terá capacidade para 60 mil espectadores, iguala a marca do estádio de Barcelona, até então o de menor capacidade nos últimos 40 anos. Já a Arena de Handebol — através do inédito conceito de Arquitetura Nômade — será transformada em quatro escolas municipais após as competições.

Os Jogos do legado, da economia de dinheiro público e sem "elefantes brancos" — essa é a medalha que o Rio tem treinado para conquistar em 2016.

Artigo publicado em 06/08/14 no O Globo.

*** Prefeito do Rio de Janeiro.**

NÃO ENFRENTE FILAS

VISITE O
CORCOVADO
COM CONFORTO
E SEGURANÇA

Garanta seu bilhete
com hora marcada!

corcovado.com.br

IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA

As principais propostas dos candidatos a presidentes do Brasil

Uma pesquisa realizada recentemente pelo IBOPE e Confederação Nacional da Indústria (CNI) – Retratos da Sociedade Brasileira – Problemas e Prioridades para 2014, mostrou que quase metade da população brasileira (49%) diz que melhorar os serviços de saúde deve ser prioridade para o governo federal em 2014. Em seguida, aparece o combate à violência e à criminalidade e a melhora da qualidade da educação. As duas questões devem, respectivamente, ser priorizadas na opinião de 31% e 28% dos 15.414 entrevistados - a soma é maior que 100% porque era permitido escolher até três opções. A pesquisa levantou os problemas do país, dos estados e dos municípios e o que a população considera prioritário.

Diante deste cenário, listamos as propostas dos principais candidatos à Presidência da República nos setores mais críticos, avaliados pela sociedade brasileira.

DILMA ROUSSEFF

SAÚDE - Dilma anunciou o programa Mais Especialidades na Saúde. Trata-se de uma rede de clínicas com especialistas e exames de apoio diagnóstico. A meta é criar, em todas as regiões do país, uma rede de unidades especializadas integradas - com consultas de pediatria, ginecologia, ortopedia, entre outras áreas. Além das consultas, as clínicas oferecerão exames, tratamentos e reabilitação.

SEGURANÇA - a candidata pretende estabelecer parcerias para fortalecer e complementar as ações estaduais, dando continuidade a projetos já implantados em seu governo. Um deles é o Plano Estratégico de Fronteiras, que mobiliza o Ministério da Defesa e os órgãos do Ministério da Justiça em parceria com as forças estaduais de segurança.

EDUCAÇÃO - foco na educação técnica e científica. A aprovação dos royalties de petróleo e do fundo social do pré-sal para a educação. Professores mais bem remunerados, escolas em tempo integral e qualificação técnica para o profissional.

MARINA SILVA

SAÚDE - Marina pretende implementar um projeto de lei que vincula 10% da receita corrente bruta da União ao financiamento das ações de saúde. Promete construir 100 hospitais voltados para o atendimento regional. A presidenciável ainda pretende construir 50 maternidades e criar em cada uma das 435 regiões de Saúde uma policlínica regional para atendimento de média complexidade.

SEGURANÇA PÚBLICA - A candidata do PSB vai implementar o Plano Nacional de Redução de Homicídios e construir um Pacto Federativo na área de Segurança Pública, definindo as competências da União, dos Estados e dos municípios.

EDUCAÇÃO - Dentre as propostas, a candidata defende acelerar o Plano Nacional de Educação, que prevê destinar 10% do PIB à educação, e ampliar os recursos destinados ao Fundeb (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação Básica). Outra meta é estabelecer o ensino integral para a educação básica.

AÉCIO NEVES

SAÚDE - Dentre as propostas do candidato, está a criação de Consultórios Populares de Saúde, próximos de Unidades Básicas de Saúde (UBS), de unidades do Programa de Saúde da Família (PSF) e dos Mais Médicos. A meta é de 10 mil Consultórios Populares em quatro anos. Aécio defende aumentar os investimentos em saúde para 10% do Orçamento, revisar a tabela do SUS e ampliar a rede pública com 500 clínicas especializadas.

EDUCAÇÃO - Criação do ProMédio. Escolas particulares que possuem certificado de filantropia precisam oferecer bolsas de estudos equivalentes a 20% de sua renda bruta. O "Mutirão de Oportunidades" vai resgatar 20 milhões de jovens que pararam de estudar para trabalhar. Quem voltar à escola receberá um salário mínimo por mês.

