REVISTA

IBEF®

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO XV - NÚMERO 78 - BIMESTRAL - 2019
www.ibefrio.org.br

Phillipe Donnet
CEO da Generali

Fernando Potsch: as energias renováveis em 2019

Maurício Bernis: um novo ano, início de um novo ciclo

Carlos Alberto Gonçalves: a evolução transformando a indústria

Euclides Penedo Borges: vinhos argentinos com alma brasileira

Estante: Unesp lança dicionário de segurança e defesa

IBEF
Rio de Janeiro

Experiência = Eficácia

BRANCO

www.brancoconsultores.com

Corp Services Group

- CONSULTORIA TRIBUTÁRIA
- ASSESSORIA JURÍDICA TRIBUTÁRIA
- PERÍCIAS CONTÁBEIS

RIO DE JANEIRO (NOVO ENDEREÇO)
Avenida das Américas, 3434
Bloco 4 - Salas 311 e 312
Condomínio Henrique Simonsen
Barra da Tijuca - Rio de Janeiro - RJ
CEP 22.640-102
Tel.: 21 32315900

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

Editorial

Efeito presidente Bolsonaro

O IBEF parabeniza o novo presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, eleito com apoio de 39,3 % do eleitorado, o que representa 57,7 milhões de votos de um total de 115,8 milhões de eleitores que compareceram às urnas.

A destacar ainda o seu ministério, composto de técnicos competentes de diversas áreas, de Sérgio Moro, ministro da Justiça, que com sua coragem e competência já prestou tantos serviços à nação, à equipe econômica, comandada pelo super ministro da Economia, o carioca Paulo Guedes.

Nos últimos anos, o brasileiro nunca esteve tão otimista: 65% dos brasileiros estão otimistas e acreditam que a situação econômica vai melhorar. Otimismo com reformas leva Ibovespa a recordes, nesse início de ano.

A **Revista IBEF** chega ao primeiro número de 2019 trazendo assuntos que irão contribuir para a retomada desse crescimento econômico do Brasil, tão importante para todos nós.

Boa leitura!

Marcos Chouin Varejão - Fevereiro 2019

Índice

EDITORIAL.....1
Marcos Varejão

CAPA.....2
Phillipe Donnet - Generali 2021: reunindo forças para acelerar o crescimento

INTERNACIONAL.....4
Presidente da Amcham: "A superproteção brasileira não afeta só empresas americanas...".

OPINIÃO.....5
Fernando Potsch - As energias renováveis em 2019.

ECONOMIA.....6
Marcelo Godinho: a maturidade das empresas brasileiras para a transformação digital.

OPINIÃO.....8
Maurício Bernis: 2019 – Início de um novo ciclo!

OPINIÃO.....9
Carlos Alberto Xavier Gonçalves: a evolução dirigida de Frances Arnold transformando a indústria.

NACIONAL.....10
Cinco principais tendências nas empresas para 2019.

INTERNACIONAL.....12
China: aceitando menor crescimento em 2019.

NACIONAL.....13
MAM SP inicia o ano com exposição "Novas Aquisições"

NACIONAL.....14
Títulos de dívida corporativa crescem 34% em 2018.

INTERNACIONAL.....15
Demanda doméstica deve manter o setor siderúrgico aquecido em 2019.

NACIONAL.....16
Heineken divulga resultados de experimento.

NACIONAL.....18
PIB per capita municipal do Rio de Janeiro seria 7,5% menor sem os Jogos Olímpicos de 2016.

INTERNACIONAL.....19
Ranking das maiores empresas do mundo.

NACIONAL.....20
Eurofarma lança medicamento inovador para combater a obesidade no Brasil e mais 17 países.

OPINIÃO.....21
Marcelo Tertuliano: o líder precisa ser bom comunicador?

OPINIÃO.....22
Douglas Palma: o pulo do gato que falta à reparação automotiva.

INTERNACIONAL.....23
Daimler Trucks vende mais de 500.000 caminhões em 2018.

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

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

INTERNACIONAL.....28
Pesquisa revela que 20 milhões de jovens não estudam, nem trabalham na América Latina.

NACIONAL.....29
FEBRABAN lança livro para reduzir juros.

NACIONAL.....30
PAG! É a 1ª instituição não bancária a lançar cartão de débito na América Latina.

OPINIÃO.....32
Euclides Borges: vinhos argentinos com alma brasileira.

OPINIÃO.....34
Luciano Rodrigues: portabilidade de carência passará a valer para plano de saúde empresarial.

NACIONAL.....35
Lopes Machado - BKR Auditores realizou XXII Fórum de Debates com perspectivas para 2019.

OPINIÃO.....36
Nicholas Gontijo Alexander: carta aberta à esquerda.

NACIONAL.....37
Especialistas divergem sobre nova lei do distrato.

JURISPRUDÊNCIA.....38
Projeto-piloto realiza 380 audiências de conciliação.

NACIONAL.....40
Empresários planejam investir mais, constata Boa Vista SCPC.

Generali 2021: reunindo forças para acelerar o crescimento

Generali revela novo plano estratégico de três anos para investidores

O Conselho de Administração da Assicurazioni Generali S.p.A ("Generali" ou o "Grupo"), presidido por Gabriele Galateri di Genola, aprovou o novo plano estratégico de três anos da Generali, o Generali 2021: Reunindo Forças para Acelerar o Crescimento.

O plano está alinhado à ambição declarada do Grupo de ser um parceiro vitalício para os clientes, oferecendo soluções inovadoras e personalizadas graças à sua rede de distribuição inigualável. Sua meta é liderar o setor europeu de seguros para pessoas físicas, profissionais e PMEs, construindo uma plataforma global concentrada em gestão de ativos e buscando oportunidades em mercados de alto potencial.

A Generali hoje é líder em seguros na Europa, com 63 bilhões de euros em prêmios e tem a capacidade de alavancar uma poderosa rede de distribuição que inclui mais de 150 mil agentes e vendedores em seus principais mercados. Após uma completa e bem-sucedida recuperação financeira (2012-2015) e operacional (2016-2018), a Generali apresentou o melhor desempenho técnico e operacional, alcançando um índice combinado de P&C de 92,8% e uma margem de novos negócios em seguro de Vida de 39,2% em 2017. A Generali também lançou com sucesso uma estratégia concentrada em gestão de ativos em 2017, com 487 bilhões de euros em Ativos Sob Gestão. A Generali está no caminho certo para alcançar todas as metas financeiras e industriais para 2018.

A estratégia Generali 2021 continuará a evolução dos negócios e está centrada em torno de quatro principais convicções diferenciadoras:

- Os mercados de seguros europeus continuarão atraentes. A alta acumulação de recursos privados apoiará a venda de produtos de Vida e Gestão de Ativos, enquanto as tendências demográficas e a redução nos gastos públicos impulsionarão o desenvolvimento de serviços de aposentadoria, saúde e bem-estar.
- Os mercados de Varejo e PME estão impulsionando o crescimento rentável. Os clientes de varejo desempenharão um papel fundamental nos negócios de seguros futuros, ao passo que o segmento de pequenas e médias empresas é uma oportunidade essencial nos mercados centrais, como a Itália e a Alemanha.
- Uma oferta integrada de Seguros e Gestão de Ativos é fundamental para os clientes em todo o mundo. Os clientes estão buscando produtos integrados de Vida e Gestão de Ativos para proteger e aumentar seus ativos, à medida que mudanças macro e demográficas estão aumentando a demanda por soluções inovadoras de P&C e Saúde. Essa integração reflete a mudança do foco de "produtos" para "clientes" e de "proteção e indenização" para "prevenção e manutenção".
- Distribuição física fortalecida e não substituída por plataformas digitais. As redes de distribuição física continuarão sendo uma vantagem competitiva no setor, uma vez que são cada vez mais habilitadas por ferramentas digitais, o que permitirá maior satisfação do cliente, produtividade e eficiências.

Comentando o anúncio, o CEO do Grupo Generali Philippe Donnet afirmou que: "Hoje, a Generali revela uma estratégia ambiciosa – o Generali 2021 – que acelerará o crescimento do Grupo e entregará retornos superiores aos nossos acionistas. A nossa principal ambição é tornar-se um parceiro vitalício para os nossos clientes, oferecendo soluções inovadoras e personalizadas graças a uma inigualável rede de distribuição.

"Essa visão estratégica clara e diferenciada nos fortalece para consolidarmos a liderança na Europa em clientes de varejo e de pequenas e médias empresas, expandir operações em mercados de alto potencial e desenvolver uma plataforma global de gestão de ativos. Ao mesmo tempo, a Generali continuará se concentrando em gerar e gerenciar capital para financiar oportunidades de crescimento em mercados-chave e impulsionar a inovação e a transformação digital onde quer que operemos. Graças a este conjunto de ações, a Generali alcançará entre 6 e 8% de crescimento médio anual de lucro por ação ao longo do horizonte do plano.

"Estamos ansiosos para implementar este novo plano estratégico, sabendo que o nosso histórico de entrega, impulsionado por nossos talentosos colegas e sustentado por nossa forte marca e cultura de sustentabilidade a longo prazo, garantirá seu sucesso."

Como parte do Generali 2021, o Grupo está empenhado em entregar Lucro Crescente por Ação, com uma meta de Taxa de Crescimento Anual Composta de 6% a 8% para o período 2018-21. Haverá uma série de fatores positivos para essa meta, incluindo maior rentabilidade principal dos negócios de seguros e gestão de ativos da Generali, maior eficiência com uma meta adicional de redução de despesas de 200 milhões de euros em mercados maduros até 2021, gerenciamento ativo de despesas de juros e redistribuição de capital para apoiar iniciativas de crescimento rentável.

A Generali também está empenhada em entregar retornos mais altos aos acionistas por meio de um dividendo sustentável e crescente, apoiado por uma meta de remuneração de 55% a 65% durante o período do plano. A rentabilidade atraente será entregue através de um retorno médio das ações pretendido de mais de 11,5%.

O Generali 2021 será apoiado por três facilitadores-chave que conduzirão a execução do plano:

- Capacitar pessoas para o futuro. A Generali continuará promovendo uma cultura inovadora e centrada no cliente, capacitando líderes globais e talentos diversos. Operando como uma organização ágil e adaptável, com 100% de *smart work*, a Generali ajudará a equipe a adquirir novas habilidades digitais (meta de 50% até 2021), premiando a excelência e a criação de valor sustentável.
- Nova promessa da marca. A Generali garantirá uma experiência da marca consistente e diferenciada, construída em torno da promessa de se tornar um parceiro vitalício para seus clientes. A Generali tem como objetivo o melhor Net Promoter Score de relacionamento entre os participantes internacionais europeus.
- Compromisso contínuo com a sustentabilidade. O Generali 2021 está alinhado com os compromissos de sustentabilidade do Grupo, que também se compromete a cultivar produtos verdes e sociais de varejo de 7 a 9% e alocar 4,5 bilhões de euros para investimentos verdes e sustentáveis até 2021. As principais iniciativas com forte presença em sustentabilidade incluem um esquema de Consumidor Responsável e os prêmios Enterprize para PMEs sustentáveis.

GENERALI 2021 – RESUMO DA ESTRATÉGIA

O Generali 2021 baseia-se em três pilares estratégicos que incluem iniciativas a fim de contribuir para o alcance das metas financeiras do Grupo:

1º PILAR – Crescimento Rentável

Fortalecer a liderança na europa: consolidar a posição nº 1

- Consolidar a liderança na Itália e na Alemanha
- Promover uma recuperação bem-sucedida na França
- Invista em mercados e segmentos em crescimento (Europa Central e Oriental, saúde, benefícios, assistência)
- Lançar novos empreendimentos

Foco em marcados de seguro de alto potencial: taxa de crescimento anual composta de 15% a 25% em lucro 2018- 21

- Entregar crescimento rentável na Ásia e América Latina
- Atualizar a oferta do segmento de PME
- Aumentar as capacidades de benefícios trabalhistas
- Desenvolver proposição de serviço de seguro com valor agregado

Desenvolver uma plataforma global de gestão de ativos: taxa de crescimento anual composta de 15% a 20% em lucro 2018-21

- Torne-se uma franquia global a partir de uma forte base europeia
- Continuar expandindo a plataforma de produtos multilojas
- Investir em distribuição e marketing
- Acelerar a expansão com aquisições disciplinadas

2º PILAR - Gestão de Capital e Otimização Financeira

Aumentar a geração de capital: > geração de capital acumulada de 10,5 bilhões de euros em 2019-21

- Melhorar a participação de produtos Vida com menores níveis de investimento
- Aumentar as receitas baseadas em taxas e negócios de P&C, saúde e proteção
- Implantar estratégia de alocação de capital ativo para maximizar o Retorno sobre o Capital Empregado

Aprimorar a remessa de dinheiro: +35% do dinheiro acumulado enviado para a holding 2019-21

- Melhorar a geração de caixa em entidades operacionais
- Aumentar o nível de remessas de capital fungível para a *holding*

Reduzir o nível da dívida e o custo: redução da dívida de 1,5 a 2,0 bilhões de euros até 2021; redução de 70 a 140 milhões de euros em despesa de juros bruta anual até 2021

- Redução na quantidade física de dívidas em geral
- Redução no custo de financiamento contínuo

3º PILAR – Inovação e Transformação Digital

C. Iniciativas internas estratégicas de investimento total de 1 bilhão de euros 2019-21 tornar-se um parceiro vitalício para os clientes

- Oferecer flexibilidade maximizada por meio da oferta modular de produtos
- Expandir a cobertura da proposta de assistência abrangente 24 horas por dia, 7 dias por semana
- Dar suporte aos clientes com consultoria 360°

Permitir a transformação digital da distribuição

- Lançar a plataforma de mobilidade por toda a Europa
- Desenvolver ecossistemas B2B2C
- Digitalizar o relacionamento entre agente e cliente

TRANSFORMAR E DIGITALIZAR O MODELO OPERACIONAL

- Continuar a simplificação do processo e da organização
- Aumentar a automação e a inteligência artificial em operações essenciais
- Aumentar a participação de políticas digitais de ponta a ponta

A Generali é um grupo italiano independente com forte presença internacional. Fundado em 1831, está entre uma das maiores companhias de seguro do mundo, presente em mais de 60 países e faturamento acima dos € 68 bilhões em 2017. Com quase 71 mil funcionários e 57 milhões de clientes, o Grupo é líder na Europa Ocidental e, cada vez mais, ganha presença nos mercados da Europa Oriental, Central e Ásia. Em 2017, o Grupo Generali entrou no ranking das companhias mais sustentáveis no mundo pela Corporate Knights.

Presidente da Amcham: "A superproteção brasileira não afeta só empresas americanas, mas a competitividade de todos que produzem aqui"

Hélio Magalhães comanda a maior Câmara Americana, entre 114 existentes fora dos EUA, comenta a declaração de Trump sobre o Brasil ser um país 'duro' com empresas americanas

Assim como presidente Donald Trump, os empresários brasileiros enxergam dificuldade em fazer negócios globalmente a partir do país. Em pesquisa Amcham com 130 diretores de multinacionais e empresas brasileiras, sobre a principal barreira à integração e inserção do Brasil nas cadeias globais de valor, 31% apontaram a insegurança jurídica e normativa para investimentos como principal obstáculo. Em seguida, vieram os custos poucos competitivos (27%), falta de acordos comerciais ou de investimento (25%), ausência de estímulos à internacionalização de empresas e financiamento e garantia às exportações (13%).

"Precisamos escolher um líder que priorize a inserção do Brasil nas cadeias globais de valor como uma estratégia para o médio e longo prazo, além da desburocratização do comércio. Observamos que, apesar dos riscos evidentes e crescentes, esses temas ainda aparecem de forma tímida nas discussões da nossa politica interna", argumenta Hélio Magalhães, presidente do Conselho da Amcham Brasil, a maior Câmara Americana, entre 114 existentes fora dos EUA.

Ainda na pesquisa da Amcham realizada em junho deste ano, 56% dos empresários gostariam de observar um governo brasileiro com uma postura mais ativa de diálogo na relação bilateral Brasil-EUA, se comprometendo com um horizonte de negociação mais concreto com os Estados Unidos. Para 33%, o diálogo já deveria ser intensificado no curto prazo, de forma a evitar possíveis novas sobretaxas.

Na visão da Amcham, a eleição de outubro é a chance de reverter este cenário de baixa participação brasileira no comércio internacional. A entidade vem realizando um trabalho de influência na agenda dos principais candidatos à presidência. As propostas recebidas pelos candidatos foram dividas em quatro pilares de atuação: Segurança Jurídica e Atração de Investimentos, Modernização do Sistema Tributário, Integração do Brasil nas Cadeias Globais de Valor e Fortalecimento da Relação Bilateral Brasil – Estados Unidos.

Hélio Magalhães destaca como "positivo" o comentário de Trump sobre o fato de nenhum presidente americano tentar negociar com o Brasil. "O ponto positivo é esse aceno para uma conversa. E não estou discutindo se ele está certo ou errado", reitera. Um papel mais forte nas negociações globais depende do país melhorar a competitividade aqui dentro, afirma o executivo. "Seria ótimo se o novo governo pudesse iniciar a discussão sobre um acordo comercial. Se Trump estiver disponível, a Amcham fará todo esforço para facilitar essa conversa entre o governo americano e o brasileiro."

