REVISTA

IBEF

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO XIV - NÚMERO 74 - BIMESTRAL - 2018
www.ibefrio.org.br

Adriana Aranha Hapner, advogada

Cama Tuiloma: Fiji amplia relações com o Brasil

Marco Stefanini: cocriando soluções para o futuro

Amanda Alvernaz: trabalho remoto, uma tendência?

Gilson Novaes: fake news preocupa as eleições 2018

Pedro Barcellos: cerveja, o mercado que cresce na crise

IBEF
Rio de Janeiro

A nº 1 brasileira de auditoria independente conta com 500 escritórios em 82 países.

FAÇA SUA ESCOLHA.

Cristo Redentor
Uma das sete maravilhas do mundo é brasileira.

São Paulo
Uma das cidades com o maior PIB do mundo é brasileira.

Petrobras
Uma das maiores empresas de petróleo e gás do mundo é brasileira.

Cataratas do Iguaçu
Uma das maiores cataratas do mundo é brasileira.

Carnaval
A maior festa popular do mundo é brasileira.

Floresta Amazônica
Uma das maiores florestas do mundo é brasileira.

27 anos

Lopes, Machado
Auditors, Tax, Consultants & Business Advisers

Independent Member of BKR International

55 21 2156-5800

novosnegocios@bkr-lopesmachado.com.br | www.lopesmachado.com

Auditoria | Compliance | Consultoria em Fusões e Aquisições | Consultoria Trabalhista e Previdenciária | Consultoria Tributária | Due Diligence

SEDE: Av. Graça Aranha, 416 - 11º andar - Centro | Rio de Janeiro - RJ

São Paulo - SP | Recife - PE | Belo Horizonte - MG | Vitória - ES

Siga-nos:

Editorial

Vamos reagir

A **Revista IBEF** ao longo de suas 73 edições vem abordando prioritariamente temas relacionados a economia e finanças,foco de nossas atividades no Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças. No entanto, o atual cenário de anarquia constatado em nosso país nos obriga a voltar nossas publicações também para questões de grande preocupação dos brasileiros.

Interpretações estarrecedores da Constituição Federal acobertadas até por Ministros do STF; corrupção praticada por centenas de integrantes dos poderes Legislativo e Executivo, quer seja no Governo Central, nos Estados e Municípios; envolvimento de dezenas de empresários com esses mal feitos; a violência incontrolável nas ruas das cidades; o poder paralelo do tráfico de drogas instalado em inúmeras comunidades e o total desrespeito a valores éticos e morais por boa parte de nossa sociedade são fatos concretos de nosso dia a dia que precisam ser combatidos com energia e através de todos os meios de que dispusermos.

Os brasileiros não podem mais se calar e deixar de agir contra todas essas mazelas que nos dominam. A **Revista IBEF** registra sua repulsa a total falência do Estado de Direitos no Brasil e conclama para que todos os cidadãos de bem desse país reajam a tudo e contra todos os criminosos, salafrários e hipócritas que tentam afundar nossa nação.

Não podemos ficar esperando soluções de ninguém. Cada um de nós, verdadeiros brasileiros, temos o dever e podemos dentro de nossas esferas de atuação agir para corrigir o rumo dessa Pátria.

A **Revista IBEF** está à disposição de todos que queiram se manifestar em defesa do país.

Contatos com o Coordenador da **Revista IBEF**, o jornalista Eduardo Cantidiano e.cantidiano@openlink.com.br

Marcos Chouin Varejão - Junho 2018

Índice

EDITORIAL.....1
Marcos Varejão

CAPA.....2
Adriana Aranha Hapner: As Finanças, o Direito das Famílias e as Sucessões

OPINIÃO.....4
Cama Tuiloma: Fiji amplia relações com o Brasil

NACIONAL.....6
Yellow anuncia primeiro serviço de compartilhamento de bicicletas livres em SP.

OPINIÃO.....8
Renata Seldin: eSocial, EFD Reinf e DTCFWeb

INTERNACIONAL.....10
Mercado financeiro debate riscos climáticos.

OPINIÃO.....12
Marco Stefanini: cocriando soluções para um futuro melhor.

OPINIÃO.....14
Amanda Alvernaz: trabalho remoto: uma tendência?

OPINIÃO.....15
Pedro Barcellos: cervejas, que mercado é esse que cresce mesmo com o Brasil passando por dificuldades?

OPINIÃO.....16
Prof. Gilson A. Novaes: Fake News nas eleições 2018.

NACIONAL.....17
6 dicas para investir em dólar.

ECONOMIA.....18
Fabio Schmitt: desinvestir para crescer.

OPINIÃO.....20
Marco Maciel: apostas na escalada da incerteza para desvalorizar o real.

JURISPRUDÊNCIA.....21
TRF3 nega extinção de punibilidade de crimes investigados na operação papel imune.

NACIONAL.....22
Bancos aprovam novas regras para cheque especial.

DAY TRADE.....24
Coluna de informação.

ESTANTE.....27
Coluna sobre publicações editoriais.

NACIONAL.....28
Novo Prodetur disponibiliza R$ 5 bi para o setor.

NACIONAL.....29
Empresa brasileira cria a primeira criptomoeda que vem com Exchange própria.

NACIONAL.....30
Pesquisa da Alelo traça perfil financeiro dos trabalhadores do Rio de Janeiro.

NACIONAL.....32
PROTESTE avalia corretoras de valores online.

SAÚDE.....33
Indústria busca reduzir açúcar sem perder sabor.

OPINIÃO.....36
Antonio Roberto de Oliveira: "Brand Coaching: mentoria para construção de marca abraça PME"

RH.....37
Coluna de recursos humanos.

NACIONAL.....38
São Paulo: limitar informações no Diário Oficial é reduzir transparência.

NACIONAL.....39
Mercado óptico perde com produtos piratas.

NACIONAL.....40
Intervenção RJ recebe doação de materiais não letais.

As Finanças, o Direito das Famílias e as Sucessões

*Adriana Antunes Maciel Aranha Hapner**

Tratar do Direito das Famílias em revista vocacionada ao estudo das finanças pode parecer inesperado. Os temas, no entanto, estão intrinsecamente ligados, seja em razão da família ser o meio primário onde o indivíduo se desenvolve, faz sua transição para a vida adulta, recebe estrutura e sustentação emocional durante toda a vida, e experimenta de forma mais intensa o sentimento de pertencer a um núcleo específico de proteção, seja pelas significativas e inafastáveis consequências econômicas das relações familiares.

Quando duas pessoas iniciam um relacionamento afetivo, é natural que concentrem suas atenções e interesses para se conhecerem e aproveitarem os momentos juntos do que tratar de temas formais ou financeiros. Apenas tocar nesses assuntos, acreditam muitos, pode despertar no outro a percepção de que o relacionamento está ficando mais sério, o que pode não ser desejado no momento. Com o passar do tempo, a convivência se torna habitual, o convívio com amigos e familiares se intensifica, e o que um considera ainda namoro, o outro interpreta como um relacionamento semelhante ao casamento e se imagina vivendo em união estável. Independentemente do sentimento das partes envolvidas, a prestação jurisdicional irá investigar se estão presentes os elementos caracterizadores de uma entidade familiar de fato, da qual decorrerem inúmeros efeitos pessoais e patrimoniais. Ignorar as consequências financeiras das relações informais pode culminar em uma decisão judicial que determine não apenas a divisão com o companheiro de tudo quanto tenha sido adquirido ou sofrido crescimento durante o período de convivência, como também no pagamento de valores mensais para prover o sustento do companheiro.

Não existe tempo mínimo de convivência e tampouco a coabitação é requisito para o reconhecimento da união estável. Não havendo contrato formal (por instrumento público ou particular) o regime aplicável é o da comunhão parcial de bens. A evolução do namoro para um relacionamento de conjugalidade, seja na forma de união estável ou casamento civil (ambas as formas atualmente equiparadas pela jurisprudência), torna imprescindível que os temas patrimoniais sejam enfrentados.

É fundamental que os casais conversem antes de estabelecerem a relação conjugal sobre regime de bens, custeio das despesas pessoais e comuns, sustento dos filhos futuros, dentre tantas outras questões pertinentes. Dinheiro é necessário e faz parte do dia-a-dia de todos, o que faz com que as conversas antecipadas sobre os temas econômicos sejam essenciais. Muito tempo é destinado aos preparativos da cerimônia religiosa e da recepção dos convidados sem que os casais se deem conta de que as repercussões econômicas são as que devem ser tratadas com prioridade, pois vão acompanhá-los enquanto durar a união. Os regimes

“Assim como no mundo das finanças as constantes mudanças de cenários podem e devem ser antecipadas, também no que se refere às relações familiares é possível proteger-se dos efeitos indesejáveis decorrentes dos relacionamentos familiares.”

patrimoniais legais no Brasil não são taxativos. Aos quatro tipos descritos do código civil pátrio (separação convencional ou obrigatória, comunhão parcial, comunhão universal e participação final dos aquestos), se soma o regime misto de bens, do qual surge um leque infindável de possibilidades.

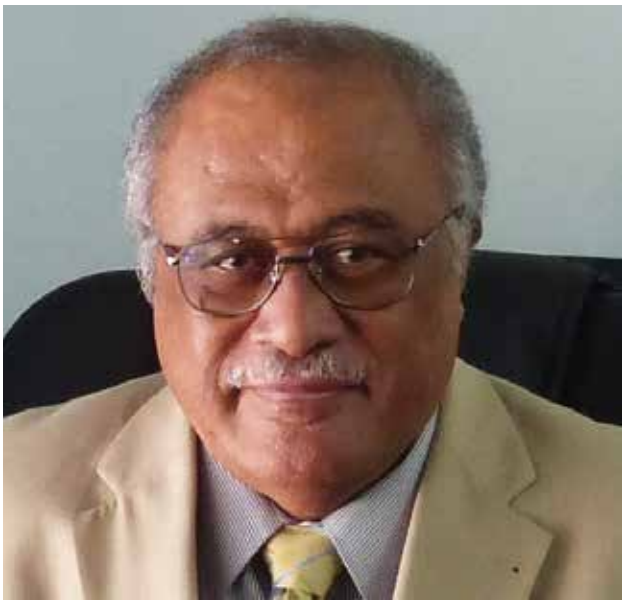
Além das questões patrimoniais relativas à conjugalidade, outras tantas surgem dos vínculos parentais, compreendidos entre pais e filhos. Com a Constituição de 1988, a família deixou de ser vista de forma singular e passou a ser reconhecida em suas diversas formas. A união estável, o casamento, famílias monoparentais (um dos genitores e os filhos), famílias homoafetivas, famílias anaparentais (grupo de irmãos), famílias mosaico ou recompostas (formadas pelos genitores e os filhos unilaterais de cada qual de outras uniões anteriores e, em alguns casos, os filhos comuns), a filiação socioafetiva (já equiparada pela jurisprudência à filiação biológica) e a multiparentalidade dela decorrente (um pai biológico e outro socioafetivo, por exemplo), são apenas alguns dos exemplos de entidades familiares reconhecidas pela Justiça brasileira, e que fazem com que as repercussões patrimoniais e financeiras sejam muito amplas e complexas. Os contrato de namoro qualificado, de união estável, os pactos antinupciais, no que diz respeito à conjugalidade, somados ao testamento, o reconhecimento de filiação socioafetiva e de multiparentalidade, dentre outras tantas questões têm repercussões sucessórias inafastáveis. O eminente jurista paraense, e dileto amigo, Zeno Veloso, deu notícia recente da existência de novas escrituras declaratórias de não filiação socioafetiva, com a intenção de tentar afastar a pretensão de quem considera possuir estado de filho socioafetivo de alguém que teve com intenção apenas lhe destinar determinados cuidados e recursos e não perfilhá-lo, demonstra e reforça a imperiosa necessidade de que um advogado especializado na área seja consultado em todos os casos. Mais do que isso, sublinha a exigência de que esses temas, de variadas consequências, sejam amplamente debatidos pelas partes envolvidas, facilitando que os efeitos patrimoniais e financeiros decorrentes das relações familiares sejam os efetivamente escolhidos por elas.
Por último, mas com igual e grave importância, não se deve perder de vista, sob o prisma financeiro que ora se explora, o destaque especial que se deve dar ao tema do planejamento sucessório nas empresas familiares e a previsão de regras de extinção do vínculo conjugal, dissolução da união estável, além das questões sucessórias, em paralelo às disposições pessoais para os sócios de empresas.

Assim como no mundo das finanças as constantes mudanças de cenários podem e devem ser antecipadas, também no que se refere às relações familiares é possível proteger-se dos efeitos indesejáveis decorrentes dos relacionamentos familiares.

** Advogada, sócia do escritório Hapner e Kroetz Advogados, e coordenadora do núcleo de Direito de Família e Sucessões.*
Diretora Nacional do IBDFAM – Instituto Brasileiro de Direito de Família.

Fiji amplia relações com o Brasil

*Cama Tuiloma**



Fiji, um país do Pacífico Sul, é um arquipélago de mais de 300 ilhas. É um dos países mais bonitos do mundo e a simpatia do seu povo é uma marca preciosa desta pequena nação insular. É famosa por paisagens escarpadas, praias de areia branca com palmeiras, águas cristalinas, recifes de coral com lagoas claras e um estilo de vida descontraído. Fiji é também a casa do renomada empresa 'Fiji Water' – que produz uma água mineral de luxo consumida por celebridades do mundo todo – e do destemido e hipnotizante time de Rugby 7s que foi medalha de ouro nas Olimpíadas de 2016.

Fiji é dotada de recursos florestais, minerais e pesqueiros e é uma das mais desenvolvidas e conectadas economias insulares do Pacífico. Os lucros da indústria do turismo e as remessas dos fijianos que trabalham no exterior são os maiores geradores de divisas do país.

Fiji e Brasil estabeleceram relações diplomáticas em 16 de fevereiro de 2006 e no dia 29 de setembro de 2011 Fiji inaugurou sua embaixada em Brasília, o que fez de Fiji o primeiro país insular do Pacífico Sul a ser representado na América Latina.

O estabelecimento da Embaixada de Fiji em Brasília reconhece o importante papel que o Brasil desempenha na comunidade internacional, sendo um produtor diversificado, um exportador com abundantes recursos naturais e um local de vastas oportunidades em potencial. Além disso, reflete também a importância que Fiji atribui à suas relações com o Brasil e à América do Sul como um todo. Apesar da distância geográfica e dos diferentes níveis de desenvolvimento, os dois países estão cientes das necessidades comuns de desenvolvimento e dos desafios enfrentados por ambos os países. Há, neste sentido, uma forte determinação em compartilhar e aprender com as experiências e boas práticas de cada um nas áreas de interesse comum. Isto também inclui apoio recíproco por meio de cooperação bilateral, sul-sul e triangular.

Como um pequeno Estado insular em desenvolvimento, Fiji continua a ampliar sua relevância assumindo posições de liderança internacional. Em seu discurso na 71ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas em 2016, o primeiro-ministro Bainimarama reafirmou o compromisso de Fiji com a comunidade internacional: "Fiji continuará a desempenhar um papel desproporcional ao seu tamanho na comunidade internacional. Seja em nosso compromisso contínuo com as operações de manutenção de paz da ONU, no envio de tropas para a proteção de pessoas comuns em partes tumultuosas do mundo ou em nosso papel de liderança global para a necessidade de uma ação urgente quanto à problemática das mudanças climáticas".

Em 2013, Fiji presidiu o Grupo de negociação dos 77 + China, em 2016, Fiji foi eleito Presidente da 71ª Assembleia Geral das Nações Unidas e em 2017, o Primeiro Ministro da República das Fiji, Honorável Bainimarama, foi eleito Presidente da COP 23, de modo a liderar a comunidade global no caminho de uma ação decisiva para salvar o nosso planeta do aquecimento global.

Cidadãos fijianos e brasileiros agora desfrutam de visto de turismo gratuito entre os dois países após

“Para o futuro, a Embaixada das Fiji no Brasil está otimista de que mais portas e oportunidades se abrirão de modo a fortalecer ainda mais as relações bilaterais e a cooperação entre os dois países.”

a assinatura de um Acordo de Isenção de Visto. Este recurso permite viagens sem burocracia e que impulsionarão o turismo e o intercâmbio entre as pessoas de ambos os países, ampliando nossas relações bilaterais. Fiji e Brasil atualmente também dispõem de um Memorando de Acordo sobre Cooperação Técnica e um Memorando de Entendimento sobre Consulta Política.