SEGURANÇA - Aécio defende a reforma do Código Penal com penas maiores para jovens de 16 a 18 anos que cometerem crimes gravíssimos. Além disso, o candidato quer coordenar uma política nacional de segurança pública, protegendo as fronteiras contra a entrada de drogas e armas e fortalecendo as polícias.

101 dicas práticas de liderança

Sai de cena o gestor distante e ganha espaço o chefe que sabe ouvir. No livro 101 dicas práticas de liderança, da **Editora Sextante**, John Baldoni trata de todos os aspectos relevantes para uma gestão mais eficiente e inspiradora.

Experiente *coach* de executivos, o autor mostra que uma pessoa precisa de diversos fatores como autoconhecimento, competência, credibilidade e confiança para ser reconhecido como líder por seus colaboradores no dia a dia e em situações de crise.

Repleto de informações acessíveis e fundamentado em pesquisas atuais sobre o papel dos líderes e as expectativas de suas equipes, 101 dicas práticas de liderança é organizado em três seções: você, os colegas e a empresa.

Ao abordar questões que fatalmente surgem na carreira e na vida de diversos profissionais, o livro tem como objetivo ser uma fonte de apoio e inspiração para quem deseja melhorar seus resultados, conquistando sucesso e felicidade.

Ao final de cada seção, John resume as principais lições e sugere exercícios de autoavaliação, que ajudam a pensar de maneira crítica e vencer as complexidades do mundo corporativo.

Conheça algumas das 101 dicas:

- Ao tomar decisões, exerça seu poder com elegância;
- Faça as pessoas acreditarem em si mesmas;
- Estabeleça um vínculo autêntico e se torne um gerente acessível;
- Transforme papos furados em conversas inteligentes;
- Visite os funcionários em seus locais de trabalho;
- Não permita que conflitos destruam a equipe e corrija eventuais injustiças;
- Aprenda a liderar pessoas com quem você não se dá bem;
- Ajude a equipe a evitar o esgotamento.

www.gaiasilvagaede.com.br

GAIA SILVA GAEDE & ASSOCIADOS | ADVOGADOS

Tributário • Societário • Energia • Oil & Gas
Telecomunicações • Financeiro • Econômico

ESCRITÓRIOS

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

RIO DE JANEIRO, RJ
Av. Rio Branco, 116 - 9º, 10º e 15º andares
Fone: +55 21 2506-0900
e-mail: gaiarj@gsga.com.br

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

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

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

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

ONG Viva Rio

O Viva Rio é uma organização que se tornou, em duas décadas, referência em pesquisa, trabalho de campo e na formulação de políticas públicas para promover a cultura de paz e a inclusão social. Os trabalhos desenvolvidos são reproduzidos pelo Estado do Rio de Janeiro, por empresas, mercado e outras organizações.

Um dos programas de sucesso é o Jovem Aprendiz, que atende as exigências da Lei 10.097, que estabelece a obrigatoriedade das empresas de médio e grande porte a contratarem jovens aprendizes na proporção de 5% a 15% do seu quadro de empregados efetivo com formação profissional. Orçado em 3 milhões de reais até o final do ano – com apoio de empresas do ramo petroquímico de Macaé, entre outras – o programa atende jovens , na faixa etária de 14 a 24 anos, e garante o pleno atendimento à legislação, do jovem na condição de aprendiz, de forma adequada à diversidade e às peculiaridades da empresa, promovendo a inclusão social, a partir do desenvolvimento humano e o exercício da cidadania.

Outro projeto desenvolvido é o Viva Favela – Portal de jornalismo de Favelas, que se consolidou como referência internacional em conteúdo de internet direcionado aos moradores de comunidades de baixa renda da cidade. O projeto Viva Favela visa à integração social e à inclusão digital. Suas metas objetivas são articular uma rede de Correspondentes Comunitários pela internet, promovendo conteúdos de sua autoria sobre sua realidade; e oferecer oficinas para a formação de comunicadores multimídia. Os apoiadores deste projeto são a Petrobras, Ajuda da Igreja da Noruega e Lei de Incentivo à Cultura – Rouanet.