Mercado interno super protegido

O presidente do conselho da Amcham (Câmara Americana de Comércio), Hélio Magalhães, discorda de Trump sobre o Brasil ser difícil nas negociações. "Não é que nós negociamos de uma forma mais dura. A questão é que o Brasil é um país que sempre protegeu a produção interna. Isso, que não é nenhuma novidade, afeta igualmente todos que produzem em solo brasileiro."

O anúncio nos EUA de um novo acordo de livre-comércio entre EUA, Canadá e México acabou servindo de oportunidade para o presidente americano, Donald Trump, alfinetar o Brasil e sua política comercial. Ao dizer a um jornalista que a Índia cobra "tarifas tremendas" dos EUA, Trump acrescentou que "o Brasil é outro caso. Eles cobram de nós o que querem. Se você perguntar a algumas empresas, elas dirão que o Brasil está entre os mais duros do mundo (em comércio exterior), talvez o mais duro".

Para Hélio Magalhães, entre os principais problemas do ambiente de negócio brasileiro estão a elevada carga tributária e o excesso de burocracia, impactando não somente as empresas americanas. "É um ambiente muito complexo, pouco favorável aos negócios, com alta carga tributária, instabilidade jurídica, corrupção que encarece (as transações), ineficiência da mão de obra e baixa qualidade dos serviços públicos. Além disso, temos poucos acordos comerciais. Mas não faz sentido dizer que o Brasil trata mal as empresas americanas. Todas são tratadas da mesma maneira", comenta o presidente do Conselho da Amcham Brasil, que reúne mais de 5 mil empresas, sendo 85% delas brasileiras.

Informações e pedidos de entrevistas com Dirceu Pinto (11) 9.5322-9821/5180-3970 ou imprensa@amchambrasil.com.br/dirceu.neto@amchambrasil.com.br

As energias renováveis em 2019

Fernando Potsch*

Os desafios do setor de petróleo, gás e energia

"E não sabendo que era impossível, foi lá e fez" - anônimo

O ano de 2019 para os brasileiros inicia sua trajetória repleto de energias renováveis. O destaque vai para a mudança de governo que abre para todos nós – eleitores ou não dos novos governantes – amplas possibilidades de realizações.

O desafio é enorme e a máxima de Raul Seixas "sonho que se sonha só, é sonho que se sonha só. Sonho que se sonha junto é realidade" deve ser parte determinante de todas as relações que serão construídas nesse momento histórico. Não se pode mudar o passado, mas as inteligências coletivas são suficientes para pavimentar um futuro radiante!

Mais do que nunca, esse ano exigirá um novo mindset para alcançar agilidade organizacional e a criação de valor contínuo, em um mundo em que a efemeridade é única certeza. É necessário novas subjetividades que além de gerirem essas mudanças, sejam capazes de prosperar com ela.

Em períodos de grandes transformações, os ventos favoráveis nem sempre levam a caminhos estáveis e portos seguros. Os desafios anunciados diante do tsunami de novidades podem ser mitigados com criações inusitadas e conhecimentos diferenciados.

É preciso coragem para abocanhar o novo, destruir para construir, adequar o olhar e entender que nesse exato momento temos todas as ferramentas necessárias para garantir a implantação de projetos inimagináveis. Mas mudar de atitude, quebrar paradigmas, aventurar-se em atividades exponenciais exigirá coração de criança que sistematicamente questiona o inquestionável. Inova sempre!

Superar os desafios do setor de Petróleo, Gás e Energia em 2019 significa pavimentar estradas para a geração de emprego e renda através da implantação dos projetos estruturantes vitais para a competitividade de nosso mercado.

A maior parte da agenda da indústria petrolífera foi atendida durante o último governo, como a revisão da política de conteúdo local, a extensão do Repetro, o fim do operador único no pré-sal e o estabelecimento de cronograma plurianual de leilões de áreas exploratórias.

Aprovar o cronograma fixo de rodadas de licitação sob contratos de concessão e compartilhamento de produção - o mercado já trabalha com os leilões da 6a Rodada do pré-sal e a 16a Rodada de licitações de áreas de concessão, pré-aprovados pelo CNPE para 2019, além dos ajustes de conteúdo local, assim como, estabelecer incentivos para pequenas empresas são importantes temas a serem superados em 2019.

Outro ponto de destaque é plano de investimentos 2019-2024 com valores previstos de US$ 80 bilhões que tem como um de seus principais desafios colocar a empresa no patamar da nova economia digital através da implantação da diretriz Estratégica Transformação Digital: Geração de valor através da implantação de soluções digitais - Automação, Big Data, Computação nas Nuvens; Inteligência Artificial; High Performance Computing - na gestão de processos geológicos.

O Ministério de Minas e Energia terá a tarefa de continuar os estudos sobre a melhor forma de abrir os mercados brasileiros de combustível e gás natural à concorrência. Ampliar a participação de companhias internacionais nas atividades de refino, distribuição, logística e transporte. Dar continuidade as reformas estruturais que atraíram investimentos das grandes empresas internacionais do setor der Oil & Gas.

Dentre os grandes desafios do setor de Oil & Gas está a agenda da nova matriz energética mundial voltada para as energias renováveis. Enfrentar esse dilema e definir os melhores caminhos para que as empresas de Petróleo de hoje sejam as empresas de energias de amanhã, é desafio permanente de todos os atores envolvidos no setor de petróleo.

Conhecer como as principais empresas desse setor estão construindo caminhos sustentáveis através de inovações incrementais e disruptivas são os principais objetivos do XIV FORUM IBEF OIL, GAS & ENERGY 2019 denominado The Renewable Energies of the Oil and Gas Sector: Technology Building a Sustainable Future.

Psicólogo, Mestre em Ciência da Comunicação/ECA/USP, Pós Graduando em Web Intelligence & Digital Ambience do Centro de Referência em Inteligência Empresarial/CRIE/COPPE/UFRJ. Sócio Diretor da Maintrends Inteligência de Mercado e Coordenador do Portal Fornecedor & Negócios. Empreendedor e mentor de startups e negócios inovadores. Professor/ Instrutor nas áreas de marketing, inovação e estratégia. Diretor de Oil & Gas do IBEF-Rio, Coordenador do Fórum IBEF de Petróleo, Gás e Energia (fpotsch@maintrends.com.br).

A maturidade das empresas brasileiras para a transformação digital

*Marcelo Godinho**

Assunto mais do que presente nas grandes empresas, a transformação digital ainda gera dúvidas em relação à maturidade das companhias para receber e implantar as mudanças que estão por vir. Isso porque muitos processos precisam ser revistos, tendo como ponto de partida o interesse em incluir a inovação na estratégia organizacional, passando pelo ajuste dos negócios, até o desenvolvimento de talentos.

A grande maioria das empresas movimenta-se para aproveitar a oportunidade e também enfrentar a "tempestade" do momento ainda indefinido. A iniciativa mais frequente é o incremento tecnológico: a aquisição de novas ferramentas para viabilizar processos cada vez mais eficientes.

Entretanto, o mais difícil é vislumbrar o alcance da mudança e o caminho a percorrer. Por trás de toda essa modernização, existe uma nova maneira de se fazer negócios. A tecnologia em si não é uma revolução, mas apenas a facilitadora de um processo revolucionário que se manifesta, de forma mais profunda, em toda a cadeia de valor ligada às atividades das empresas.

Estudo realizado pela consultoria EY com 74 companhias de quatro regiões do Brasil verificou a consciência das organizações sobre o impacto da transformação digital nas suas atividades. O mais curioso é que, apesar de terem ciência de que a mudança é inevitável, ainda falta conhecimento sobre o tema, espaço na agenda da gestão e preparação dos colaboradores e líderes.

De acordo com o levantamento, 75% dos executivos reconhecem o potencial disruptivo da inovação, mas apenas 28% sabem seu real impacto nos negócios. Por outro lado, 79% dos CEOs acreditam que essa mudança deve ser encarada como uma oportunidade, embora só 27% das organizações promova uma cultura favorável à inovação.

A redução do quadro de funcionários devido à automação também foi tema de destaque: 51% das empresas que participaram do levantamento afirmaram já ter esse movimento mapeado para os próximos anos, enquanto 64% pretendem contratar nesse contexto de inovação e transformação digital. Contudo, o contraditório é que 84% das organizações não têm programas de atração de talentos e habilidades digitais e 45% delas não oferecem treinamento aos colaboradores para desenvolver essas capacidades.

Para reduzir o gap, as organizações precisam mensurar seus resultados e disseminar o conceito de transformação digital entre os profissionais, no longo prazo. O primeiro passo é entender que a tecnologia é só a superfície do processo de transformação. Sem visão ampla, o cerne da transformação, que está nos modelos de negócios, se perde. Para isso, é necessário que os líderes entendam e tratem essa tendência como ações prioritárias – e não paliativas – poupando tempo e recursos.

Outra questão que precisa ser levada a sério é o tempo da transformação digital. Em alguns casos, medidas muito precipitadas podem causar o efeito contrário e estagnar todo o processo dentro da organização. Um ótimo exemplo disso são as aquisições de startups revolucionárias que sofrem com o choque da cultura tradicional. Parcerias e espaços de cocriação têm mais efetividade – desde que não terceirizem a inovação.

Dedicar investimentos em inovação só para reduzir custos e aumentar eficiência mantém os negócios "presos" ao presente. Novos concorrentes surgem e o consumidor muda o tempo todo. O centro da estratégia é se antecipar. É importante ter em mente que, nesse caso, o curto prazo pode ser uma prisão ou um retrocesso.

A inovação é intrínseca à transformação digital, daí a importância de ter consciência de que ela não é um surto criativo. O processo tem que ser estruturado, com equipes específicas dedicadas e métricas de desempenho. O ideal é manter autonomia e proximidade com a estratégia e a tomada de decisões, além de ter sempre em mente o que pode ser um risco. É possível estabelecer a inovação como uma prática formal, que possibilite medir os resultados desses esforços e também disseminar sua lógica entre todos os profissionais, a partir de novas abordagens de capacitação e de comunicação.

Tendo em mente as maneiras de aproveitar as possibilidades no melhor tempo possível, é hora de pensar nos recursos humanos. A Era da Transformação toma todos de assalto – e muitos candidatos à liderança, já considerados aptos, podem não ter o ritmo necessário. É preciso que desenvolvam, de forma estratégica, novas competências. Atualmente, cargos e funções já desaparecem, trocados por robôs e Inteligência Artificial (AI). Pessoas, porém, seguem como o principal ativo de uma empresa. Para elas, já despontam novas funções – que podem demandar outros perfis.

Assim como em outras áreas da vida, a verdadeira mudança na Era da Transformação também acontece de dentro para fora. A falta de iniciativas de desenvolvimento adequado às novas demandas e barreiras da cultura organizacional atrasam o processo. É preciso que novas abordagens de capacitação e estímulo sejam criadas e oferecidas para "evangelizar" todos.
E como fazer isso se o modelo comum e tradicional de ensino - em sua grande maioria - não atende à Era da Transformação? Como aqui tudo muda de maneira muito rápida, é preciso uma abordagem fragmentada, particularizada, focada em habilidades e na compreensão de "como", não de "o quê".

É importante perceber que as empresas não estão paradas, esperando ser engolidas pela Era da Transformação. Mas é preciso reforçar que não será possível quebrar o paradigma se os esforços se concentrarem apenas nas necessidades mais imediatas. A reinvenção do negócio deve estar no centro da estratégia, sob o risco de as empresas se tornarem irrelevantes em um futuro não tão distante.

Saiba mais em ey.com.br/estudotransformacao

** Sócio-líder de consultoria para gestão de pessoas da EY Brasil.*

EY
Building a better working world

Na Era da Transformação, você compete ou colabora?

Cooperação é um dos caminhos da inovação para as empresas brasileiras.

Confira mais descobertas em ey.com.br/estudotransformacao

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

© 2019 EYGM Limited. Todos os direitos reservados.

2019 – Início de um novo ciclo!

*Maurício Bernis**

Desde 1982 que os planetas Saturno e Plutão não se "encontram" numa mesma longitude celeste, ou, como se diz em Astrologia, uma conjunção!

De outubro de 1981 até outubro de 1983 esses dois astros estavam em conjunção, marcando o início de um ciclo que se concluiu em 2018, porque, de janeiro de 2019 até dezembro de 2020 novamente eles estão em conjunção e, portanto, iniciando mais um ciclo.

Os ciclos astrológicos, quando aplicados às análises econômicas são bastante interessantes, pois marcam, no tempo, relevantes viradas.

Aqueles que acompanham os índices econômicos sabem que em 1981 o Brasil viveu um "fundo do poço" em termos de produção industrial e, consequentemente nos índices da economia como um todo.

Era também o fim do regime militar, dando início a um ciclo de civis eleitos para Presidência da República. Olhando por esta ótica, fica mais fácil de entender o momento que o Brasil está vivendo, com um novo governo, em que o número de militares é bem grande e em que o rumo da economia muda de direção.

Caminhávamos em direção à esquerda e agora caminhamos em direção à direita, politica e economicamente.

Em outro artigo farei a análise política, concentrando-me neste com o foco na economia e nos mercados.

Saturno está associado a estruturação e Plutão à transformação. Por isso, o ciclo destes planetas traz mudanças tão radicais, tão fortes e que mexem profundamente com as pessoas. É sempre um tempo de provações e de necessidades de eliminação daquilo que não está funcionando.

O ciclo completo tem 36 anos, portanto, cada fase dura 9 anos e cada subfase dura 4,5 anos. Assim, a subfase final deste ciclo aconteceu de meados de 2013 até o final de 2018, pondo fim a um direcionamento que havia se estabelecido desde 1982. Esses momentos finais do ciclo são historicamente períodos difíceis para a economia e, de certa forma, para as pessoas em geral. Assim foi de 1979 até 1983, de 1942 a 1946 e nos períodos anteriores também.

> ***"...é tempo de investir, de acreditar que há uma nova possibilidade acontecendo, a despeito de preferências políticas ou ideológicas."***

Em contrapartida, o início destes ciclos é evidenciado por uma significativa melhoria na economia como um todo, com um processo de reestruturação que logo traz resultados concretos, no âmbito da infraestrutura, da indústria de base e da construção civil, ou seja, dos pilares da economia e do emprego.

Plutão é especialmente associado às riquezas do subsolo, de forma que os setores ligados à mineração e petróleo estarão em alta neste início de novo ciclo, desde 2019.

Essa mesma onda de crescimento será observada nas Bolsas, pois os reflexos de uma nova economia se farão presentes.

Portanto, é tempo de investir, de acreditar que há uma nova possibilidade acontecendo, a despeito de preferências políticas ou ideológicas.

Tenho dito em minhas palestras que minhas análises pautam-se pelas premissas da "lógica dos astros" e não pela lógica das ideias. Não chego a minhas conclusões com base em ideologia e sim em Astrologia!

Felicidades para todos nós!

Consultor astrológico empresarial desde 1989. Formado em Engenharia, com especialização em Planejamento e Estratégia de negócios.

A evolução dirigida de Frances Arnold transformando a indústria

*Carlos Alberto Xavier Gonçalves**

A tela do computador ou do celular em que você lê este texto neste momento, assim como os semicondutores presentes em seus componentes internos, contêm, em sua constituição, moléculas nas quais estão presentes certas ligações químicas bastante raras na natureza, mas muito úteis na indústria: as ligações entre átomos de carbono e de silício. Encontradas também em muitos outros setores econômicos, como em fármacos, compostos adesivos, tinturas e repelentes, as ligações carbono-silício são bastante complicadas de serem produzidas sinteticamente, em geral envolvendo o uso de solventes tóxicos e de metais pesados. Mas se depender de Frances Arnold, co-laureada com o Prêmio Nobel de Química de 2018, a indústria está prestes a deixar esses tempos para trás. A pesquisadora, que ocupa o cargo de Professora Linus Pauling de Engenharia Química, Bioengenharia e Bioquímica da Universidade Caltech, nos Estados Unidos, recebeu a mais alta honraria da ciência por desenvolver um revolucionário método de aprimoramento de enzimas, denominado evolução dirigida, que pode ser usado para manufaturar tudo, desde biocombustíveis até farmacêuticos.

De acordo com esta técnica, o DNA contendo a sequência para a produção de uma enzima é copiado muitas vezes, em uma reação em laboratório, por meio de um sistema que tende a induzir erros aleatórios nas cópias. Esses genes modificados são, então, inseridos em microrganismos, que utilizam sua maquinaria celular para fabricar as enzimas, que acabam sendo produzidas com "peças erradas", quando comparadas à estrutura original. O segredo está nos números. Enquanto a maior parte das cópias alteradas vai ser modificada para pior, eventualmente surgirá alguma que funcionará um pouco melhor que a enzima que já existia na natureza. O processo pode, então, ser repetido, tendo essa versão um pouco melhorada como alvo, e assim por diante, de tal forma que, ao final de algumas gerações, temos uma proteína que acumula múltiplas diferenças, se comparada à original, e capaz de desempenhar a atividade de interesse com eficiência significativamente mais alta!

A técnica foi originalmente publicada por Arnold na década de 1990 e já foi aplicada em diferentes proteínas de interesse para a indústria. Em um destes casos, a equipe da professora foi capaz de identificar, em uma bactéria que habita fontes termais submarinas na Islândia, uma enzima com baixíssima atividade de criação das ligações carbono-silício quando forçada em laboratório. Após apenas três repetições do processo de evolução dirigida, Arnold e seus colaboradores haviam obtido uma versão dessa enzima capaz de criar esse tipo de ligação química de maneira 15 vezes mais eficiente que o melhor catalisador químico conhecido, e ainda por cima com alta especificidade, em temperatura ambiente, em meio aquoso e sem depender de nenhum material tóxico.