Várias visitas de alto nível se seguiram desde a abertura da Embaixada, confirmando o nível de comprometimento da República das Ilhas Fiji com o Brasil. O Honorável Primeiro Ministro da República das Fiji e Chefe de Governo, Ratu Josaia Voreqe Bainimarama, inaugurou a Embaixada em 29 de setembro de 2011 em Brasília e o ex-Presidente da República das Fiji, H.E. Ratu Epeli Nailatikau visitou o Brasil em 2014.

O estabelecimento da Embaixada no Brasil é visto como uma oportunidade para um engajamento mais efetivo com a região e o Brasil com vistas a buscar uma cooperação mais próxima nas áreas de agricultura, energia renovável, mitigação das mudanças climáticas e nos setores de saúde e educação, segurança, turismo, pesca, cultura, direito das mulheres e esportes. O governo brasileiro, por meio da Agência de Cooperação do Brasil (ABC), tem ajudado as Ilhas Fiji com programas de capacitação em cooperação na agricultura, silvicultura e pesca e através de um mandato de cooperação sul-sul.

Fiji também tem muito potencial a oferecer: um grande *hub*, uma rota alternativa nos setores de de aviação e navegação, dada sua posição geográfica estratégica entre as nações que conectam o Oceano Pacífico, um centro de comunicações, boa infra-estrutura e serviços, um destino turístico internacional bastante requisitado, um bom ambiente de negócios e de potenciais parcerias comerciais.

Em reconhecimento às cordiais relações bilaterais, Fiji tem apoiado as candidaturas do Brasil em candidaturas internacionais. Em 2011, Fiji apoiou o Brasil nas Eleições do Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), na Organização Marítima Internacional (OMI), na Comissão de Direito Internacional (ILC), e na Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura e Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO).

Para o futuro, a Embaixada das Fiji no Brasil está otimista de que mais portas e oportunidades se abrirão de modo a fortalecer ainda mais as relações bilaterais e a cooperação entre os dois países. Para tanto, a Embaixada nomeou dois Cônsules Honorários nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro com o objetivo de construir e fortalecer parcerias estratégicas.

A Embaixada de Fiji no Brasil atualmente é credenciada para representação em sete países da América do Sul: Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai, Peru, Chile e Venezuela.

**** Embaixador de Fiji no Brasil.***

Yellow anuncia primeiro serviço de compartilhamento de bicicletas livres em SP

Pioneira no Brasil a atuar com o inovador sistema de redistribuição livre, empresa planeja oferecer até 100 mil bicicletas na capital paulista, sendo que 20 mil delas serão disponibilizadas ainda em 2018

A Yellow, empresa brasileira do setor de mobilidade, anuncia sua chegada ao mercado com o lançamento de um serviço de compartilhamento de bicicletas com sistema de redistribuição livre (dockless) pelo qual as bikes são liberadas por meio de um aplicativo de celular. Inovador, o modelo dispensa as estações obrigatórias de parada. Credenciada pela prefeitura de São Paulo, a Yellow vai introduzir, inicialmente, 20 mil bicicletas na cidade, entre julho e dezembro deste ano. O planejamento da empresa prevê a ampliação da frota, subsequentemente, para 100 mil bicicletas, com o objetivo de atender toda a cidade, incluindo a periferia.

Na liderança do negócio estão Eduardo Musa, que esteve à frente da Caloi por mais de 15 anos, Ariel Lambrecht e Renato Freitas – fundadores da 99, aplicativo de mobilidade urbana e primeira startup unicórnio brasileira –, atribuindo à Yellow um time de fundadores que somam a maior expertise em tecnologia, mobilidade urbana e bicicleta no Brasil e no mundo, já que nenhuma empresa de compartilhamento de bicicletas começou com este conjunto de expertises e experiências acumuladas.

"A bike Yellow é a peça que faltava no quebra-cabeça da mobilidade urbana. Ela atua como um modal complementar que se integra aos outros meios de transporte para facilitar o ir e vir das pessoas nas grandes cidades", afirma Eduardo Musa, CEO da Yellow. O sistema de redistribuição livre permite que as bicicletas estejam em todos os locais, facilitando tanto a retirada quanto a finalização da viagem. Todo o processo, incluindo o mapeamento das bikes, seu destravamento e pagamento do serviço, é realizado pelo aplicativo de celular. "Esse sistema representa mais liberdade, otimização e economia para o usuário, tanto de tempo quanto de recursos financeiros", complementa Musa.

Segundo Ariel Lambrecht, fundador responsável pela área de Produto da empresa, a Yellow está trazendo para o Brasil uma solução de mobilidade inovadora e eficiente, com um modelo que já obteve sucesso em outros países, em destaque a China, onde o serviço é extremamente popularizado. "O surgimento das startups de bike sharing foi responsável por um crescimento de mais de 50% no uso desse modal de transporte na China. Existem estimativas de que o trânsito em Pequim caiu 5% após o lançamento das bicicletas compartilhadas", comenta Ariel. "Tivemos a oportunidade de observar a implementação desse sistema em outros países e, a partir dessas análises, traçamos estratégias para valorizar os acertos do modelo e evoluir em relação às fragilidades. Com isso, estamos preparados para oferecer uma experiência ainda melhor para o usuário brasileiro, buscando o mesmo sucesso obtido na China", complementa Ariel.

A Yellow começa a operar na cidade em julho deste ano. A inserção das 20 mil bicicletas será realizada de forma gradativa ao longo de 2018. "Somos a empresa de compartilhamento de bicicletas que, mundialmente, inicia sua operação com a maior escala em número de bikes", aponta Musa. "Em São Paulo, testes mostraram que viagens integradas de bicicletas e ônibus foram 22% mais rápidas que carro. Além disso, o transporte público raramente conecta as pessoas da porta de suas casas até o seu destino. Nossas pesquisas mostram que em média, um usuário de transporte público precisa caminhar 800 metros para completar seu trajeto diário. Existe uma demanda latente por soluções de mobilidade na cidade e a nossa chegada no mercado traz justamente isso", acrescenta o CEO.

Renato Freitas, fundador responsável pela área de Tecnologia da empresa, ressalta a importância de criar soluções inovadoras para problemas recorrentes do dia a dia. "A Yellow viabiliza, por meio da tecnologia, um recurso que ameniza os desafios de mobilidade nos grandes centros urbanos, impactando positivamente

a vida da população. É um problema antigo que precisa de soluções modernas. A tecnologia somada à cultura do compartilhamento, apresenta uma saída importante para este impasse", menciona Renato. "Um levantamento feito pela SPC Brasil e CNDL mostrou que para 79% dos brasileiros, o compartilhamento de bens torna a vida mais fácil e funcional e 68% se imaginam participando do consumo colaborativo nos próximos dois anos. Sabemos que estamos no caminho certo e nossa expectativa em relação à receptividade da população é bem positiva", complementa Renato.

Para garantir a melhor experiência por parte do usuário, preservar o ambiente urbano e respeitar o restante da sociedade, a Yellow contará com diversas iniciativas de manutenção, organização e incentivo ao consumo responsável. Um exemplo disso é a "patrulha periódica" que será efetuada pela Yellow todos os dias da semana. A empresa contará com equipes realizando uma espécie de varredura pela cidade, mapeando suas bicicletas para organizá-las, redistribuí-las estrategicamente e retirá-las para manutenção quando necessário, contribuindo, assim, para a melhor distribuição e posicionamento das bicicletas pela cidade.

"A Yellow é uma empresa inovadora, com responsabilidade para com o usuário e a cidade. Por isso, chegamos ao mercado respeitando todas as legislações aplicáveis ao nosso negócio, além de investirmos em um modelo criado especialmente para o consumidor brasileiro, trabalhando com aplicativo e bicicletas desenvolvidas e fabricadas no nosso país, respeitando as normas do Inmetro e Anatel. Tudo pensado para movimentar positivamente a nossa economia, gerar empregos e oferecer uma solução efetiva de integração ao transporte, com o potencial de revolucionar a mobilidade urbana que conhecemos", finaliza Musa.

A Yellow foi fundada em junho de 2017 por 3 empreendedores apaixonados pela problemática da mobilidade urbana e que somam a maior expertise em tecnologia, mobilidade urbana e bicicleta do Brasil: Eduardo Musa, Renato Freitas e Ariel Lambrecht. Nosso objetivo é revolucionar a mobilidade urbana nas cidades brasileiras através da disponibilização de alternativas de transporte, principalmente para as chamadas "primeira e última milha" das viagens urbanas. Queremos melhorar a circulação de pessoas em centros urbanos, otimizar os deslocamentos e integrar diferentes modais de transporte. Nossa visão é disponibilizar uma "condução barata e divertida". Começaremos com bikes! A Yellow será a primeira empresa no Brasil de compartilhamento de bicicletas em sistema dockless (redistribuição livre, sem estação para retirada e devolução) liberadas por um aplicativo de celular.

eSocial, EFD Reinf e DTCFWeb: se sua empresa está olhando para eles de forma isolada, está na hora de parar e repensar a sua estratégia

*Renata Seldin**

"O ano de 2018 veio cheio de novidades e mudanças nas obrigações fiscais e acessórias impostas às empresas pelo Governo."

No começo do ano, entrou em vigor (ainda que faseado) o eSocial, projeto do governo que demanda que os empregadores comuniquem, de forma unificada, as informações relativas aos trabalhadores.

Inicialmente, as empresas que faturaram mais de 78 milhões em 2016, tiveram que enviar as informações do empregador, geralmente cadastradas em seus sistemas de folha, tais como estabelecimentos, cargos, horários, rubricas, e também as informações de eventos não periódicos. Nestes casos, desde março de 2018, as empresas se veem às voltas com o envio das mudanças que fizeram e fazem parte da vida dos trabalhadores, como admissões, demissões, afastamentos e mudanças de contrato de trabalho.

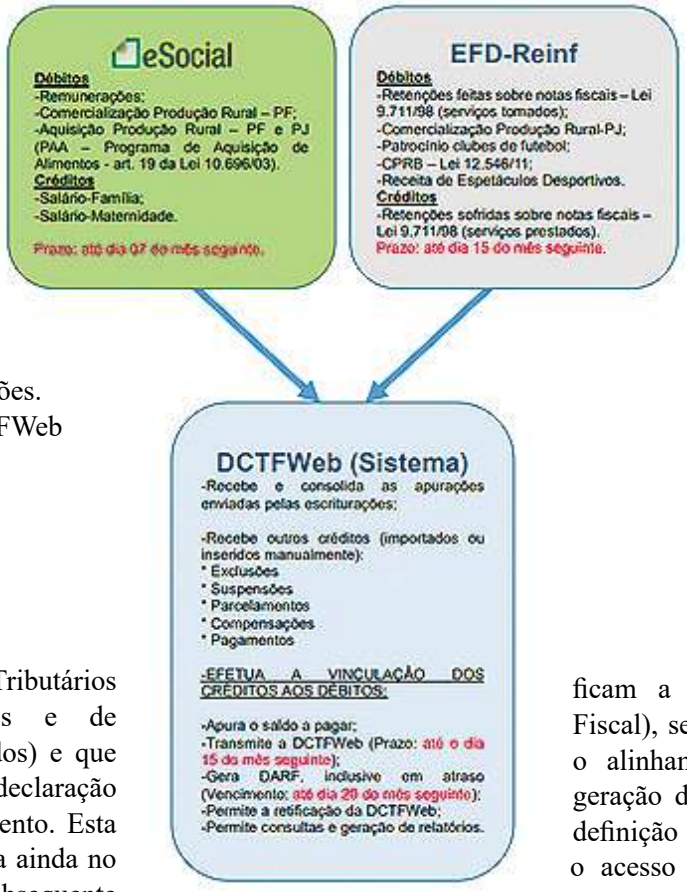
Agora no mês de maio, uma nova etapa se inicia com a obrigatoriedade do envio das informações de pagamento. A primeira folha de pagamento, referente ao mês de maio, deve ser enviada até o dia 7 de junho, amarrando assim todas as informações enviadas já este ano e dando visibilidade para o governo das retenções que incidem sobre a folha de pagamento. A partir daí, este envio passa a ser mensal, até o dia 7 (ou antecipado caso não haja expediente bancário), e deve ser incorporado à rotina nas empresas brasileiras.

Para completar esta visão das retenções realizadas na fonte, o governo lançou mão, também este ano, de mais uma obrigação: a EFD-Reinf. Esta obrigação, que substituirá parte do EFD-Contribuições, gira em torno da escrituração de rendimentos pagos e retenções de Imposto de Renda, Contribuição Social do contribuinte na fonte (exceto aquelas relacionadas ao trabalho, que já estão contempladas no eSocial) e informações sobre a receita bruta para a apuração das contribuições previdenciárias substituídas. Em conjunto a EFD-Reinf e o eSocial devem substituir outras obrigações acessórias, tais como a GFIP, a DIRF e também obrigações acessórias instituídas por outros órgãos de governo como a RAIS e o CAGED.

Já a partir de maio, as empresas que enviam o eSocial também devem preparar as informações relacionadas aos serviços tomados/prestados mediante cessão de mão de obra ou empreitada, contribuição previdenciária sobre receita bruta, comercialização da produção etc.

No caso da EFD-Reinf, a maior parte das informações é enviada até o dia 15 de cada mês (ou seja, o primeiro envio para grandes empresas é em 15 de junho). Já as informações sobre retenções na fonte (IR, CSLL, COFINS, PIS/PASEP), ficaram para o 2º semestre.

Uma vez transmitidas as informações de pagamento do eSocial no dia 7 e as informações de retenções da EFD-Reinf até o dia 15, as empresas devem acessar a DCTFWeb, (sistema utilizado para editar a Declaração



Fluxo de Informações.
Fonte: Manual DCTFWeb

de Débitos e Créditos Tributários Federais Previdenciários e de Outras Entidades e Fundos) e que permite para transmitir a declaração e gerar a guia de pagamento. Esta transmissão deve ser feita ainda no dia 15 do mês do mês subsequente (atenção: mesmo prazo da Reinf!).

A DCTFWeb é gerada a partir das informações prestadas no eSocial e na EFD-Reinf, conforme a ilustração acima, o que mostra a tamanha importância de criar uma estrutura e governança na empresa que orquestre ambas as obrigações. Essa estrutura deve se preocupar em transmitir os eventos para que o sistema DCTFWeb receba, automaticamente, os respectivos débitos e créditos, realize vinculações, calcule o saldo a pagar e, após a entrega da declaração, possibilite a emissão da guia de pagamento.

Percebe-se, no entanto, que a grande maioria das empresas está tratando estas obrigações de forma desvinculadas. Em alguns casos conduzindo projetos de implantação com equipes distintas (o eSocial conduzido pelo RH/DP, enquanto DCTFWeb e Reinf ficam a cargo da Contab. e/ou Fiscal), sem levar em consideração o alinhamento dos processos de geração de eventos, os prazos e a definição de responsabilidades para o acesso e geração das guias de pagamento.

Tendo em vista que estas três obrigações impõem uma dinâmica diferenciada na rotina das organizações, com maior rigor nos prazos dos processos, confiabilidade e controle dos dados do empregador/empregado e dos fornecedores/clientes, bem como o potencial cruzamento das informações pelo governo federal, é fundamental repensar os processos, procedimentos internos e a divisão dos papeis e responsabilidades.

Se sua empresa ainda não integrou os procedimentos de geração do eSocial e da EFD-Reinf, este é o momento ideal para criar esta nova governança de trabalho. Aproveite os envios de junho para rever as réguas dos processos com os prazos para realização de cada atividade necessária para a geração dos eventos, para medir o volume de trabalho e testar a divisão das tarefas, pois em julho a DTCFWeb já entra no jogo.

** Diretora e Líder da prática de Obrigações Legais da TOTVS Consulting.*

Mercado financeiro debate riscos climáticos

Foi realizada no último mês a primeira Conferência Internacional sobre Riscos Climáticos para Supervisores Financeiros, que reuniu representantes de mais de 30 países e de mais de 50 organizações para discutir como os riscos relacionados ao clima e ao meio ambiente podem afetar as instituições financeiras e, portanto, o mandato dos supervisores financeiros. Realizada em Amsterdam, na Holanda, a conferência foi organizada pelo DNB (banco holandês), o Banque de France / ACPR e o Banco da Inglaterra, sob a égide dos Bancos Centrais e da Rede de Supervisores para o Esverdeamento do Sistema Financeiro (NGFS).