O Criança Esperança, um dos projetos mais conhecidos pela notoriedade na mídia, é apoiado pela Rede Globo e Unesco e desenvolvido nas comunidades do Pavão - Pavãozinho e Cantagalo. O escopo do projeto inclui:

- Atendimento na biblioteca para a fase pré-escolar, inclusão digital, apoio escolar e acesso à leitura, com meta de 50.000 atendimentos no período.
- Oficinas poliesportivas, culturais, artísticas e educacionais para crianças, adolescentes, jovens, e familiares através de 1.200 atendimentos mensais.
- Capacitar e encaminhar jovens para ingresso no mercado de trabalho através de oficinas de formação, programas de monitoria, estágio e Jovem Aprendiz, com meta de 50 atendidos/mês.
- Realizar 50.000 atendimentos em atividades de inclusão cultural, digital, entretenimento, celebrações e convivência nos espaços do Projeto.

O objetivo é Promover a Educação por meio do desenvolvimento de competências em crianças, adolescentes e jovens, através de atividades produtoras de cidadania, inclusão social, consciência ambiental e Cultura de Paz. O orçamento está estimado em cerca de R$ 2,3 milhões de reais até dezembro de 2014.

QUEM CONHECE CONFIA.

TERCEIRIZE SUA CONTABILIDADE

Experiência, credibilidade

e atendimento personalizado.

O melhor custo e benefício para sua empresa,
desde 1998.

Grupo PPF Brazil

Contadores

Nossos Serviços

- Contabilidade
- Impostos
- Folha de Pagamento
- Controle Patrimonial
- Controle Financeiro
- Peritagem Judicial
- Due-diligence
- Conselho Fiscal
- Reorganização Societária

Escritório Central: Av. Presidente Vargas, 435 - 13 º andar - Centro - Rio de Janeiro

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

O valor tangível do relacionamento

Gisele Lorenzetti *

Tudo virou relacionamento. Você, profissional, precisa ativar permanentemente seu networking; marcas se relacionam com o consumidor; as mídias sociais quase que nos obrigam a manter, ativar e construir relacionamentos. CEOs investem cada vez mais na relação com *stakeholders* e a relação com empregados está, a cada dia, assentada em diálogo.

Certamente estas relações trazem impactos positivos. Pensando no aspecto pessoal, *networking* é, frequentemente, sinônimo de empregabilidade. Você, profissional, consegue medir a qualidade desta rede pela quantidade de acessos que recebe: convites para eventos, para almoços, pedido para fazer pontes junto a outros profissionais, quantidade de contatos que recebe de *headhunters* e, até mesmo, qualidade das propostas de emprego para as quais é sondado.

Ou seja, os seus relacionamentos pessoais podem ser medidos – quantificados e qualificados. E a eficácia dos relacionamentos corporativos?

Antes de qualquer coisa, é importante ressaltar que gestão de relacionamento de uma organização é uma atividade que exige técnica. A complexidade do mundo hoje, onde uma única postagem na mídia social pode desencadear uma crise que coloca em risco, até mesmo, a continuidade de negócios de uma empresa, demanda especialidade. Nenhuma organização tem como *core business* a comunicação e a gestão de relacionamento. Mas as agencias de comunicação, muitas vezes conhecidas como agencias de relações públicas, RP ou mesmo PR em inglês, estão no mercado exatamente para isso: para buscar entender a complexidade do mundo das relações e seu impacto nas organizações.

O trabalho destas agências é bastante abrangente e estratégico. Muitas vezes, começa com o mapeamento dos *stakeholders*, dos públicos com os quais a empresa se relaciona, a importância e o peso de cada um deles e seu alinhamento estratégico com a organização. Ou seja, às agências cabe avaliar como devem ser os relacionamentos da organização com todos os públicos, não de forma massiva e sim particular.

Relações com a mídia é uma das atividades mais frequentes desenvolvidas pelas agências. Há muitos anos a tradicional expressão assessoria de imprensa foi substituída por relações com a mídia, uma vez

> ***"Não há mais dúvida que reputação é um importante ativo. Relações públicas é a grande alavancadora desta reputação e isso, por si só, obriga a comunicação a não somente medir seus resultados, quantitativamente e qualitativamente..."***

que o trabalho junto à imprensa visa criar, estreitar e manter um relacionamento para que o jornalista reconheça no porta-voz ou na marca fontes críveis de informação.