Outras publicações recentes da cientista premiada incluem o uso da tecnologia na otimização de enzimas para o estabelecimento de ligações químicas do tipo carbono-boro e para a criação de moléculas de biciclobutano, que contêm anéis de carbono de alta energia que são bem difíceis de serem produzidos. Mas não somente o grupo de pesquisa de Arnold tem utilizado a técnica. A Merck, gigante do setor farmacêutico, fez uso do processo de evolução dirigida para criar a droga Januvia para o tratamento de diabetes, aproveitando-se da oportunidade de exploração comercial de enzimas desenvolvidas pelo método, que não foi patenteado pela inventora.

Resultado de três anos de intenso trabalho, a evolução dirigida estabelece um rompimento com o paradigma de que experimentos científicos deste tipo deveriam ser feitos somente a partir de um design racional e planejado, construídos em cima do conhecimento disponível a respeito do funcionamento das proteínas. Ainda que possam ser amparadas por softwares e métodos que permitam realizar algumas simulações dentro do universo conhecido de possibilidades, abordagens não-racionais como essa têm se mostrado alternativas muito mais economicamente viáveis para alcançar resultados eficientes ao lidar com sistemas complexos demais para serem completamente modelados.

Uma abordagem similar é a evolução dirigida de organismos, utilizada na plataforma de Biologia Sintética do Instituto Senai de Inovação Biossintéticos, do SENAI CETIQT, no desenvolvimento de linhagens de organismos mais adaptados ao crescimento em condições específicas, tais como em certas faixas normalmente abaixo do ideal de temperatura e pH, ou em meio contendo substâncias normalmente tóxicas, o que propicia ainda mais possibilidades em inovação tecnológica, a serem exploradas pelos nossos parceiros.

Bacharel em Ciências Biológicas, mestre e doutorando em Bioinformática. Atualmente, é pesquisador na plataforma de Biotecnologia do Instituto SENAI de Inovação Biossintéticos, no SENAI CETIQT.

Cinco principais tendências nas empresas para 2019

Especialista em gestão de projetos revela o que deve melhorar o ambiente de negócios a partir deste ano

Com a retomada dos investimentos, tudo o que mais se ouve, hoje em dia, são planos para esse ano. Não dá para negar que o país não vê a hora de deixar a crise econômica para trás e começar um novo capítulo, com mais otimismo. Algumas tecnologias, antes reservadas a um grupo pequeno de empresas, agora se mostram mais acessíveis dentro de uma faixa mais larga de negócios – principalmente quando projetos são gerenciados com maestria e experiência. Na opinião do consultor Fabio Braggio, da FLB Info, uma grande tendência que será bem explorada no próximo ano é a Inteligência Artificial. Como desdobramento, as empresas vão lidar muito e de forma mais organizada com **Machine Learning** (aprendizado de máquina), **Internet das Coisas** (mais conhecida pela sigla IoT, do inglês Internet of Things), e **Blockchain** (conhecido como protocolo de partidas dobradas, ou livro-razão – Public Ledger). Somam-se a essas tendências outras duas: **Big Data** e **Ágil**. "Com todos esses assuntos dominados pelo gestor de projetos, grande parte dos atuais problemas nas organizações será eliminada ou reduzida – além de maximizar aspectos importantes, como transparência, qualidade e gestão de custos".

A seguir, o consultor aponta cinco principais tendências nas empresas de 2019 em diante:

1 **Expansão da metodologia Ágil**. "As práticas Ágeis não estão mais restritas ao ambiente de TI, ao desenvolvimento de software. Hoje em dia – e cada vez mais – elas estão se expandindo para as áreas de negócios. Práticas ágeis proporcionam às organizações uma abordagem que melhora a eficiência, acrescentam mais velocidade e autonomia em seu núcleo, defendendo um processo que conta com divisão de tarefas em ciclos curtos de trabalho e reavaliações e adaptações frequentes. Como diz o economista e guru dos negócios Tom Peters, a prática ágil permite às empresas testar rápido, falhar rápido e consertar rápido. É possível organizar uma empresa em torno de equipes enxutas, multidisciplinares e inovadoras para pôr em prática ideias em pequena escala, que driblam com sabedoria a burocracia interna, além das incertezas e complexidades do mercado".

2 **Big Data e Dark Data**. "A quantidade de informação gerada em todos os segmentos da indústria é enorme e demanda coleta, análise e processo de implementação a partir dos insights provocados por determinados dados. É esse processo que permite a uma empresa estar à frente da concorrência. O Big Data na nuvem, por exemplo, permite que até pequenas empresas possam aproveitar as tendências tecnológicas mais recentes e tenham acesso a grandes oportunidades de crescimento. Nesse contexto, é importante que as empresas considerem também o Dark Data – informações digitais adquiridas por várias operações de redes de computadores que não são usadas de para insights ou tomadas de decisão. Como as análises e os dados se tornam aspectos cotidianos das organizações, há uma necessidade crescente de entender que qualquer dado deixado inexplorado é uma oportunidade perdida e pode levar a um possível risco de segurança".

3 **Internet das Coisas**. "Relatórios de pesquisa com as últimas tendências da indústria revelam que a IoT, ou Internet das Coisas, irá gerar mais de 300 bilhões de dólares por ano até 2020, sendo que o mercado global de IoT

deve alcançar uma taxa de crescimento anual de 28,5%. A nova geração de plataformas de Internet das Coisas pode ajudar as empresas a combinar novas fontes de dados com as já tradicionais, examinando informações em tempo real. Esse tipo de iniciativa permite fazer novas correlações de dados e é fundamental para questionar o pensamento institucional, além de agilizar mudanças".

4 **Blockchain**. "Dados da consultoria Gartner revelam que somente 10% das empresas tradicionais terão feito transformações radicais com tecnologias blockchain até 2023. Trata-se de uma corrente de blocos na qual cada bloco (banco de dados) é ligado ao próximo através de um registro público (Public Ledger). Essa descentralização de registros aumenta a segurança das operações, evitando a ação de *hackers*. São três as principais áreas de negócios que estão se expandindo com o uso de blockchain: referência de dados, pagamentos no varejo e empréstimos ao consumidor. Respeitado o tempo da curva de aprendizado, o blockchain é uma solução que veio para ficar, podendo ser implantada por uma equipe de TI ou ser contratada como serviço. Entre os ganhos principais estão: 1) Acesso a novas tecnologias; 2) Possibilidade de testar uma nova tecnologia sem necessariamente correr os riscos inerentes ao processo; 3) Suporte ao cliente; 4) Soluções compatíveis com o tamanho da empresa; 5) Redução de custos, especialmente de energia. Outra vantagem é que se for detectado qualquer problema no processo, é simples voltar para o ponto de origem".

5 **Machine Learning**. "Derivado da Inteligência Artificial, *Machine Learning* – ou Aprendizado das Máquinas – implica em computadores ou robôs programados para aprender a desempenhar algo que antes era restrito a humanos. Essa tendência vem sendo rapidamente absorvida por vários setores da indústria, gerando demanda para profissionais altamente capacitados. Tanto que esse mercado deve atingir 8,81 bilhões de dólares até 2022 – gerando mais empregos para engenheiros, desenvolvedores, pesquisadores e cientistas de dados. Quando se pensa em *Machine Learning* aplicado à gestão de projetos vislumbramos a Inteligência Artificial preenchendo espaços que até então eram deixados em branco. Novos dados vão sendo gerados e transformados em informações que faltavam – ou até mesmo que nunca haviam sido consideradas em sua importância global para um projeto. Isso certamente acaba encorajando colaboradores e equipes a melhorar o nível de desempenho profissional, entregando resultados muito mais próximos do nível de excelência desejado. Quando isso não acontece, a própria tecnologia está apta a detectar problemas e sugerir soluções de correção – ainda que complexas. Trata-se de um avanço muito significativo, útil e poderoso para as empresas".

Fonte: Fabio Braggio é consultor especialista em Gestão de Projetos e diretor da FLB Info – www.flbinfo.com.br. Também é autor do livro Projeto 66, que conta em 100 páginas como ele usou sua expertise para encarar o trajeto percorrido de motocicleta de Chicago a Los Angeles (Estados Unidos) – a cultuada Route 66. À venda nas livrarias Saraiva, Cultura e Martins Fontes Paulista, o livro lançado pela editora Giostri é totalmente ilustrado e prende a atenção tanto dos apaixonados por motociclismo, quanto daqueles que desejam conhecer novas aplicações de Gestão de Projetos.

China: aceitando menor crescimento

- Importantes dilemas para a China seguirão presentes neste ano. Dentre eles destacamos os desafios de (i) coordenar as políticas interna e externa, (ii) avançar nos ajustes estruturais, ao mesmo tempo em que estímulos são necessários para conter a desaceleração em curso e (iii) encontrar fontes de crescimento que compensem a perda das exportações.
- Entendemos que as tensões comerciais com os EUA continuarão determinantes para a definição da política econômica, que terá como principal objetivo estabilizar a economia, após desaceleração gradual acumulada ao longo de 2018. Os conflitos com os EUA, além de impactarem de forma negativa as exportações, afetaram a confiança dos chineses. Os dados mais recentes da economia chinesa mostram que a perda de ritmo iniciada em 2018 seguiu em curso; notadamente, a queda dos lucros industriais em novembro e o índice PMI, que ficou abaixo da marca neutra de 50 pontos em dezembro. Nesse ambiente, e diante da economia mundial arrefecendo, os estímulos se mostraram pouco eficientes e/ou suficientes para estancar a perda de ritmo quase disseminada observada no ano passado.
- Compatibilizar as políticas interna e externa deve ser lido como o principal desafio do governo chinês em 2019. É fato que houve uma subestimação generalizada das tensões comerciais no ano passado, tanto no seu escopo como nos seus impactos. Os EUA implementaram rodadas de aumento de tarifas sobre seus produtos importados, especialmente daqueles vindos da China. Mas as tensões extrapolaram as relações comerciais e, desde meados de 2018, há sinais consistentes de perda de dinamismo da economia mundial.
- Ainda há incertezas de como essas políticas avançarão neste ano. Não está claro em que medida a China vai ceder às pressões americanas e como serão balanceadas as agendas de desalavangem e de estímulos. Até agora, parece que a opção tem sido fazer um pouco de tudo, o que aumenta a incerteza sobre os direcionamentos da China no curto e médio prazo. O consenso entre analistas políticos e econômicos, que compartilhamos, é de que esse cenário pode mudar apenas discretamente em 20191. Sobre as tensões com os EUA, passados os 90 dias de trégua para aumento das tarifas de 10% para 25% sobre US$ 200 bilhões de produtos chineses – iniciados no último dia 01 de dezembro – as relações entre os dois países poderão evoluir, dadas as negociações recentes. A China provavelmente vai ceder em alguns pontos – como a importação de mais produtos americanos (com destaque para soja), a abertura de alguns setores e a implementação de novas políticas de propriedade intelectual. Mas acreditamos que não recuará em sua postura de não ceder às pressões mundiais (como afirmado pelo próprio presidente Xi Jinping). Também parece improvável que os EUA cederão de forma definitiva para a China, nas agendas de comércio, propriedade intelectual, redução de subsídios e reciprocidade dos investimentos. Não descartamos, inclusive, a possibilidade de que toda a pauta de exportação chinesa para os EUA seja tarifada. Somado a isso, notícias dão conta que a China tem aumentado as medidas não tarifárias contra os EUA, como aperto das inspeções de produtos agrícolas e atrasos na liberação da alfândega, o que não alivia as discussões entre as duas potências. Como contraponto decisivo, devemos levar em conta que a desaceleração das duas economias – em resposta às tensões – pode ser uma restrição à escalada das medidas.
- Em paralelo aos riscos baixistas vindos das exportações, a economia chinesa foi perdendo tração no ano passado por razões internas. Respondendo à desalavancagem dos últimos dois anos, que restringiu o endividamento principalmente dos governos locais, houve desaceleração dos investimentos (com drástico ajuste em infraestrutura) – o que impactou a indústria, que passou de um crescimento de 7,2% nos primeiros meses do ano para 5,4% em novembro. O PIB deve ter crescido próximo a 6,5% em 2018, dentro da meta. Mas para 2019, as expectativas não são favoráveis, isso porque as exportações devem recuar principalmente a partir dos próximos trimestres e há sinais de desaceleração do setor imobiliário. Mais importante, contudo, é entender porque, diferentemente de outros ciclos, o alívio da política ocorrido desde a virada do primeiro para o segundo trimestre de 2018 não se reverteu em recuperação do crédito. Sobre esse aspecto, dois pontos devem ser feitos: a transmissão da política monetária tem sido menos eficiente e a política fiscal acabou sendo mais efetiva nos últimos anos.
- Com base nos argumentos aqui apresentados, as restrições à retomada do crescimento são consideráveis. As tensões com os EUA não devem desaparecer, mesmo que aliviadas. Por enquanto, o governo não deve optar por amplo e irrestrito afrouxamento da política econômica, tendo em vista os riscos financeiros já acumulados nos últimos anos. De todo modo, o corte do compulsório de 1 p.p., anunciado dias atrás, deve ajudar a controlar a liquidez, ainda mais no início de ano, com aperto sazonal. Alternativas ao mercado americano também não parecem uma solução, à medida que o restante da economia global também está enfraquecendo. Somado a isso, o déficit fiscal de 2,8%, esperado pelo governo para este ano, frustrou as expectativas e reforça a tolerância a uma menor taxa de crescimento. De fato, nos últimos meses, o mercado foi ajustando para baixo as expectativas para o PIB de 2019. O governo chinês, nesse contexto, pode revisar para baixo a meta, anunciando algo entre 6,5% e 6,0%. Nossa expectativa é de expansão de 6,0%, levando em conta que no primeiro trimestre a economia ainda deverá desacelerar, antes de começar a estabilizar para um ritmo mais moderado do que o registrado em 2018.

* DEPEC – Bradesco - Diretor de Pesquisas e Estudos Econômicos: Fernando Honorato Barbosa

MAM SP inicia o ano com a exposição "Novas Aquisições"

Até 31/03, o público poderá conhecer obras que passaram a integrar a coleção do museu nos últimos cinco anos

O MAM São Paulo inicia 2019 apresentando ao público uma seleção de 24 obras que entraram em seu acervo nos últimos cinco anos e que ainda não foram mostradas em conjunto. Novas Aquisições ficará em cartaz entre os dias 12/01 e 31/03.

Grande parte dessas novas aquisições do MAM advém de doações de particulares, várias das quais mediadas pelo Núcleo Contemporâneo, programa de associados do MAM. "Decidimos iniciar 2019 agradecendo aos colaboradores do museu, ao trazer ao público parte dos resultados desse importante trabalho", adianta o curador Felipe Chaimovich. Entre os artistas selecionados, estão nomes como: Lothar Charoux, Julio Plaza, Mauro Restiffe, Sandra Cinto, Laura Lima, José Aguilar e o coletivo 3NÓS3, entre outros.

As obras reunidas indicam linhas de força da coleção do MAM, destacando relação histórica do museu com a abstração geométrica no Brasil, com os mitos do país, as paisagens e também com a contestação da racionalidade. A peça mais antiga da mostra é um desenho de Lothar Charoux datado de 1958. Suas formas retas dialogam com a politização do rigor geométrico durante a década de 1960, presente no projeto de livro de artista de Julio Plaza, no qual o público é convidado a abandonar a posição de espectador passivo para virar livremente suas páginas coloridas.

A capital do país, Brasília, é tema da foto de Mauro Restiffe, que revela o desenho geométrico abstrato aplicado à arquitetura e ao urbanismo. A relação entre geometria e poder continua pelo núcleo de poetas visuais dos anos 1970: Almandrade e Ridyas. Num mundo cada vez mais interligado pela indústria da comunicação de massa, ambos buscam frestas de liberdade entre linhas e colunas.

A natureza é também um aspecto relevante da exposição Novas Aquisições. Estando no parque Ibirapuera, o MAM se relaciona de modo privilegiado com o paisagismo moderno e reuniu paisagens que aparecem em criações como as fotos de Marcelo Moscheta, na pintura de Rodrigo Andrade ou ainda no céu de Sandra Cinto.

Transgeométrica #3, 2013

Por outro lado, a coleção inclui obras que se opõem à racionalidade. O quadro do coletivo de artistas Avaf usa os elementos da geometria e a sobriedade do vermelho com preto para chegar a uma construção anárquica. O painel de Laura Lima registra a destruição da malha geométrica, pois é desfiado aleatoriamente e amarrado grosseiramente à própria estrutura. A composição de imagens de João Castilho mobiliza retângulos predominantemente azuis para criar uma narrativa fragmentada.

O engajamento artístico na história política do Brasil, por sua vez, é representado pelo quadro Luta, de José Aguilar, feito em 1967, e pela série de fotos do coletivo 3NÓS3 intitulada Ensacamento, registrando ações de cobrir estátuas públicas com sacos que simulam a tortura, realizadas em 1979.

Novas Aquisições dá início à segunda etapa da celebração dos 70 anos do MAM, que começou em 15 de julho de 2018 e teve diversos momentos marcantes, como o jantar de apoio ao museu realizado em 16 de agosto de 2018, o lançamento da obra produzida exclusiva e graciosamente para o museu pelo artista Cildo Meireles e a exposição MAM 70: MAM e MAC USP, que teve excelente receptividade do público.