A conferência mostrou que o risco climático é agora visto como um fator determinante para a estabilidade financeira dos bancos centrais e reguladores em todo o mundo. Em seu discurso, o presidente do Banco Central da França, François Villeroy de Galhau, defendeu que projetos de carvão e petróleo e gás tenham um "fator de penalização marrom", aumentando seu custo de acesso ao financiamento. Ele também defendeu que o desenvolvimento de testes de estresse de carbono voltados para o futuro, tanto para as companhias de seguros quanto para os bancos, contemple um horizonte de tempo mais longo que o usual. O Banque de France comprometeu-se a melhorar a contribuição dos seus fundos próprios e das pastas de pensões para a transição ambiental, e apresentará relatórios anuais sobre o progresso realizado.

Mark Carney, presidente do Banco da Inglaterra, destacou a "transição de pensamento" entre as instituições financeiras sobre risco climático, com instituições financeiras que gerenciam US $ 80 trilhões de ativos apoiando publicamente a Força-Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD), incluindo 20 bancos globalmente sistêmicos, 8 de os 10 principais gestores globais de ativos, os principais fundos de pensão e seguradoras do mundo, o maior fundo soberano e as duas empresas dominantes de serviços de consultoria aos acionistas. Ele também afirmou que o Banco da Inglaterra publicará os resultados completos de uma pesquisa sobre os riscos financeiros enfrentados pelo sistema bancário do Reino Unido a partir da mudança climática "nos próximos meses".

O encontro aconteceu na mesma semana em que um novo estudo da ONG Oil Change International alertou sobre os riscos da "bolha de carbono", que pode estar sendo amplificada pelo fato de que a Agência Internacional de Energia (AIE) não está conseguindo prever com precisão a rápida expansão do setor de renováveis. "Qualquer governo ou instituição financeira que use esses cenários como base para investimentos em petróleo e gás está recebendo informações ruins", alerta Greg Muttitt, diretor de pesquisas da Oil Change International.

heads.

Foto: Sérgio Andrade - A2 Comunicação

CCR. INFRAESTRUTURA QUE FAZ O BRASIL SE MOVIMENTAR E CRESCER.

O Grupo CCR, a maior empresa de infraestrutura da América Latina, é responsável por algumas das melhores rodovias do Brasil. E, com a mesma qualidade de serviços, também atua em metrôs, VLT, barcas e aeroportos. Porque o Grupo CCR acredita, assim como 76% dos brasileiros, que investir em infraestrutura é vital para o crescimento do país.*

**Pesquisa Ipsos Mori 2017*

Foto: Clóvis Ferreira - Digna Imagem

Foto: Clóvis Ferreira - Digna Imagem

Foto: Divulgação CCR Barcas

Foto: Divulgação BH Airport

GrupoCCROficial YouTube GrupoCCROficial CCR S.A. www.viaoeste.com.br

CCR

É por aqui que você chega lá.

Cocriando soluções para um futuro melhor

*Marco Stefanini**

Ao completar 30 anos da empresa que desenhei em meados dos anos 80, me deparei com o fato de que, embora essa jornada até aqui tenha sido gratificante, o cenário futuro é ainda mais inspirador. Recentemente, o The Boston Consulting Group (BCG) divulgou o relatório "Why Multilatinas Hold the Key to America's Economic Future" (em português, Por que as Multilatinas são a chave para o futuro econômico das Américas) sobre a importância das empresas multinacionais latino-americanas para o futuro econômico do continente.

Foram listadas 100 empresas mais relevantes em termos de crescimento e retorno financeiro na América Latina. A Stefanini figura entre este seleto grupo como a única empresa de tecnologia brasileira. O estudo sinaliza que é possível navegar na turbulência, identificar novas oportunidades de negócios e se transformar. É justamente isto que estamos fazendo – nos transformando para ajudar nossos clientes nos desafios da sua transformação digital.

Neste movimento de transformação, definimos, no inicio deste ano, um novo propósito para nossa empresa. Em um exercício que conectou mais de 450 líderes em diversos países que atuamos, fizemos uma dinâmica de cocriação que trouxe à tona a essência do que nos propomos realizar juntos com nossos clientes e a sociedade em geral: cocriar soluções para um futuro melhor.

Entendemos que para atender e colaborar com as mudanças da sociedade, precisamos de empresas que se posicionem como inovadoras, desenvolvendo soluções que contribuam para mudanças de impacto social, valorizando tanto as pessoas quanto as novas tecnologias. E por mais que as tecnologias sejam importantes para a evolução da sociedade, a transformação digital de fato é uma transformação cultural, que começa na mente do executivo e se estende por todas as pessoas da organização.

Como diz Felipe Monteiro, professor do Insead – Institut Européen d´Administration des Affaires, uma das principais escolas de negócios do mundo –, o primeiro desafio vem antes mesmo de a mudança começar a acontecer, já que a liderança precisa ter muita coragem para encarar essa jornada inevitável.

“Queremos, a partir de agora, que mais pessoas se juntem a nós para cocriar soluções para um futuro melhor. O futuro inovador que queremos só pode ser desenvolvido se caminharmos juntos, se transformando para poder transformar.”

É praticamente um mergulho no desconhecido porque não dá para prever todos os passos que vêm a seguir. “O CEO precisa estar confortável com uma questão complexa: ele não sabe exatamente onde vai chegar, mas sabe que precisa começar a se mexer. Não dá para esperar, ter 100% de certeza de que tudo vai dar certo”, explica o professor.

Provavelmente, a maioria das 100 empresas mencionadas no relatório do BCG deu este mergulho no mindset de crescimento para conquistar um espaço de destaque, associado ao fôlego para fusões e aquisições. Também mostraram capacidade de se conectar com os consumidores, gerenciar cadeias de valor apesar de ambientes regulatórios e fiscais difíceis, inovar e cultivar talentos.

De acordo com o estudo, outro fator responsável pelo sucesso das multilatinas é sua força na construção de um relacionamento de confiança e colaboração com os clientes. As estratégias *customer-centric* permitem ao consumidor se engajar, desde o desenvolvimento de produtos até a repercusão de suas opiniões no mundo digital.

Traduzo essa visão no conceito de cocriar. Esse termo ganhou força em 2004 no livro “O futuro da Competição”, escrito por C. K. Prahalad e Venkat Ramaswamy, e se trata de uma visão maior do que o customer-centric. A cocriação é o exercício de somar forças, empresas e clientes, para juntos inovarem com uma experiência que envolve, de fato, o consumidor. Em um mundo mais colaborativo, a tecnologia é uma aliada aos desafios dos negócios e, somente em um exercício cocriação, conseguimos utilizá-la para atinguir resultados maiores.

Todos esses pontos mostram o compromisso que as empresas têm na construção deste futuro inspirador. O crescimento na utilização de novas tecnologias, tais como Inteligência Artificial, Analytics, Blockchain e impressão 3D, revela um mundo mais amplo, onde as pessoas podem criar mais, explorar mais e realizar mais. É um mundo de abundância, onde cada vez mais as conexões e integrações permitirão inovar. Por isso, acho pertinente difundir nosso propósito, em consonância com os anseios do mundo moderno.

Queremos, a partir de agora, que mais pessoas se juntem a nós para cocriar soluções para um futuro melhor. O futuro inovador que queremos só pode ser desenvolvido se caminharmos juntos, se transformando para poder transformar.

**** Fundador e CEO Global da Stefanini.***

Trabalho remoto: uma tendência?

*Amanda Alvernaz**

Você acredita no trabalho remoto? Apesar de muitos ainda serem resistentes às mudanças na forma como as pessoas trabalham hoje em dia, o trabalho de forma remota está ganhando cada vez mais adeptos no Brasil. A qualidade de vida que se ganha quando sabe-se administrar o tempo sem precisar ficar determinadas horas em um escritório compensa e, dependendo do tipo de trabalho realizado, cada vez mais essa prática tende a ser comum em razão da globalização das empresas. Sem contar que trabalhar em home office oferece oportunidades incríveis para o crescimento pessoal e profissional.

Uma pesquisa sobre O Futuro do Trabalho mostrou que mais de 40% dos entrevistados já pratica o home office em suas organizações e, além disso, mais da metade deles afirma que o trabalho remoto aumenta a produtividade, tanto que mais de 1/3 das empresas pesquisadas têm a intenção de promover o trabalho remoto nos próximos 12 meses. Uma preocupação que muitas pessoas ainda têm é com relação à produtividade e de como se organizar trabalhando de forma remota. Afinal, como devo colaborar com meus colegas remotos? Como funciona? Conseguirei me organizar como se estivesse dentro do escritório?

Se você quer ter sucesso com o trabalho remoto, então siga essas quatro dicas:

Tenha um local apropriado para trabalhar

É muito importante ter um canto dedicado ao trabalho. Seja um pequeno escritório ou uma mesa organizada em algum cômodo da casa, é fundamental não trabalhar da cama ou do sofá, por exemplo.

Com um cantinho organizado para o dia a dia no trabalho, a pessoa poderá organizar melhor e ainda preparar o espaço para as conferências online ou qualquer tipo de interação que tenha que fazer no espaço.

Estipule regras para participação de videoconferência

Outra dica vale justamente para as conferências: se todos estão participando de uma reunião em vídeo, é importante que todos se conectem através do seu computador mesmo que apenas uma pessoa esteja remota e os outros no escritório. A importância de cada um se conectar em seu computador e ligar a sua câmera de vídeo é para facilitar a conexão entre os participantes para que eles possam observar suas expressões e gestos durante a reunião.

Apesar de estar trabalhando remoto, a ideia aqui é que haja uma conexão profissional durante a interação porque, ao aparecer na câmera, passará uma impressão mais enfática com relação aos pontos de vista e ideias abordadas durante a reunião online. Seja transparente e produtivo: tenha uma ata pré-definida e aberta para todos antes da reunião e escolha um líder da reunião para ter certeza de que tudo será abordado dentro do tempo estipulado.

Defina horários específicos para o lazer ou simplesmente relaxar

Outro fator que faz toda diferença na produtividade é que o tempo de deslocamento é nulo e aquelas horas antes perdidas no trânsito poderão ser utilizadas para produzir algo novo e melhor conciliar o tempo livre para lazer. Assim, é possível aproveitar as horas que serão economizadas e ter tempo para fazer exercícios físicos, por exemplo.

Defina as ferramentas de colaboração

A tecnologia está cada vez mais diminuindo a barreira do trabalho remoto. Ela é imprescindível para que empresas promovam um ambiente colaborativo e produtivo entre colaboradores híbridos (remotos e que trabalham no escritório), seja por meio de chats, ferramentas de colaboração ou de vídeo conferência online.

Para ajudar nessa organização diária de forma remota, existem diversas ferramentas que, de forma colaborativa, orientam as pessoas a otimizar o fluxo de trabalho. Sejam projetos, gerenciamento de equipe ou até simples atividades diárias, basta escolher a ferramenta que se adequa melhor ao ambiente e tipo de trabalho.

Essa tendência das empresas começarem a adotar a prática do trabalho remoto se dá principalmente porque as pessoas estão em busca de mais autonomia, menos tempo perdido para se locomover até o local de trabalho e, principalmente, um melhor equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional.

No começo, a mudança de rotina para trabalhar remotamente pode parecer solitária, mas planejando e organizando as tarefas do dia a dia, é possível sim trocar as conversas na copa por um encontro pessoal e online com seus colegas depois de ter finalizado o trabalho de forma remota.

Abraçar o trabalho remoto é um valor do Trello e acreditamos que o home office pode ajudar as pessoas a se desenvolverem e aperfeiçoarem-se, e isso não só profissionalmente, mas pessoalmente também. Começamos com uma pequena equipe baseada em um escritório em Nova York, e hoje aproximadamente 65% da equipe que atua no Trello é remota.

** Responsável pelo Marketing do Trello no Brasil. A ferramenta tem como objetivo transformar a forma como as pessoas se organizam, trazendo uma nova perspectiva para a colaboração em equipe e execução de seus projetos e tarefas. Recentemente a empresa criou uma campanha para incentivar o trabalho remoto no Brasil.*

Cervejas, que mercado é esse que cresce mesmo com o Brasil passando por dificuldades?

*Pedro Barcellos**

Quando você vai a um supermercado, provavelmente, nas gôndolas de bebidas, já parou para reparar na quantidade e diversidade cada vez maior de cervejarias e seus mais variados estilos de cerveja. O que seria isso? Essa, caro leitor, é a tão falada Revolução Cervejeira.

No começo, os mais céticos taxavam o crescimento desse segmento como uma "onda", um pequeno modismo, que provavelmente não duraria tanto, porém o tempo foi passando e o mercado cervejeiro segue em ascensão.

Em um levantamento feito pelo MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - o número de Cervejarias no Brasil cresceu 17,5% no primeiro semestre de 2017. Atualmente, o Brasil tem mais de 600 cervejarias registradas no MAPA, com mais de 7.500 rótulos igualmente registrados. Esse crescimento expressivo já chamou a atenção dos grandes conglomerados internacionais, tais como o Grupo AB-INBEV, que entraram com agressividade no mercado das Cervejas Artesanais, tanto no Brasil quanto no exterior, através do lançamento de rótulos próprios e, principalmente, através da aquisição de Cervejarias Artesanais

Ao ler esse texto você pode estar pensando "Porque esse mercado cresce tanto? O que motiva esse mercado que cresceu cerca de 10% no ano de 2017, apesar da crise econômica? "

Um dos motivos é a mudança de comportamento no consumo do Brasileiro e sua recente abertura para provar novos estilos de cerveja, fugindo da tradicional "loura gelada" e buscando cervejas com coloração, aromas e sabores diferentes. O mercado brasileiro de produção de cerveja está entre os 3 maiores do mundo, perdendo apenas para a China e os EUA.

Outro fator que ajuda esse mercado a crescer é a propagação da curiosidade sobre o tema. A cada dia mais pessoas buscam mais informações sobre esse, até então, universo desconhecido. No Brasil existem diversas Associações e Institutos que propagam a cultura cervejeira através de cursos, palestras, workshops e degustações guiadas. Também temos diversos festivais cervejeiros espalhados por todo o país, que atraem, além dos veteranos no assunto, muitos novatos dispostos a aprender sobre cerveja.

Um exemplo de sucesso desses festivais é o Mondial de La Bière, evento de matriz canadense que se tornou o maior evento cervejeiro no Rio de janeiro e, após 5 anos em terras cariocas, chega esse mês pela primeira vez a São Paulo. Portanto, em 2018 o festival terá duas edições, uma Paulistana e uma Carioca, ambas atraindo milhares de pessoas.

Para o leitor que tem interesse em saber mais sobre esse assunto tão fascinante, vasto e complexo, posso deixar algumas dicas. Primeiramente, existe vasto material de leitura sobre o tema, tais como livros especializados e sites. Outra boa maneira de se aprofundar nos conhecimentos cervejeiros é através de cursos. Algumas instituições oferecem cursos de curta duração que propiciam uma bela iniciação no tema. A ABS-RJ (Associação Brasileira de Sommeliers do Rio de Janeiro), onde tenho a honra integrar o corpo docente, oferece um ótimo curso voltado para iniciantes chamado "Introdução ao Universo Cervejeiro", que faz um apanhado geral sobre a Cultura Cervejeira, sua história, estilos, aromas e sabores.

Para finalizar, deixo dois pequenos mantras que sempre uso em minhas aulas e palestras. O primeiro deles é "beba menos, beba melhor" e o outro é "não tenha medo, prove".

Um abraço e boas cervejas.

** Mestre em Estilos de Cerveja e Professor da ABS-RJ.*

Fake News nas eleições 2018

*Prof. Gilson Alberto Novaes**

Fiz campanhas eleitorais nas décadas de setenta e oitenta, quando os comícios eram os grandes mobilizadores da opinião pública. Comício com bastante gente era sinal de prestígio do candidato. Naquela época, os candidatos, menos abastados como eu, transformavam uma traseira de caminhão em palanque. Puxava-se um bico de luz sobre ele e pronto, estava armado o palanque. Era só esperar pelos ouvintes. As vezes vinham, outras não. Fiz comício com mais gente em cima do caminhão/palanque do que em baixo, assistindo.

Naquela época, as notícias falsas já existiam, mas tinham outro nome: calúnia, maldade, mentira e outros adjetivos. Os candidatos falavam mal uns dos outros em cima do palanque mesmo. Os tempos mudaram.

Hoje, são fake news, informações falsas, distorcidas, maldosas, espalhadas pelas redes sociais. Ultimamente transformaram-se numa guerra de informações, usadas com fins políticos, no mundo inteiro. Ganharam visibilidade na eleição presidencial dos Estados Unidos, na eleição de Donald Tramp em 2016, quando pesquisas apontaram que houve forte influência das fake news nas eleições. Sem nenhuma dúvida, as redes sociais têm sido grandemente usadas para difundir notícias falsas, de consequências desastrosas para o mundo político, social e econômico.