Falamos, então, de um trabalho de construção de confiança e, erroneamente, este trabalho acaba sendo medido por meio da equivalência à ação publicitária. Ou seja, o trabalho de relacionamento gerou uma matéria sobre a empresa que ocupa meia página de um determinado jornal. Analisa-se o quanto custaria este mesmo espaço caso se tratasse de um anúncio publicitário e, desta forma, é valorado o resultado do trabalho.

Esta métrica é fruto de uma época na qual não existiam outras formas de avaliar o resultado do trabalho de gestão de relacionamentos. Falamos de uma época onde a voz corrente dizia que o trabalho de RP traz ganhos intangíveis e não mensuráveis. Já nó século XX as empresas lutaram muito para tirar a intangibilidade de seus vocabulários e o mesmo teve que acontecer com as ações de relações públicas.

Muito se evoluiu em mensuração desde a definição dos Sete Princípios de Barcelona, em 2010, no 2º Summit Europeu de Mensuração da AMEC (*The International Association for the Measurement and Evaluation of Communication*). Podemos dizer que estes sete princípios com tamanha abrangência que podemos considerá-los como um verdadeiro guia de governança para as ações de RP e para a atuação das agências. Os princípios estabelecem que a mensuração:

1) exige metas predefinidas;
2) deve considerar o efeito sobre os resultados;
3) precisa avaliar o impacto da comunicação nos negócios;
4) precisa balancear qualidade e quantidade;
5) deve distinguir dados de publicidade e de relações públicas;
6) deve avaliar mídias sociais;
7) deve valorizar a transparência e a replicabilidade.

Não há mais dúvida que reputação é um importante ativo. Relações públicas é a grande alavancadora desta reputação e isso, por si só, obriga a comunicação a não somente medir seus resultados, quantitativamente e qualitativamente, como também fixar metas obrigatoriamente ligadas a objetivos estratégicos da organização.

**** Presidente do conselho diretivo da Abracom – Associação Brasileira das Agências de Comunicação.***

Decisão mantém transferência dos ativos de iluminação pública

*Rosane Meira de Menezes Lohbauer, Lívia Bragança Claudio e Rodrigo Sarmento Barata**

A Resolução Normativa nº 414/10 da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), tem sido alvo de constantes debates por ter imposto aos municípios a obrigação de assumir os ativos de iluminação pública que ainda estivessem sob responsabilidade das concessionárias de distribuição de energia elétrica. Em suma, passadas duas prorrogações, os 35% dos municípios brasileiros que ainda não assumiram a iluminação pública, tem até 31 de dezembro deste ano para concluir a transferência dos ativos, assumindo sua operação e manutenção.

O cerne dos debates, portanto, está na indisposição de alguns municípios em assumir estas obrigações (atreladas a custos e despesas), no cenário de orçamentos já comprometidos. Noutras palavras, a dúvida está em quem deverá arcar com os custos da iluminação pública: a União federal, os Municípios ou os Usuários?

A União, pautada na atuação da ANEEL, sustenta a legalidade na atuação da Agência Reguladora, que teria simplesmente corrigido uma distorção do setor, uma vez que a iluminação pública não poderia se confundir com o serviço de distribuição de energia elétrica e os ativos - como bens públicos - deveriam se manter na propriedade dos municípios, seus titulares (interpretação do art. 149-A da Constituição). De seu lado, os municípios insatisfeitos com a medida defendem o oposto: a iluminação pública faria parte dos serviços e instalações de energia elétrica, disciplinados no art. 20, XII, b, da Constituição Federal, de titularidade da União. Assim, não poderiam assumir investimento, custeio e nem mesmo a propriedade dos ativos. Também alegam que a Resolução viola o Decreto 3.763/41, bem como que a ANEEL não teria competência para inovar no ordenamento jurídico via Resolução, sendo esta um "regulamento autônomo", sem suporte legal. Os cidadãos, por fim, aguardam duas informações: se o serviço será aprimorado, com melhoria da qualidade e abrangência da iluminação, e se haverá algum impacto na conta de luz ou em qualquer outra conta.