Títulos de dívida corporativa cresceram 34% em 2018

Debêntures representaram 74% do volume total de emissões do ano

Em 2018, os títulos de renda fixa corporativos (Debênture, CRA, CRI e Nota Comercial), mais os FIDC, apresentaram crescimento de 34% no volume de emissões em relação ao mesmo período do ano passado, somando R$ 200 bilhões em novos registros, segundo levantamento da Unidade de Títulos e Valores Mobiliários da B3.

Os títulos mais emitidos foram as debêntures, com R$ 147 bilhões, 62% a mais do que no ano de 2017. O estoque fechou o ano em R$ 354 bilhões. Já o CRI apresentou aumento de 16% em relação ao ano anterior, com R$ 9,5 bilhões emitidos, contra R$ 8,2 bilhões em 2017.

"O mercado de capitais continuou sendo fundamental para o financiamento de longo prazo das empresas em 2018. Nossa expectativa era a de termos um primeiro semestre mais forte e depois uma estabilização, por conta do período pré-eleitoral, mas o ritmo de emissões continuou intenso até outubro, contribuindo para o volume recorde desse mercado", analisa Fábio Zenaro, diretor de Produtos de Balcão, Commodities e Novos Negócios da B3.

Os investidores institucionais, segmento onde estão incluídos os fundos de investimento, foram o destaque, representando 44% do total distribuído em 2018.

Título	Volume emitido em 2018 (bilhões)
Debêntures	R$ 147
Nota Promissória	R$ 28
CRI	R$ 9,5
FIDC	R$ 9,5
CRA	R$ 6

CAPTAÇÃO BANCÁRIA

O segmento de captação bancária também teve bom desempenho em 2018. Além das opções já consolidadas como CDB, LF, LCI e LCA, instituições como bancos e sociedades de crédito passaram a contar com uma nova opção de produto para captar recursos: a Letra Imobiliária Garantida (LIG).

Entre 21 de novembro, data do primeiro registro de LIG na B3, e 28 de dezembro, foram emitidas 36 LIGs, totalizando um volume de R$ 2 bilhões, que também corresponde ao estoque do produto.

Já o estoque de CDBs bateu sucessivos recordes no ano, chegando ao final de dezembro com R$ 875 bilhões. O volume de emissões no ano chegou bem perto de 5 trilhões.

Título	Volume emitido em 2018 (bilhões)
CDB	R$ 4.964
RDB	R$ 47
LF	R$ 151
LCI	R$ 123
LCA	R$ 143
DI	R$ 3.047
LIG	R$ 2
Título	**Estoque 2018 (bilhões)**
CDB	R$ 875
RDB	R$ 34
LF	R$ 302
LCI	R$ 156
LCA	R$ 149
DI	R$ 470
LIG	R$ 2

Sobre a B3

A B3 S.A. (B3SA3) é uma das principais empresas de infraestrutura de mercado financeiro do mundo e uma das maiores em valor de mercado, entre as líderes globais do setor de bolsas.
Conecta, desenvolve e viabiliza o mercado financeiro e de capitais e, junto com os clientes e a sociedade, potencializa o crescimento do Brasil.

Atua nos ambientes de bolsa e de balcão, além de oferecer produtos e serviços para a cadeia de financiamento. Com sede em São Paulo e escritórios em Londres e Xangai, desempenha funções importantes no mercado pela promoção de melhores práticas em governança corporativa, gestão de riscos e sustentabilidade.

Demanda doméstica deve manter o setor siderúrgico aquecido em 2019

Após um período prolongado de declínio, a atividade do setor siderúrgico brasileiro vem mostrando uma tendência consistente de recuperação. No ano passado, a produção de aço bruto cresceu aproximadamente 10%, após cinco anos de contração, o que possibilitou reduzir a capacidade ociosa do setor para patamares mais próximos da média histórica. Em 2018, o volume produzido foi afetado pela greve no setor de transportes em maio e pela intensidade da recuperação da atividade doméstica, que se mostrou, ao longo do ano, mais modesta do que o esperado. Ainda assim, a produção acumula alta de 2,6%, com recuperação, ainda que gradual, do consumo de produtos siderúrgicos.

Em 2019, enquanto o ambiente externo coloca desafios importantes para o setor, a aceleração esperada do crescimento doméstico deve impulsionar a demanda por produtos siderúrgicos. Projetamos expansão real de 2,8% do PIB no próximo ano, o que é compatível com um cenário de recuperação dos investimentos, em meio ao avanço da agenda de reformas.

No que se refere à demanda externa, o cenário é mais desafiador. Destacamos dois vetores negativos: (i) a imposição de cotas de exportação pelo governo dos Estados Unidos ao aço brasileiro, desde junho deste ano; e (ii) a perspectiva de recessão na economia argentina. Além disso, a desaceleração do crescimento mundial e a moeda brasileira, em nível mais estável, podem impactar as exportações do setor.

Até o momento, é difícil avaliar os efeitos já concretizados das medidas protecionistas sobre as exportações brasileiras. Os dados da Funcex mostraram grande volatilidade nos meses que se seguiram às negociações. Em alguma medida, os agentes podem ter antecipado os embarques aos EUA em meio às incertezas em torno dos acordos, o que levou a um aumento atípico das exportações em junho – além da normalização das condições de logística após a greve no setor de transportes. Além disso, a exclusão do Brasil da sobretaxação de 25,0% pode ter contribuído para esse movimento, com aumento dos embarques enquanto as cotas não são atingidas. Ademais, é necessário acompanhar o comportamento das vendas externas nos próximos meses, para captar os possíveis efeitos das cotas sobre a indústria siderúrgica.

Por fim, destacamos os riscos oriundos da desaceleração da economia argentina. Embora não seja o principal comprador do aço brasileiro – as exportações de produtos siderúrgicos à Argentina representam cerca de 10% do total –, os efeitos indiretos, via demanda da indústria automobilística, tendem a ser mais notáveis. Cerca de 20% da produção brasileira de automóveis é voltada para atender a demanda argentina.

Em suma, ainda que permaneçam riscos no cenário global, acreditamos que a demanda doméstica deve manter o setor siderúrgico aquecido no próximo ano. Em uma conjuntura de retomada do crescimento econômico, com recuperação dos investimentos e do consumo das famílias, o setor deve ser notavelmente favorecido. Contudo, é importante ressaltar que nosso cenário macroeconômico é dependente da execução da agenda de reformas relevantes para o país avançar, permitindo a manutenção de condições financeiras favoráveis e de menor risco.

Heineken divulga resultados de experimento que mudou o comportamento de 25% dos motoristas que iriam beber álcool e dirigir

Estudo realizado em bares localizados em duas capitais brasileiras, é baseado em ciência comportamental, e reforça a plataforma When You Drive Never Drink***, que incentiva consumidores não combinarem álcool e direção.***

Com o intuito de desempenhar um papel ativo na discussão sobre consumo responsável e mudar positivamente o comportamento de seus consumidores, a Heineken apresenta os resultados de um Experimento baseado em ciência comportamental desenvolvido pela companhia. Pioneiro no Brasil, a ação já aconteceu em outros países e faz parte da iniciativa global When You Drive Never Drink, que há três anos atua intensivamente na conduta dos motoristas que misturam álcool e direção. Encomendado à InBehavior Lab, consultoria especializada na área, o estudo comprovou a mudança de comportamento em 1/4 dos consumidores entrevistados.

De acordo com pesquisa global realizada anteriormente neste ano, 68% dos motoristas entrevistados bebem álcool antes de dirigir e 49% das vezes se deixam levar pelo momento devido à pressão dos amigos (peer pressure). Com estes dados importantes o intuito do Experimento no Brasil era provar que aplicando estímulos simples é possível fazer que o condutor reflita sobre a decisão correta a ser tomada quando está ao volante, transformando também o peer pressure em pressão ao incentivo (peer support).

Realizado em 18 bares localizados nas capitais paulista e gaúcha ao longo de duas semanas a pesquisa analisou condutores de ambos os sexos. A primeira semana foi dedicada ao controle, que avaliou o consumo e comportamento real das pessoas sem a intervenção da marca. Já na outra semana, os estabelecimentos receberam 18 intervenções, chamados nudges, criados especialmente para conscientizar, encorajar e apoiar os motoristas a não ingerir bebidas alcoólicas e dirigir. Estes ficaram distribuídos desde o vallet, entrada, mesa, banheiro, até o discurso dos garçons.

Para auxiliar na decisão na mudança de comportamento, a marca também desenvolveu um cardápio especial para condutores com drinks sem álcool e igualmente estimulou as pessoas a assumir um compromisso público assinando o "juramento do motorista". Todos que assinaram recebiam uma gratificação imediata oferecida pela marca, trabalhando desta forma o viés do presente, técnica adotada em intervenções comportamentais em todo mundo que consiste na percepção do valor de uma decisão e no ganho de uma recompensa para o futuro.

Durante o controle realizado entre os dias 3 e 5 de outubro foram entrevistados 427 motoristas, sendo 252 em São Paulo e 175 em Porto Alegre. Destes 55,5% assumiram o risco de beber e dirigir.

Duas semanas depois, entre os dias 17 e 19 de outubro, agora com os bares sinalizados com os nudges, foram entrevistados 460 motoristas, sendo constatada uma redução de 25,2% no número de motoristas que beberam e dirigiram, destes 45,3% condutores de Porto Alegre e 12,9% de São Paulo. Outro apontamento é que os efeitos da intervenção foram maiores dentro do grupo de motoristas que tinham menos de 32 anos de idade, e entre mulheres. A pesquisa ainda avaliou que nos bares mais engajados a cada 100 motoristas, 35 foram impactados a não consumirem álcool naquela noite. Clique aqui para ver os principais dados e aqui para ver a pesquisa completa

“A ideia era entrar na conversa do bar, na hora que a pessoa realmente decide se vai beber ou não. As intervenções no ambiente do bar têm um papel sutil, mas poderoso na mudança de comportamento. Os nudges funcionam como uma ajuda extra no momento exato da decisão. Fazem a pessoa parar para pensar. As pessoas sabem que quando dirigem, nunca devem beber. Tudo o que elas precisam é de um pouco de incentivo na hora certa. O efeito médio de 25% de redução na decisão de beber e dirigir foi surpreendente em comparação a estudos similares ao redor do mundo. Podemos afirmar com segurança ao analisar os resultados que o efeito foi significativo e consistente entre os bares, se comparado aos grupos de controle (que não sofreram a intervenção), algo difícil de se observar em estudos de campo como esse”, explica Flávia Ávila, economista comportamental e CEO da InBehavior Lab.

“Esse Experimento mostra uma evolução do trabalho que a marca já vem desenvolvendo há anos no mundo. Nele conseguimos através de uma sólida base científica conscientizar sobre os riscos nocivos de beber álcool e dirigir. Estamos satisfeitos que logo em nosso primeiro estudo no Brasil conseguimos mudar 25% da atitude destas pessoas”, comenta Vanessa Brandão, diretora da marca Heineken Brasil.

WHEN YOU DRIVE, NEVER DRINK

Para reforçar as mensagens de que bebida e direção nunca devem se misturar, a Heineken também veiculou em agosto deste ano no Brasil, em TV aberta e a cabo, além de conteúdos para plataformas digitais, a campanha “No Compromise”, estrelada pelo ex-piloto e campeão mundial de Fórmula 1, Nico Rosberg.

O filme criado pela Publicis Itália explora situações da rotina do ex-piloto alemão e sua busca pelo centímetro ou décimo de segundo que levam um piloto a ser um verdadeiro campeão e como não ceder à pressão de amigos ao recusar beber uma única cerveja, respondendo que está dirigindo. Clique aqui para ver o filme “No Compromise”.

“Beber e se divertir com os amigos é um bom programa. Porém, álcool e direção nunca combinam. Culturalmente não há um tipo de estímulo para as pessoas falarem sobre este assunto. A Heineken tem realizado um forte trabalho para tentar mudar esse mau hábito global. No Brasil, esse é o primeiro passo de uma série de ações que estamos programando. Assim, todos poderão se divertir e voltar para casa em segurança, o que é fundamental para a redução de acidentes no trânsito”, finaliza Vanessa.

Sobre InBehavior Lab.

Consultoria pioneira no Brasil especializada em aplicar as ferramentas e o que há de mais novo em Economia Comportamental para desvendar como e por que as pessoas tomam decisões. Ao utilizar metodologias avançadas de pesquisa e experimentos para investigação do comportamento do consumidor e processos de tomada de decisão, a IBL tem sido responsável pela criação de estratégias e intervenções criativas, eficazes e inovadoras em diferentes setores. A InBehavior Lab é composta por pesquisadores que são referência no tema no Brasil e tem vasta experiência prática no desenho e teste de intervenções comportamentais cientificamente embasadas. www.inbehaviorlab.com

Sobre o Grupo HEINEKEN no Brasil

O Grupo HEINEKEN chegou ao Brasil em maio de 2010, após a aquisição da divisão de cerveja do Grupo FEMSA e, em 2017, adquiriu a Brasil Kirin Holding S.A (“Brasil Kirin”), tornando-se o segundo player no mercado brasileiro de cervejas. O Grupo gera mais de 13 mil empregos e tem 15 cervejarias localizadas em Alagoinhas (BA), Alexânia (GO), Araraquara (SP), Benevides (PA), Blumenau (SC), Campos de Jordão (SP), Caxias (MA), Igarassu (PE), Igrejinha (RS), Itu (SP), Jacareí (SP), Manaus (AM), Pacatuba (CE), Ponta Grossa (PR) e Recife (PE).

No Brasil, o portfólio de cervejas do Grupo HEINEKEN é composto por Heineken, Sol, Kaiser, Bavaria, Amstel, Kirin Ichiban, Schin, Schin 0,0%, No Grau, Devassa, Baden Baden, Eisenbahn e Glacial. O portfólio de não alcoólicos inclui refrigerantes, e água como Água Schin, Itubaína, Schin Tônica, Skinka e Viva Schin. Com sede em São Paulo, é uma subsidiária da HEINEKEN NV, a maior cervejaria da Europa, a segunda em termos de rentabilidade e a terceira em volume. A HEINEKEN opera 170 cervejarias em mais de 70 países.

PIB per capita municipal do Rio de Janeiro seria 7,5% menor sem os Jogos Olímpicos de 2016

Estudo do Ipea mostra impactos das Olimpíadas no município e na região metropolitana do Rio de Janeiro

As Olimpíadas de 2016 tiveram efeito positivo e crescente tanto na cidade do Rio de Janeiro quanto na região metropolitana, aponta estudo divulgado nesta segunda, 07, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). De acordo com a pesquisa, o evento atenuou os efeitos da crise aguda da economia brasileira – vivida no auge da preparação e realização dos Jogos – e permitiu manter o Produto Interno Bruto (PIB) per capita municipal no patamar de 2012. O PIB per capita é a soma de todos os bens produzidos em uma região, dividida pela quantidade de habitantes desse mesmo local.

"Sem os jogos, o indicador teria regredido aos níveis de 2007", destaca o autor do estudo, o pesquisador do Ipea e especialista em políticas públicas e gestão governamental Glauter Rocha. Na capital fluminense, o PIB per capita teria sido, em média, 7,5% menor sem os Jogos. Na região metropolitana, a média seria 5,1% mais baixa.

Com o evento, o PIB per capita do município do Rio de Janeiro foi aproximadamente R$ 3,7 mil/ano maior no período de 2012 a 2015 do que teria sido em um cenário sem o evento, ficando em R$ 49,4 mil/ano. Na região metropolitana, o crescimento foi de cerca de R$ 1,9 mil/ano, o que assegurou um PIB per capita de R$ 37,16 mil/ano.

A constatação, utilizando o método do controle sintético, foi possível através da comparação com outros 15 municípios brasileiros com mais de um milhão de habitantes: São Paulo, Salvador, Brasília, Fortaleza, Belo Horizonte, Manaus, Curitiba, Recife, Porto Alegre, Belém, Goiânia, Guarulhos, Campinas, São Luís e Maceió. Criou-se, assim, um Rio de Janeiro hipotético, no qual não teria havido Jogos Olímpicos, com uma versão ponderada desses quinze municípios, levando em conta o comportamento de variáveis como população, taxa de investimento, participação setorial no PIB, capital humano e taxa de desemprego no período anterior à realização do evento (2002 a 2011). "A estimativa do efeito dos Jogos é a diferença entre o PIB per capita do Rio de Janeiro e de sua versão hipotética no período de 2012 a 2015", explica Rocha.

O pesquisador destaca que a realização de um empreendimento de tal porte suscita a expectativa de que seus efeitos se prolonguem para além da data de sua execução. No médio e longo prazos, podem ser esperados avanços na economia carioca decorrentes da ampliação e do aperfeiçoamento da infraestrutura da cidade, da melhoria dos processos produtivos e organizacionais tanto no setor privado quanto no público, e da publicidade internacional. Tais avanços podem impactar positivamente o turismo e as exportações.

Tomando como base a experiência com edições olímpicas anteriores, o estudo alerta, no entanto, que os impactos econômicos futuros não são automáticos. Dependem da capacidade de atores públicos e privados aproveitarem as vantagens que o evento proporcionou.