Ultimamente as fake news se transformaram numa atividade altamente rentável, que movimenta bilhões de dólares por ano. Essa indústria do entretenimento remunera os criadores dos fakes news pelo número de seguidores que cada um alcança, com as notícias falsas que publicam. O anonimato é a trincheira desses artistas!

Agora em 2018, o Brasil vai experimentá-las com maior intensidade! Quem viver, verá! Elas já contaminam o debate político por aqui, há algum tempo. O cenário está armado! Ano de Copa do Mundo, atenção do povo desviada para o futebol, eleição curtíssima, de quarenta e cinco dias, forte polarização ideológica, enfim uma eleição muito acirrada, com previsão clara de um desvirtuamento do debate público.

As fake news tem trazido preocupação para o Tribunal Superior Eleitoral, que já está se mobilizando para combate-las e inibi-las em 2018, sem contar os diversos projetos de lei apresentados pelos deputados e senadores nessa direção.

O que tem preocupado as pessoas de bom senso é que essas notícias falsas se valem do compartilhamento descuidado e até irresponsável dos internautas que disseminam notícias falsas, inverídicas, caluniosas.

Sem dúvida as eleições que se avizinham nos mostrarão mais ainda a importância das redes sociais e os estragos que elas podem fazer se não forem combatidas com rigor, tarefa nada fácil, convenhamos!

Noticiou-se recentemente que as megacorporações tais como o Facebook, Google e Twitter não tem obtido pleno êxito no combate às fake news publicadas em suas plataformas, o que tem levado algumas empresas a deixarem de investir milhões em anúncios digitais.

O combate às fake news deve ser uma tarefa de todos, desde as empresas de tecnologia, passando pelos órgãos públicos, chegando a nós, usuários das redes sociais, que temos acesso fácil a elas. Nosso papel social e nossa responsabilidade com nossa Pátria, num momento tão difícil por que passamos, deve levar-nos a prudência antes de qualquer compartilhamento ou publicação.

Vários meios de comunicação hoje em dia já contam com os "checadores" de informações, havendo ainda aqueles que fazem parcerias com empresas especializadas nessa checagem de notícias, outro novo negócio que surge atualmente.

Essa cautela que devemos ter com as redes sociais significa dizer que precisamos ficar atentos, pois já existem no mercado, empresas especializadas na criação e viralização de fake news para as próximas campanhas políticas.

Interessados em contratá-las, certamente não faltarão!

** Professor de Direito Eleitoral no Curso de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie – campus Campinas, onde é diretor do Centro de Ciências e Tecnologia.*

6 dicas para investir em dólar

Ideia de dinheiro fácil atrai investidores em um mercado de risco.

Quando perguntamos aos investidores iniciantes o motivo da atração pelo investimento no dólar, a resposta é unânime. A ideia de obter lucro fácil e rápido é o que os move.

Mas esse é exatamente o perigo. Todo dinheiro que se passa na área do investimento pode ir para o bem ou para o mal.

Investir no mercado financeiro é uma ação de grande risco. Os traders, como são chamados todos que operam na bolsa de valores, podem viver com o lucro dos investimentos. Mas podem, também, perder bastante dinheiro.

O dólar é o ativo mais negociado da Bolsa de Valores. Por isso, a oscilação de preços diários é enorme. A WM Manhattan, mesa proprietária investidora e que trabalha na formação de traders, preparou 6 dicas fundamentais para ter conhecimento sobre o dólar e viver do mercado:

1- AGENDA ECONÔMICA MUNDIAL: o calendário econômico brasileiro é instrumento fundamental para todos investidores ou traders profissionais. Preste atenção nos gatilhos globais que impactam e especulam o mercado americano. É importante medir pesos, já que alguns indicadores possuem pesos maiores que os outros. Os principais dados de análise são utilizados pelos bancos centrais, que impactam nas decisões políticas monetárias e fiscais. Existem notícias especulativas, que impactam momentaneamente a moeda e existem aquelas que mudam o rumo do ativo por meses. Os indicadores mais importantes são: inflação; atividade da indústria; nível de desemprego norte-americano; PIB e relatórios de emprego (payroll)

2- BOLSAS ESTRANGEIRAS: se está pensando em investir em dólar, deve prestar bastante atenção nas bolsas de valores do mundo inteiro. As principais são: NYSE: Bolsa de valores de New York; Nasdaq (também americana); Tóquio (principal bolsa fora dos EUA) e LSE: Londres (a maior bolsa da União Europeia).

3- MERCADO À VISTA, BOVESPA: nem só de bolsas mundiais vive um trader de dólar. É muito importante estar atento ao que acontece na sua própria casa, no Brasil. Fique ligado na abertura e fechamento da Bovespa. O mercado à vista impacta diretamente o mercado futuro e vice-versa. Um volume grande de dinheiro aplicado na bolsa de valores provém da entrada de capital estrangeiro. E se há entrada de capital estrangeiro, este vem em moeda mundial, o dólar.

4- HORA DE APROFUNDAR: curva de juros futuro: calendário econômico; principais bolsas estrangeiras; abertura do mercado à vista. Tudo isso é fundamental para o dia a dia de um day-trader. A taxa de juros relaciona-se diretamente com a confiança e estabilidade do mercado. Quando se consegue relacionar estes dois ativos, Juros (DI) e Dólar (Dolfut), você encontra uma fórmula para o sucesso no day-trade de dólar. DI e dólar movimentam-se na mesma direção, normalmente. Um puxando o outro. Se o índice de "ativos seguros", como o dólar, segue a taxa de juros, logo, índices de ativos de risco como o Ibovespa move-se na direção oposta. Nunca tome um indicador como base para operações financeiras, não existe verdade absoluta. Fique atento aos swaps de dólar realizados pelo BC, eles existem para reduzir a discrepância entre DI x Dólar. DI futuro é um ativo que deve estar na tela do day-trader de dólar. É um forte aliado para o sucesso.

5- COMMODITES - PETRÓLEO, MINÉRIO & CIA: commodities são cotadas e negociadas em dólar. Uma alta no preço da matéria-prima eleva também o valor de venda do produto final e gera alta no lucro das principais empresas brasileiras, que traz solidez ao mercado, que é igual à consistência. Quanto mais solidez as principais empresas da bolsa brasileira apresentar maior é a confiança nelas. Mais confiança na economia é benéfico ao país e isso atrai capital estrangeiro, atrai dólar.

6- TAXA PTAX: a Ptax é a média entre os diversos contratos de dólar: turismo, comercial, acordos entre companhias, contratos futuros da moeda. Definida na rolagem do contrato de dólar futuro (último pregão do mês) é a que vale para os diversos contratos cambiais do mês seguinte. A Ptax tem muita força na precificação do dólar, e a rolagem tem muita força na precificação da Ptax. Isso explica a maior volatilidade do ativo na reta final de cada mês, período em que os traders pressionam a taxa para cima e para baixo, buscando favorecer seus negócios.

Desinvestir para crescer

*Fabio Schmitt**

Nos próximos dois anos, 87% das empresas planejam desinvestir negócios e reorganizar portfólios. Impulsionadas pela necessidade de alavancar sua competitividade diante da rápida evolução tecnológica, que obriga as empresas a enfrentar a disrupção e transformar seus modelos de negócio para se adaptarem aos novos perfis de consumo.

Tudo isso em um ambiente recorde de fusões e aquisições que atingiu, em janeiro, a máxima histórica dos últimos 18 anos – quando as transações globais somaram US$ 323 bilhões. A conclusão é do estudo Desinvestimento Corporativo Global 2018, divulgado recentemente pela EY.

A pesquisa reúne, todos os anos, a opinião de novecentos executivos de empresas globais e de private equity. Nesta edição, o desinvestimento é retratado como um imperativo estratégico para empresários de todos os setores, somado ao fato de que os avanços tecnológicos – vistos como ameaça e como oportunidade – influenciam diretamente a tomada de decisão.

Essa arrancada nas intenções e realizações de desinvestimentos se dá, inicialmente, pela pressão intensa para que empresas evoluam suas operações e se adaptem às novas tecnologias. Junto a isso estão as recorrentes questões geopolíticas e macroeconômicas, como o Brexit e a recente reforma tributária dos Estados Unidos, por exemplo.

Toda essa pressão coloca a avaliação frequente de portfólio e a opção por desinvestimentos como fatores-chave para o crescimento e para a transformação estratégica das companhias.

No Brasil a situação não é muito diferente. Aproximadamente 80% das empresas brasileiras entrevistadas esperam começar o processo de desinvestimento até 2020. Desse total, 60% preveem iniciar um desinvestimento ainda nos próximos 12 meses.

Mais do que nunca, os executivos estão olhando internamente para entender o que está impedindo suas organizações de serem mais competitivas. O avanço da tecnologia e as mudanças regulatórias têm levado um número maior de grupos a considerar a venda de ativos como alternativa para se adequar às rápidas mudanças no perfil de consumidores e financiar crescimento.

Em um mercado em constante mudança, as empresas precisam de um processo de revisão de portfólio que as preparem para agir a qualquer momento. De acordo com o estudo, 69% das empresas indicaram que têm dificuldades em tornar a análise de portfólio um tema da agenda estratégica, indicando que precisam de um processo mais formalizado e com mais uso de ferramentas analíticas.

Aquelas que conduzem uma revisão trimestral do seu portfólio têm o dobro de chances de exceder as metas de desempenho quando se trata de desinvestir na hora certa. Além disso, 56% dizem que mantiveram ativos não estratégicos no portfólio por muito tempo e que deveriam ter desinvestido mais cedo.

42% afirmaram que não apresentar o negócio como "stand-alone" espantou potenciais compradores e, por fim, de acordo com a pesquisa, três quartos dos desinvestimentos são gerados por propostas não solicitadas.

Executivos pegos de surpresa podem estar em desvantagem na negociação. As empresas que consideram uma gama maior de potenciais compradores conseguem mostrar melhorias sustentadas antes da diligência. Ao mesmo passo, companhias que se aproveitam de ferramentas de análise na preparação pré-venda estão fazendo o que é necessário para conseguir uma posição de poder durante a negociação. Essa mentalidade proativa pode ser a diferença para alcançar o preço de venda que vendedor quer, sobretudo se levado em consideração o fato de que as diferenças nas expectativas de valor entre vendedor e comprador podem chegar a 20%.

As empresas devem entender o que está mudando em seus setores. Se você não é capaz de contar essa história, como será capaz de decidir se vale a pena ou não manter seu investimento naquele negócio? Ao mesmo tempo, se você não consegue demonstrar o valor do seu negócio a possíveis compradores, está correndo o risco de perder muito capital. Todo esse cenário depende de dados. Especificamente, a habilidade de assimilar uma quantidade enorme de informações e criar um quadro detalhado do seu portfólio.

Para mais informações, conheça nosso estudo completo em divest.ey.com.

**Gerente sênior de Transações Corporativas da EY.*

EY
Building a better working world

Você sabe a hora certa para desinvestir?

Em um ambiente recorde de transações, a gestão eficiente de ativos é crucial para as melhores escolhas.

divest.ey.com

Quanto melhor a pergunta, melhor a resposta.
E melhor se torna o mundo de negócios.

© 2018 EYGM Limited. Todos os direitos reservados.

Apostas na escalada da incerteza para desvalorizar o real

*Marco Maciel**

Expectativas de uma política monetária mais rígida dos EUA em 2019 e as possíveis ramificações de uma guerra comercial global podem reduzir os preços internacionais da commodities e enfraquecer as moedas das nações exportadoras de commodities.

O real poderia ser uma das moedas mais impactadas. A incerteza em relação ao resultado da eleição presidencial de outubro no Brasil pode aumentar a volatilidade do real, enfraquecendo-o para R$ 3,60 por dólar, em relação aos atuais R$ 3,30.

As opções de câmbio são um bom indicador dos possíveis impactos sobre o real e um indicador eficiente da influência do aumento da incerteza sobre os preços dos bens domésticos. De um modo geral, uma opção de compra em dólares dos EUA concede ao investidor o direito de comprar o dólar a um preço estabelecido até uma data específica no futuro. Por outro lado, uma opção de venda em dólar dá ao investidor o direito de vender a um preço específico até a data de vencimento da opção.

A Bloomberg Economics comparou as opções de compra de ações em dólar dos EUA com opções de venda desde janeiro de 2018 para inferir os efeitos dos riscos externos e internos que os investidores praticam no mercado de câmbio até o final do ano.

A distribuição de frequência das opções de compra e venda atualizadas até o final do ano mostra que as expectativas dos investidores mudaram significativamente em fevereiro e março em relação a janeiro. Ela apresentou uma inclinação em janeiro, favorecendo posições longas em opções de venda em dólar-real, resultando em um real mais forte em direção a R$ 3,10 por dólar de uma moda (o valor que aparece mais frequentemente em um conjunto de valores de dados) de R$ 3,22. Isso ocorreu como uma decisão do tribunal de apelações unanimemente confirmada a sentença de corrupção contra Luiz Inácio Lula da Silva em 24 de janeiro. Os investidores ficaram cada vez mais otimistas de que o ex-presidente não concorreria na eleição deste ano.

Em fevereiro e março, a preocupação com uma política monetária mais rígida nos EUA em 2018 e 2019, juntamente com o risco de uma guerra comercial global, mudou a forma da distribuição de frequência das opções de compra em dólar versus real. A distribuição de probabilidade B no gráfico acima está atualmente mostrando uma inclinação que favorece posições longas em opções de compra dólar-real e um real resultante mais fraco em R$ 3,35-3,40 por dólar de uma moda de 3,28.

Além de um cenário externo mais adverso, as eleições presidenciais no Brasil poderiam cair em território imprevisível, favorecendo os candidatos mais prováveis e os recém-chegados, o que criaria uma maior incerteza econômica. Isso poderia favorecer posições mais longas em opções de compra em dólar-real, enfraquecendo ainda mais o real para R$ 3,6 por dólar de uma moda de 3,425.

A distribuição de probabilidade C e os níveis de moeda iguais ou superiores a R$ 3,6 reais por dólar corresponderiam à alta incerteza no cenário externo, ao candidato presidencial vitorioso no Brasil e à implementação de uma política fiscal restrita no ano que vem. Esse foi o caso na eleição presidencial de 2002. Alta incerteza e volatilidade poderiam levar o real para R$ 3,6 por dólar no segundo semestre deste ano, a partir dos R$ 3,30 atuais, enquanto o oposto manteria o real próximo da tendência estimada pela Bloomberg Intelligence em R$ 3,25. Consideramos alta incerteza como o cenário de base.

Sobre a Bloomberg Intelligence

A Bloomberg Intelligence proporciona uma visão abrangente de setores, seus principais constituintes e, junto com o poder do serviço Bloomberg Professional, fornece insights inigualáveis sobre setores e empresas em uma plataforma integrada. As análises da Bloomberg Intelligence abrangem desde o panorama macro até informações de empresas. As pesquisas abrangem mais de 130 indústrias e 1200 empresas globais e são fundamentadas por dados proprietários do Terminal Bloomberg e mais de 300 contribuidores externos.

**Economista-chefe da Bloomberg Intelligence para a América Latina*

(Bloomberg Economics) – O valor da moeda brasileira enfrenta incerteza crescente no segundo semestre do ano.

TRF3 nega extinção de punibilidade de crimes investigados na operação papel imune

A Quinta Turma do Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF3) negou o pedido de extinção da punibilidade dos crimes de lavagem de dinheiro, descaminho e falsidade documental, pleiteado por um dos investigados na Operação Papel Imune – Origami. Os autos da ação penal nº 0016555-03.2013.4.03.6181 tramitam na 6ª Vara Criminal Federal de São Paulo, especializada em crimes contra o Sistema Financeiro Nacional e lavagem de dinheiro.

O réu alega que faz jus à anistia criminal prevista na Lei de Repatriação (Lei nº 13.254/2016), tendo em vista a regularização de cerca de RS$ 20 milhões, a título de imposto e multa, sobre valores repatriados por meio da adesão ao Regime Especial de Regularização Cambial e Tributária (RERCT), programa do Governo Federal que incentiva a regularização de bens ou direitos de origem lícita, não declarados ou declarados incorretamente, remetidos, mantidos no exterior ou repatriados por residentes ou domiciliados no País.

Segundo o relator do acórdão, desembargador federal Maurício Kato, o réu, "em conluio com outros agentes, ocultou e dissimulou a origem, movimentação, disposição e propriedade de bens e valores provenientes de crimes, em especial o descaminho e a sonegação fiscal, no montante de, aproximadamente, R$1.100.000.000,00 (um bilhão e cem milhões de reais)".