Há notícias sobre algumas ações questionando a Resolução da ANEEL, aparentemente com julgamentos dos mais diversos. Dentre estes casos, a ANEEL noticiou recentemente uma decisão da Justiça Federal em São Paulo, julgando extinta Ação Civil Pública proposta pelo Ministério Público Federal, na qual se pleiteava a desobrigação dos municípios atendidos pela Companhia Paulista de Força e Luz - CPFL em receber e administrar as redes de iluminação pública. A Ação deriva de Inquérito Civil Público instaurado a partir de representação do Sindicato de Engenheiros do Estado de São Paulo.
Os dados do processo são: Ação Civil Pública que tramita na 21ª Vara Federal da Seção Judiciária de São Paulo - processo nº 0004567-10.2013.4.03.6108.

Apesar de a Ação ter sido extinta sem resolução de mérito, ou seja, fundada em aspectos formais/processuais, e ainda estar em primeiro grau, havendo a possibilidade de interposição de recurso, o precedente é relevante e aponta para a consolidação da posição adotada pela ANEEL e, por consequência, na transferência dos ativos aos municípios. Na decisão, entendeu o juiz pela inexistência de lesão ou ameaça ao patrimônio público - requisito da Lei da Ação Civil Pública - prejudicando a análise de mérito. Com isso, deixou-se claro que o tema não perpassa discussões sobre interesse público, impacto orçamentário aos municípios afetados ou mesmo oneração de usuários. A discussão, conforme indica a sentença, trata de relações jurídicas individuais e determináveis, não havendo que se falar na tutela de direitos coletivos, para a qual a Ação Civil Pública fora criada.

Com isso, o risco de que uma decisão judicial de caráter geral atinja projetos de renovação, modernização e gestão das redes municipais de iluminação pública diminui consideravelmente, posto que o tema provavelmente não mais será tratado no âmbito dos interesses coletivos. Assim, as decisões proferidas nos processos instaurados para discussão da Resolução ANEEL 414/10 deverão se restringir às partes envolvidas no litígio. Municípios que aceitarem a transferência dos ativos, portanto, terão melhores condições de atrair bons parceiros da iniciativa privada em seus respectivos projetos, seja de Parcerias Público-Privadas, contratações pontuais via Lei nº 8.666/93 ou mesmo demais alternativas que se possa estruturar nesse sentido.

Para complementar a relevância do tema, o Diretor-Geral da ANEEL, Romeu Rufino, destacou à época da edição da Resolução que promoveu a última prorrogação de prazo para conclusão da transferência de ativos aos municípios, que a prorrogação deveria ser considerada como a última concedida e que distribuidoras e municípios deveriam se antecipar o máximo possível nesse processo para garantir a transferência dentro do prazo agora estipulado.

O tema, portanto, está na agenda dos municípios, que deverão assumir os ativos até o final deste ano. Do lado

da iniciativa privada, abre-se uma grande oportunidade de negócio - conforme já se vem noticiando há certo tempo - seja pela obrigatoriedade na assunção dos serviços por 35% dos municípios brasileiros, seja pela possibilidade dos municípios instituírem contribuições para custeio da iluminação pública (art. 149-A, Constituição Federal), garantindo - onde for instituída a contribuição - que os recursos arrecadados para tal fim não poderão ser destinados a outras finalidades, o que reduz significativamente o risco de contratar com a Administração Pública.

Mas o tema não está limitado às boas oportunidades de negócio entre Poder Público municipal e iniciativa privada. Existe uma oportunidade aos municípios para que melhorem a condição da iluminação pública, não só garantindo o aumento no nível de segurança pública, com a instalação ou melhoria da iluminação da cidade, mas também pela possibilidade que se dê os primeiros passos para a introdução, no Brasil, do conceito de cidades inteligentes. Interconectar a cidade e os cidadãos, melhorar o nível de serviços de telecomunicações e trocas de dados, permitir a gestão à distância de diversos serviços prestados pelas prefeituras, enfim, este é um caminho que pode ser aberto com projetos bem estruturados na iluminação pública. Outros caminhos, como o da eficiência energética, também podem ser bastante explorados nos modelos de contratação da gestão da rede de iluminação pública, basta que os municípios se conscientizem das oportunidades abertas nesta peculiar circunstância atualmente vivida.