Ranking das maiores empresas do mundo por valor em Bolsa

Capitalização em milhões de euros

	EMPRESA	SETOR	PAÍS	CAPITALIZAÇÃO
1	Microsoft	Tecnología	EE UU	685,6
2	Apple	Tecnología	EE UU	653,8
3	amazon.com	Tecnología	EE UU	641,4
4	Alphabet	Tecnología	EE UU	631,7
5	BERKSHIRE HATHAWAY	Finanzas	EE UU	439,0
6	Tencent 腾讯	Telecomunicac.	China	333,3
7	facebook	Tecnología	EE UU	329,5
8	Alibaba.com	Comercio	China	310,3
9	Johnson & Johnson	Salud	EE UU	302,3
10	JPMORGAN CHASE	Finanzas	EE UU	283,5
11	VISA	Finanzas	EE UU	254,0
12	ExxonMobil	Energía	EE UU	252,1
13	Walmart	Comercio	EE UU	236,4
14	ICBC China	Finanzas	China	235,4
15	Pfizer	Farmacia	EE UU	220,4
16	Nestlé	Consumo	Suiza	213,5
17	Bank of America	Finanzas	EE UU	211,2
18	Shell	Energía	P. Bajos	209,9
19	UNITEDHEALTH GROUP	Salud	EE UU	209,3
20	verizon	Telecomunicac.	EE UU	202,9
21	P&G Procter & Gamble	Consumo	EE UU	200,0
22	WELLS FARGO	Finanzas	EE UU	189,4
23	NOVARTIS	Farmacia	Suiza	187,2
24	intel	Tecnología	EE UU	187,1
25	Roche	Farmacia	Suiza	182,8
26	Chevron	Energía	EE UU	181,6
27	AT&T	Telecomunicac.	EE UU	181,4
28	China Construction Bank	Finanzas	China	180,9
29	SAMSUNG	Tecnología	Corea Sur	180,6
30	Coca-Cola	Consumo	EE UU	176,0
31	MERCK	Farmacia	EE UU	173,5
32	China Mobile	Telecomunicac.	Hong Kong	172,0
33	mastercard	Finanzas	EE UU	170,2
34	cisco	Tecnología	EE UU	170,1
35	HOME DEPOT	Comercio	EE UU	169,5
36	Taiwan Semiconductor	Tecnología	Taiwán	166,3
37	TOYOTA	Motor	Japón	165,4
38	BOEING	Aeronáutica	EE UU	160,0
39	PetroChina	Energía	China	159,8
40	AGRICULTURAL BANK OF CHINA	Finanzas	China	157,8
41	HSBC	Finanzas	R. Unido	142,6
42	Walt Disney	Medios	EE UU	142,6
43	ORACLE	Tecnología	EE UU	141,5
44	PEPSICO	Consumo	EE UU	136,2
45	COMCAST	Medios	EE UU	135,3
46	PING AN	Finanzas	China	134,6
47	Unilever	Consumo	R. Unido	133,8
48	LVMH	Consumo	Francia	130,4
49	BANK OF CHINA	Finanzas	China	128,1
50	TOTAL	Energía	Francia	124,0

Fuente: Bloomberg

BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS

Eurofarma lança medicamento inovador para combater a obesidade no Brasil e mais 17 países

A Eurofarma, farmacêutica brasileira de capital 100% nacional, firmou acordo com a Eisai, uma das principais companhias farmacêuticas mundiais, para comercializar Belviq® (cloridrato de lorcaserina),medicamento inovador no combate à obesidade, no Brasil e em outros 17 países da América Latina.

A lorcaserina promove saciedade devido à ativação seletiva que faz nos receptores de serotonina 2C no cérebro, fazendo com que o indivíduo se sinta satisfeito ingerindo menos alimentos. Um de seus principais benefícios está na segurança, não sendo uma substância estimulante nem narcótica. Além disso, um outro diferencial é o fato de o paciente continuar perdendo peso ao longo do tratamento.

A prevalência da obesidade vem aumentando entre adultos, tanto nos países desenvolvidos quanto nos em desenvolvimento. O Brasil vive uma verdadeira epidemia de obesidade. Dados recentes apontam que 54% dos brasileiros estão com sobrepeso e aproximadamente 20% dos brasileiros já são considerados obesos. De acordo com o Ministério da Saúde, 1 em cada 5 brasileiros sofre com a obesidade. Nos últimos 10 anos, população obesa no Brasil passou de 11,8% em 2006 para 18,9% em 2016, representando um crescimento de 60%. Este número é ainda mais alarmante quando levamos em consideração a população jovem entre 18 e 24 anos, na qual houve um crescimento da obesidade em 110%.

Lorcaserina foi aprovada em 2012 pela Food and Drug Administration (FDA) dos Estados Unidos como adjuvante de uma dieta reduzida em calorias e aumento da atividade física para controle crônico de peso em pacientes adultos com um índice de massa corporal (IMC) ≥30kg/m² (obesidade) ou ≥27 kg/m2(sobrepeso) na presença de pelo menos uma comorbidade relacionada ao peso (exemplo: hipertensão, dislipidemia ou diabetes mellitus tipo 2). O produto foi lançado nos Estados Unidos em 2013, e aprovado em 2016 pelo México e Brasil.

De acordo com Martha Penna, vice-presidente de Inovação da Eurofarma, o acordo com a Eisai será de grande importância para combater a obesidade no país. "Nossa presença em toda América Latina, excelente performance em vendas e padrões éticos foram um atrativo para a Eisai, que passa a oferecer o medicamento em um mercado bastante relevante mundialmente. Para nós, disponibilizar o Belviq® irá melhorar ainda mais nossas soluções para o combate à obesidade, além de trazer segurança e comodidade para médicos e pacientes".

O medicamento chega ao Brasil em 2019, sem necessidade de receita médica especial. A novidade integra parte de um acordo selado pelas empresas para o desenvolvimento e comercialização do produto em outros 17 países (Argentina, Bolívia, América Central e Caribe - Belize, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá -, Colômbia, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai, Venezuela) e o Brasil acaba de ser escolhido como outro ponto comercial do medicamento, aumentando a presença do produto na América Latina.

SEGURANÇA CARDIOVASCULAR

Um estudo realizado em 12.000 pacientes obesos ou com sobrepeso que apresentavam doença cardiovascular ateroesclerótica ou múltiplos fatores de risco como hipertensão e diabetes, por exemplo, comprovou a segurança cardiovascular do tratamento com a lorcaserina. O estudo constatou que o tratamento a longo prazo com lorcaserina não aumenta a incidência de MACE (Eventos Cardiovasculares Adversos Maiores, incluindo infarto do miocárdio, derrame e morte cardiovascular), e o objetivo de segurança primário do estudo foi atendido. Também foi demonstrado uma melhoria em vários fatores de risco cardiovascular, incluindo pressão arterial, lipídios, glicemia e função renal. Além disso, o tratamento com lorcaserina diminui o risco de incidência de diabetes, induz a remissão da hiperglicemia e reduz o risco de complicações microvasculares em pacientes obesos e com excesso de peso, apoiando o papel da lorcaserina como adjuvante da modificação do estilo de vida para o controle crônico do peso e da saúde metabólica.

Eficácia

Existem diversas evidências do benefício da lorcaserina na perda de peso. Um estudo demonstrou que os pacientes que usaram lorcaserina tiveram o dobro de chances de perda de 5% do peso corporal com o uso da lorcaserina, com uma média de perda de peso de 5,8 Kg em um ano.

Para mais informações, acesse www.eurofarma.com.br

O líder precisa ser um bom comunicador?

*Marcelo Tertuliano**

Este ano, recebi a missão de liderar um grande projeto de reestruturação de processos para a empresa que trabalho. Somente na minha área, o grupo era composto por mais de 200 pessoas de dois países, sediadas em cinco cidades distintas e com culturas igualmente diversas. Imaginem o desafio que foi adotar uma comunicação uniforme em meio a tantas diferenças.

Num determinado momento, comecei a receber mensagens de algumas pessoas da equipe que se diziam pouco confortáveis na operação. O motivo? Não conseguiram entender, com clareza, os objetivos a serem alcançados e o que cada um precisava fazer. Eram um indício de que a comunicação precisava ser revista.

Após uma reflexão, decidi promover um *workshop* com os gerentes, supervisores e líderes de área. Neste encontro, conversamos sobre o projeto, o momento da empresa e a ansiedade que um projeto de grande porte e importância gera nas pessoas que têm a responsabilidade de conduzi-lo. Aparamos arestas e muitos esclarecimentos foram feitos.

No dia seguinte, recebi uma outra mensagem de um dos profissionais que participaram do projeto. Ela dizia assim: "O *workshop* tocou minha mente e meu coração. Obrigado por ser uma pessoa que inspira pessoas".

Não é preciso dizer o quanto este *feedback* foi importante para mim. Ele me mostrou algo que eu sempre procuro fazer – e que, na verdade, todo líder deve fazer: saber ouvir. Nem sempre é fácil, porque um *feedback* pode expor nossas fragilidades. Mas o líder que quer inspirar, ser referência, e estar à frente de equipes de alta performance precisa adotar esta prática.

Só ouvindo o outro é que um líder pode adotar uma comunicação que esteja em consonância com a linguagem do seu time. E só há comunicação efetiva quando o receptor compreende exatamente o que o emissor quis dizer. O líder precisa ser um bom comunicador. Não ser um ditador de regras ou mesmo impostar a voz para impressionar. Pode – e deve – ser polido, estar aberto a conversas. Ser acessível.

Mais ainda: só ouvindo o outro é que o líder conquista a confiança dos liderados. Se um colaborador confia no seu líder, tudo o que ele fala tem um efeito tremendo! Inspira, motiva e, quando aponta a direção, a equipe caminha unida exatamente para onde deve ir, sem perder o foco nos resultados a serem obtidos. Se houver desvio da rota - o que pode acontecer, obviamente - é muito mais fácil corrigir.

O líder precisa estimular a comunicação entre os liderados também. Convidá-los a se sentar mais próximos uns dos outros. Sugerir que evitem trocar e-mails desnecessários e excessivos e se levantem para conversar, tirar dúvidas e trocar ideias.

Não tenho a menor dúvida, especialmente no meu ramo de mineração, que formação acadêmica, conhecimento técnico e experiência são indispensáveis para que a organização obtenha lucro e destaque. Mas acredito, da mesma forma, que as pessoas – especialmente os líderes transformadores – fazem a diferença com seu jeito de se comunicar e mobilizar os liderados. Eles podem levar um time a dar um passo a mais, a ter uma performance diferenciada. E, em muitos casos, pode ser esta a tão desejada "receita do sucesso".

** Mestre em Administração de Empresas, com 23 anos de experiência na função financeira, dos quais, 16 anos em posições de liderança. Atualmente está à frente da área financeira de uma grande mineradora em Moçambique.*

O pulo do gato que falta à reparação automotiva

*Douglas Palma**

A certificação de oficinas no país ainda é muito pequena se comparada aos cenários dos demais segmentos de produção e comercialização do setor automotivo, cujas certificações são amplamente exigidas e aplicadas, uma vez que são compulsórias. No caso das empresas de reparação automotiva, a condição de voluntariedade da certificação transforma esse investimento em qualidade em mais uma abominável despesa extra, temida e postergada pela maioria dos empresários do setor.

Mesmo não sendo obrigatória, a certificação da oficina representa um importante instrumento de segurança para o consumidor porque atesta de forma escrita e rastreada a qualidade dos serviços prestados pela empresa. Toda oficina certificada passa por uma avaliação de todos os pontos de gestão e organização, o que possibilita ao empresário ter o controle absoluto dos processos. Vale destacar que essa avaliação é realizada por órgão imparcial e de terceira parte, acreditado pelo INMETRO.

Quando bem aplicada, a certificação gera múltiplas vantagens ao empresário, como aumento da satisfação dos clientes, diminuição dos desperdícios em materiais, mão de obra e fluxo de trabalho, ampliação das possibilidades de permanência e continuidade da empresa no mercado, e maior interação e comprometimento das equipes de colaboradores com os processos produtivos.

É importante que o empresário tenha consciência da necessidade de processos padronizados porque a certificação dependerá muito dele "querer e acreditar" para efetivamente acontecer, uma vez que é voluntária. O empresário também precisa pensar como administrador para enxergar todos os benefícios e as oportunidades que a certificação proporciona.

Os empresários do setor têm demonstrado cada vez mais interesse em acreditar nos benefícios da certificação voluntária. Baseados nisso, o Instituto da Qualidade Automotiva (IQA) e o Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios (Sindirepa Nacional) firmaram uma parceria para a criação do Programa de Incentivo à Qualidade (PIQ), cujo propósito é, justamente, a implementação de um sistema da qualidade na empresa, além de intensificar a difusão do processo de certificação de oficinas independentes no País.

A meta do programa é alcançar pelo menos 5 mil empresas certificadas até 2023 a partir da formação de grupos regionais de oficinas interessadas, o que permitirá reduzir os custos individuais do processo de certificação. Outra estratégia é a ampla divulgação das respectivas oficinas certificadas em órgãos governamentais, frotistas, entidades de classe, empresas de seguro, montadoras e indústrias de autopeças, cujo foco é potencializar a demanda de serviços de reparação para as empresas que possuem a certificação da qualidade auferida pelo INMETRO, por meio do IQA.

**Diretor do Instituto da Qualidade Automotiva (IQA), diretor do Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios (Sindirepa) e diretor da Artpres Reparadora de Veículos.*

Daimler Trucks vende mais de 500.000 caminhões em 2018

Em 2018, a Daimler Trucks, líder mundial na produção de caminhões, teve um dos melhores anos de sua história. Com base em dados iniciais, as vendas das marcas Mercedes-Benz, FUSO, Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses e BharatBenz superaram 500.000 unidades no ano passado, volume acima dos 470.700 caminhões vendidos em 2017. Os números exatos serão anunciados pela Daimler AG no próximo dia 6 de fevereiro.

Em um ambiente de mercado positivo, a Divisão de Caminhões do Grupo Daimler aumentou suas vendas em 11% até novembro de 2018, atingindo aproximadamente 466.900 unidades comercializadas, volume significativamente maior que os 422.500 caminhões vendidos no mesmo período de 2017.

Martin Daum, membro do Board do Grupo Daimler AG e chefe mundial das divisões Daimler Trucks e Daimler Buses, afirma que: "2018 foi um dos anos mais bem-sucedidos na história da Daimler Trucks. Nossas vendas globais foram significativamente maiores do que no ano anterior. Com bem mais de 500.000 caminhões, atingimos nosso maior volume de vendas dos últimos dez anos. Esse sucesso demonstra que oferecemos aos nossos clientes de todo o mundo, produtos fortes que contam ainda com uma equipe igualmente forte. Agradeço a todos os meus colegas pelo excelente desempenho no ano passado. Em 2019, continuaremos a buscar a meta de fazer com que nossos clientes – e a sociedade também – tenham mais sucesso no dia a dia com soluções de transporte inovadoras. Isso também inclui a transformação tecnológica de nossa indústria, cujo avanço estamos decididamente impulsionando com caminhões automatizados, elétricos e conectados".

Crescimento mais destacado na região do NAFTA

A maioria dos principais mercados para a Daimler Trucks se desenvolveu de maneira positiva no último ano, com o maior crescimento de vendas obtido na região do NAFTA. As vendas das marcas Freightliner, Western Star e Thomas Built Buses aumentaram cerca de 15%, atingindo um total aproximado de 172.700 unidades nos primeiros onze meses (mesmo período do ano anterior: 150.600).

Com uma participação de 38,3% na categoria de 6 a 8 toneladas, a Daimler Trucks foi novamente a líder no mercado de caminhões médios e pesados na América

do Norte. O campeão de vendas da Freightliner, o novo Cascadia, desempenhou um papel-chave para esse sucesso: mais de 76.500 unidades foram vendidas desde o início da produção, no final de 2016.

Em junho de 2018, a Daimler Trucks apresentou o eCascadia, caminhão pesado da Freightliner, e o médio da Western Star eM2, que foram os primeiros modelos de produção em série totalmente elétricos para o mercado norte-americano. O primeiro veículo, um Freightliner eM2, foi entregue a um dos maiores clientes nos EUA, a Penske Truck Leasing Corp., em 20 de dezembro, para uso em operações reais. Nos próximos meses, uma frota inovadora de 30 caminhões totalmente elétricos da Freightliner entrará em operação. Juntamente com o ônibus escolar elétrico Saf-T-Liner C2 da Thomas Built Buses e o eCanter da FUSO, a Daimler Trucks oferece o maior portfólio de veículos comerciais elétricos do mercado norte-americano.

Significativa recuperação na América Latina e liderança no Brasil

Na América Latina, a Daimler Trucks aumentou significativamente suas vendas nos primeiros onze meses de 2018, chegando a 26% de crescimento, com 34.400 caminhões (mesmo período do ano anterior: 27.300). Para esse resultado positivo, um dos destaques foram as vendas no Brasil, o principal mercado da região. Com aproximadamente 19.000 veículos, as vendas no País aumentaram 45% (mesmo período do ano anterior: 13.000).

Com uma participação de mercado de 27,8%, a marca Mercedes-Benz novamente foi a líder de mercado. Entre outras conquistas, destaca-se a modernização abrangente de suas fábricas. Na planta de São Bernardo do Campo - SP, por exemplo, a Mercedes-Benz do Brasil inaugurou uma nova linha de montagem de caminhões baseada em conceitos da Indústria 4.0, com tecnologia digital, hiperconectividade, dados na nuvem e Internet das Coisas.