De acordo com o Ministério Público Federal, o réu também constituiu inúmeras empresas com o objetivo de omitir o seu próprio nome e inseriu, em documento particular, informações falsas acerca da titularidade e objeto social destas.

Maurício Kato explicou também que, nos termos do artigo 5º da Lei nº 13.254/2016, satisfeitas as condições de adesão ao programa, antes da decisão criminal, a punibilidade será extinta quanto aos seguintes delitos, desde que tenham pertinência com os bens regularizados: crimes contra a ordem tributária; sonegação fiscal; sonegação de contribuição previdenciária; falsificação de documento público; falsificação de documento particular; falsidade ideológica e uso de documento falso, desde que tenham sido meio para a prática das infrações tributárias e tenham esgotado a sua potencialidade lesiva, evasão de divisas e lavagem de dinheiro.

Segundo Maurício Kato, o réu responde por branqueamento de capitais oriundos, principalmente, de descaminho, cometido mediante importação de papel com imunidade tributária, destinado à impressão de livros, jornais e periódicos e posteriormente comercializado para finalidades diversas. Assim, valendo-se de imunidade tributária para a importação de papel, o réu internalizava e o revendia para empresas do atacado e varejo, com preço inferior ao praticado no mercado, em vez de destiná-lo à edição de livros, jornais e periódicos.

Logo após a nacionalização do papel, por meio de interpostas pessoas e com a utilização de documentos falsos, o grupo ocultava a origem dos lucros obtidos e buscava encobrir a identificação do verdadeiro importador.

O desembargador, então, concluiu que os crimes descritos na denúncia não têm pertinência somente com sonegação fiscal, que teve como crime antecedente o descaminho, excluído pela lei, mas foram praticados com vistas a todas as infrações perpetradas pelo grupo. "Além disso, restou evidente que o delito de participação em organização criminosa não está abrangido nos crimes passíveis do benefício previsto na lei", pontuou.

Como consequência, "a repatriação de valores efetuada pelo recorrente não tem condão de extinguir a punibilidade dos delitos imputados. E ainda que assim não fosse, o valor repatriado (R$20.159.999,74) é muito inferior ao prejuízo supostamente causado pelo recorrente e demais integrantes da organização criminosa aos cofres públicos (em torno de R$1.100.000.000,00)".

O desembargador federal Paulo Fontes emitiu voto vista em relação ao caso e observou que, apesar de o recorrente mencionar o valor de aproximadamente 20 milhões de reais que teria recolhido a título de imposto e multa, ele não faz prova do valor efetivamente repatriado nem de quanto havia evadido e de quanto possui ou possuía em contas no exterior.

"É preciso que a repatriação esteja ligada às práticas delitivas descritas na denúncia, o que não foi detalhadamente comprovado e, mais, é preciso que haja a repatriação de todos os recursos sobre os quais versa a denúncia, e não um cálculo de natureza meramente formal efetuado pelo recorrente", afirmou Paulo Fontes.

Bancos aprovam novas regras para cheque especial

Entre as medidas, estão a oferta automática de parcelamento mais barato para consumidores comprometidos com mais de 15% do limite disponível durante 30 dias consecutivos e ações de estímulo ao uso consciente do produto.

O conselho de autorregulação da FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos aprovou novas diretrizes que aperfeiçoam o uso do cheque especial. Elas asseguram a oferta de alternativas de liquidação do saldo devedor com encargos financeiros em condições mais vantajosas, para reduzir o custo do crédito ao cliente bancário, e ampliam a transparência no uso do produto, com informações mais detalhadas sobre a contratação e o grau de comprometimento dos recursos pelo consumidor.

Consolidadas no Normativo de Uso Consciente do Cheque Especial - 019/2018 – do Sistema de Autorregulação Bancária (SARB), as novas normas pretendem promover e estimular o uso adequado do limite concedido no cheque especial, que é uma modalidade de crédito rotativo, sem garantia, vinculado à conta corrente, para ser usado em situações de emergência e de forma temporária.

Pelas novas regras, as instituições financeiras terão sempre disponíveis ao consumidor uma alternativa mais barata para parcelamento do saldo devedor do cheque especial. Outra medida é voltada para os consumidores que utilizam mais de 15% do limite do cheque durante 30 dias consecutivos. Nesses casos, as instituições irão oferecer proativamente a alternativa de parcelamento mais barata. A oferta será feita nos canais de relacionamento e o cliente decide se adere ou não à proposta. Caso não aceite, nova oferta deverá ser feita a cada 30 dias.

Os bancos, pelos seus canais de relacionamento, também irão alertar o consumidor quando ele entrar no cheque especial, destacando que esse crédito deve ser utilizado em situações emergenciais e temporárias.

Caso o consumidor opte pelo parcelamento do saldo devedor, os bancos poderão manter os limites de crédito contratados, levando em consideração as condições de crédito do consumidor, ou estabelecer novas condições para a utilização e pagamento do valor correspondente ao limite ainda não utilizado e que não tenha sido objeto do parcelamento.

"As novas regras para o cheque especial fazem parte do compromisso dos bancos em melhorar o ambiente de crédito, para facilitar a redução dos spreads bancários e também em orientar o consumidor sobre o uso adequado de produtos e serviços", afirma Murilo Portugal, presidente da FEBRABAN. Por isso, além de um capítulo sobre a oferta e liquidação do cheque especial, as novas regras de autorregulação incluem determinações aos bancos sobre transparência, orientação e comunicação com o consumidor, especialmente no que diz respeito às características do produto que o tornam apropriado apenas para emergências.

Quando o consumidor "entrar" no cheque especial, por exemplo, o banco deverá comunicar-lhe imediatamente, por meio de alerta, sobre a contratação do produto e que se trata de uma modalidade de crédito de uso temporário. O valor do limite de crédito do cheque especial disponível para utilização deverá ser informado nos extratos de forma clara e apartada de modo a não ser confundido com valores mantidos em depósito pelo consumidor na conta corrente.

"É importante que os consumidores saibam que os bancos dispõem de uma série de produtos financeiros para facilitar o planejamento do orçamento familiar", ressalta Portugal. Ele explica que o cliente deve buscar

junto aos bancos linhas mais baratas oferecidas pela instituição financeira. Em termos práticos, o cheque especial funciona como uma reserva que o cliente pode usar no caso de uma emergência, de um gasto inesperado, sem precisar recorrer ao banco, já que a linha está pré-aprovada. Justamente por causa dessas caraterísticas os juros são mais elevados em comparação a linhas de mais longo prazo.

Sobre o cheque especial

Segundo dados divulgados pelo Banco Central, em janeiro de 2018, o saldo da carteira de crédito do cheque especial era de R$ 24,3 bilhões, representando 1,5% do total das operações com pessoas físicas (R$ 1,657 trilhão), e 0,8% do saldo das operações do Sistema Financeiro Nacional (R$ 3,066 bilhões). Se comparado com o volume total de operações com recursos livres – PF, o cheque especial representa 2,8% dessas operações.

Sobre o SARB

O Sistema de Autorregulação Bancária é um conjunto de normas criadas pelo próprio setor com o propósito de contribuir para um ambiente que permita aos bancos atuar de forma ainda mais transparente, clara e eficaz, em benefício do segmento, dos consumidores e da sociedade como um todo.

Desde sua implementação, o sistema vem crescendo e diversificando as áreas temáticas tratadas em seus normativos, com resoluções e regras formais para o relacionamento com os consumidores. Atualmente, há 19 normativos, todos eles disponíveis na íntegra no portal http://www.autorregulacaobancaria.com.br/

São signatárias do SARB as seguintes instituições: Banco ABC Brasil, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco Original, Banco Safra, Banco Toyota, Banco Volkswagen, Banco Votorantim, Banpará, Banrisul, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Citibank, China Construction Bank , Itaú Unibanco, Mercantil do Brasil, Santander e Sicredi

GALÁPAGOS JOGOS

A Galápagos Jogos, principal editora nacional de jogos de tabuleiro modernos, lança neste mês um dos títulos mais esperados para 2018: o Azul, que capta a bela estética dos azulejos portugueses em um boardgame contemporâneo. Os jogadores competem como artesãos que decoram as paredes do Palácio Real de Évora, elaborando cuidadosamente a quantidade e o estilo correto de azulejos, e planejando com antecedência seus padrões para maximizar a beleza de seu trabalho.

O boardgame traz peças que mostram em cada detalhe o trabalho minucioso do premiado designer alemão Michael Kiesling. Para jogar com até quatro participantes a partir dos oito anos de idade, o Azul é de fácil jogabilidade; ótimo para jogar entre família e amigos em partidas que duram até 40 minutos.

As pessoas se revezam para comprar azulejos coloridos dos fornecedores do seu próprio tabuleiro, e durante a rodada os jogadores marcam pontos com base em como eles posicionaram seus azulejos para decorar o palácio. Além disso, o Azul proporciona momentos para ganhar pontos extras por meio de uma estratégia minuciosa. Vence quem tiver mais pontos ao final da última rodada.

O jogo é uma das maiores revelações internacionais de 2017, que já ocupa os primeiros lugares no ranking de jogos estratégicos do site especializado BoardGameGeek. Um dos grandes destaques são os prêmios que recebeu este ano da As d´Or, totalizando nove títulos.

"O Azul é um jogo de estratégia inspirador e inovador na temática; uma opção de fantástica de entretenimento que promete divertir, reunir pessoas e exercitar a mente", diz Yuri Fang, presidente da Galápagos Jogos.

APPLE PLAY

Apple, Banco Itaú, Livraria Cultura e Fnac do Brasil têm o prazer de anunciar aos seus clientes sua nova parceria: a introdução no país da Apple Pay, uma forma de pagamento muito mais fácil, segura e privativa de comprar com conforto e segurança.

Para a Livraria Cultura, uma das sete empresas escolhidas para implantar o sistema no Brasil, a introdução da Apple Pay nas redes Cultura e Fnac -- 28 lojas espalhadas em 11 cidades do país – tem a ver com a busca permanente por mais eficiência nas transações, mais qualidade do atendimento e mais comodidade ao cliente.

"Com tantas mudanças anunciadas no varejo, nós, aqui na Cultura, estamos cada vez preocupados em transformar experiências de consumo, eliminando etapas burocráticas, dando mais autonomia à decisão da compra e fazendo com que o nosso cliente ganhe mais tempo para si mesmo", avalia Sergio Herz, CEO da Livraria Cultura, Fnac do Brasil e Estante Virtual.

Como incentivo para experimentar essa nova forma de pagamento, os clientes da Livraria Cultura e da Fnac Brasil ganham 20% de desconto em livros ao pagar suas compras com Apple Pay. O desconto, válido durante a campanha de lançamento da parceria, não será cumulativo em relação a outras ofertas.

Segurança e privacidade constituem a essência desse novo jeito de comprar. Quando um cliente da Livraria Cultura utilizar um cartão associado ao Apple Pay – e, por enquanto no Brasil, isso só será possível para usuários de cartões de crédito Itaú -- , números e senhas não serão armazenados no seu aparelho ou nos servidores da Apple. Fora isso, cada transação será autorizada por um código numérico dinâmico, válido para uso uma única vez.

Apple Pay é fácil de instalar em aparelhos da marca Apple, seja smartphone, computador, tablete ou Apple Watch. Nas lojas, funcionará com iPhone SE, iPhone 6 e posteriores, e também Apple Watch. Ao definir a sua compra, o consumidor apenas deve aproximar o celular da leitora de pagamento com o símbolo "contactless" e a operação se realiza em segundos.

Compras online em aplicativos e websites podem ser pagas com o sensor de impressões digitais (Touch ID), toque duplo em botão ou com autenticação facial (Face ID), disponível no iPhoneX. De uma forma ou de outra, não há necessidade de preencher manualmente formulários nem dar informações sobre cobranças. Esse é o conceito por trás da inovação: consumir bem, com segurança e privacidade, significa ganhar tempo. Algo que pode ser feito através de aparelhos que estão presentes no nosso dia-a-dia.

CASA MADEIRA

Buscando oferecer sempre a melhor opção para a saúde e paladar de seus consumidores, a Casa Madeira amplia o portfólio da linha de geleias com os sabores abacaxi com pimenta e laranja.

As geleias da Casa Madeira são um excelente acompanhamento para menus variados e podem ser usadas em entradas, pratos principais e sobremesas, além de serem uma deliciosa forma de começar o dia ao complementar o café da manhã.

A geleia gourmet de abacaxi com pimenta é elaborada através da concentração da fruta madura, pimenta vermelha e pimentão. Peixes grelhados, lombo suíno, frutos do mar, salada de frutas e sorvetes são alguns dos alimentos que harmonizam com o produto.

Já a geleia tradicional de laranja é produzida com a concentração da fruta fresca e madura. Sem adição de conservantes, possui pedaços da casca da fruta fresca, o que mantém as características cítricas da laranja.

Para garantir um alto padrão de qualidade, a Casa Madeira seleciona manualmente os ingredientes das geleias em dois estágios: na colheita e na esteira de classificação. O resultado são produtos cheios de sabor e com baixo índice calórico.

INDIGO

Em 2017, a Indigo consolidou-se como líder mundial em administração de estacionamentos de shopping centers. A empresa é o principal player desse mercado em todo o mundo, operando mais de 320 estacionamentos de shopping centers em 14 países (Alemanha, Bélgica, Brasil, Canadá, Colômbia, Espanha, França, Luxemburgo, Panamá, Qatar, Eslováquia, Suíça, República Tcheca e Reino Unido).

O Brasil tem papel fundamental para essa liderança. Com a entrada em mais três Estados e em 14 novos empreendimentos nos últimos 12 meses, a empresa já alcançou a marca de 88 shoppings e 126 mil vagas no país – crescimento de 38% em relação aos números do ano anterior. Como plano de negócio ousado, a empresa pretende investir R$ 100 milhões por ano até 2020 no país para acelerar ainda mais seu crescimento no setor (investimentos começaram em 2016).

Há um crescimento do interesse de shoppings centers fora do eixo Rio-SP em profissionalizar a gestão de seus estacionamentos. “Cada vez mais, os administradores estão reconhecendo os diferenciais proporcionados pelo profissionalismo, qualidade e tecnologia oferecidos pela Indigo”, completa Roque Perachi, CDO (Chief Developer Officer) da Indigo Brasil, responsável pela expansão e pelo desenvolvimento dos negócios da empresa.

Durante o período 2016-2020, a empresa investirá R$ 500 milhões no Brasil, e parte expressiva desse valor será destinada a seus clientes corporativos. A Indigo atua em diferentes segmentos, como hospitais, universidades, shopping centers, aeroportos, prédios comerciais, arenas, complexos de eventos, entre outros. Para mais informações, ou para entrar em contato com a empresa, acesse o site www.parkindigo.com.br.

ASSOCIAÇÃO MANGALARGA

A nova diretoria da ABCCRM considera de extrema importância que uma entidade representativa de classe, como uma associação de criadores de cavalos, contribua de forma ativa para o bem da sociedade abraçando causas nobres, como o auxílio a uma instituição da área de saúde. Por isso, a diretoria estabeleceu que a arrecadação em venda de barrigas terá 30% destinado para o Hospital de Amor, em Barretos. Os demais 70% serão direcionados em prol da Associação Mangalarga. “Será um momento muito especial para a raça, para o qual todos os criadores e amantes de cavalos em geral estão convidados”, ressalta a vice-presidente.

SAGE

A Sage, multinacional britânica de software de gestão, anuncia Andrea Corrêa Baptista como nova diretora de Field Marketing para América Latina com base no Brasil. A executiva, que possui mais de 20 anos de experiência profissional, irá liderar o desenvolvimento e implementação dos planos de marketing da empresa. Anteriormente, Andrea atuou em cargos de gestão em multinacionais como Hewlett Packard e Hitachi Data Systems. Ela é formada em marketing pelo Mackenzie, com MBA pela FIA (Fundação Instituto de Administração).

CPFL ENERGIA

A CPFL Energia, maior grupo privado do setor elétrico brasileiro, registrou lucro de R$ 1,24 bilhão em 2017. O número representa crescimento de 41,4% em relação a 2016. O desempenho reflete a melhoria no desempenho operacional de todas as áreas de negócio do Grupo, com destaque para os segmentos de geração renovável e convencional, para a recuperação do mercado e o impacto positivo da integração da RGE Sul.

Considerando todos esses fatores, a CPFL Energia registrou, em 2017, o maior Ebitda de sua história, no valor de R$ 4,9 bilhões. Isso significa alta de 17,9% em relação ao mesmo período do ano passado. Mesmo desconsiderando a integração da RGE Sul nos resultados, o Ebitda em 2017 teria sido de R$ 4,5 bilhões, também o maior da história, reforçando o bom desempenho de todos os negócios do Grupo.