Um bom exemplo, parece ser o do município de São Paulo, que publicou o Chamamento Público nº 01/SES/2013, para a apresentação, pela iniciativa privada, de estudos técnicos e modelagem de projeto de Parceria Público-Privada para Modernização, Otimização, Expansão, Operação e Manutenção da Infraestrutura da Rede de Iluminação Pública do Município. Ainda que existam críticas sobre a possibilidade de adotar ainda mais aspectos tecnológicos nos estudos, um primeiro passo já foi dado.

**** Rosane Menezes Lohbauer, Rodrigo Sarmento Barata e Lívia Claudio são, respectivamente, sócia e associados do Madrona Hong Mazzuco - Sociedade de Advogados (MHM).***

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 2013/2015 - IBEF RIO DE JANEIRO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente - *Márcio João de Andrade Fortes*

Vice-presidente - *Theophilo de Azeredo Santos*

Membros - *Ary da Silva Graça Filho, João Carlos França de Luca, Manuel Fernandes Rodrigues de Sousa, Ricardo Emmanuel Vieira Coelho, Roberto Castello Branco, Roberto Procópio de Lima Netto e Thomas Klien.*

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente - *José Carlos Monteiro*
1º Vice-presidente - *Ricardo Emmanuel Vieira Coelho*
Vice-presidentes - *Eduardo Felipe de Jesus Teixeira, Gustavo Damazio de Noronha, João Carlos Peixoto de Lima, José Octávio Vianello de Mello, Sérgio Burrowes Raposo e Stefan Alexander.*

Diretor Executivo - *Marcos Chouin Varejão*

CONSELHO FISCAL

Presidente - *João Carlos Reichmann Mader*

Membros - *Claudio Roberto Contador e José Carlos Fardim,*

Suplentes - *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.

Diretoria Adjunta
Aldo Henrique Ramos, Aloysio Sérgio Fagundes de Azevedo, Luiz Antonio Ferreira de Queiroz, Roberto Haddad e Sérgio Faria Lemos da Fonseca Júnior.

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
Banco de imagens Red Design

Publicidade e Marketing
EC - Editora e Comunicação
Eduardo Cantidiano
e.cantidiano@openlink.com.br
(21) 99619-0771

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.

A economia do compartilhamento

Também conhecida como a economia do consumo colaborativo, a economia do compartilhamento vem ganhando cada vez mais adeptos no mundo inteiro, principalmente dos jovens entre 20 e 35 anos, e chegou ao Brasil como um fenômeno a ser seguido. A ideia é a de compartilhar em vez de comprar, impulsionando diversos setores e conceitos empresariais.

O "consumo colaborativo" surgiu no Vale do Silício, tornando-se uma tendência mundial exercida pela geração do milênio. A primeira empresa que teve a ideia da teoria do compartilhamento foi a Airbnb, que faz a intermediação do aluguel de quartos e casas pela internet. A companhia encerrou o ano passado com cerca de 550 mil ofertas de acomodações em todo o mundo. Durante um ano, foram adicionados 250 mil anúncios, atingindo a marca de 10 milhões de pessoas hospedadas desde o seu surgimento, há seis anos. Funciona assim: as pessoas entram no site e buscam as opções de hospedagem que melhor lhe convém. Ali é possível conferir a reputação uns dos outros, e os comentários acerca das últimas experiências de usuários.

O Airbnb começou a chamar a atenção dos brasileiros em 2012. Devido o tamanho do seu sucesso, a ideia de que tudo pode ser compartilhado impulsionou novas plataformas. Não só para imóveis, mas para transporte, objetos, músicas, filmes, e diversos outros itens que não precisam ser mais comprados, e sim divididos.

É o caso do Caronetas, site brasileiro, que trabalha com o slogan "caronas inteligentes". Permite que colaboradores de empresas e centros empresariais compartilhem caronas, que são incentivadas financeiramente a cada viagem. O passageiro cria seu trajeto, compra a moeda virtual e a utiliza para pagar o motorista a cada viagem. Com isso, o passageiro tem a facilidade do pagamento digital, e o motorista acumula em sua conta o valor correspondente e pode trocá-los por produtos e serviços em lojas parceiras ou por vale-presente. Já tem 1 milhão de cadastrados e 20 mil viagens.