CROCS

Crocs, Inc é líder mundial em calçados inovadores para mulheres, homens e crianças, combinando conforto e estilo. Todos os modelos Crocs são desenvolvidos com o material Crocslite™ que garante um extraordinário conforto a cada passo. Em 2018, a Crocs reforça sua missão: "todos confortáveis em seus próprios passos", como segundo ano da campanha Come As You Are.

A Crocs, empresa americana líder em calçados confortáveis e descolados, está em clima de comemoração. A marca inaugura a 100ª loja no Brasil, no Shopping Jardim Sul, em São Paulo.

Este cenário é um aquecimento para 2019, ano em que a Crocs tem expectativa de abrir até dez unidades em solo brasileiro. Atualmente a Crocs possui lojas em 21 estados e Distrito Federal, estando presente em 55 cidades.

A Crocs, empresa americana líder em calçados confortáveis e descolados, está em clima de comemoração. A marca inaugura a 100ª loja no Brasil, no Shopping Jardim Sul, em São Paulo.

Este cenário é um aquecimento para 2019, ano em que a Crocs tem expectativa de abrir até dez unidades em solo brasileiro. Atualmente a Crocs possui lojas em 21 estados e Distrito Federal, estando presente em 55 cidades.

Crocs, Inc é líder mundial em calçados inovadores para mulheres, homens e crianças, combinando conforto e estilo. Todos os modelos Crocs são desenvolvidos com o material Crocslite™ que garante um extraordinário conforto a cada passo. Em 2018, a Crocs reforça sua missão: "todos confortáveis em seus próprios passos", como segundo ano da campanha Come As You Are.

COMAU

A Comau SpA, empresa líder em produtos e sistemas de automação industrial, e a AVL List GmbH, líder global em tecnologia de engenharia, simulação e testes para sistemas de trem de força, estabelecem uma parceria estratégica para fornecer soluções avançadas para o mercado de veículos elétricos.

As duas empresas irão cooperar no desenvolvimento de simulação, projeto, montagem e teste de sistemas e componentes de trem de força.

WILBERT DAS

Quando visitou Trancoso pela primeira vez, há dez anos, o holandês Wilbert Das decidiu mudar de vida e traçou como objetivo criar uma casa de veraneio sustentável, que revivesse a riqueza cultural e natural do sul da Bahia. A paixão pela cidade foi tão grande que Wilbert deixou seu prestigiado posto de diretor criativo da grife italiana Diesel, cargo que ocupou por 21 anos, para se dedicar integralmente à nova empreitada. Hoje, seu legado já soma onze casas autorais nomeadas em homenagem aos antigos habitantes: Seu Pedrinho, Gulab Mahal, Zé e Zilda, Seu Irênio, Estúdio, Quintal da Glória, Casa da Árvore, Eugênia, Seu João, Nozinho e Terraço do Céu que se transformaram no UXUA, hotel cinco estrelas reconhecido em prêmios internacionais por sua profunda ligação com a natureza, recebendo clientes célebres de diversas partes do mundo.

O trabalho do designer é reconhecido mundialmente por seu compromisso com o localismo e a preservação: todas as casas, algumas delas antigas residências de pescadores, foram transformadas ou construídas com o trabalho de artesãos nascidos na região sem a derrubada de nenhuma árvore. Além disso, Wilbert trabalha unicamente com materiais resgatados, como a caçamba de um caminhão que virou a cabeceira de uma cama e barcos que se transformaram espreguiçadeiras na praia. Com a preocupação ambiental ocupando o posto de um dos pilares mais importantes da filosofia do hotel, o holandês tem trabalhado para aprimorar suas técnicas de reaproveitamento em linhas de móveis que unem o design com a ecologia, entre eles: mesas, luminárias, chuveiros, cadeiras e louças.

A ideia de usar materiais reciclados na propriedade foi amparada pelo fato de que havia ali um largo jardim abandonado por anos, com uma enorme quantidade de ricas matérias-primas, como árvores caídas e troncos esperando para serem usados por Wilbert e seu time de carpinteiros, resultando, por exemplo, em belas pias de madeira esculpida que apareceram em revistas internacionais especializadas em design. Deste começo verde, o conceito cresceu e uma procura maior começou em busca de antigos pisos de madeira, puxadores e telhas de casas abandonadas. Combinando técnicas locais e tradicionais de construção, o UXUA criou seu estilo. O resultado é um hotel que se integra perfeitamente ao meio ambiente, celebrando a cultura dos nativos de Trancoso.

O UXUA vem sendo reconhecido por seu compromisso com o turismo sustentável e sua autenticidade cultural desde sua inauguração, em 2009, e foi nomeado pela terceira vez consecutiva ao prêmio Virtuoso como um dos cinco destaques no mundo por sua liderança em iniciativas de sustentabilidade. A indicação ao prêmio deu-se devido a criação do projeto MAMA Trancoso, em parceria com a ONG Despertar. O projeto tem o objetivo de criar uma geração de jovens ativistas, ambientalistas na comunidade e profissionais do turismo capacitados para atender as demandas, sendo uma iniciativa de educação ecológica inovadora.

FOTO FERNANDO LOMBARDI

RANDSTAD

A Randstad, líder global em soluções de recursos humanos, anuncia expansão da área de negócio voltada para projetos de instituições financeiras, com a ocupação de um novo andar do escritório. A operação será focada em recrutamento, seleção e gestão de talento para bancos, corretoras, seguradoras e outras empresas do setor.

A decisão de montar um novo escritório partiu do aumento de demanda. "Temos sentido um crescimento no volume de vagas e estávamos com demanda reprimida devido à nossa capacidade de atendimento. A expansão da operação e o novo escritório triplicarão nossa entrega", explica Marcos Antonio, gerente regional da Randstad Staffing e líder do escritório.

Atualmente, o crescimento da divisão ultrapassa 100% quando comparado a 2017, aponta Marcos. Com a nova filial, a expectativa é que as contratações cresçam em 45% até o final do ano, com previsão de aumento de mais 50% para 2019. De acordo com Marcos, a projeção é dobrar a receita dessa operação até o final do próximo ano.

O escritório atenderá posições desde níveis de entrada, como atendimento e caixa, até gestores e líderes, incluindo especialistas com certificações específicas – vagas conhecida no mercado de RH como White e Blue Collar.

RJZ CYRELA

Uma joia da arquitetura carioca começa a ser revitalizada e devolvida à cidade com projeto inovador da RJZ Cyrela, o Rio By YOO. É assim que a RJZ Cyrela prepara o lançamento do emblemático edifício Hilton Gonçalves dos Santos, no Morro da Viúva, com sua localização privilegiada no Aterro do Flamengo. O residencial, que foi sede do Clube de Regatas do Flamengo durante os anos 1950, vai começar a ganhar uma nova história a partir de agora.

Com vista deslumbrante do Parque do Flamengo e Pão de Açúcar, bem na entrada da Baía de Guanabara e com fundos para o Cristo Redentor, o empreendimento tem acesso rápido à Avenida Infante Dom Henrique, principal via expressa a demais bairros da Zona Sul, além de Zona Norte e Centro.

A Cyrela vai manter as 148 unidades originais do edifício do Morro da Viúva, completamente modernizadas e adaptadas ao novo projeto, todas com três suítes e estacionamento. As plantas terão 152m² e 183m².

Complementando toda qualidade de vida e lazer oferecidos pelo Parque do Flamengo, o empreendimento contará com espaços de convívio e bem-estar para moradores e seus visitantes. A contemporaneidade se fará presente na fachada, porte cochère e em todo paisagismo.

A Cyrela está sempre investindo em projetos com design moderno e, para o por isso, o Morro da Viúva terá a assinatura da YOO, uma referência em design com atuação na Ásia, África, Austrália, Europa, América do Sul e do Norte e no Oriente Médio, que cuidará da decoração das áreas comuns. O projeto arquitetônico é da RAF Arquitetura.

By YOO

Uma das várias inovações do projeto é a proposta de construção de duas suítes no primeiro pavimento. O empreendimento de luxo, na Praia do Flamengo, também terá personal concierge, serviço de Valet Parking e espaço coworking, entre outros serviços.

A ideia das suítes, por exemplo, é permitir que os moradores possam hospedar amigos e/ou familiares. As suítes terão metragem média de 35 metros quadrados. Ficarão disponíveis enxovais com roupa de cama e banho para o conforto dos visitantes e uma infraestrutura de copa na própria suíte. As regras de uso dos espaços constarão na convenção do condomínio e, para a sua utilização, será necessário o pagamento de uma taxa para a manutenção do espaço. Também ficará determinada a utilização do espaço por, no máximo, cinco dias para cada solicitação.

Com vista panorâmica para o Parque do Flamengo e o Pão de Açúcar, bem na entrada da Baía de Guanabara e com fundos para o monumento do Cristo Redentor, o empreendimento no Morro da Viúva terá as 148 unidades originais completamente modernizadas.

O residencial, que foi sede do Clube de Regatas do Flamengo durante os anos 50, será o primeiro no Rio de Janeiro a receber projeto de interiores do estúdio londrino YOO. Referência mundial em design de alto padrão, a marca foi fundada pelo empreendedor internacional John Hitchcox e por Philippe Starck. Ao levar a grife mundial para o empreendimento, a RJZ Cyrela confirma a tradição da empresa em inovar, criando a expectativa de lançar no mercado residencial carioca um projeto singular, unindo identidade, arquitetura, inovação e luxo. A marca YOO tem projetos residenciais e hotéis & resorts em mais de 30 países.

Áreas de segurança e defesa ganham dicionário com mais de mil páginas

Com quase uma centena de verbetes, textos foram elaborados pelos mais importantes pesquisadores nacionais e estrangeiros da área de relações internacionais e ciências correlatas.

Um dicionário de campo específico é bem-sucedido quando reúne dois elementos principais: a facilidade com que seus consultantes encontram termos que gerem conhecimento capital e sintético e qualidade de seus especialistas quando da escrita dos verbetes. Neste Dicionário de Segurança e Defesa, lançado pela **Editora Unesp** em coedição com a Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, as duas características transbordam em suas mais de mil páginas. A organização é de Héctor Luis Saint-Pierre e Marina Gisela Vitelli.

Os quase cem verbetes intrinsecamente associados à área das relações internacionais, orbitam diversas ciências, como a sociologia, a ciência política, a geografia, a história, a economia e os estudos do campo militar. "Assim, ainda carente de arcabouço teórico e metodológico que estruture os diferentes aportes, essa área se nutre de uma série de áreas epistêmicas que contribuem para o seu desenvolvimento. Ele contém verbetes concernindo aos conceitos mais significativos empregados na área de defesa e segurança. São textos elaborados pelos mais importantes pesquisadores de cada tema, tanto nacionais quanto estrangeiros", anotam os organizadores no prefácio.

GAIA SILVA GAEDE
ADVOGADOS

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

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

www.gsga.com.br

Pesquisa revela que 20 milhões de jovens não estudam, nem trabalham na América Latina

Lançado, na sede do Ipea, em Brasília, o estudo aponta para a necessidade de repensar políticas públicas para a juventude

O estudo "Millennials na América e no Caribe: trabalhar ou estudar?", lançado no Brasil em dezembro na sede do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em Brasília, apresenta uma radiografia da juventude da região a partir de dados de 15 mil jovens de 15 e 24 anos, moradores de áreas urbanas de nove países: Brasil, Chile, Colômbia, El Salvador, Haiti, México, Paraguai, Peru e Uruguai. A pesquisa revela que em média 21% dos jovens, o equivalente a 20 milhões de pessoas, não estudam nem trabalham. Enquanto isso, 41% se dedicam exclusivamente ao estudo e/ ou capacitação, 21% só trabalham, e 17% trabalham e estudam ao mesmo tempo.

Realizado pelo Ipea em parceria com a Fundación Espacio Público do Chile, o Centro de Pesquisa para o Desenvolvimento Internacional (IRDC) do Canadá, e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o trabalho mostra que, apesar das habilidades cognitivas, técnicas e socioemocionais dessa geração, as possibilidades educacionais e as oportunidades do mercado de trabalho limitam o seu desenvolvimento e sua posição na sociedade. Em todos os países pesquisados, há um contingente expressivo de jovens que não trabalham nem estudam, em sua maioria de famílias com menos recursos. As taxas são maiores no México (25%), em El Salvador (24%), no Brasil (23%) e no Haiti (19%), por razões como crise econômica, falta de políticas públicas, problemas de saúde ou de ordem médica, obrigações familiares com parentes e filhos, entre outros.

As diferenças entre homens e mulheres jovens são evidentes no levantamento. Entre aqueles que não trabalham e não estudam, o número de mulheres chega a ser o dobro de homens. Esse fenômeno quase triplica em países como El Salvador e Brasil, no qual Recife, capital pernambucana, foi escolhida como cidade referência para a coleta de dados.

A pesquisa indica, ainda, que 70% dos jovens que trabalham são empregados em atividades informais. Entre aqueles que estão dentro do mercado formal há uma alta rotatividade de mão de obra.

Apesar da pesquisa observar que 40% dos entrevistados não são capazes de executar cálculos matemáticos muito simples e úteis para o seu dia a dia, há também resultados animadores: os jovens analisados, com exceção dos haitianos, têm muita facilidade de lidar com dispositivos tecnológicos, como também possuem altas habilidades socioemocionais. Os jovens da região apresentam altos níveis de autoestima e de autoeficácia (capacidade de se organizar para atingir seus próprios objetivos).

Nesse contexto, o estudo pontua a necessidade de investimentos em treinamento e educação dos jovens. Nas conclusões, os pesquisadores sugerem a adoção de políticas públicas que ajudem os jovens a fazer uma transição bem-sucedida de seus estudos para o mercado de trabalho. As autoras responsáveis pelo estudo com os jovens brasileiros, as pesquisadoras do Ipea Enid Rocha e Joana Costa, destacam que no Brasil há cerca de 33 milhões de jovens com idade entre 15 e 24 anos, o que corresponde a mais de 17% da população.

FEBRABAN lança livro com propostas para reduzir juros

Obra pretende envolver governo e sociedade brasileira em debate para baixar as taxas e impulsionar crescimento da economia

Como incentivo ao debate para contribuir na queda dos juros e no crescimento da economia no país, a FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos está lançando o livro Como fazer os juros serem mais baixos no Brasil, que faz um diagnóstico sobre o tema e pretende envolver, nesse esforço, Executivo, Legislativo, Judiciário e toda a sociedade. Elaborado pela equipe de especialistas da entidade, o livro sugere que o debate sobre os juros seja propositivo e baseado em dados técnicos para alcançar resultados efetivos e auxiliar a economia no país a crescer mais.

O trabalho faz um raio-X dos custos do crédito e apresenta uma série de medidas concretas e viáveis que podem levar à redução das taxas de juros. A obra discute temas polêmicos, como concentração bancária, spread bancário, cartão de crédito, cheque especial, entre outros.

Como se fez com a hiperinflação, os juros altos também precisam ser debatidos por toda a sociedade com base em um plano estruturado e medidas objetivas. "Juros altos não são bons para ninguém, nem para os bancos", diz Murilo Portugal, presidente da FEBRABAN. "Para o Brasil crescer mais, os juros precisam cair mais."

A chegada de um novo governo e um novo Congresso é um momento adequado para retomar essa discussão e envolver o público. A FEBRABAN espera que o livro seja lido, debatido e aperfeiçoado, com críticas e sugestões que poderão ser feitas no site em que se pode baixar a publicação (www.jurosmaisbaixosnobrasil.com.br). Como fazer os juros serem mais baixos no Brasil também está sendo distribuído gratuitamente em 14 lojas das redes das livrarias Cultura e Saraiva em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

O livro mostra como os altos custos de fazer negócios no Brasil também afetam o setor bancário, como em diversos setores da economia. No país, os preços das roupas, carros e eletrônicos são mais altos que em outros lugares. Do mesmo modo, o juro, que é o preço do dinheiro, é mais alto. Um dos pontos tratados é o *spread* bancário - a diferença entre o custo de captação do dinheiro emprestado e o valor cobrado de quem toma o empréstimo.

O trabalho detalha como 85% do spread se deve aos custos da atividade de intermediação financeira. Entre eles estão os custos associados à inadimplência (37%), as despesas tributárias, regulatórias e fundo garantidor de créditos (23%) e os gastos administrativos (25%). Apenas 15%, a menor parcela, representam a margem financeira, o lucro dos bancos. A obra trata ainda de outras questões sobre as quais frequentemente há opiniões baseadas em informações incorretas. Entre elas, está o papel da concentração bancária na formação da margem de lucro dos bancos.

"A FEBRABAN espera que o livro seja lido, debatido e as propostas e argumentos aperfeiçoados com críticas e sugestões", afirma Murilo Portugal. "Queremos estimular o debate com base em análise técnica, com dados, para construirmos uma solução que não está apenas nas mãos dos bancos."

Entre as medidas propostas pela FEBRABAN para reduzir os juros no Brasil estão a aprovação do cadastro positivo e da nova lei de falências; mais facilidade para que os bens dados em garantia por empréstimos sirvam, de fato, como seguro contra inadimplência; eliminação da tributação indireta que onera o crédito; federalização da competência para criar leis que dispõem sobre o sistema bancário; criação de um ambiente competitivo e saudável para as fintechs e redução dos compulsórios sobre os depósitos nos bancos. Para ampliar o debate, além do livro, está sendo lançada uma campanha publicitária em jornais, TVs e rádios sobre o assunto.

PAG! É a 1ª instituição não bancária a lançar cartão de débito na América Latina

Empresa é pioneira entre as instituições não bancárias a oferecer o produto aos clientes

Há pouco mais de um ano no mercado, o pag! é uma das *fintechs* com maior número de pedidos no período, com 100% da base de usuários com cartão de crédito e conta digital. Agora, a empresa faz história ao ser a primeira do segmento a lançar a modalidade débito junto com crédito no mesmo cartão para a sua base de clientes.

O novo cartão de débito do pag! foi desenvolvido em parceria com a Mastercard, mantendo o relacionamento iniciado desde o lançamento do cartão de crédito da empresa, em maio de 2017.

O lançamento inédito está alinhado ao propósito da fintech, que é fazer com o cliente e, assim, oferecer a melhor experiência em serviços financeiros. "Nosso DNA traz essa voracidade de buscar sempre a inovação. E este era um dos desejos que nossos clientes sempre nos apontavam como uma das novidades que gostariam de ter. Este era um produto bancário somente. Então, não nos demos por satisfeitos e decidimos investir em seu desenvolvimento junto com a Mastercard. Agora, o entregamos com muita alegria e também com a sensação de dever cumprido", afirma o CEO do pag!, Felipe Félix.

Para Miltonleise Filho, vice-presidente sênior da Mastercard Brasil, a colaboração da Mastercard com fintechs, como a pag! tem como objetivo encontrar novas oportunidades de negócio e desenvolver soluções focadas nas necessidades do consumidor. "Na Mastercard, trabalhamos para que as transações sejam mais convenientes, sejam elas no mundo físico ou no mundo digital, no crédito ou no débito. Buscamos trazer, por meio da tecnologia, um leque de opções para que as pessoas se beneficiem dos meios eletrônicos de pagamento e possam escolher a modalidade que mais atenda às suas necessidades. Estamos muito entusiasmados com essa parceria, pois, além de ser uma solução inédita no Brasil, o cartão de débito é uma importante ferramenta de substituição ao dinheiro", conclui o executivo.

Foram nove meses de planejamento e desenvolvimento até que a modalidade estivesse à disposição do mercado. Durante este período, o aplicativo passou por diversos testes para ajustar a nova funcionalidade à sua rotina, como no que diz respeito à análise de proposta cadastral, User Experience, produção de novos cartões e impactos na Logística.

Antes de ser disponibilizado aos clientes, o novo produto foi testado por todos os colaboradores da empresa. Assim, foi possível identificar os pontos que ainda estavam passíveis de ajustes e corrigir antes de chegar à casa de cada um deles. "Levamos em consideração todas as variáveis que pudessem impactar na experiência da nossa base. Não podíamos correr o risco de algo tão esperado apontar alguma falha e, assim, frustrar quem tanto o aguardava. Então, depois de todos os testes realizados, fizemos os devidos ajustes e, só assim, liberamos", conta Félix.

Neste primeiro momento, todas as pessoas que baixarem o aplicativo meu pag! e forem aprovadas na análise cadastral e de crédito, poderão ter as duas modalidades – débito e crédito – num mesmo cartão.

"Na segunda etapa do lançamento, quem já é cliente poderá solicitar um novo cartão com o crédito e o débito liberados. É só aguardar mais um pouco para todos terem esta novidade em mãos", informa o CEO do pag!.

NÚMEROS E MELHORIAS

Desde o lançamento do pag! até agora, foram registrados mais de 3 milhões de pedidos, resultando em 650 mil cartões de crédito aprovados, com conta

digital. “Com a modalidade débito, esperamos aumentar a nossa base para 4 milhões de clientes até 2019 (débito + crédito + cartão virtual). É grande a nossa aposta e confiança no futuro e não mediremos esforços para continuar nos desenvolvendo, aperfeiçoando e entregando um produto e serviços de qualidade”, projeta Felipe Félix.

Ao longo deste primeiro ano de atividades, o produto passou por diversas melhorias, tais como a alteração do número do celular cadastrado e solicitação de novo limite de crédito via app; entrega de um novo chat para atendimento, ainda mais qualificado para atender às necessidades dos clientes; parcelamento de fatura, com o fim do crédito rotativo; ativação do aviso viagem, o que facilita a comunicação de quem precisa utilizar o cartão fora do país e a possibilidade de antecipar o pagamento tanto de faturas futuras quanto de compras parceladas (neste último caso, com direito a desconto na antecipação do valor devido).

“Como próximas novidades, iremos disponibilizar depósitos que gerarão rendimentos ao valor vigente em conta; e também será possível realizar a transferência entre contas de clientes pag!. Estes também são desejos dos nossos clientes e, como sempre os ouvimos, eles são a razão de buscarmos as melhores soluções para satisfazê-los sempre”, complementa o executivo.

Para ele, este momento é um marco para a história da empresa. “Temos muito orgulho de tudo o que temos feito e sempre acreditamos no potencial do nosso negócio. E cada passo que damos, todas as nossas decisões são tomadas sem nunca esquecer o quanto os nossos clientes são importantes para a nossa trajetória. Eles são peças fundamentais para chegarmos aonde chegamos. Os desafios são muitos, assim como as oportunidades de seguir caminhando e conquistando com um único objetivo: satisfazê-los. E no que depender de nós, iremos continuar contribuindo para a inclusão digital das pessoas, proporcionando tranquilidade, liberdade e acesso ao universo financeiro”, finaliza o CEO do pag!, Felipe Félix.

SOBRE O PAG!

O pag! é uma instituição que atua de forma 100% digital, realiza a interação com seus clientes por meio do aplicativo Meu pag!, oferece os serviços financeiros de uma conta digital e fornece o cartão de crédito pag!. Pelo app, o usuário pode gerenciar as suas transações, realizar pagamentos de contas, recarga de celular, transferência de recursos, depósitos e saque pela rede Banco24Horas, antecipar o pagamento de faturas e de compras parceladas, solicitar novo limite de crédito e, para quem vai viajar ao exterior, também pode ativar o aviso viagem. Tudo isso sem a cobrança de tarifas ou anuidade, nem crédito rotativo.

A *fintech* faz parte do Grupo Avista, grande grupo financeiro com mais de 20 anos de atuação no Brasil, que dá suporte à operação do pag! e alia toda essa experiência, credibilidade e transparência à praticidade do acesso a serviços financeiros online.
www.meupag.com.br

SOBRE A MASTERCARD

A Mastercard (NYSE: MA), www.mastercard.com, é uma empresa de tecnologia com foco na indústria global de pagamentos. Nossa rede global de processamento de pagamentos conecta consumidores, instituições financeiras, estabelecimentos comerciais, governos e empresas em mais de 210 países e territórios. Os produtos e soluções da Mastercard tornam as atividades diárias – tais como: fazer compras, viajar, administrar um negócio e gerir as finanças – mais fáceis, seguras e eficientes para todos. Siga-nos no Twitter @MastercardNews, participe das discussões no blog Beyond the Transaction e inscreva-se para receber as últimas notícias por meio do Engagement Bureau.

Vinhos argentinos com alma brasileira

*Euclides Penedo Borges**

FOTO: BRODIE VISSERS

Bem, amigos, por incrível que possa parecer lá se vão quinze anos desde que iniciamos nosso projeto!

A Bodega Otaviano, em Mendoza, Argentina – mais precisamente, Otaviano Bodega & Viñedos - teve origem no segundo semestre de 2004 quando cinco empreendedores brasileiros – José Caetano Lacerda, João Carlos Dantas, Otávio Paiva, Ricardo Moraes Pinto e este que vos fala - decidimos entrar no campo da exploração viti-vinícola escolhendo criteriosamente um terreno em Lujan de Cuyo - o mais distinto terroir de Mendoza para a Malbec - para nos instalarmos industrialmente.

Localizada na localidade de Alto Agrelo, a uma altitude de 1050 metros, a propriedade de 70 hectares conta com 6 hectares de uvas brancas e 42 de uvas tintas, produção potencial de 400 toneladas de uvas por ano equivalentes à elaboração de 300 mil litros de vinho.

Antes de prosseguir, porém, qual a razão para a Argentina? Por que Mendoza? Destaco alguns dos temas que nos levaram à escolha.

Inicialmente, o tamanho do mercado. Quinto maior produtor de vinhos no mundo, a Argentina tem também um dos mais elevados consumos unitários da bebida, da ordem de 25 litros por habitante por ano, comparados com 2 litros no Brasil e 15 no Chile. Ressalte-se que nos últimos anos a região de Mendoza, que elabora tres quartos dos vinhos argentinos e responde por 90 % das exportações, tornou-se também uma destinação atraente para o enoturismo. Na Otaviano, como vinícola butique, procuramos estar incluidos entre os que melhor recebem seus visitantes.

Cito também a vocação natural da região andina para a produção de uva e vinho. A Cordilheira dos Andes constitui a paisagem predominante da região vinícola

com suas montanhas cobertas de neve servindo de pano de fundo para os vinhedos. Na época do degelo as águas que descem das montanhas são utilizadas para a irrigação das videiras por meio de intrincado sistema de barragens, canais, tubulações e sistemas de bombeamento.

Sem pretender entrar em detalhes, devo acrescentar que naqueles terrenos a praga da Filoxera não tem a presença devastadora que leva outras regiões, principalmente na Europa e na Califórnia, à necessidade de enxertar. Assim, muitos dos vinhedos locais são implantados a partir de mudas puras, sem enxerto com outras mais resistentes. Outra particularidade é a condução da vinha em fileiras paralelas, as espaldeiras, combinadas com o método de irrigação por gotejamento controlada por computador que proporcionam sanidade às plantas, adequada insolação e facilidade na colheita.

Parece-me, finalmente, essencial chamar a atenção para o que se chama de Vinhos de Altura (Wines of Altitude), caráter dos tintos, brancos e rosés de Mendoza, elaborados a altitudes entre 800 e 1200 m e no caso específico da Bodega Otaviano a 1050 m. Nessa elevação as temperaturas anuais médias são mais amenas, os ventos suaves e constantes, o ar mais seco, insolação e luminosidade são mais intensos, a amplitude térmica - diferença de temperatura entre o dia e a noite - muito acentuada. Tudo isso leva a vinhedos e cachos sadios, eficiência na fotossíntese, maturação lenta das uvas, concentração de taninos e corantes nas cascas com disponibilidade para amadurecimento dos tintos em barricas, o que se traduz em vinhos com cores e reflexos profundos, aromas intensos e sabor ultra-agradável, adequados para acompanhar com vantagem as refeições.

Na elaboração de seus produtos, nossa Bodega tem se aproveitado ao máximo de tais conceitos para obter vinhos das marcas Penedo Borges e Finca Don Otaviano, presentes no Brasil e em diversos outros países (Argentina, EUA, Reino Unido e agora Suiça, China...) de elevado padrão qualitativo como tem comprovado as avaliações internacionais alcançadas entre as quais cito:

- a nota 88 para nosso vinho básico, PB Varietal Malbec 2017, na Revista Descorchados, Chile.
- a nota 90 para o P B Malbec Ícono 2012, na revista Wine Spectator,
- a nota 94, para o PB Malbec Gran Reserva 2015, no Sommelier Challenge de San Diego, California,
- a nota 90 do Tim Atkins Report, de Londres, para o PB Parcela Malbec 2013
- o Ouro Duplo para nosso PB Chardonnay Reserva 2012 no Concurso Vinus, em Buenos Aires

Com design contemporâneo e cuidadosa decoração interna a vinícola teve sua construção concluída em 2010 contando com 17 tanques de fermentação em inox, equipados com cintas de controle de temperatura. A fachada e a sala de recepção privilegiam materiais tradicionais da região e muito vidro, que ressalta a paisagem de nosso vinhedo com a Cordilheira ao fundo.

Contando com nosso acompanhamento, a equipe técnica tem desenvolvido meticuloso trabalho na vinha utilizando técnicas de Viticultura de Precisão com o objetivo de alcançar uvas de alto nível qualitativo e vinhos expressivos e equilibrados que reflitam sua origem e as características de cada tipo de uva.

Chamo atenção finalmente para o projeto Vinos de Luz, de caráter social, desenvolvido pioneiramente por nossa Bodega Otaviano em parceria com uma organização de Mendoza e cujo resultado financeiro é direcionado para a educação e para projetos comunitários.

Bem, projetos vinícolas são reconhecidamente de longa maturação, de médio para longo prazo, e demoram para dar retorno econômico aos investidores. Todo nosso esforço e expectativa é no sentido de que esse prazo longo não ultrapasse os quinze anos...

Sócio-diretor da Bodega Otaviano, em Mendoza.

Portabilidade de carência passará a valer para plano de saúde empresarial

*Luciano Dal Forno Rodrigues**

A Resolução Normativa nº 438 de 03 de dezembro de 2018 da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) permitirá que beneficiários de planos de saúde empresariais utilizem a portabilidade de carências caso queiram mudar de plano ou de operadora (art. 2º).

A novidade valerá a partir de junho de 2019, quando termina o prazo de 180 dias que as operadoras possuem para se adaptarem (art. 23). Com a mudança, o consumidor terá de cumprir carência apenas para as coberturas não contratadas no plano de origem (art. 7º).

A nova norma também retira a exigência da chamada "janela" (prazo para exercer a troca) e deixa de exigir compatibilidade de cobertura entre planos para o exercício da portabilidade. Anteriormente, havia um período limitado a quatro meses no ano para o exercício da portabilidade, contados da data de aniversário do contrato. Será necessário, porém, o cumprimento das carências previstas na Lei nº 9.656 para as coberturas que o beneficiário não possuía anteriormente (art. 3º). Isso significa que a portabilidade de carências passa a ser um direito efetivo de todo consumidor de planos de saúde, que representa uma extensão do benefício aos clientes de planos empresariais. Segundo a agência reguladora, essa modalidade de plano de saúde representa quase 70% do mercado.

A medida da ANS pode ajudar beneficiários que são demitidos, de contratos com menos de 30 vidas, ou que se aposentam. Hoje, quando um empregado deixa a empresa, precisa cumprir novos períodos de carência ao mudar de plano de saúde. A portabilidade amplia o direito desse beneficiário, que pode escolher outro produto tendo respaldada sua cobertura sem prazos extras de carência. Ela poderá ser exercida no prazo de 60 dias, a contar da data da ciência pelo beneficiário da extinção do seu vínculo com a operadora (art. 8º).

Os prazos de permanência para a realização da portabilidade continuam os mesmos. São exigidos mínimo de dois anos de permanência no plano de origem para solicitar a primeira portabilidade e mínimo de um ano para a realização de novas portabilidades (art. 3º, III, "a" e "b").

As exceções ocorrem em duas situações: se o beneficiário tiver cumprido cobertura parcial temporária, o prazo mínimo para a primeira portabilidade será de três anos; e se o beneficiário mudar para um plano com coberturas não previstas no plano de origem, o prazo mínimo será de dois anos.

Contrato coletivo rescindido

O beneficiário que teve seu contrato coletivo rescindido passa a poder fazer a portabilidade para outro plano de sua escolha. A portabilidade de carências nesses casos poderá ser exercida no prazo de 60 dias, a contar da data da ciência pelo beneficiário da extinção do seu vínculo com a operadora (art. 8º caput, e inciso IV).

Portabilidade para clientes de operadoras em liquidação

A ANS alterou também as regras para exercício da portabilidade especial, medida adotada para que beneficiários de operadoras em liquidação ou com graves problemas administrativos ou assistenciais possam trocar de plano. A nova regra permite que não seja exigida compatibilidade de preço a esses clientes (art. 12).

Planos de pós-pagamento

Não é exigida compatibilidade de preço para os planos em pós-pagamento – modalidade exclusiva dos planos coletivos onde a quitação dos custos é feita após a utilização do serviço –, uma vez que o custo desse produto não é fixo (art. 3º, § 5º).

** Coordenador jurídico do Lencioni Machado Advogados.*

Lopes Machado - BKR Auditores realizou XXII Fórum de Debates com perspectivas para 2019

A Lopes Machado - BKR Auditores realizou no último mês de dezembro, no Salão da Bolsa de Valores do Rio, o seu XXII Fórum de Debates com Tendências e Perspectivas para 2019. Tendo como tema o turismo e o petróleo no Rio de Janeiro, dois ítens que vão ajudar na recuperação econômica do Estado. Além dos sócios da empresa, os palestrantes convidados foram: Albano Alves da CNTUR, José Luiz Niemeyer do IBMEC, Gilberto Braga - comentarista econômico e Yuri Sahione - advogado.

Uma carta aberta à esquerda

*Nicholas Gontijo Alexander**

Vencemos. Depois de anos, a hegemonia cultural da esquerda acabou. Hoje, conservadores e liberais são maioria. Não que já não fossem, mas estavam adormecidos. E hoje tiveram coragem de sair nas ruas e votar de acordo com seus princípios e valores. Ao mesmo tempo que me sinto feliz de termos ganho, lembro daqueles que perderam.

Mais ainda, lembro de todas as vezes que perdemos. Lembro de todas as 4 eleições presidenciais que vivenciei, e que perdemos. Lembro como me senti triste em 2014 quando perdemos (mal sabíamos quem era o candidato que apoiávamos).

Mas eu não me sentia triste porque havia perdido. Me sentia triste pois sabia que teria de continuar escutando que eu era um coxinha, que meu voto era elitista e que representava somente os meus interesses. Eu sabia que não, defendia aquilo que achava que seria melhor para todos e, infelizmente, a maioria das pessoas discordava de mim. Mas assim é a democracia, e é nosso dever respeitá-la, e aceitar seu resultado.

Afinal, a política só existe graças à divergência de opiniões. Temos o objetivo comum de melhorarmos a vida de todos, e discordamos em como alcançá-lo. Não temos de aceitar, entretanto, que a maioria reprima a minoria, que ataque seus integrantes e faça com que eles tenham de se esconder. E sei muito bem, que isso aconteceu no Brasil nos últimos 16 anos.

E por isso entendo o desespero daqueles que perderam: ser a minoria ideológica não é fácil; ir contra o senso comum não é fácil; nadar contra a maré não é fácil. Nós, conservadores e liberais, fizemos isso por muitos anos, e vocês vão conseguir também.

Mas é importante deixar claro: faremos todo o possível para que não seja tão difícil pra vocês quanto foi para nós. Sabemos como é horrível não ser ouvido, como é aterrorizante ter sua liberdade de expressão negada e suas visões demonizadas. E por essa mesma razão, não faremos nada disso.

Nicholas Gontijo Alexander

Não posso falar por toda a direita — em um grupo tão extenso, sempre haverá ovelhas negras — mas posso dizer que a maioria de nós está dedicada não só a respeitar sua opinião, mas também a defendê-los caso alguém não respeite.

Se você discorda das nossas ideias, fale; queremos ouvir. E mesmo se não quisermos, se discordarmos de você em todo e qualquer aspecto da sua fala, morreremos lutando pelo seu direito de dizê-la.

** Estudante.*

Especialistas divergem sobre nova lei do distrato

Foi publicado no Diário Oficial da União, nesta sexta-feira (28), a Lei nº 13.786/18, que regulamenta o distrato imobiliário e trata dos direitos e deveres de incorporadoras, loteadoras e adquirentes de imóveis nos casos de rescisão contratual.

A lei aprovada traz significativos avanços na regulação dos valores que são restituídos aos adquirentes de imóveis desistentes do contrato assinado. Dessa maneira, duas são as situações regulamentadas: (i) caso a desistência se dê em um empreendimento no qual não haja patrimônio de afetação, a restituição será de 75% dos valores pagos; (ii) naqueles em que há patrimônio de afetação, a restituição será de 50% dos valores pagos.

"A aprovação do projeto certamente contribuirá para o desenvolvimento do mercado imobiliário no Brasil, que hoje sofre não apenas os efeitos decorrentes da crise econômica, mas também com os graves problemas decorrentes da insegurança jurídica existente nos casos de resolução do contrato por inadimplemento do adquirente de unidades habitacionais em incorporação imobiliária", diz Ulisses Sousa, sócio do Ulisses Sousa Advogados.

A nova lei deverá colocar fim à judicialização que cerca as desistências de compradores em projetos imobiliários que, segundo Sousa, é de cerca de 40% no país. "A falta de regras claras dá origem a inúmeros litígios, nos quais a palavra final acerca do assunto é conferida ao Judiciário, onde muitas vezes os processos são decididos sem um olhar atento para a realidade e as nuances especificas do mercado da construção civil", explica o advogado. "O mercado da construção, que precisa de aplicação intensiva de capital, não suporta mais viver com tamanha insegurança, que contribui para o aumento dos custos e inibe a realização de novos empreendimentos imobiliários."

A questão dos percentuais, explica, traz regras claras para comprador e vendedor. "A nova lei vai contribuir para levar equilíbrio e harmonia a essas relações contratuais, sem privilegiar qualquer uma das partes", avalia Ulisses.

Mas por que percentuais diferentes para os distratos?

O advogado Rodrigo Ferrari Iaquinta, do departamento de Direito Imobiliário do Braga, Nascimento e Zilio Advogados, explica que a diferença se dá pelo fato de que a existência de patrimônio de afetação significa que todos os valores pagos pelos compradores de determinados imóveis se destinam exclusivamente à construção do empreendimento no qual tais imóveis se localizam — um prédio de apartamentos ou um condomínio de casas, por exemplo. "Assim, os valores estão 'afetados', isto é, restritos a um empreendimento", diz Iaquinta. "Esta figura faz com que os compradores e incorporadores fiquem protegidos porque se trata de uma garantia para que a construção não seja obstada."

De acordo com Iaquinta, outra questão importante que passa a ser regulamentada diz respeito ao fato de que o adquirente poderá desistir da aquisição, sem penalidades, em até 7 dias da realização da venda. Ele lembra que, nos casos em que há alienação fiduciária, não pode haver distratos, uma vez que em tais modalidades de negócio o regramento já está previsto na Lei 9.514/1997.

A lei é absurda, diz especialista

Para o advogado Eduardo Vital Chaves, sócio do Rayes & Fagundes Advogados, a lei sancionada entra em conflito com a legislação atual. Segundo ele, o Código Civil e o Código de Defesa e Proteção do Consumidor não preveem multas nesse percentual, pelo contrário. "O artigo 51, inciso II do CDC é claro ao pontuar que são nulas cláusulas que subtraiam do consumidor o direito ao reembolso das quantias por si já pagas. Os incisos IV e XV do mesmo artigo também resguardam os consumidores contra cláusulas que prevejam obrigações iníquas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada ou que atentem contra o sistema de proteção do consumidor", explica.

Eduardo aponta que o Poder Judiciário já fixou esse percentual entre 10% e 25%, em decisões reiteradas dos Tribunais de Justiça e do STJ. Segundo o especialista é questionável, por meio da nova norma legal, uma tentativa por via transversa de se mudar os entendimentos já consolidados. O percentual da multa estipulado na lei é desproporcional. "As construtoras retomam o bem para revenda a terceiros, recebendo integralmente pela nova venda. Mas e o comprador que desistir do imóvel, tem que pagar uma multa de 50%? Perder metade de toda a sua economia? questiona. Não há razoabilidade e proporcionalidade. A construtora não pode ter enriquecimento ilícito. Se a pessoa desiste da compra por falta de condições, não pode perder 50%", afirma.

Projeto-piloto realiza 380 audiências de conciliação sobre expurgos inflacionários de planos econômicos

O Tribunal Regional Federal da 3.a Região (TRF3) promoveu 380 audiências de conciliação dentro de projeto-piloto que visa o pagamento dos "expurgos inflacionários" a autores de ações judiciais que discutem índices de correção de cadernetas de poupança aplicados durantes os planos econômicos Bresser (1987), Verão (1989) e Collor II (1991).

Na sexta-feira, 280 audiências realizadas na sede do TRF3 encerraram a XIII Edição da Semana Nacional da Conciliação em São Paulo. Na cidade de Campinas, 118 audiências sobre o tema foram realizadas nos dias 5, 7 e 9 de novembro.

A ação foi coordenada pelo Gabinete da Conciliação (GABCON) do TRF3, com o apoio do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), das Turmas Recursais dos Juizados Especiais Federais da 3.ª Região, das Centrais de Conciliação da Justiça Federal da 3.ª Região e da Caixa Econômica Federal (Caixa). Os valores foram pagos aos poupadores nos termos do acordo homologado pelo Supremo Tribunal Federal (STF) no dia 1° de março de 2018.

Na abertura dos trabalhos, a Presidente do TRF3, Desembargadora Federal Therezinha Cazerta, destacou que, em um momento em que o Judiciário está sobrecarregado, a conciliação construída pelas partes é uma solução eficiente, rápida e definitiva na resolução de litígios. "É uma solução desenhada pela própria pessoa interessada. As partes dialogam, buscando uma solução que seja boa para ambas, e o judiciário faz a mediação, mas na verdade quem toma a solução do problema é a parte interessada", afirmou.

Membro do Conselho Nacional de Justiça, a Desembargadora Federal Daldice Santana também participou do evento. Para ela, quando se trata de conciliação em processos de demanda de massa, é preciso um cuidado maior do julgador. "Quando o número de demandas é maior tende a ficar mais lento o processo, seja de conciliação, seja de uma busca de solução pela sentença. Então, o que se propõe diante da demanda de massa é desenvolver mecanismos que tornem mais célere o procedimento de conciliação ou mesmo o procedimento de julgamento", explicou.

Coordenador do GABCON, o Desembargador Federal Paulo Fontes lembrou que, na Justiça Federal da 3.ª Região, a conciliação é feita durante o ano todo e que os poupadores que não foram convocados para participar de uma audiência agora poderão solicitar uma sessão de conciliação no futuro.

"Durante todo ano, órgãos da Justiça, como as Centrais de Conciliação na Justiça Federal, e os Cejuscs na Justiça Estadual, trabalham na conciliação dos processos. Então, a Semana é mais um momento simbólico, um momento de ênfase na política de conciliação. É uma política da legislação brasileira que deve ser seguida pelo judiciário".

O Juiz Federal Bruno Takahashi, coordenador da Central de Conciliação de São Paulo, homologou uma série de acordos assinados pelos poupadores. Ele explica que o projeto realizado no TRF3 deve servir de modelo para futuras conciliações.

"A gente já recebeu um e-mail da Caixa informando que há mais de cinco mil processos prontos para novas tentativas. Então, aqui é o início de um projeto-piloto feito pelo Gabinete da Conciliação em parceria com o Conselho Nacional de Justiça".

Irone dos Santos Santiago acompanhou a mãe de 90 anos em uma audiência de conciliação. Ela explicou que a poupança estava no nome do seu pai, já falecido, e que só conseguiu ingressar com o processo no último dia. Elas aceitaram a proposta de R$ 10 mil apresentada pela Caixa.

"Eu achei vantajoso porque minha mãe já está esperando isso há mais de 10 anos. E com uma idade avançada, então acho melhor usufruir o pouco que vem, mas pelo menos é certeza. Eu achei melhor fazer o acordo e já resolver agora". E sua mãe, dona Adélia, completou: "Tô feliz, porque ele lutou tanto..."

Acordo homologado pelo STF

As audiências foram realizadas nos termos do acordo assinado entre poupadores, bancos e governo, homologado pelo plenário do STF no dia 1º/3/2018. Participaram da formalização do acordo a Advocacia-Geral da União (AGU), como mediadora, a Confederação Nacional do Sistema Financeiro (Consif) e a Federação Brasileira dos Bancos (Febraban), do lado das entidades financeiras, com intervenção do Banco Central, e, do lado dos poupadores, entidades como a Frente Brasileira pelos Poupadores (Febrapo), o Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) e outros.

O acordo deve mobilizar pagamentos superiores a R$ 12 bilhões aos poupadores que questionam no Poder Judiciário a correção de aplicações na poupança durante a entrada em vigor dos planos econômicos Bresser (1987), Verão (1989) e Collor 2 (1991). Nessas épocas, foram criados índices de correção monetária menores que os da inflação do período. Estão vinculados ao acordo quem tenha ajuizado sua ação até o dia 31 de dezembro de 2016 ou os que sejam parte em ações coletivas.

Como conciliar

Na página da internet do Programa de Conciliação da Justiça Federal da 3ª Região é possível encontrar mais informações e solicitar a participação em uma audiência por meio da ferramenta "Concilie seu processo".

Os interessados que não conseguiram fazer parte da XIII Semana Nacional da Conciliação terão seus pedidos analisados para futuras pautas de audiências, que ocorrem continuamente nas Centrais de Conciliação.

Confira abaixo o endereço das Cecons da Justiça Federal da 3.ª Região, que atuam de forma permanente, atendendo aos cidadãos e promovendo ações de incentivo à autocomposição de litígios e à pacificação social por meio da conciliação, da mediação e de outros métodos de solução consensual de conflitos:

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

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.

Empresários planejam investir mais, constata Boa Vista SCPC

A pesquisa 'Perspectivas Empresariais' também identificou otimismo por parte dos empresários quando questionados sobre a previsão de faturamento em seus negócios

A Boa Vista constatou que 38% dos executivos planejam investimentos superiores para o próximo ano aos praticados em 2018, o que representa um aumento de quatro pontos percentuais na comparação com o 3º Tri/17. Outros 29% dos entrevistados acreditam que os investimentos em seus negócios serão iguais aos de 2018 (no mesmo trimestre de 2017 eram 33%) e 27% acreditam que vão investir valores inferiores em relação ao ano vigente (contra 26% apontados no mesmo período do ano passado). Realizada ao longo do 3º trimestre, a pesquisa buscou identificar quais são as perspectivas do empresariado brasileiro para 2019.

Mantendo a mesma base de comparação, ou seja, o 3º Tri/18 contra o 3º Tri/17, a pesquisa 'Perspectivas Empresariais' da Boa Vista também identificou otimismo por parte dos empresários quando questionados sobre a previsão de faturamento para 2019. 45% acreditam que irão faturar mais, contra 39%, um crescimento de seis pontos percentuais. Para 23% o faturamento não deverá mudar (eram 27%) e para 25% o faturamento irá diminuir em 2019 (eram 27%).

Em 2019, 55% dos empresários entrevistados no 3º Tri/18 apontam que não demandarão crédito para o negócio, contra 41% registrados no 3º trimestre de 2017. Outros 32%, no entanto, declaram que irão demandar crédito. Destes que demandarão crédito em 2019, 43% afirmam que utilizarão para realizar novos investimentos em seus negócios. Este percentual era de 37% no 3º Tri/17, um crescimento de seis pontos percentuais em relação a 2018. Os outros 30% farão pagamento de empréstimos e credores e os outros 27% para alavancar capital de giro.

Ainda em relação ao grupo de 32% que demandarão crédito em 2019, a pesquisa identificou um salto de 33% para 41% do percentual de empresas que acreditam que pagarão mais caro, ou seja, com taxas maiores que as praticadas em 2018. Por outro lado, 24% acreditam que pagarão as mesmas taxas praticadas em 2018, e 35% esperam pagar taxas menores.

Inadimplência e endividamento

A pesquisa Perspectivas Empresariais, da Boa Vista, também apurou a inadimplência do negócio. 25% dos executivos entrevistados acreditam que esta variável irá diminuir em 2019, contra os 20% registrados no com essa percepção no mesmo trimestre de 2017. O que mostra um otimismo. E para 30% o não pagamento das dívidas apresentará crescimento no próximo ano (em 31% no 3º Tri/17).

O endividamento, por parte das empresas, também foi questionado neste levantamento, e a percepção dos executivos sobre este assunto também está mais positiva. Passou de 22% para 38%, na comparação contra o 3º trimestre de 2017, o percentual de empresas que espera estar com menor nível de endividamento em 2019. Já 31% dos entrevistados acreditam que o endividamento de suas empresas estará igual (eram 35%), e 20% que será maior no próximo ano (contra 27% no 3º Tri/17).

Metodologia

O período de realização da Pesquisa 'Perspectivas Empresariais', da Boa Vista, é trimestral (evolutivo 2017 e 2018), e o universo é representado por empresas dos diferentes setores de Comércio (atacadista e varejista), Serviços1, Indústria. A amostra é de pouco mais de mil empresas por trimestre, distribuídas por porte e setor. Para a leitura geral dos resultados, deve-se considerar 95% de grau de confiança, e margem de erro de 3%, para mais ou para menos.

(1) Inclui empresas dos segmentos Instituições Financeiras e Construção Civil.

SOBRE A BOA VISTA

A Boa Vista é uma empresa brasileira que alia inteligência analítica à alta tecnologia para transformar dados em soluções para os desafios de clientes e consumidores.

Criada há mais de 60 anos como SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito), tem contribuído significativamente para o desenvolvimento da atividade de crédito no Brasil, ajudando o País a estabelecer uma relação de consumo mais equilibrada entre empresas e consumidores.

A Boa Vista é precursora do Cadastro Positivo, banco de dados com informações sobre o histórico de pagamentos, que deixa a análise de crédito mais justa e acessível.

Pioneira também em serviços ao consumidor, a Boa Vista responde por iniciativas que cooperam com a sustentabilidade econômica dos brasileiros, como a consulta do CPF com score, dicas de educação financeira e parcerias para negociação de dívidas. Tudo disponível de forma simples, rápida e segura no portal consumidorpositivo.com.br.

Atualmente é referência no apoio à tomada de decisão em todas as fases do ciclo de negócios: prospecção, aquisição, gestão de carteiras e recuperação. Dados estão em toda parte. O que a Boa Vista faz é usar inteligência analítica para transformá-los em respostas e soluções às necessidades e desejos dos consumidores e empresas.

A nº 1 brasileira de Auditoria Independente acredita,
BRASIL E DEUS ACIMA DE TUDO E DE TODOS.

28 anos

Lopes, Machado
Auditors, Tax, Consultants & Business Advisers

Independent Member of BKR International

55 21 2156-5800

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

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

Siga-nos:

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

mcgarrybowen

for·ça

(substantivo feminino)

1 Do latim ***FORTIA***. Vontade firme, ânimo, disposição, vigor; capacidade de produzir um efeito.

2 Resiliência para responder a mudanças e desafios com novas propostas de atuação, identificando riscos rapidamente e resolvendo problemas inesperados de forma inovadora. Disposição para expandir as fronteiras do mercado e realizar a visão estratégica. Capacidade de reduzir lacunas e otimizar habilidades para alavancar a vantagem competitiva e acelerar o crescimento da empresa.

Termos relacionados: otimizar deals, crescer e criar vantagem competitiva, navegar por riscos, complexidade regulatória.

pwc

O mundo pede novas leituras.

www.pwc.com.br/imperativos-negocios

PwC Brasil @PwCBrasil @pwcbrasil PwC Brasil PwCBrasil

© 2019 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