Refletindo a retomada da atividade econômica e a incorporação dos resultados da RGE Sul, o volume de energia distribuído pelas concessionárias do Grupo nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais teve um crescimento de 15,1% em 2017 frente a 2016, para 65,6 mil GWh. Excluindo o efeito da integração da RGE Sul, as vendas teriam crescido 2,1% na comparação anual. Na comparação trimestral (4T17 vs 4T16), a expansão sem a RGE Sul teria sido de 4,8%, com destaque para o aumento das vendas de 5,6% no segmento industrial.

A CPFL Energia ainda reportou uma expansão de 39,9% na receita líquida na comparação entre 2016 e 2017, para R$ 26,7 bilhões (dado inclui a RGE Sul).

MICRODESTILARIA HOF

O mercado de bebidas no Brasil e, principalmente no que diz respeito à cachaça, é repleto de dinamismo e novas experiências para promover produtos ainda melhores aos seus apreciadores. Com isso, a Microdestilaria HOF traz ao mercado uma mistura que deu muito certo e que resultou na proposta de uma nova bebida que promete ser tendência no segmento: a Cachaça com Whiskey. A nova experiência ainda se mantém em caráter de exclusividade.

Com o nome de HOF - Alma da Serra Tennessee, envelhecida em barris de carvalho americano produzidos pela mesma destilaria que faz o mais famoso Whiskey americano. Esses tonéis, são utilizados apenas uma única vez para maturar o whiskey, depois são vendidos para diversos lugares. A Microdestilaria HOF, sempre um passo a frente, adquiriu um lote de seis barris importados pela Tanoaria Espanha em 2016, eles foram preenchidos com uma cachaça cuidadosamente bidestilada em alambique de cobre tipo pot still há exatamente um ano, sem qualquer mistura ou adição de cachaça nova, o que lhe faz uma bebida Premium Especial.

O resultado é um sabor singular e capaz de proporcionar experiências sensoriais únicas. Na ocasião, um dos tonéis armazenará a bebida por mais três anos para comercialização em 2021.

"Estamos trazendo ao mercado uma cachaça diferenciada, uma proposta que promete ser tendência no segmento, utilizando barricas que envelheceram outras bebidas e se apropriar de suas sensações, criando sabores únicos e oferecendo um nova experiência etílica", afirma o sócio-proprietário da Hof Microdestilaria, Martin Braunholz.

O mercado de cachaça é um setor que vem mostrando crescimento acelerado e bastante representativo para a economia brasileira. O segmento de cachaça é o segundo maior de bebidas alcoólicas no país, atrás apenas da cerveja.

De acordo com o IBRAC, Instituto Brasileiro da Cachaça, o Brasil atingiu em um único ano o faturamento de quase R$ 6 bilhões e produção de 500 milhões de litros de Cachaça. Além disso, o mercado já contabiliza mais de 40 mil produtores alocados, principalmente, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Ceará, Minas Gerais e Paraíba. Deste número, 99% são representados por micro empresas.

Fiel ao lema "Tradição e Modernidade", a Microdestilaria Hof mantém a fabricação de antigas receitas com o uso da menor tecnologia possível. Com alto nível de qualidade, sempre respeitando as mais exigentes normas técnicas de produção de bebidas, com uma variedade incomparável de licores e aguardentes. O espaço que abriga a Microdestilaria Hof é um charme a parte. A decoração resgata o clássico e o tradicional em um espaço que encanta através da simplicidade da beleza das pequenas coisas. É um lugar fácil de frequentar, por isso vale a pena a viagem até lá. O ambiente rústico vem propositalmente para lembrar o antigo, o secular. Os atributos de beleza estão presentes em cada detalhe da acolhedora e aconchegante arquitetura. A charmosa estrutura serve como ponto de parada para degustar uma bebida e ao mesmo tempo pode ser um espaço para exercer a troca cultural.

Autoridades globais de marketing e o mercado brasileiro

Os autores Noel Capon, professor titular de Marketing da Columbia Business School, e Carlos Felipe Rocha, empreendedor, executivo de empresas internacionais e ex-aluno de Columbia; lançam em parceria com a **Saint Paul Editora** o livro Gestão de Marketing para executivos brasileiros, em eventos abertos para o público nas cidades de Florianópolis, São Paulo e Rio de Janeiro respectivamente.

Voltado para a realidade do mercado brasileiro, o livro mostra como desenvolver estratégias e gerenciar processos de marketing, concentrando-se em fornecer orientações práticas para o gestor de marketing tomar melhores decisões. Com fundamentação sólida, a obra traz 13 estudos de casos de empresas brasileiras e 11 globais, entre elas Natura, Itaú, Azul e Netflix, além de conteúdos estruturados para um aprendizado profundo, incluindo material extra com vídeos, áudios e exercícios.

O que diferencia este dos demais livros sobre marketing é o posicionamento dos autores, que se baseiam em suas experiências e nas melhores práticas existentes para indicar o caminho correto aos empreendedores. Com uma sólida reputação global, Noel Capon traz sua visão de cases mundiais relevantes para o cenário atual de marketing e em conjunto com Carlos Felipe Rocha analisam cases do cenário nacional, levando em consideração as características socioculturais que influenciam as tomadas de decisão de um mercado para outro.

A parceria para publicação do livro Gestão de Marketing para executivos brasileiros faz parte da estratégia de publicação da Saint Paul Editora, que privilegia títulos de renomadas organizações, como PwC, IBEF, IBGC entre outras, e de autores com relevante experiência executiva e reconhecimento acadêmico.

GAIA SILVA GAEDE
ADVOGADOS

- Tributário
- Societário
- Regulatório
- Civil Empresarial
- Trabalhista
- Previdenciário

São Paulo | Rio de Janeiro | Curitiba | Belo Horizonte | Brasília

www.gsga.com.br

Novo Prodetur disponibiliza R$ 5 bi para o setor

Portaria do MTur institui o Prodetur + Turismo e o Selo + Turismo, que identificará para os bancos os projetos prioritários

O ministro do Turismo, Marx Beltrão, lançou um novo programa para ampliar a oferta de recursos para a realização de projetos para o desenvolvimento do turismo no país. O Programa de Desenvolvimento e Estruturação do Turismo - Prodetur + Turismo surge para apoiar estados e municípios no acesso a linhas de financiamento com prazos e juros diferenciados de instituições parcerias como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

"O Prodetur + Turismo vai melhorar a infraestrutura e o atendimento ao turista nos principais destinos do país. Depois do Brasil + Turismo, esse é mais um grande impulso para avançarmos no objetivo de fortalecer o setor", comenta o ministro do Turismo. O novo Prodetur já surge com R$ 5 bilhões disponíveis. Para acessar o recurso, os interessados têm de integrar o Mapa do Turismo Brasileiro, com 3.285 cidades e 328 regiões turísticas.

As propostas para obtenção de financiamento deverão contemplar principalmente projetos na área de infraestrutura turística, saneamento básico, gestão e avaliação ambiental, transporte e mobilidade urbana. As diretrizes estratégicas do programa priorizam também ações de qualificação, promoção, apoio à comercialização, pesquisa e inovação, empreendedorismo e parcerias público-privadas.

Os projetos e ações aptos a serem beneficiados pelo Prodetur + Turismo serão identificados com o Selo+Turismo, indicativo de alinhamento da proposta com a Política Nacional de Turismo, com o Plano Nacional de Turismo 2018-2022 e com as diretrizes do programa. O selo, segundo a Portaria Nº 74/2018, será anexado à proposta analisada e validada pelo MTur, juntamente com uma declaração de prioridade.

As propostas que obtiverem o Selo + Turismo poderão também ser apoiadas financeiramente com recursos próprios do MTur. Já os entes federativos que tiverem proposta contempladas com financiamento nacional ou internacional poderão pedir apoio técnico à Pasta para a implementação dos projetos.

Empresa brasileira cria a primeira criptomoeda que vem com Exchange própria

F2Nex é a primeira empresa brasileira a criar a própria Exchange e uma plataforma multisserviços onde será aceito Mobi como forma de pagamento.

As criptomoedas são excelentes ativos digitais para investimentos na atual era tecnológica. Garimpar essas moedas e negociá-las é algo que caiu no gosto dos brasileiros, entretanto, não existia nenhuma empresa em território nacional que oferecia a aquisição e comercialização das moedas em Exchange própria, até surgir a F2Nex.

A empresa já nasce com a missão de revolucionar uma área que ainda é novidade para muitas pessoas no Brasil.

O projeto da F2Nex é ousado para o mercado. Além da MOBI, sua moeda própria; lança também uma Exchange, que é a ferramenta por onde acontecem as tramitações de compra, venda e troca dos ativos; e a plataforma Mobi Service. A plataforma da Mobi será totalmente habilitada para a *blockchain*, o que possibilitará a realização de várias atividades por comércio eletrônico como solicitar serviço de transporte, comprar passagem aérea, pedir comida, alugar um quarto, contratar serviços de lavanderia, comprar ingresso etc., com rapidez e comodidade direto pelo App Mobi.

Antes de ser consolidada como ativo digital existe a oferta inicial da moeda (ICO – Initial Coin Offering), ou seja, são angariados capital, como em um sistema de financiamento coletivo, o que diminui qualquer barreira quanto à homologação da criptomoeda.

As vendas da pré-ICO Mobi começam em 15 de abril e encerram-se no dia 05 de maio. Serão liberados 400 milhões de tokens e ficarão disponíveis para compra de pacotes a partir de mil moedas, que custarão US$ 70 (setenta dólares). O pagamento poderá ser realizado com outras criptomoedas ou cartão de crédito. Quem adquirir pré-Ico conta com as seguintes bonificações:

- Aqueles que comprarem 1.000 ganham + 50% de tokensMobi;
- Quem comprar 5.000 ganha + 75% de tokensMobi;
- Quem comprar 10.000 ganha + 100% de tokensMobi; e
- Quem comprar 50.000 ganha + 125% de tokensMobi.

Os investidores e interessados no negócio, que perderem as vendas da pré-ICO Mobi com vantagens exclusivas, terão outra oportunidade no segundo crowdsale, em que será comercializada a ICO, com 3.600 bilhões de tokens. Serão vendidos pacotes de 100 tokens, que custará 26 Usd cada pacote, ou seja, 0,26 centavos de dólar por Mobi.

Confira as datas e bonificações:

- 10 a 15 de maio será a 1ª fase e quem comprar um pacote ganha + 30%;
- 16 a 20 de maio será a 2ª fase, onde quem comprar um pacote ganha + 15%;
- 21 a 25 de junho será a 3ª fase, onde quem comprar um pacote ganha + 5%;
- 26 a 30 de maio será a 4ª fase e quem comprar um pacote ganha + 0%, ou seja, não ganha nada a mais.

Depois das fases pré-Ico e Ico, os tokens serão convertidos em Mobi – que é uma moeda global, podendo ser comprada ou vendida em qualquer país, o que amplia o trading com outras criptomoedas.

"No Brasil, nós não temos concorrentes, nossa plataforma chega com mais de 100 ativos para negociação e é a primeira a oferecer vários serviços que facilitarão o dia a dia do investidor", informa Fares Lakis, CEO da F2Nex.

O roteiro completo do projeto (whitepaper) pode ser acessado pelo link: http://cryptomobi.mobi/assets/files/mobi_br.pdf

A plataforma Mobi pode ser acessada pelo link: http://cryptomobi.mobi

Pesquisa da Alelo traça perfil financeiro dos trabalhadores do Rio de Janeiro

Estudo realizado em parceria com o IBOPE CONECTA mapeou o comportamento de trabalhadores – empregados e desempregados – na região metropolitana do Rio de Janeiro

Buscando conhecer cada vez mais o comportamento e hábitos dos trabalhadores brasileiros – empregados e desempregados - diante dos altos e baixos da economia do País, a Alelo, bandeira especializada em benefícios e gestão de despesas corporativas, em parceria com o IBOPE CONECTA, realizou a Pesquisa Alelo Hábitos Financeiros dos Brasileiros. O estudo inédito foi realizado na região metropolitana do Rio de Janeiro e mapeia o impacto nos orçamentos e que soluções estão sendo buscadas por milhares de trabalhadores.

A pesquisa ouviu 2.810 pessoas das classes ABC, sendo 45% homens e 55% mulheres, entre 18 e 65 anos e residentes de 11 capitais brasileiras, havendo 11% da amostra nessa região metropolitana do Rio de Janeiro. Entre os entrevistados de todo o Brasil, 77% estão empregados, 18% desempregados e 5% são estudantes.

Mercado de trabalho

A pesquisa apontou que 23% dos trabalhadores cariocas da região metropolitana trocaram de emprego nos últimos 12 meses. A grande maioria (77%) não mudou de emprego durante esse período. Destes, 40% foi promovido ou recebeu algum aumento salarial.

Dos 23% que trocaram de emprego, 34% encontraram um emprego melhor e o também 34% foram demitidos (acima da média nacional de 28%), 9% abriram seus próprios negócios e somente 6% mudaram de carreira.

Mais da metade (51%) dos trabalhadores que mudou de emprego também conseguiu um salário maior, 23% afirmam que o salário se manteve o mesmo e 26% dos entrevistados tiveram redução salarial ao trocar de emprego.

Benefícios que recebem

33% dos entrevistados que estão empregados afirmam não receber nenhum benefício. Entre os que recebem, o vale-transporte é o mais recebido (48%), seguido de vale-alimentação (31% - abaixo da média nacional de 43%) e plano de saúde (37% - abaixo da média nacional de 42%). O vale-refeição é recebido por 27% dos entrevistados, enquanto o plano odontológico soma 28% dos respondentes. Apenas 6% afirmam receber PPR/Bônus, 3% vale-combustível, 6% auxílio creche, 2% cartão para adiantamento salarial e 3% auxílio educação.

Para 15% dos trabalhadores cariocas que recebem vale-alimentação, o benefício representa de 90% a 100% da despesa mensal com supermercado.

Pausas para almoço

70% dos respondentes afirmam que as pausas para almoço continuam iguais. Já para 23%, estão menores – destes, 44% relacionam o aumento da demanda de trabalho como principal motivo do tempo mais curto para o almoço (abaixo da média nacional de 52%), 35% atribuem à equipe mais enxuta e 15% diminuíram o tempo de almoço para economizar dinheiro. Apenas 7% têm pausas mais frequentes.

Ainda sobre o uso do tempo durante o intervalo para almoço, 38% dos trabalhadores utilizam o horário apenas para fazer refeições. O restante dos entrevistados aproveita de outras maneiras: 32% vão ao banco/pagar contas, 20% estudam, 19% fazem compras, 7% vão ao médico, 5% a manicure/pedicure e 4% frequentam a academia.

Plano B em caso de demissão

Como um plano B, 26% dos trabalhadores já mantêm atividade de renda extra e 13% possuem outra fonte de renda além do salário (aluguel, rendimento, pensão). 23% dos entrevistados têm uma reserva de dinheiro, 18% afirmam que podem contar com alguém da família e 23% pensam em trabalhar como freelancer ou autônomo caso percam o emprego. Desses, 38% pretendem trabalhar como freelancer na mesma profissão que exercem caso sejam demitidos (abaixo da média nacional de 44%); 8% passariam a vender marmitas/comida, 29% passariam a vender bolos/doces (acima da média nacional de 20%), 12% seriam motoristas de aplicativos de carona, como Uber, 99POP e Cabify (abaixo da média nacional de 20%), 29% afirmam que dariam aula particular (acima da média nacional de 18%), 21% venderiam artesanato (acima da

média nacional de 16%) e 13% fariam bicos de serviços para casa (abaixo da média nacional de 15%). Porém, 26% afirmam não ter nenhum plano B em caso de desemprego (abaixo da média nacional de 31%).

Desempregados

Na região metropolitana do Rio de Janeiro, 16% dos profissionais estão desempregados. Desses, 31% estão fora do mercado de trabalho de 6 meses a 1 ano (acima da média nacional de 22%). Dos trabalhadores atualmente desempregados, 61% foram demitidos do último emprego. Ainda entre os desempregados, 8% afirmam ter pedido demissão porque estavam infelizes no último emprego (abaixo da média nacional de 13%).

Busca por emprego

O salário é o principal fator levado em consideração pelos trabalhadores cariocas que estão em busca de uma vaga (40%). O segundo fator mais importante, de acordo com a pesquisa, são os benefícios oferecidos (32%), seguido pela distância de casa (19%) e reputação da empresa (8%).