A retirada de bicicletas em pontos estratégicos nas cidades brasileiras é outro serviço da economia do compartilhamento. Em grandes cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Salvador, por exemplo, o projeto disponibiliza bicicletas em estações distribuídas em pontos estratégicos, caracterizando-se com uma solução de meio de transporte de pequeno percurso para facilitar o deslocamento das pessoas nos centros urbanos. Atualmente possui 1 milhão de cadastrados em 12 cidades, com 5 mil bicicletas, que podem ser alugadas por R$ 10,00 mensais. O acesso é feito por meio de aplicativos em smartphones.

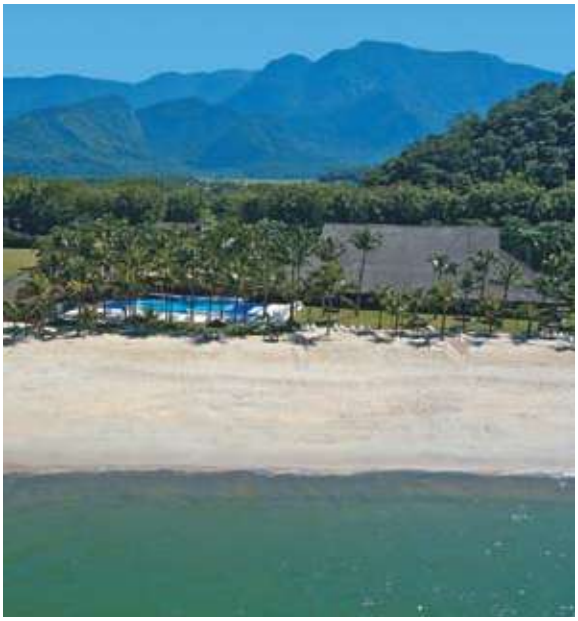
Top Down, há 28 anos contribuindo com o bem-estar da sua empresa.

HÁ 28 ANOS NO MERCADO DE TI, A TOP DOWN É CONSULTORA NA ÁREA DE INFORMÁTICA. COM PACOTES PRÉ-FORMATADOS E SISTEMAS DESENVOLVIDOS SOB MEDIDA, CONTRIBUÍMOS COM A GESTÃO DE SUA EMPRESA DE MANEIRA TOP, PARA QUE VOCÊ FOQUE SEUS ESFORÇOS NOS PONTOS PRINCIPAIS DO NEGÓCIO. O DOMÍNIO DA TECNOLOGIA ALIADO AO DIÁLOGO E CUMPLICIDADE SÃO OS VALORES PRINCIPAIS NO RELACIONAMENTO DE NOSSA EQUIPE COM OS CLIENTES.

O Top Saúde Médico é o produto ideal para seu negócio. Ele gerencia todas as etapas dos processos administrativos de Planos de Saúde, contribuindo com sua produtividade e auxiliando na tomada de decisões.

CONHEÇA MAIS SOBRE O NOSSO NEGÓCIO EM:
www.topdown.com.br • www.facebook.com/topdownsistemas • www.twitter.com/topdownsistemas

PORTOBELLO
RESORT & SAFARI



O PORTOBELLO É A OPÇÃO IDEAL PARA VOCÊ QUE DESEJA FAZER UM EVENTO DE SUCESSO. COM UMA INFRAESTRUTURA DE PRIMEIRA, O MAIOR RESORT DA COSTA VERDE POSSUI O MELHOR CUSTO BENEFÍCIO DE TODA REGIÃO E ESTÁ À DISPOSIÇÃO O ANO INTEIRO PARA O SEU EVENTO.

NÃO ABRA MÃO DA QUALIDADE. VENHA PARA O PORTOBELLO.

• 4 SALAS DE CONVENÇÃO • 8 SALAS DE APOIO
• SALÃO COM PÉ-DIREITO DE 5,5 METROS
• FOYER • INFRAESTRUTURA PARA DIVERSOS TIPOS DE EVENTOS, COMO LEILÕES, GRANDES ENCONTROS E MUITO MAIS

/Portobelloresort /PortobelloRJ /portobelloresort /portobellorj

(21) 2789-8000 • (21) 2175-1000
0800 282 0868
WWW.PORTOBELLORESORT.COM.BR
RIO-SANTOS, KM 434 • MANGARATIBA
A 100 KM DO RIO - ENTRE RIO E SÃO PAULO