Impactos do cenário econômico

Segundo a Pesquisa Alelo Hábitos Financeiros dos Trabalhadores Brasileiros, o contexto econômico impactou financeiramente 85% dos brasileiros. Na região metropolitana do Rio de Janeiro, 77% tiveram que cortar despesas. Desses, a maioria (65%) passou a sair para comer fora com menos frequência e 58% a consumir marcas mais baratas. 54% deixaram de viajar (acima da média nacional de 48%); 45% abriram mão de hobbies; 43% passaram a comparar preços antes de fazer compras; 42% passaram a ir em mercados mais baratos e que oferecem mais promoções; 37% pararam de comprar produtos dispensáveis; 26% passaram a comprar marcas próprias dos supermercados, 29% substituíram medicamentos de marca por genéricos; 31% (acima da média nacional de 25%) mudaram o plano de celular para um mais barato e 25% passaram a usar o transporte público com mais frequência.

A maioria dos entrevistados (38%) não teve que cortar gastos para comprar medicamentos, porém 22% tiveram que usar o dinheiro que estavam economizando e 30% cortaram gastos de lazer para conseguir comprar remédios. A maioria dos cariocas (69%) não buscou métodos alternativos de tratamento para economizar com remédios (acima da média nacional de 61%).

O cenário econômico diminuiu a frequência com que as famílias faziam as compras de mercado: 41% costumavam ir toda semana, hoje o número caiu para 6%; 16% costumavam ir a cada quinze dias (abaixo da média nacional de 22%), agora o número está em 29%; 22% não tinham frequência certa, fazendo compras de reposição quando necessário. Este número cresceu para 44%.

Gastos escolares

Dentre os pais que tiveram dificuldades com os gastos escolares dos filhos: 33% afirmaram ter dificuldade em comprar material escolar; 19% tiveram que mudar para uma escola mais barata (acima da média nacional de 13%); 22% tiveram que cortar atividades físicas (balé, futebol, natação) e extracurriculares (inglês, reforço) - (acima da média nacional de 14%). Contudo, 42% não tiveram dificuldade com os gastos de educação dos filhos (abaixo da média nacional de 50%).

Dos entrevistados que apresentaram problemas para comprar o material escolar, 38% reaproveitaram o material utilizado por filhos de amigos/familiares (abaixo da média nacional de 44%) e 17% compraram em sebos.

Gestão do orçamento familiar e investimentos

Cerca de 82% dos brasileiros costumam fazer a gestão do orçamento familiar – a maioria (62%) faz há mais de um ano. Na região metropolitana do Rio de Janeiro, 44% dos trabalhadores sempre fazem essa gestão, 39% fazem de vez em quando e 17% não fazem.

Dentre os entrevistados da classe A, 25% não ultrapassam o limite que definiram; 55% ultrapassam às vezes; 8% sempre ultrapassam e 12% não definem o limite de gastos.

Quanto ao formato que utilizam para fazer os cálculos, 36% dos cariocas usam uma planilha e 58% fazem a gestão do orçamento no papel (acima da média nacional de 52%). Apenas 6% dos entrevistados utilizam aplicativos.

Comparação de preços

Na comparação por preços mais em conta, 67% dos cariocas afirmam que vão em diversas lojas antes de fazer uma compra (acima da média nacional de 60%), enquanto 57% usam sites comparativos de preços e 55% entram nos sites das lojas que pretendem comprar; 29% buscam em sites de promoções e folhetos; apenas 2% não comparam preços.

Esta é a primeira edição da Pesquisa Alelo Hábitos Financeiros dos Trabalhadores Brasileiros. O levantamento chega para complementar uma série de pesquisas já publicadas pela companhia. Em 2016 a Alelo lançou a Pesquisa Mobilidade Alelo e em 2015 e 2014 divulgou a Pesquisa Alelo Hábitos Alimentares do Trabalhador Brasileiro.

PROTESTE avalia corretoras de valores online

Foram analisadas 10 empresas que oferecem o serviço de Home Broker com base em cenários de transações de clientes

A PROTESTE, associação de consumidores, fez uma análise qualitativa e de preço, segundo os perfis dos investidores, para ajudar o consumidor a entender mais sobre o serviço de corretoras de valores online.
O mercado de ações possibilita a realização de investimentos em plataformas on-line em corretoras modernas que oferecem o serviço de Home Broker. Essa ferramenta disponibiliza aos clientes a possibilidade de compra e vender ações pela Internet, sem um contato direto com um representante físico da empresa, o que facilita o acompanhamento dos investimentos. Mesmo assim, existem diferenças entre as corretoras, e são elas que tornam o mercado competitivo.

As corretoras passaram por análises qualitativas e quantitativa com base em cenários de transações de clientes. Nessa avaliação, foram averiguadas a segurança e a experiência do investidor, além de processos de cadastramento ou renovação, uso pelo celular, clareza nas informações das operações, navegabilidade, problemas nas execuções das ordens, entre outros quesitos.

A Mirae e o Santander não puderam ser qualificadas em alguns quesitos relacionados a essas operações, devido a problemas de liberação do acesso por parte das empresas, mesmo que a PROTESTE tenha seguido todos os passos necessários para começar a operar.

Com isso, as três corretoras com melhores avaliações foram: XP, Ativa e Rico. Pois, apesar da Mirae oferecer menores custos, não pôde ser analisada completamente. Assim, a escolha certa é a Rixo Corretora, que oferece a melhor relação qualidade e preço.

Para fazer uso do Home Broke o primeiro passo é fazer um cadastro no site da corretora e enviar cópias de documentos, eletronicamente. O Banco do Brasil foi o único a exigir o comparecimento na agência.

O segundo passo é transferir recursos de uma conta corrente com a titularidade do usuário para a titularidade da corretora. Empresas vinculadas a bancos fazem este tipo de transação automática com o saldo da conta corrente, com exceção ao Santander.

A primeira transação deve ser feita por meio de ligação telefônica, dizendo quanto quer comprar em ações. O valor irá definir o limite operacional, que pode aumentar posteriormente. A maior parte das empresas determina um lote mínimo de compra e venda de ações, mesmo assim, ainda é possível optar por operar no mercado fracionário. As corretoras permitem que o cliente diga o valor financeiro ou a quantidade com a qual deseja operar. É possível consultar também através do portal suas movimentações, assim como funciona com o extrato do banco.

Existem taxas de corretagem que são cobradas pelas corretoras. Algumas são fixas e outras variam de R$0,99 (Mirae) a R$20 (Banco do Brasil). O Bradesco cobra corretagem de 0,1% a 0,25%. Santander e Itaú cobram uma taxa fixa de R$10+0,25% e R$10+0,3% do valor da ordem respectivamente.

Na existência da taxa de custódia, ela é mensal. Podendo variar de 0,013% sobre o valor até R$30,88. As corretoras Easynvest, XP e Rico não cobram essa taxa. Mycap, Bradesco e Ativa isentam os clientes de acordo com o volume ou número de operações no mês ou de acordo com o plano escolhido. Também existem taxas da Bovespa (0,0325% do valor da operação) e o ISS (em geral 5%).

A maioria dos portais disponibiliza análises para auxiliar seus clientes nas decisões de investimentos. Uma dica é não confiar piamente nessas avaliações, pois as corretoras têm interesse em operações longas, onde podem lucrar mais com a corretagem, o que pode levar a uma escolha não tão lucrativa.

Boa parte das corretoras também oferece opções de investimentos em renda fixa. Para ter acesso a mais dicas, basta acessar www.proteste.org.br/rendafixa e conhecer o comparador de renda fixa.

Indústria busca reduzir açúcar sem perder sabor

Mudança de hábitos do consumidor alerta indústria de alimentos e bebidas

O açúcar está presente na mesa dos brasileiros diariamente e seu uso tem sido observado por profissionais de saúde e por órgãos do governo, graças ao crescimento de doenças relacionadas ao consumo excessivo deste produto. No Brasil, o consumo médio de açúcares é de 16,3% do total de calorias diárias, enquanto a recomendação da OMS é de até 10%. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que a maior parte do açúcar consumido no país vem do que é adicionado aos alimentos pelo consumidor em casa e representa cerca de 56%, enquanto o açúcar adicionado nos industrializados corresponde a 19,2%.

Existe um movimento latente que demanda por produtos mais saudáveis e adequados à uma alimentação balanceada, o que tem influenciando na criação de formulações de alimentos e bebidas com menos açúcar. É fato que o brasileiro tem vivido uma mudança nos hábitos relativos à alimentação. Em pesquisa divulgada pela PROTESTE – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, no ano passado, 80% dos pesquisados gostariam de mudar seus hábitos alimentares. O estudo apontou ainda que 37% dos respondentes afirmaram não resistir a alimentos considerados pouco saudáveis.

Para a aromista sênior da Takasago Brasil, Eliana Nogueira, o açúcar é um ingrediente essencial na indústria alimentícia em razão do paladar do brasileiro. “Trabalhamos com mercados internacionais e notamos que, quando temos que adaptar um produto ao paladar dos brasileiros, o açúcar é um ponto de extrema atenção”.

Ainda assim, diversas empresas têm adotado iniciativas de redução da quantidade de açúcar de seus produtos, o que configura um desafio para o setor. Segundo Eliana Nogueira, o açúcar dá corpo e sustentação aos aromas de diversos produtos e a retirada de qualquer percentual dele pode alterar a percepção do sabor. “Quando tiramos o açúcar de uma formulação, perde-se aquela sensação de preenchimento do produto na boca”, explica.

No entanto, problemas de saúde como a obesidade no Brasil chegam a 19% da população, segundo o Vigitel, levantamento do Ministério da Saúde realizado em 2016. O estudo apontou que, em dez anos (de 2006 a 2016), o diagnóstico de diabetes passou de 5,5% para 8,9% e o crescimento do número de pessoas obesas foi de 11%. Já entre as crianças, o IBGE diz que uma em cada três ainda não chegou ao nível da obesidade, mas estão com peso acima do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelo Ministério da Saúde

Diante desse antagonismo, novas alternativas surgem para resolver a equação. Trata-se de tecnologias que utilizam moléculas exclusivas na composição dos aromas, a fim de melhorar o sabor de produtos que tiveram redução de açúcar em sua formulação. As moléculas atuam pontualmente na percepção sensorial e realçam o dulçor do produto com menos açúcar. Com isso, evita-se a perda do efeito de preenchimento original entregando mais sabor para o consumidor.

"A Takasago desenvolveu uma tecnologia exclusiva, chamada INTENSATES®Flavor Modulator, cujas moléculas são derivadas de destilação, extração, reações, síntese e entendimento dos receptores de sabor. Identificamos os compostos de alto impacto importantes desses aromas específicos através da utilização de diferentes técnicas analíticas", detalha a aromista.

A tecnologia é promissora e pretende resolver o impasse da indústria de alimentos brasileira que busca se posicionar de maneira mais competitiva frente à mercados internacionais. Além disso, pressões governamentais também têm atuado sobre o setor. Em 2017, o Ministério da Saúde iniciou, em parceria com Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia), estudos para redução do açúcar nos alimentos processados. A primeira etapa consiste na análise das principais fontes de açúcar na dieta dos brasileiros, assim como o que foi realizado com o sal que, desde 2011, passou por um processo de redução que retirou mais de 14 mil toneladas de sódio dos alimentos.

Nos últimos cinco anos houve um aumento na procura e comercialização dos moduladores de sabor, que podem ser aplicados na composição de aromas para todos os tipos de alimentos e bebidas tais como refrigerantes, iogurtes, sucos, biscoitos e confeitos.

Sobre a Takasago

Fundada no Japão há 98 anos, a Takasago é uma das cinco maiores empresas de aromas e fragrâncias do mundo, com operação em 26 países. Se destaca pela criação de soluções exclusivas e customizadas, com emprego de alta tecnologia e patentes próprias. Em 2001, ganhou o Prêmio Nobel de Química, com o desenvolvimento da tecnologia de catálise assimétrica, avanço científico que provocou grande impacto nesse mercado. No Brasil, a empresa atua há 45 anos e está instalada em Vinhedo/SP numa área de 43 mil metros quadrados, uma planta completa com laboratórios, centros de avaliação e criação, produção e todo o suporte comercial necessário para atender o mercado nacional e da América do Sul. A área de fragrâncias desenvolve soluções para perfumaria fina, cuidados corporais e produtos para o lar. Já a área de Aromas atende os segmentos de confeitos, bebidas, panificação, lácteos, higiene bucal e salgados. A Takasago é comprometida com a saúde e segurança de seus colaboradores bem como do meio ambiente, possuindo diversas certificações importantes como a FSSC 22000, ISO 9001 e ISO 14001.

MEDITAÇÃO PARA EXECUTIVOS

O **PROJETO CONEXÃO** tem como foco desenvolver a liderança interior e treinar, para se obter uma mente saudável e sabedoria emocional. A meditação é uma excelente ferramenta para diminuir a atividade cerebral, reduzir a pressão arterial e, consequentemente, reduzir o nível de estresse, pois abre-se espaço para o silêncio. O cultivo deste silêncio resulta em uma melhor produtividade a nível profissional.

Leve o PROJETO CONEXÃO para sua empresa.

- Melhora do clima organizacional
- Alívio de dores e estresse
- Melhora da lucratividade

PROJETO CONEXÃO
MEDITAÇÃO CORPORATIVA

- Aumento motivacional
- Redução de Turn Over
- Estimula a cooperação

ESPAÇO Qi
autoconhecimento · sáude · bem-estar

97656-1886
Av. das Américas, 8.505
Sala 207- Ed. Las Palmas- Barra da Tijuca
oespacoqi.com.br- contato@oespacoqi.com.br

oespacoqi | oespacoqi | oespacoqibr

Brand Coaching: mentoria para construção de marca abraça PME

*Antonio Roberto de Oliveira**

"A falta de sincronia entre essas soluções, a expectativa do mercado atual e o próprio perfil dos novos empreendedores faz com que a preocupação com a construção da marca fique relegado a um segundo plano."

O pensamento de construção de marca, apesar de importante para a competitividade e o crescimento dos negócios, ainda é desconhecido para um número significativo de empreendedores. Parte desse distanciamento se dá pelo caráter dos serviços tradicionais de consultoria e assessoria em branding, que normalmente envolvem projetos longos, muitos recursos e altos custos. Muitas vezes, esses valores são impeditivos para a grande maioria das empresas que operam no mercado: as pequenas e médias.

A falta de sincronia entre essas soluções, a expectativa do mercado atual e o próprio perfil dos novos empreendedores faz com que a preocupação com a construção da marca fique relegado a um segundo plano.

Aproximar esse público de um conceito tão importante é o objetivo de um novo serviço chamado brand coaching. Inspirado na essência do Coaching, é uma mentoria focada na produção de resultados práticos e oferece um serviço enxuto de aconselhamento estratégico e acompanhamento de execução em todas as atividades e esforços que uma empresa pode empregar para construir uma marca forte no mercado.

Desenvolvido pelo Managic, consultoria e escola de marcas e inovação para a era pós-digital, o brand coaching conta com uma dinâmica metodologia exclusiva, aplicada ao longo de ciclos de oito sessões.

Em cada sessão, com duração de uma hora, os brand coaches ouvem os problemas enfrentados pelos participantes em relação à gestão e construção de marcas e indicam ações a serem realizadas por eles e por suas equipes internas para se atingir os resultados esperados. Para que as empresas possam avaliar de antemão se esse tipo de serviço de fato pode atender suas necessidades, o Managic oferece uma espécie de degustação: as duas primeiras sessões são grátis.

Esses ciclos são independentes e podem ser renovados, o que torna o processo todo mais flexível e adequado às expectativas das empresas. Cada um deles possui começo, meio e fim, com objetivos e resultados estabelecidos de forma clara.

Diferentemente da consultoria e da assessoria, em que a empresa contratada utiliza tempo e recursos próprios para entregar soluções prontas, no brand coaching a maior parte do tempo e dos recursos utilizados para gerar as soluções é dos contratantes, o que torna o serviço bem mais acessível.

Em outras palavras, os brand coaches mostram o caminho das pedras, mas a responsabilidade do resultado deve ser inteiramente assumida pelos coachees. Com a implementação desse conceito, o Managic Office insere a área do Branding no rol das mentorias, auxiliando empreendedores com ideias valiosas sobre gestão de marcas, com o potencial de poupar tempo, energia e dinheiro a pequenas e médias empresas, que muitas vezes se encontram em uma fase frágil e vulnerável do negócio.

** Sócio-diretor da Managic (www.managic.org), Mestre em Branding pela FAU/USP, Coordenador do MBA – Branding Innovation das Faculdades Integradas Rio Branco e Coordenador da International Branding Week, junto à Brunel University de Londres .*

ADRIANA ZANNI / AON

A consultoria e corretora de seguros Aon anuncia a contratação da nova líder da área de Recursos Humanos, Adriana Zanni. Formada em Jornalismo pelo Instituto Metodista de Ensino Superior, a profissional possui pós-graduação em Administração Geral, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e em Recursos Humanos, na Universidade de São Paulo (USP).

Além disso, conta com curso de Gestão de Liderança em Mudanças Complexas nas Organizações, ministrado pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), e em Governança Corporativa, da Fundação Dom Cabral. Antes de começar na Aon, Adriana atuou pelo Grupo Brasanitas, Indra, KPMG e ABN AMRO Bank.

A executiva possui experiência no mercado brasileiro e em outros países da América Latina. Em sua carreira, sempre atuou com foco em dar suporte no aprimoramento dos resultados das companhias, valorizando o capital humano e ajudando a traçar estratégias diferenciadas na tomada de decisão.

"Estou muito feliz por fazer parte da equipe da Aon Brasil. A empresa tem uma cultura de valorização do capital humano com a qual me identifico profundamente. Além disso, utilizarei minha experiência para elaborar estratégias que gerem engajamento dos nossos colaboradores e que aprimorem nossos resultados em 2018, por meio de iniciativas impactantes e transformadoras de gestão estratégica e de pessoas ", afirma Adriana.

A Aon Plc (NYSE: AON) é uma empresa global líder de serviços profissionais, que oferece ampla gama de soluções em riscos, benefícios e saúde. Nossos 50 mil colegas em 120 países potencializam resultados para clientes utilizando dados e análises proprietários para fornecer perspectivas inovadoras, que reduzam a volatilidade e melhorem o desempenho.

No Brasil, temos mais de 2 mil colaboradores localizados em nove escritórios nas principais cidades do país.

CCBB RIO NOVO GERENTE

No dia 29 de janeiro de 2018 tomou posse no Centro Culturqal Banco do Brasil o novo Gerente Geral Marcelo Fernandes. Natural de Bauru, interior de São Paulo, Marcelo é graduado em Comnunicação Socila /Jornalismo pela Unesp. Possui MBA Executivo pelo Ibmec Brasília. É locutor, tendo desenvolvido trabalhos em rádios web desde 2016. No Banco do Brasil, atua na área de Marketing e Comunicação desde 2007. Já foi gerente de marketing e comunicação da Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil (CASSI) e desde 2016 estava na área de Marketing

PATRICE LUCAS/PSA

Patrice Lucas foi nomeado presidente na América Latina do Groupe PSA. Ele sucede a Carlos Gomes, que assumirá sua nova função como responsável pela China e sudeste da Ásia. Ambos continuam como Membros do Comitê Executivo do Groupe PSA, reportando-se diretamente ao Presidente Mundial do Grupo, Carlos Tavares.

Nascido na França em 1966, Patrice Lucas é formado em Engenharia pela UTC (Université de Technologie de Compiègne) e possui mestrado em Gestão de Qualidade pela ENSAM (École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers).

Ingressou na VALEO em 1991, tendo desempenhado diversas funções nas áreas de Qualidade, Engenharia e Produção, alcançando o cargo de Diretor de Divisão no México, lá permanecendo por cinco anos. O executivo se juntou ao Groupe PSA em 2006 como Diretor de Equipamento Interior e tornou-se Diretor de Programas VUL (Veículos Utilitários Leves) em 2010. Atuava, desde junho de 2014, como Vice-Presidente Executivo de Programas e Estratégia do Groupe PSA em sua matriz, em Paris.

Patrice Lucas usará em seu novo desafio na América Latina a grande experiência que acumulou durante anos no setor automobilístico, sua sólida cultura internacional dentro do Groupe PSA, bem como seu conhecimento prévio da região devido à sua vivência de anos no mercado mexicano.

A América Latina tem sido bastante importante no plano estratégico mundial "Push to Pass" da empresa, tendo crescido 12,2% e atingido a marca de mais de 206 mil unidades vendidas em 2017; simultaneamente, a participação de mercado elevou-se para 3,8%, um aumento de 0,2 ponto percentual em comparação a 2016. Segundo o plano, há a previsão do lançamento de 16 produtos no Mercosul de 2016 a 2021, dobrando-se o volume e triplicando-se a rentabilidade da região neste mesmo período.

"A América Latina é um dos mercados mais dinâmicos para o Groupe PSA em todo o mundo. As equipes locais têm feito um ótimo trabalho e a recuperação financeira da região deve proporcionar excelentes oportunidades para nosso crescimento rentável. Para mim, é uma honra participar desta equipe, que já está colocando em prática de modo impressionante o nosso plano "Push to Pass" na América Latina, com o lançamento de novos produtos e serviços de qualidade, que certamente surpreenderão cada vez mais os nossos clientes em todos os mercados em que atuamos", afirmou Patrice Lucas.

São Paulo: limitar informações no Diário Oficial é reduzir transparência

Decreto determina que informações sobre licitações e nomeações não sejam mais publicadas na íntegra

O ARTIGO 19 manifesta preocupação com a decisão do ex-prefeito de São Paulo, João Doria (PSDB-SP), de limitar as informações sobre atos administrativos que devem ser publicadas no Diário Oficial da cidade.

De acordo com o decreto nº 58.169, editado em abril, informações relativas a editais de licitações, contratos administrativos, contratos de gestão, nomeações e contratações podem ser publicadas no veículo apenas parcialmente. A partir de agora, quem quiser acessá-las na íntegra deverá acessar o Boletim de Serviço Eletrônico, que faz parte de uma plataforma externa ao Diário Oficial. O acesso ao boletim é gratuito, mas o sistema foi originalmente criado para ser usado por servidores e não é de fácil navegação pelo público em geral.

O decreto também determina que a Coordenação de Gestão Documental passe a averiguar se as informações publicadas no Diário Oficial cumprem a nova regra. Dessa forma, o funcionário ou funcionária pública que descumpri-la estará sujeita a "punições disciplinares".

Visto que o Diário Oficial é essencial para dar publicidade às ações da Prefeitura, a ARTIGO 19 acredita que o decreto nº 58.169 vai na contramão das premissas básicas de uma gestão pública transparente, comprometendo assim o controle social sobre o governo do município.

Em primeiro lugar, estipular um segundo canal de publicidade para atos administrativos, conforme propõe o decreto, é contraproducente para o exercício do direito ao acesso à informação na medida que pode gerar confusão para quem estiver buscando por determinadas informações oficiais.

Além disso, é importante lembrar que o Diário Oficial possui uma gestão documental própria, regulamentada, que garante a segurança das informações e sua confiabilidade mesmo anos depois de sua publicação. A mesma garantia não existe com o Boletim Eletrônico.

É preciso ainda rebater a justificativa apresentada pela Prefeitura de São Paulo de que a mudança introduzida acarretaria economia de gastos, uma vez que o contrato com a empresa responsável por produzir o Diário Oficial prevê o pagamento por página. Estamos falando, porém, de um veículo que hoje é totalmente virtual, o que faz com que tal esquema de pagamento seja completamente inadequado.

Por isso, é de vital importância que a Prefeitura passe a produzir o Diário Oficial com base em outros termos contratuais, que prevejam, por exemplo, a publicação em um formato aberto, de forma a poupar recursos de maneira efetiva.

Por fim, cabe também ressaltar que eventuais mudanças em um dos principais veículos responsáveis pela transparência da gestão pública não devem ocorrer mediante decisões unilaterais de governantes, mas sim ser debatidas por um tempo mínimo junto à sociedade com o objetivo de se chegar ao melhor encaminhamento possível.

Ao invés de restringir e dificultar o acesso de cidadãos e cidadãs às informações de interesse da sociedade, a gestão de João Doria deveria trabalhar para promover a cultura de transparência juntos a seus órgãos e quadro de funcionários. Nesse sentido, o fortalecimento da Controladoria-Geral do Município, que no ano passado teve seu status político rebaixado, contribuiria para alcançar esse objetivo.

A ARTIGO 19 espera que a Prefeitura de São Paulo suspenda as mudanças anunciadas para o Diário Oficial e o coloque novamente como um veículo de prestação de contas pleno de todos os atos administrativos da cidade. Trata-se de um canal bastante conhecido para a finalidade a qual se propõe, de fácil consulta, de modo que é de suma importância que suas atribuições não sejam reduzidas como pretende fazer o decreto nº 58.169.

Mercado óptico perde com produtos piratas

Os óculos têm se tornado um acessório de moda indispensável para os brasileiros que adoram variar o *look* com armações diferenciadas. E, para manter o estilo em dia, muitos optam em adquirir armações e lentes falsificadas em camelôs, e acabam deixando a saúde de lado. Tanto que, segundo a ABIÓPTICA, a associação que representa as empresas do mercado nacional, estima-se que, apenas em 2016, cerca de R$ 9 bilhões de reais, de um total de R$ 19,6 bilhões, foram provenientes desses produtos ilegais.

"Muitas vezes, por economia, o consumidor compra óculos em lugares sem procedência para pagar mais barato e ter o acessório para, supostamente, voltar a enxergar melhor e ficar na moda. Com isso, ele não tem noção do perigo que está provocando à saúde dos olhos", afirma Arione Diniz, presidente e fundador das Óticas Diniz – maior rede de varejo óptico do País.

Outro agravante da falsificação é que traz maiores prejuízos à sociedade. "Quem lida com esses itens também contribui para a sonegação de impostos, já que quase a metade do faturamento do segmento óptico vem da pirataria. E isso atrapalha o crescimento do mercado, além de favorecer o desenvolvimento de doenças oculares que podem levar a perda da visão, pois a armação e as lentes do comércio popular ilegal não têm a mesma procedência e garantia que as óticas oferecem", explica o executivo.

Em tempos de crise, a preferência por óculos pirateados tende a aumentar entre os brasileiros. Nos últimos dez anos, os órgãos fiscalizadores apreenderam mais de 80 milhões de unidades de produtos ópticos falsificados, de acordo com a ABIÓPTICA. "É fácil entender o motivo. Com pouco dinheiro no bolso, o consumidor abre mão da qualidade para ter o seu acessório, ainda que falsificado, mas se esquece que o material destes itens é frágil, pode descascar e quebrar. Ou seja, as perdas são enormes para todos, principalmente para quem utiliza o objeto", analisa Diniz.

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 - www.ibefrio.org.br / www.cursosibefrio.org.br

BIÊNIO 2017/2019 - IBEF RIO DE JANEIRO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente - *José Carlos Monteiro*

Vice-presidente - *Márcio João de Andrade Fortes*

Membros - *José Octávio Vianello de Mello, Jorge Saul Doctorovich, Manuel Fernandes Rodrigues de Souza, Ricardo Emmanuel Vieira Coelho, Roberto da Cunha Castello Branco, Sérgio Burrowes Raposo e Thomas Klien.*

DIRETORIA VOGAL

Consultar em: *www.ibefrio.org.br/secoes/page/64/Diretoria-Vogal*

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente - *Ricardo Emmanuel Vieira Coelho*
1º Vice-presidente - *Gustavo Damázio de Noronha*
Vice-presidentes - *José Domingos Vargas, Mônica Oliveira Costa Pinto Bendia, Patrício Roche e Sérgio Burrowes Raposo.*
Secretário Geral - *Marcos Chouin Varejão.*

CONSELHO FISCAL

Presidente - *José Carlos Fardim*

Membros - *Claudio Roberto Contador e Luiz Affonso Neiva Romano*

Suplentes - *Aldo Henrique Ramos, Gustavo Tavares da Cunha Mello e Paulo Sérgio Costa Lima Marques.*

Revista IBEF

Conselho Editorial
Eduardo Facó Lemgruber, Henrique Luz, João Paulo dos Reis Velloso, José Gandelman, Márcio Fortes, Marcos Chouin Varejão, Merval Pereira, Nilton Molina, Roberto Lima Netto, Sidney Rezende, Theophilo de Azeredo Santos e Valmar Paes

Editor Responsável
Eduardo Cantidiano

Jornalista
Vilma Goulart (MTB 18585)

Distribuição
Simone Lira

Programação Visual
Red Design Comunicação

Fotos
Banco de imagens Red Design
Embraer - Tereza Sobreira

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

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.

Intervenção do RJ recebe doação de materiais não letais

Condor oferece o equivalente a R$ 2,4 milhões em equipamentos

Como demonstração do seu apoio à intervenção federal na Segurança do Rio, a Condor Tecnologias Não Letais, sediada em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, doou o equivalente a R$ 2,4 milhões em materiais diversos fabricados pela empresa. Ao todo, foram 16.500 itens doados.

Entre eles, estão um kit com 10 armas elétricas modelo Spark; munições de borracha; granadas de gás lacrimogêneo; sprays de pimenta, além de 10 lançadores calibre 40 mm de munições não letais. Todo o material é rastreável, pois contém um chip, O I-REF, inviolável e indestrutível, mesmo após a sua detonação, no caso das granadas. Trata-se de uma inovação tecnológica recente da empresa.

A cerimônia aconteceu no Centro Integrado de Comando e Controle (CICC), sede da intervenção, na Cidade Nova, Centro do Rio, e contou com a presença do interventor, general Braga Netto. A entrega foi feita pelo presidente da Condor, Carlos Erane Aguiar, que também é presidente do Sindicato das Indústrias de Materiais de Defesa (SIMDE) e pelo presidente da Associação Brasileira de Materiais de Defesa (ABIMDE), Frederico Aguiar, conselheiro estratégico da Condor.

Em seu discurso, Carlos Erane destacou a importância de a intervenção dar certo. “Mais que um apoio ao Estado do Rio de Janeiro, queremos apoiar essa inédita e desafiadora experiência que enche de esperança todo o Brasil, certo que aqui teremos um laboratório para extrair ações positivas para o nosso país. Tenho repetido em todos os lugares que a Segurança é requisito básico

para o desenvolvimento econômico e social”, disse ele.

O general Braga Neto viu no gesto de doação uma demonstração do apoio e sinergia da indústria nacional de Defesa e Segurança em relação à intervenção e que vem “em excelente hora”.

No momento em que existe um forte debate sobre formas de financiar a Segurança Pública, Carlos Erane aproveitou para lembrar, em seu discurso, sobre o contrassenso que existe em se cobrar impostos em vendas para as forças de segurança pública. “Os produtos que estão aqui nessa mesa são taxados em até 40% quando vendidos para as polícias, e isso eleva o custo do produto e diminui a capacidade de aquisição”. Esta é uma das principais reinvindicações da indústria nacional, há anos, principalmente porque produtos importados não sofrem essa taxação.

Também participaram da entrega dos materiais o comandante-geral da Polícia Militar, coronel Luís Claudio Laviano; o chefe de Polícia Civil, Rivaldo Barbosa; o assessor de Relações Institucionais do GIF, general Sérgio.

Experiência = Eficácia

BRANCO

www.brancoconsultores.com

BRANCO CONSULTORES TRIBUTÁRIOS COLABORA COM A ANDERSEN GLOBAL NO BRASIL

- CONSULTORIA TRIBUTÁRIA
- ASSESSORIA JURÍDICA TRIBUTÁRIA
- PERÍCIAS CONTÁBEIS

RIO DE JANEIRO
Rua da Assembléia, 77 - 12º andar
Centro - Rio de Janeiro
CEP 20.011-001
Tel.: 21 3231 5900
Fax: 21 2531 9388

SÃO PAULO
Rua Vergueiro, 2087 - Cj. 101
Vila Mariana - São Paulo
CEP 04.101-000
Tel.: 11 5087 8910
Fax: 11 5087 8810

Chegou o novo App PwC BR

mcgarrybowen

Conteúdo, informação, calendário de eventos e novidades sobre a PwC e o mundo dos negócios no mesmo lugar.

Tenha acesso a materiais e pesquisas nacionais e globais da PwC de acordo com assuntos do seu interesse e fique por dentro da agenda dos principais eventos: confira o perfil dos convidados e palestrantes, confirme sua presença pelo app e conecte-se com outros participantes.

Baixe o App PwC BR e fique por dentro das novas leituras do mundo dos negócios.

Baixar na App Store

DISPONÍVEL NO Google Play

pwc

Um novo jeito de ler o mundo.

www.pwc.com.br/aplicativos

PwC Brasil @PwCBrasil @pwcbrasil PwC Brasil PwCBrasil

© 2018 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados. Proibida a distribuição sem a prévia autorização da PwC. O termo "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. de firmas membro da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto determina, a cada uma das firmas membro participantes da rede da PwC. Cada firma membro da rede constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure