2005 - 2019
EDIÇÃO
80

REVISTA

IBEF®

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO XV - NÚMERO 80 - BIMESTRAL - 2019
www.ibefrio.org.br

Renata Monteiro, presidente da Apsis Consultoria

Helio Saboya Filho: desburocratização e fortalecimento do mercado

Peter Kronstrøm: personalização inteligente e o futuro

Carlos Afonso: dicas para não cair em golpe financeiro

Leandro Gullo: a importância da oratória nos negócios

Estante: Vontade Inabalável, de Maria Silvia Bastos

IBEF
Rio de Janeiro

A nº 1 brasileira de Auditoria Independente
está presente em 500 escritórios em 80 países.

FAÇA SUA ESCOLHA.

28 anos

Lopes, Machado
Auditors, Tax, Consultants & Business Advisers

Independent Member of
BKR
International

55 21 2156-5800

SEDE: Rio de Janeiro - RJ | São Paulo - SP | Recife - PE | Belo Horizonte - MG | Vitória - ES

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

Siga-nos:

Editorial

A Revista IBEF, no mês de seu XV ano, chega à edição de número 80

Sempre procuramos levar a nossos leitores, artigos e matérias com temas importantes que pudessem influir em suas tomadas de decisões.

Agradecemos a todos que contribuiram com nosso conteúdo editorial elevando a qualidade de nossas informações.

Somos muito gratos a nossos anunciantes e apoiadores que, com suas marcas e produtos, nos honraram durante todos esses anos.

À equipe da **Revista IBEF** e aos nossos colaboradores, parabéns pelo excelente trabalho realizado.

Durante este período tivemos o privilégio de contar com importantes empresários, executivos e homens públicos estampados em nossas capas e nos concedendo interessantes entrevistas.

Mantendo a rotina, nesta edição ilustra nossa capa a Sra. Renata Monteiro - presidente da APSIS Consultoria, destacada empresa em ambito nacional que está completando 40 anos de atividades.

Temos ainda artigos inéditos, dentre eles a destacar: os de Helio Saboya Filho, Peter Kronstrøm, Carlos Afonso e Leandro Gullo, além de matérias relevantes sobre nossa economia e finanças.

Agradecemos a você, nosso leitor, pela escolha de dedicar alguns minutos de seu tempo com a nossa **Revista IBEF**.

Muito obrigado a todos!

Marcos Chouin Varejão - Junho 2019

Índice

EDITORIAL.....1
Marcos Varejão.

CAPA.....2
Renata Monteiro, presidente da Apsis Consultoria.

OPINIÃO.....5
Helio Saboya Filho: desburocratização e fortalecimento do mercado.

OPINIÃO.....6
Edgar D'Andrea - Resolução Nº 4.658: o que significa na prática para as instituições financeiras

INTERNACIONAL.....8
Texto do Protocolo de Madri é aprovado no Plenário da Câmara.

OPINIÃO.....9
Guilherme de Almeida Prado: qual é o impacto do cadastro positivo na vida do consumidor brasileiro?

NACIONAL.....10
Contraproposta: 59% dos executivos utilizam recurso para retenção de profissionais.

OPINIÃO.....12
Mariana Collaço de Meira: impactos contábeis e fiscais em operações de M&A: alocação do custo de aquisição.

INTERNACIONAL.....14
"O mundo vai mudar, e as criptomoedas vão ter um papel muito importante nessa história", diz Ricardo Amorim no Universo Bitcoin.

OPINIÃO.....15
Helena Spieler e Tiago Gomes: os Family Offices e a Governança Corporativa de Grupos Familiares.

OPINIÃO.....16
Carlos Afonso: dica para não cair em golpe no mercado financeiro .

OPINIÃO.....17
Vanderlei Ferreira: como a tecnologia é capaz de reduzir perdas de mercadorias no transporte?

ECONOMIA.....18
Desinvestimentos no topo da agenda estratégica.

INTERNACIONAL.....20
Bancos dos BRICS serão testados caso as condições globais se tornem mais instáveis em 2019.

OPINIÃO.....21
Peter Kronstrøm: personalização inteligente, a solução para o mercado do futuro.

CULTURA.....22
O Corsário Carioca

OPINIÃO.....23
Maria Vitória Sampaio Cantidiano: porque devemos ser Sustentáveis?

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

OPINIÃO.....26
Darlei Dário Padilha: valores da juventude na era da hiperconectividade.

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

NACIONAL.....28
Svitzer investe em Vitória e inicia segunda fase de expansão no Brasil

INTERNACIONAL.....29
Banco do BRICS investirá US$ 621 milhões em projetos e desenvolvimento sustentável no Brasil.

RH.....30
- Andrea Orcioli é a nova CEO da Sephora Brasil.
- Easynvest anuncia Fernando Miranda como novo presidente.

INVESTIMENTOS.....31
A FS Bioenergia investirá R$ 1 bilhão na implantação de uma usina em Nova Mutum (MT).

NACIONAL.....32
Pesquisa inédita investiga vida digital dos brasileiros maduros e inspira projeto Silver Makers.

OPINIÃO.....34
Ministro defende, no Senado, a importância do Turismo para gerar emprego.

OPINIÃO.....36
Eduardo Gameleiro: "Grades" de oportunidades de negócios.

SAÚDE.....37
De que adianta a banana ser bonita, se não têm nutrientes?

JURISPRUDÊNCIA.....38
Comissão de MP que muda Lei de Proteção de Dados Pessoais traça os próximos passos.

OPINIÃO.....40
Leandro Gullo: a oratória e sua importância para gerar negócios.

Renata P. Carneiro Monteiro, presidente da Apsis Consultoria

Revista IBEF - Fale-nos sobre sua formação, seu currículo e sua carreira como executiva da área de consultoria.

Sou graduada em Direito com Pós-graduação em Direito da Propriedade Industrial pela Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Fiz MBA em Gestão de Negócios pelo Instituto Brasileiro de Mercados e Capitais (IBMEC) e sou membro, desde 2016, do YPO – Young Presidents´Organization, a primeira organização global dedicada ao aperfeiçoamento de líderes. Realizei, em 2018, programa executivo, na Stanford University, Graduate School of Business e certificações pela Fundação Dom Cabral em 2018 e 2019, focadas em liderança e no que temos de mais atual no mundo.

Tenho mais de 15 anos de experiência no mercado de consultoria em avaliações de negócios e hoje presido a Apsis Consultoria, uma empresa com mais de 40 anos nesse mercado.

Revista IBEF - A Apsis surgiu em 1978, portanto completou 40 anos. Conte em palavras, a história da empresa, que é considerada a maior avaliadora nacional.

A empresa foi fundada pelo meu pai, Ricardo Monteiro, diante da necessidade e da busca por empreender. Há 40 anos, a Apsis começou como uma consultoria de avaliação de bens imobiliários, porém logo acompanhou as mudanças na economia mundial e passou a realizar não somente avaliações de ativos fixos, mas de todo o intangível envolvido no negócio do cliente.

Mantendo o olhar no foco do cliente, a Apsis foi desenvolvendo suas áreas de negócio e, hoje, atua não somente como uma avaliadora independente, mas como uma consultoria com forte atuação nas áreas de economia, engenharia e contabilidade, oferecendo serviços integrados e voltados para geração de valor e melhor tomada de decisão de nossos clientes.

“Um estudo recente mostrou que, em 1975, cerca de 83% do valor das empresas era composto de ativos tangíveis, enquanto os intangíveis representavam apenas 17%. Nos últimos anos, essa proporção se inverteu, com cerca de 84% do valor das empresas atribuídos aos intangíveis, restando 16% para os demais ativos.”

Ao longo dos últimos anos, buscamos consolidar nossos valores. Os principais valores da Apsis são: foco no cliente, atitude vencedora – tendo sempre a superação como meta –, inovação, espírito de dono e respeito às pessoas.

Revista IBEF - Em que cidades do Brasil está presente?

Atuamos em todo o território nacional, com sede no Rio de Janeiro, escritórios em São Paulo e representação comercial em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. Com essa estrutura, também atendemos ao mercado internacional.

Revista IBEF - Qual a meta e os objetivos da empresa?

Nossa principal meta é prestar consultoria, orientando, com excelência os clientes quanto à melhor forma de identificar, mensurar, gerir e otimizar seus valores. Somos uma equipe multidisciplinar, composta por profissionais dos mais variados *backgrounds*, como engenheiros, economistas e contadores. Esses especialistas são completamente comprometidos em encontrar a melhor solução nas tomadas de decisão e na gestão de patrimônio dos nossos clientes. Por isso, inovar, superar as expectativas e ter o foco total nos clientes são os nossos maiores objetivos.

Revista IBEF - Quais os diferenciais da Apsis frente à concorrência?

Somos parceiros próximos e acessíveis, e não meros espectadores dos problemas de nossos clientes. Agilidade, assertividade e parceria são os nossos principais diferenciais. Para nós, são importantes o envolvimento, o aprofundamento, a velocidade e a precisão nos nossos diagnósticos. Todo esse esforço resulta no oferecimento de soluções que ajudam nossos clientes na tomada das melhores decisões. Investimos continuamente no aprimoramento dos nossos processos, sempre atentos às inovações que surgem. A nossa qualidade é resultado, também, do aperfeiçoamento constante de nossos profissionais e do nosso foco em inovação.

Revista IBEF - Dentro do mercado de avaliações, o que é mais importante no momento de avaliar uma empresa?

Vivemos um momento de profundas transformações, em que os ativos físicos perdem cada vez mais valor para os intangíveis. Os bens tangíveis formaram a espinha dorsal das três primeiras revoluções industriais, mas esse cenário mudou nos últimos anos. Estamos em plena era do conhecimento e da inovação, na aurora da quarta revolução industrial, época em que ativos intangíveis — propriedade intelectual como marca e, patente — passaram a ser percebidos pelos investidores como mais importantes do que grandes fábricas, instalações ou jazidas de minério.

Um estudo recente mostrou que, em 1975, cerca de 83% do valor das empresas era composto de ativos tangíveis, enquanto os intangíveis representavam apenas 17%. Nos últimos anos, essa proporção se inverteu, com cerca de 84% do valor das empresas atribuídos aos intangíveis, restando 16% para os demais ativos. Essa variação evidenciou a importância crescente dos intangíveis para a economia.

Nós estamos sempre antecipando essas tendências para ajudar nossos clientes oferecendo as melhores escolhas e soluções. Esse é o DNA da Apsis: inovação e foco no cliente.

"A implementação de modelos de governança corporativa e a adoção de práticas de cultura de conformidade e integridade é uma necessidade para qualquer empresa, seja ela pequena, média ou grande."

Revista IBEF - Como foi o ano de 2018 para vocês? E para 2019/2020, qual a projeção de crescimento?

O ano de 2018 foi de muitos desafios. Ampliamos nosso portfólio de produtos, focamos na melhoria de processos internos e no treinamento do time. O resultado foi o aumento da nossa carteira de clientes. Para os próximos dois anos, temos como objetivo o nosso crescimento, mesmo enfrentando um ambiente de mercado adverso, com olhar atento para a qualidade do trabalho entregue. A projeção é otimista, mas depende não só de um bom trabalho do time, como também, de uma retomada econômica e maior confiança do mercado.

Revista IBEF - O avanço na implantação de modelos de governança corporativa mais consistentes tem tido efeitos positivos. Qual o impacto que isso pode ter nas avaliações de empresas, públicas ou privadas, no Brasil?

A implementação de modelos de governança corporativa e a adoção de práticas de cultura de conformidade e integridade é uma necessidade para qualquer empresa, seja ela pequena, média ou grande.

Essas são iniciativas que, quando praticadas com seriedade, tornam-se importantes para a valorização do negócio.

Revista IBEF - Há pouco tempo, a Apsis criou a Capta, uma empresa agente de "*equity crowdfunding*" para atuar e captar projetos empreendedores, modernos e inovadores. Fale-nos um pouco da Capta e de sua especialidade para desenvolver negócios, incluindo *startups*.

O *equity crowdfunding* é uma forma de captação de recursos financeiros por meio da qual uma empresa pode obter recursos vendendo participação para centenas de pequenos investidores pessoa física. Essa modalidade de investimento vem crescendo no Brasil e já movimentou cerca de 45 milhões em 2018.

Com 40 anos de experiência em análise de empresas e investimentos no mercado nacional, criamos a Capta com o objetivo de fomentar o empreendedorismo brasileiro, agregando conhecimento técnico e financeiro aos projetos e assertividade para o investidor. Esse *know-how* inclui modelos setoriais customizados de projeção de fluxo de caixa e avaliação de ativos intangíveis.

Revista IBEF - Por quais áreas específicas a Capta se interessa e quais valores "mínimo e máximo" podem ser investidos por projeto ou empresa?

A Capta atua em projetos imobiliários, de sustentabilidade, tecnologia e mineração. O aporte mínimo em uma nova empresa ou projeto é de R$ 500,00.

Com base na instrução CVM 588, para investidores com renda bruta anual ou investimentos até R$ 100.000,00, o valor máximo a ser investido em um ano é de R$ 10.000,00. Com renda bruta anual ou investimentos entre R$ 100.000,00 e R$ 1.000.000,00, o valor máximo é de até 10% da renda ou do patrimônio. Já para investidores qualificados que têm renda ou investimentos acima de R$ 1.000.000.000,00, não há restrições.

Os projetos estão abertos a investimentos por parte de pessoas físicas ou jurídicas.

Revista IBEF - Qual o seu hobby?

Viajar e programar minhas viagens.

Revista IBEF - Para finalizar: uma frase, um pensamento!

"Mar calmo nunca fez bom marinheiro", bem propícia para o momento que vivemos...

Desburocratização e fortalecimento do mercado

*Helio Saboya Filho**

No final da década de 70, quando Ernesto Geisel passou a presidência do país a João Figueiredo, o processo de reabertura política já se encontrava em marcha – "lenta e gradual" – rumo ao fim do ciclo do poder militar.

Paralelamente à desconstrução do regime autoritário, o desmonte de seu paquidérmico aparato burocrático era tão desafiador que Figueiredo teve, paradoxalmente, que criar um ministério extraordinário para enxugar a máquina, nomeando o também extraordinário (com duplo sentido) Helio Beltrão titular da pasta.

O ministro afirmava que Programa Nacional de Desburocratização iria "fortalecer o sistema de livre empresa, favorecendo a empresa pequena e média, que constituem a matriz do sistema" contra a "tendência incoercível (do Estado) de inibir e asfixiar a atividade empresarial". Ao mesmo tempo, advertia que o problema iria demandar uma solução "estratégica, seletiva e gradual". Tinha inteira razão.

Se as eleições diretas de 1989 concluíram a delicada transição para a democratização, agora, trinta anos depois, nos vemos ainda dependentes de inciativas voltadas à desburocratização.

Pomposamente batizada de "Declaração de Direitos de Liberdade Econômica" e apresentada como instrumento de "empoderamento do Particular contra a intervenção estatal", a Medida Provisória n°881/2019 não deve, porém, ter seus muitos méritos julgados com base em um marketing de gosto duvidoso.

A MP 881 cria a sociedade limitada unipessoal e dispensa os micro e pequenos empreendedores de alvará para a exploração de atividades de baixo risco, inclusive para desenvolvimento e comercialização experimental de produtos e serviços na área de inovação tecnológica (startups).

Estatui a presunção de boa-fé do Particular frente à Administração Pública e a de aceitação tácita da pretensão por ele formulada se não respondida pela autoridade no prazo legal.

Enfatiza a autonomia da manifestação de vontade nos negócios jurídicos empresariais, estatuindo regras de interpretação tendentes a favorecer os micro e pequenos empreendedores nas hipóteses de vulnerabilidade, como em contratos de adesão e reduzindo ingerência estatal nos negócios jurídicos interempresariais.

No campo da responsabilidade civil, não será mais todo e qualquer sócio ou administrador que se sujeitará às consequências patrimoniais da desconsideração da personalidade jurídica, senão aqueles que se beneficiarem de abusos ou da prática de atos ilícitos sob o véu da empresa.

Para estimular a captação de poupança popular para o mercado que emergir dessas medidas, a MP 881 dá autonomia aos fundos de investimentos para disciplinar a responsabilidade dos respectivos quotistas e flexibiliza a responsabilização dos prestadores de serviços fiduciários.

Por fim, mitiga entraves da Lei das S.A., estimulando a conversão de sociedades por quotas em sociedades abertas por ações, preservando o poder regulador da Comissão de Valores Mobiliários. Que venham muitos os IPOs.

Quanto à proteção dos investidores, meu companheiro de escritório, Luiz Leonardo Cantidiano, gostava de recorrer a outro "xerife" do mercado, o ex-juiz da Suprema Corte norte-americana, William O. Douglas, dizendo que "o regulador deve ficar atrás da porta com a garrucha e deixar o mercado funcionar. Quando alguém faz uma bobagem, ele sai para mostrar quem manda".

Uma semana após proclamar a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, o Poder Executivo baixou um Decreto flexibilizando a comercialização de armas e munições. Evidentemente, uma coisa não tem nada a ver com a outra.

** Sócio-fundador do escritório Saboya, Direito, Muanis.*

Resolução Nº 4.658: o que significa na prática para as instituições financeiras

*Edgar D'Andrea**

Recentemente, o Banco Central do Brasil (Bacen) tornou pública a Resolução Nº 4.658 que estabelece a obrigação de uma política de segurança cibernética e os requisitos para a contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem.

Ela aborda questões objetivas e subjetivas, exigindo visão analítica em sua interpretação e discussões internas de entendimento para sua aplicação. Tópicos relevantes como serviços em nuvem no exterior, prontidão e transparência em casos de incidentes de segurança cibernética, compartilhamento de informações, envolvimento do conselho de administração, controle de informações sensíveis, classificação de dados e responsabilização por vazamento de informações sensíveis, que eram objeto de permanente discussão no mercado, são tratados na resolução, permitindo às instituições direcionarem suas decisões estratégicas, táticas e operacionais a este respeito. Em vigor desde de 26 de abril de 2018, a resolução obriga as instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Bacen a definir, implementar, divulgar e manter política de segurança cibernética formulada a partir de princípios e diretrizes que busquem assegurar a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade dos dados e dos sistemas de informação utilizado. Desta forma, se introduz a relatividade sobre o aspecto da sensibilidade dos dados e informações dentro da visão associada aos riscos operacionais e de imagem, e a privacidade de dados, imputando responsabilidade às instituições. Nesse sentido, agora é necessária a designação de um diretor responsável pela política de segurança cibernética e pela execução do plano de ação e de resposta a incidentes.

Além disso, a política deve contemplar a capacidade de prevenir, detectar e reduzir a vulnerabilidade a incidentes relacionados ao ambiente cibernético, demandando reavaliação de procedimentos e controles internos sob à luz dos objetivos definidos. Considerando os avanços da tecnologia digital, a natureza das operações e a complexidade dos produtos, serviços, atividades e processos, o atendimento pleno desta exigência regulatória será um grande desafio. Sabemos que os procedimentos e controles existentes, bem como aqueles a serem construídos, estão apoiados em pessoas, o que vai requerer *change management* e conscientização, em processos e mecanismos de segurança. Vai implicar também em reavaliação da arquitetura tecnológica de segurança e novos investimentos.

Também passa a ser exigido um plano de ação e de resposta a incidentes instaurados e iniciativas para compartilhamento de informações sobre os incidentes

relevantes com as demais instituições. Isso é uma novidade para esse setor e dará forma ao que já acontece de maneira informal, abrindo possibilidades de usar *benchmarks* internacionais, principalmente do mercado americano que é muito avançado neste tema.

Por fim, a Resolução determina que as instituições devem assegurar que suas políticas, estratégias e estruturas para gerenciamento de riscos especifiquem critérios de decisão e sigam requisitos do regulador quanto à contratação de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem, no País ou no exterior. O contrato entre instituição financeira e prestador de serviços em nuvem terá cláusulas mínimas e estabelecerá adoção de procedimentos que englobem práticas de governança corporativa e de gestão proporcionais à relevância do serviço a ser contratado e aos riscos a que estejam expostas.

Como era de se esperar, a resolução define prazos para ações de designação, aprovação, adequação, comunicação, assim como de emissão regular de relatório anual. As instituições devem estabelecer de imediato uma força tarefa para identificar as lacunas existentes em relação às exigências e definir os planos de ação para o cumprimento dos prazos.

Dessa forma, o Bacen estabelece o posicionamento do regulador e os critérios a serem cumpridos em segurança cibernética, permitindo que as instituições reguladas avancem de maneira estruturada em um mundo cada vez mais digital, melhorem a relação de confiança com o mercado e sejam efetivas na gestão de riscos, no *compliance* e controles internos, enfim, na governança cibernética.

“Como era de se esperar, a resolução define prazos para ações de designação, aprovação, adequação, comunicação, assim como de emissão regular de relatório anual.”

Sobre a PwC

Na PwC, o nosso propósito é construir confiança na sociedade e resolver problemas complexos. Somos um Network de firmas presente em 158 territórios, com mais de 250.000 profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações. Saiba mais sobre a PwC e nos diga o que é importante para sua empresa ou carreira, visitando nosso site: www.pwc.com

Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2019 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.

Sócio PwC.

Texto do Protocolo de Madri é aprovado no Plenário da Câmara

Acordo também requer mais agilidade no processo de registro de marca no país de origem: os pedidos de registro de marcas precisam tramitar no INPI em até 18 meses

O Plenário da Câmara aprovou em março o texto do Protocolo de Madri sobre registro de marcas, que agiliza os procedimentos e permite que o registro seja concedido simultaneamente nos vários países que fazem parte do acordo (PDC 860/17). O texto agora segue para o Senado.

Pelo texto, o escritório nacional – no caso brasileiro, o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) – encaminhará o pedido de registro de marca para a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), sediada em Genebra. Caberá ao órgão centralizador o processo de registro nos demais países-membros.

"A adesão do Brasil será um marco para a internacionalização das marcas brasileiras porque estimulará, facilitará e impulsionará o registro de marcas brasileiras no exterior e, por consequência, serão ampliados, tanto a comercialização internacional de produtos e serviços, como os investimentos nacionais em outros mercados e vice-versa. A adesão do Brasil, portanto, é condição essencial para o desenvolvimento nacional do comércio exterior e para inserir o país, definitivamente, na agenda da competitividade e dos investimentos."

A medida diminui o custo das empresas, que hoje precisam arcar com múltiplos pedidos de registro de marca para atuar em outros países. Os custos envolvem pagamento de taxas, contratação de advogados, entre outros.

O relator da proposta, deputado Marcos Pereira (PRB-SP), disse que a adesão do Brasil ao acordo faz parte da agenda liberal de desburocratização e ampliação da competitividade das empresas.

Encaminhado ao Congresso em 2017, o Protocolo de Madri está em vigor desde abril de 1996 e foi ratificado pelas maiores economias do Mundo, como Estados Unidos, Japão, China, Rússia e pela União Europeia.

Qual é o impacto do cadastro positivo na vida do consumidor brasileiro?

*Guilherme de Almeida Prado**

Visto pelo Banco Central como uma ferramenta para aumentar a oferta de crédito e reduzir a taxa de juro cobrada a empresas e famílias, o cadastro positivo tem potencial de incluir 22 milhões de pessoas que estão fora do mercado de crédito e 60 milhões de consumidores negativados. Para o Governo Federal, a nova lei – sancionada em 8 de abril pelo presidente Jair Bolsonaro – abrirá espaço para a entrada de R$ 1 trilhão na economia nacional; desses, R$ 520 bilhões irão para pequenas e médias empresas. A estimativa do poder público é de redução, também, da inadimplência em 45%, gerando R$ 450 bilhões em arrecadação.

Na análise da lei anterior – em vigor desde 2011 – pode estar a explicação para tamanho otimismo do governo. Como a inclusão no banco de dados de bons pagadores era realizado apenas mediante a solicitação do consumidor às instituições financeiras, esse registro era irrelevante para a análise de crédito pela baixa adesão do brasileiro. O novo cadastro positivo terá uma inclusão automática do consumidor que contará, também, com uma pontuação específica, que leva em conta a adimplência em operações de crédito e no pagamento de contas de serviços continuados: água, telefone, luz e esgoto.

Não tenho dúvida de que o cadastro positivo deva aumentar a competição. Hoje, na prática, os cinco grandes bancos possuíam informações de boa parte dos consumidores, enquanto outros *players* do mercado financeiro, incluindo as *fintechs*, possuíam apenas a informação se a pessoa estava negativada ou não. Para se ter uma ideia do impacto da aprovação, no modelo anterior, com a inclusão opcional, apenas 11 milhões de brasileiros estavam no cadastro positivo. Com a adesão obrigatória – modelo no qual quem quiser pode pedir a exclusão –, o número de brasileiros no cadastro deve multiplicar por 10. Vale lembrar que o impacto da mudança não será imediato; o cadastro positivo entra em vigor em 90 dias e os *bureaus* de crédito só podem divulgar os *scores* 60 dias depois. Ou seja, só vamos começar a usar o cadastro no mínimo em 150 dias.

Mas, qual será o impacto do cadastro positivo na vida dos brasileiros passada a fase de implementação? Na análise dos beneficiários efetivos, hoje, metade da população adulta no Brasil está negativada, ou seja, tem acesso a crédito praticamente nulo. Nesse universo, em várias famílias de baixa renda com quatro pessoas, por exemplo, três estão negativadas. Com isso, só uma tinha acesso a crédito. Essa única pessoa acabava se endividando por toda a família, gerando um ciclo vicioso. Com o cadastro positivo vai ser possível identificar quais pessoas são boas pagadoras dentro desse grupo. A partir desse momento, os bancos, financeiras e *fintechs* começarão a ofertar crédito para parte desse grupo. Além disso, quem estava negativado não tinha nenhum incentivo para pagar outras contas. Se você estava com orçamento apertado e não conseguiu pagar uma conta, você passava a ficar negativado e não conseguia mais acesso a crédito. Na prática, funcionava como um incentivo para não pagar várias outras contas.

Um ponto interessante da medida é que autônomos têm muitas dificuldades para obter renda, pois grande parte está no mercado informal. O cadastro positivo vai permitir identificar quem são os bons pagadores e aumentar o crédito para essa parcela da população que está criando o autoemprego em um cenário de desemprego que ultrapassa a casa dos 13 milhões de pessoas, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O Brasil possui um setor financeiro robusto e celebrado mundialmente pela inovação tecnológica, mas enfrenta um desafio enorme ao constatar que não atende integralmente a população que mais precisa do crédito: a de menor renda. Entre os brasileiros, 60% da população do país vive com até R$ 22 por dia, ou seja, 112,4 milhões de pessoas. Em contrapartida, os serviços financeiros adequados, acessíveis e que agregam educação para o uso mais consciente do dinheiro, embora essenciais, são escassos. A inclusão financeira está diretamente relacionada ao acesso e ao uso com qualidade dos serviços financeiros e capazes de conceder status de cidadania financeira, indicando políticas inclusivas associadas à efetivação de direitos. O novo cadastro positivo opera nesse sentido. Mas, cabe lembrar que, na prática, há um contexto preocupante. De acordo com a Tese de Impacto em Serviços Financeiros– conduzida pela Artemisia – os brasileiros mais vulneráveis não têm acesso a crédito; veem os serviços financeiros com desconfiança; associam crédito à renda/poder aquisitivo; e não têm o hábito de poupar. Esse mapeamento mostra que no país, a educação financeira é um desafio a ser enfrentado e que se mostra ainda mais relevante com o cadastro positivo que traz a expectativa de mais acesso ao crédito.

Empreendedor de negócios de impacto social serial.
Fundou a Konkero – portal com a missão de transformar a vida financeira de milhões de brasileiros, a KeroGrana e a Central da Catarata.
É especialista em finanças pessoais é graduado e mestre em Administração de empresas pela EAESP-FGV.

Contraproposta: 59% dos executivos utilizam recurso para retenção de profissionais

Especialistas da Robert Half alertam sobre as armadilhas de aceitar uma contraproposta

Último artifício para não perder profissionais para o mercado de trabalho, a contraproposta é utilizada sempre ou com bastante frequência por 59% dos executivos entrevistados em uma pesquisa da Robert Half. Outros 35% afirmam utilizá-la de vez em quando. Apenas 9% dizem não usar ou usar raramente este recurso. O estudo levou em consideração a opinião de 508 executivos C-Level como General Managers, CIOs e CFOs.

"A contraproposta é uma medida emergencial com efeitos negativos para todos as partes. A empresa contratante perde um profissional que ela dava como certo, enquanto o profissional tem sua situação financeira resolvida apenas no curto prazo, correndo o risco de ver retornar as insatisfações que o levaram a pedir demissão", aponta Fernando Mantovani, diretor-geral da Robert Half. "Sobre a empresa que oferece a contraproposta, a mensagem que pode ficar é de que a organização só valoriza os colaboradores quando não há mais saída", conclui.

A tendência é que o número de ofertas de contraproposta aumente, uma vez que a retomada do mercado de trabalho se confirme e as contratações acelerem, aumentando a competição por profissionais qualificados e o receio das empresas em perder seus principais talentos. Este é o cenário previsto pela 7ª edição do Índice de Confiança (ICRH), estudo trimestral conduzido pela Robert Half e que mapeia o sentimento dos profissionais qualificados com relação ao mercado de trabalho atual e futuro. O ICRH atingiu 58,4 pontos em otimismo na perspectiva futura e 32,7 com relação ao momento atual, maiores índices da série histórica, sendo que valores acima de 50 pontos indicam agentes do mercado de trabalho confiantes.

Ainda de acordo com a pesquisa, os principais motivos que levam às empresas a lançarem mão da contraproposta são: boa adaptação do profissional com a empresa e o time (54%); desejo de manter o conhecimento dentro da organização (51%); e custo alto de substituir uma habilidade específica (39%).

Apesar de usada com frequência pelas empresas para reter os colaboradores, os especialistas da Robert Half alertam aos profissionais sobre as armadilhas ao aceitar uma contraproposta:

1. É uma ferramenta emergencial – Alguns empregadores ficam em dúvida quanto ao real comprometimento do empregado com a organização e usam a contraproposta como uma forma para ganhar tempo e segurar o profissional apenas enquanto buscam outra pessoa para a função.

2. As insatisfações podem voltar – Em geral, ao pedir demissão, o profissional possui insatisfações com a companhia que vão além da financeira, como relacionamento com a equipe, clima organizacional, modelo de trabalho, localização da empresa, entre outras. Pode ser que, momentaneamente, o aumento satisfaça, mas, com o passar do tempo, a remuneração maior não amenize as demais insatisfações.

3. Caro para o mercado – A tendência é que o salário de uma pessoa que aceitou uma contraproposta fique acima da média do mercado. Ou seja, pode ser um fator limitador para movimentações futuras.

4. Novos aumentos demorarão a chegar – Ao aceitar uma contraproposta existe, a possibilidade de ficar um bom tempo sem aumento, já que houve uma elevação salarial que não estava no planejamento da companhia.

5. A reputação tende a ficar manchada – Não importa o que o atual empregador diga no momento da contraproposta, a imagem sempre será associada à de alguém que pode pedir demissão a qualquer momento. Com relação ao recrutador que recebeu a recusa, ele tende a avaliar você como um profissional motivado apenas por remuneração, sem valorizar plano de carreira ou oportunidades de crescimento.

6. Cuidado com a lista de cortes – Após aceitar uma contraproposta, pode acontecer de o seu empregador ficar em dúvida sobre a lealdade com relação à companhia e, dentro desse contexto, considerar você na lista de profissionais a serem demitidos, caso haja necessidade.

7. Dificilmente a empresa voltará a valorizar o profissional – Se o benefício financeiro veio apenas porque o colaborador manifestou desejo de ir para o mercado, é possível que não seja da cultura da empresa investir em ações de retenção de talentos. É muito gratificante trabalhar em uma empresa que valoriza o colaborador enquanto ele está na função e não apenas quando ele pede demissão.

Sobre a Robert Half

A Robert Half é a primeira e maior empresa de recrutamento especializado no mundo, selecionando profissionais para oportunidades permanentes e projetos. Fundada em 1948 nos Estados Unidos, a empresa opera no Brasil desde 2007, oferecendo profissionais especializados nas áreas de finanças, contabilidade, mercado financeiro, seguros, engenharia, tecnologia, jurídico, recursos humanos, marketing e vendas e cargos de alta gestão. Ao todo são mais de 300 escritórios na América do Norte, Europa, Ásia, América do Sul e Oceania. Em 2019, a Robert Half foi novamente eleita uma das "Empresas Mais Admiradas do Mundo", de acordo com pesquisa da Revista Fortune. Há 21 anos, a empresa está presente em um dos mais importantes rankings do mundo.

25 ANOS HK Hapner Kroetz

Hapner Kroetz Advogados

Soluções jurídicas para suas melhores ideias. Para o crescimento e sustentabilidade de seu negócio. Para vencer seus maiores desafios.

Hapner Kroetz Advogados
Rua Lysímaco Ferreira da Costa, 80
Curitiba - PR
(41) 2106 - 7900
www.hk.com.br - hk@hk.com.br

HK

Impactos contábeis e fiscais em operações de M&A: alocação do custo de aquisição

*Mariana Collaço de Meira**

A alocação do preço pago por uma entidade para obtenção do controle de um ou mais negócios costuma ser um dos temas de maior complexidade na esfera contábil e fiscal dentro de operações de fusões e aquisições ou M&A. Tal fato decorre das profundas alterações que a nossa legislação tributária sofreu para adequar as normas contábeis brasileiras aos padrões internacionais de metodologias contábeis - IFRS.

Dentre as alterações, a Lei n. 12.973/2014 apresentou nova sistemática à alocação do custo de aquisição do investimento, bem como novas diretrizes ao reconhecimento e mensuração do ágio por rentabilidade futura (goodwill) e do ganho por compra vantajosa (deságio).

Antes de adentrar na análise fiscal da aquisição de investimento, é importante destacar os aspectos contábeis da operação, vez que, a tratativa contábil e fiscal a ser empregada depende do fato desta se realizar entre partes dependentes (entidades sob controle comum) ou independentes (sem relação de controle entre as entidades envolvidas).

Operações de aquisição de investimento entre partes independentes devem ser registradas de acordo com as orientações do Pronunciamento Técnico CPC 15 (R1), convergente à norma internacional IFRS 3, que trata da combinação de negócios, assim definida como "uma operação ou outro evento por meio do qual um adquirente obtém o controle de um ou mais negócios, independente da forma jurídica da operação".

Nos termos do CPC 15, o reconhecimento contábil da combinação de negócio, pelo método de aquisição, exige (i) identificação do adquirente; (ii) determinação da data de aquisição; (iii) reconhecimento e mensuração dos ativos identificáveis adquiridos, dos passivos assumidos e das participações societárias de não controladores na adquirida; e (iv) reconhecimento e mensuração do ágio por expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) ou do ganho proveniente de compra vantajosa.

Ou seja, o adquirente será obrigado a reconhecer e mensurar, na data da aquisição, separadamente, os ativos identificáveis adquiridos e os passivos assumidos, do ágio por rentabilidade futura (*goodwill*) ou do ganho proveniente de compra vantajosa gerado na operação.

Seguindo as mesmas diretrizes do regramento contábil, a legislação fiscal determina que o contribuinte que avaliar investimento pelo valor de patrimônio líquido deverá, por ocasião da aquisição da participação, desdobrar o custo de aquisição (preço de compra) em: (i) valor de patrimônio líquido na época da aquisição; (ii) mais ou menos-valia, que corresponde à diferença entre o valor justo dos ativos líquidos da investida, na proporção da porcentagem da participação adquirida, e o valor de patrimônio líquido na época da aquisição; e (iii) ágio por rentabilidade futura (*goodwill*) ou ganho por compra vantajosa, que corresponde à diferença entre o custo de aquisição do investimento e o somatório do patrimônio líquido e da mais ou menos-valia.

No que diz respeito ao tratamento fiscal dado à mais ou menos-valia, bem como ao goodwill e ganho por compra vantajosa, a legislação determina que tais montantes sejam registrados na conta de investimento da adquirente por meio de subcontas distintas, bem como que o valor da mais ou menos-valia seja baseado em Laudo de Alocação do Preço de Compra (PPA – "Purchase Price Allocation"), que determina o valor justo dos ativos e passivos da sociedade adquirida, para fins de mensuração do custo de aquisição, o qual deverá ser protocolado na Secretaria da Receita Federal até o último dia útil do 13º mês subsequente ao da aquisição da participação.

Cumpridos tais requisitos ao desdobramento do custo de aquisição, a legislação fiscal nacional estabelece os seguintes efeitos fiscais para:

Mais ou menos-valia:

- O ganho ou a perda admitido(a) pela investidora em decorrência da variação do investimento, por ajustes, dos ativos e passivos da investida, refletidos na investidora mediante equivalência patrimonial, desde que devidamente registrados em subcontas vinculados a mais ou menos-valia correspondente, poderão ser diferidos e computados na determinação do lucro real do período de apuração em que o contribuinte alienar ou liquidar o investimento (os valores deverão ser controlados fiscalmente na Parte B do Lalur);
- Para fins de mensuração do ganho ou perda de capital na alienação ou liquidação do investimento, será considerado o valor do patrimônio líquido registrado na contabilidade do contribuinte somado aos saldos existentes nas subcontas da mais ou menos-valia;
- Após evento especial (absorção do patrimônio da investida pela investidora), o saldo de mais ou menos-valia de ativos evidenciado em subconta passará a integrar definitivamente o custo de aquisição do investimento para fins fiscais, passando a ser dedutível mediante sua realização, seja para fins de cálculo de ganho de capital, seja pela realização do ativo, mediante depreciação, amortização, exaustão, alienação ou baixa.

Os art. 186 e 187 da IN 1.700/17 estabelecem que a diferença entre o valor da mais ou menos-valia registrado contabilmente na data de aquisição da participação societária e o valor lançado em contrapartida à conta que registra o bem ou direito que lhe deu causa, em decorrência do evento de incorporação, fusão ou cisão, será excluída ou adicionada, respectivamente, ao lucro líquido para apuração do lucro real e do resultado ajustado à medida que o bem ou direito for sendo realizado, inclusive mediante depreciação, amortização, exaustão, alienação ou baixa.

Por força da alínea "c" do inciso III do art. Art. 186 da IN 1.700/2017, o aproveitamento fiscal da mais-valia como integrante do custo de aquisição será comprometido nos casos em que houver alienação ou baixa do ativo que tenha dado causa a mais-valia, ao passo que o saldo existente na contabilidade não poderá ser considerado como integrante do custo.

Goodwill

- A amortização fiscal do *goodwill* será possível quando do confronto, em um mesmo acervo patrimonial, do ágio por rentabilidade futura (*goodwill*) escriturado pela investidora com os lucros advindos da empresa investida (que justifique o pagamento desse sobre preço), e desde que decorrentes entre partes não relacionadas, à razão de 1/60 (um sessenta avos), no máximo, para cada mês do período de apuração.

Ganho por compra vantajosa

- O valor do ganho por compra vantajosa deverá ser excluído via Lalur no momento da aquisição do investimento e adicionado nas hipóteses previstas de realização do investimento (alienação ou baixa do investimento e evento especial);

- Após evento especial (absorção do patrimônio da investida pela investidora), o ganho por compra vantajosa deverá ser computado na determinação do lucro real dos períodos de apuração subsequentes à data do evento, à razão de 1/60, no mínimo, para cada mês do período de apuração.

Destaca-se, por fim, que o não cumprimento dos requisitos fiscais implica (i) o não aproveitamento da mais-valia como integrante do custo de aquisição do bem e a obrigatoriedade de considerar a menos-valia como integrante do respectivo custo; (ii) a não amortização fiscal do ágio por rentabilidade futura (goodwill), à razão de 1/60; e (iii) o não aproveitamento do diferimento em 1/60 da tributação do ganho por compra vantajosa.

Advogada da Área Corporativa do escritório Marins Bertoldi.

“O mundo vai mudar, e as criptomoedas vão ter um papel muito importante nessa história”, diz Ricardo Amorim no Universo Bitcoin

O Bitcoin ultrapassou a marca de US$ 5 mil nas últimas semanas, provocando novo ciclo de aquecimento do mercado de criptomoedas. Para o economista Ricardo Amorim, entretanto, os criptoativos ainda estão “baratíssimos” e representam um desafio para o qual vale a pena olhar não apenas como investimento. “O mundo vai mudar muito, e eu não tenho dúvidas de que as criptomoedas vão ter um papel muito importante nessa história como instrumento de transação e de reserva de valor, no momento em que os preços ficarem mais estáveis”, sublinhou o economista, que é um dos mais influentes do Brasil e encerrou a conferência Universo Bitcoin, realizada no Hotel Unique, em São Paulo.

“De uma semana para cá houve uma alta significativa no preço do Bitcoin. Pode cair? Pode. Pode subir mais? Pode. A gente só vai saber depois. Nunca queira pegar na mosca, que a chance de acertar isso beira a zero. Se acertar, o que acontece por mera sorte, em sequência você normalmente perde muito dinheiro, porque fica muito autoconfiante e faz muita bobagem”, aconselhou o economista, empreendedor e apresentador do Manhattan Connection, ao comparar o comportamento do investidor em cripto ao de qualquer investidor em ativo de risco.

Em sua palestra, a mais aguardada do evento organizado pelo Grupo Bitcoin Banco (GBB), Amorim fez uma análise sobre a velocidade das mudanças tecnológicas no planeta e traçou uma linha do tempo até o surgimento das criptomoedas, incluindo o surgimento de algumas bolhas e a necessidade de investimentos do país.

A primeira edição do Universo Bitcoin, maior conferência sobre o mercado de criptoativos e investimento do país, que terá periodicidade anual, atingiu o volume máximo de inscrições e contou com a participação de cerca de 550 pessoas. “Esta edição serviu para mostrar o potencial que existe em matéria de educação sobre criptomoedas. Hoje a gente deu o primeiro passo para começar a fazer uma conscientização profissional sobre o assunto”, afirmou Cláudio Oliveira, presidente da CLO Investimentos, empresa controladora do Grupo Bitcoin Banco.

“A maioria das pessoas que está no Universo Bitcoin já vive neste mundo dos criptoativos. Mas aqui também há muitos curiosos que querem aprender e nós queremos ajudar a educá-los para esse novo universo”, disse.

Oliveira abriu o evento apresentando ao público a filosofia de trabalho do grupo, que reúne as exchanges NegocieCoins, TemBTC e BatExchange, além do pioneiro Bitcoin Banco – que tem uma agência física em Curitiba e outra em São Paulo. Outras empresas integram o grupo, entre elas a Imobiliária Tagmob (que aceita bitcoins em seus negócios); a Opencoin (empresa destinada a desenvolver um token de utilidades) e a Fork Content, primeira agência de publicidade brasileira a utilizar a blockchain.

Em dois anos de atividade, o GBB se tornou líder absoluto do mercado brasileiro de moedas digitais, com as corretoras NegocieCoins e TemBTC. A NegocieCoins é hoje a 30ª colocada no ranking Top 50 mundial da CoinMarketCap. Juntas, as duas corretoras de criptomoedas geraram faturamento bruto, em março, de mais de R$ 182 milhões e detêm mais de 90% do mercado brasileiro de criptomoedas.

O volume de negociações das exchanges disparou desde a implantação da plataforma de segurança FortKnox, que permite a transferência de fundos em reais diretamente entre as exchanges, sem depender do sistema bancário tradicional. Isso propiciou a realização de operações 24 horas por dia. Além disso, com a FortKnox, a operação é feita de maneira ainda mais ágil e sem o pagamento de TED, a taxa de transferência bancária. Nesse caso, há apenas a taxa de retirada de 0,5%. A possibilidade, que surgiu de forma inédita no Brasil, atraiu novos investidores e traders para as duas exchanges.

Para fins comparativos, no dia 1º de fevereiro, quando a FortKnox ainda estava em fase inicial, houve 2.403 transações diárias pela Negociecoins e dois meses depois, em 31 de março, elas saltaram para 8.012, o que representa um crescimento de cerca de 233%.

Os Family Offices e a Governança Corporativa de Grupos Familiares

*Helena Pires de Camargo Spieler e Tiago Franco da Silva Gomes**

É inegável a relevância econômica das empresas familiares no Brasil e no mundo. A International Finance Corporation – IFC, braço privado do Banco Mundial, estima que em média 70% das sociedades em atividade de cada país são familiares. De acordo com a International Family Business Network, as empresas familiares contribuem com cerca de 60% do PIB agregado da América Latina. No Brasil, dos 200 maiores grupos econômicos em atividade, aproximadamente 50% se originaram de grupos familiares nacionais.

Por acrescentarem questões afetivas e pessoais aos assuntos empresariais, os grupos familiares enfrentam problemas de governança e conflitos específicos que se somam àqueles enfrentados pelas demais empresas.

Um dos mais relevantes conflitos típicos das empresas familiares ocorre quando, com o passar das gerações, membros da família permanecem na gestão das empresas, sendo remunerados por isso, enquanto outros permanecem apenas na condição de acionistas, dependendo do recebimento de dividendos para auferirem remuneração.

Assim, os problemas se renovam a cada ano, por ocasião da deliberação de destinação dos lucros: os gestores desejam manter as empresas capitalizadas, reinvestindo os resultados na própria atividade empresarial, enquanto aqueles que estão afastados do dia a dia das empresas, desejam distribuir a maior parte dos lucros como dividendos.

Dentre os diversos mecanismos de governança corporativa para empresas familiares, que se propõem a reduzir não só o conflito societário/familiar acima narrado como os demais problemas de governança específicos das empresas familiares, destacam-se os escritórios familiares (ou *family offices*, como consagrado na literatura especializada).

Esses escritórios familiares funcionam como um centro de investimentos e prestação de serviços às famílias prósperas, como assessoria financeira, jurídica, tributária e até pagamentos de despesas diárias, tais como despesas médicas e com seguros.

Atuam também na estruturação e intermediação de investimentos em outras empresas. Além disso, quando exercem essa função, o fazem de maneira muito semelhante aos fundos de *private equity*, investindo na aquisição de participações minoritárias de companhias com potencial de valorização, visando revender referida participação com lucro em um intervalo de poucos anos. Servem, assim, como um instrumento para a diversificação das atividades empresariais da família, reduzindo a sua exposição aos problemas econômicos setoriais que possam afetar os negócios originais.

Por essas razões, os family offices são normalmente administrados por profissionais independentes que possuem habilidades em administração, finanças e contabilidade, consequentemente, transformando-se em robustos e bastante completos centros de serviços de gerenciamento de riqueza para tais famílias. Por isso, podem prestar serviços não apenas para uma única família, mas diversas, e podem, ou não, adquirir personalidade jurídica própria, dependendo das necessidades de seus clientes.

Os recursos para o financiamento das atividades dos escritórios familiares são normalmente aportados por cada membro ou por seus núcleos familiares. Com o passar do tempo, são sustentados também pelos valores eventualmente cobrados pelos serviços prestados (especialmente no caso dos escritórios multifamiliares e/ou profissionais) e dos resultados dos investimentos por eles realizados.

Os *family offices* prestam um importante serviço à governança dos grupos familiares, evitando conflitos de interesses e contribuindo para diversificar os investimentos do grupo.

Ao eliminarem a necessidade de os membros da família arcarem com custos corriqueiros, ao prestar-lhes serviços diversos e efetuarem os pagamentos de despesas cotidianas, os escritórios familiares eliminam parcela das tensões surgidas da parte dos acionistas afastados da gestão das empresas e que dependem dos dividendos para custear, entre outros gastos, referidas despesas.

Por fim, ao diversificarem os investimentos, colocando sob os auspícios de profissionais com capacidades específicas, geram uma nova fonte de receitas, contribuindo ainda mais para reduzir os conflitos pelos destinos dos resultados das empresas da família.

Sócios do Ambiel, Manssur, Belfiore e Malta Advogados. Helena é graduada em direito pela PUC-SP, pós-graduada em Direito Empresarial pela PUC/COGEAE e especialista em Mercado de Capitais pela FGV-SP. Tiago é graduado em direito e Mestre em Direito Comercial pela USP..

Dica para não cair em golpe no mercado financeiro

*Carlos Afonso**

A recente polêmica sobre Bettina, a jovem de uma propaganda do YouTube que ganhou R$ 1 milhão em três anos, acende o alerta quanto à escolha de onde e como aplicar os investimentos

Recentemente, foi aberta uma discussão sobre o mercado financeiro, em razão de uma propaganda de uma empresa de análise de investimentos no Youtube, onde uma jovem de 22 anos transformou R$ 1.500 mil em R$ 1 milhão no período de três anos. A polêmica em torno de uma riqueza em um curto prazo de tempo acende o alerta de que todo cuidado é pouco na escolha de onde e como investir o seu dinheiro.

Nesse caso específico, para se ter uma ideia, a jovem teria de escolher uma aplicação, cujo rendimento mensal teria de ser 19.8%. Essa taxa é alta demais até mesmo para a bolsa de valores e, como é uma renda variável, chega-se à conclusão que é praticamente impossível mantê-la todos os meses, por três anos.

De acordo com o professor e educador financeiro, Carlos Afonso, não existe estratégia mirabolante no mercado financeiro a ponto de alguém se tornar milionário da noite para o dia. "Na verdade, essas 'ofertas' de produtos financeiros extremamente vantajosos podem embutir elevada dose de risco, ou pior, pode se tratar de esquema criminoso em forma de pirâmide financeira, que não tardará muito tempo para ruir e deixar centenas ou milhares de investidores na mão (conhecido como o tradicional esquema de Ponzi)", explica Carlos.

O professor, que também é autor do livro ' Organize suas finanças e saia do vermelho', explica que para escolher um produto financeiro é preciso avaliar a porcentagem do rendimento, as possibilidades de perdas e o prazo da aplicação – ou seja, quanto tempo o investidor terá de esperar para resgatar o dinheiro. "É simples: não existe milagre no mercado financeiro", aponta Carlos Afonso.

Dessa forma, a promessa de ganhos polpudos em aplicações financeiras requer desconfiança, por mais tentadora que seja a proposta. "O ganho patrimonial em investimentos ao longo dos anos se dá, na maioria dos casos, por meio de escolhas corretas de investimentos, persistência e horizonte de longo prazo. Infelizmente, essa história nos mostra que ganhos estratosféricos e consistentes, a curto prazo, não existem. Disciplina e planejamento sim, esses são os melhores caminhos para construir um patrimônio, de forma efetiva e coerente", finaliza professor Carlos.

De leitura fácil e rápida compreensão, o livro 'Organize suas finanças e saia do vermelho' foi lançado em agosto de 2017, pelo especialista em finanças, Professor Carlos Afonso, que é administrador, contabilista e sócio-diretor do Grupo MCR.

O autor traz conceitos fundamentais para uma boa educação financeira, a fim de evitar que as pessoas adquiram o endividamento financeiro ou, se a dívida já existe, desenvolve dicas de como sair dela. Além disso, a obra ensina o leitor a pensar no futuro e, de maneira confortável, fazer o seu "pé de meia".

'Organize suas finanças e saia do vermelho' traz uma luz sobre esse importante assunto que afeta a vida de qualquer pessoa, desde o nascimento até o último suspiro. Relacionar-se bem com o dinheiro garante sustentabilidade financeira e uma vida melhor, livre de privações.

www.livrosaiadovermelho.com.br

** Professor e educador financeiro.*

Como a tecnologia é capaz de reduzir perdas de mercadorias no transporte?

*Vanderlei Ferreira**

Você já passou pela angústia de ter que enviar um pacote para um destinatário específico com urgência e não ter a certeza de que chegará a tempo? Ou, pelo contrário, você já teve alguma situação onde ficou frustrado por esperar uma encomenda e não chegar na data desejada? Se isso gerasse algum problema, qual seria sua reação caso um documento importante não fosse entregue no prazo e causasse um impacto negativo em seu negócio ou vida pessoal?

Quando olhamos com mais atenção, este tipo de situação acaba acontecendo mais vezes do que as pessoas imaginam. Assim, fica em destaque a necessidade dos setores de transporte, logística e correios possuírem mecanismos que ofereçam mais visibilidade e rastreabilidade dos produtos, para minimizar os riscos de extravio, melhorando a experiência e satisfação dos clientes.

De acordo com o Estudo do Futuro da Operação Omnichannel da Zebra, 55% das empresas no mundo ainda usam sistemas manuais, que são métodos insuficientes para manter o controle de processos logísticos. Utilizando esses mecanismos, elas não conseguem rastrear com precisão as entregas ou oferecer serviços que agreguem valor, como notificações por mensagem de texto que informam em tempo real a localização da mercadoria. Contudo, soluções como computadores móveis ou smartphones de classe empresarial estão disponíveis para suprir essa necessidade. Esses dispositivos são capazes, por exemplo, de fornecer a visibilidade necessária para saber em qual caminhão um determinado pacote está sendo transportando, com informações sobre o motorista e rota.

As empresas de logística, observando a urgência em estarem atualizadas para era digital, recorrem as tecnologias modernas para oferecer mais automação, visibilidade de mercadorias e business intelligence para competir na economia de consumo sob demanda. Assim, negócios de transportes & logística (T&L) e os serviços postais devem investir em soluções intuitivas para garantir a entrega dos pedidos no prazo, com ferramentas que podem ser utilizadas por todos os níveis de colaboradores na cadeia de produção.

No Brasil, 73% das empresas de logística esperam expandir o uso de smartphones de classe empresarial em cinco anos, para equipar seus funcionários com a tecnologia necessária, melhorando a produtividade, a eficiência e a experiência do cliente. Esses dispositivos oferecem leitura de código de barras, GPS (Global Positioning System), conectividade de dados e PTT (Push-to-Talk), para permitir comunicações em tempo real. A maioria das empresas preferem o sistema operacional Android, por sua flexibilidade, facilidade de uso, segurança de dados e rentabilidade. A Zebra, líder em soluções de computação móvel baseadas em Android de nível empresarial, oferece o Mobility DNA para companhias de T&L e Supply Chain que buscam maximizar o retorno sobre o investimento de seus dispositivos móveis. Assim, com essas funcionalidades da Zebra, é possível aumentar a produtividade dos funcionários, simplificar a administração, reforçar a segurança e reduzir o tempo de treinamento e implementação.

A velocidade de entrega continua sendo um desafio. Como os clientes estão exigindo cada vez mais das empresas, houve uma mudança para entregas mais rápidas no Brasil e no mundo. Atualmente, 45% das empresas de T&L no país realizam entregas no mesmo dia. Segundo o Estudo do Futuro da Operação Omnichannel da Zebra, esse número aumentará para 83% nos próximos cinco anos.

Além disso, há também companhias deste setor que estão analisando soluções avançadas, como veículos autônomos, drones de alta velocidade e robôs de entrega. Outros procuram terceirizar sua rede de entregas para cumprir todos os pedidos. A correta gestão da rastreabilidade é fundamental.

Ao superar os desafios impostos por esse novo modelo de consumo, a indústria dará início a uma nova era tecnológica que trará produtividade, eficiência operacional e economia de custos. Isso se traduz em confiança dos clientes, pois eles sempre saberão onde o pedido está em tempo real, e como sabemos, não há nada mais importante para companhias do que ter a fidelidade de seus consumidores.

** Gerente geral da Zebra Technologies Brasil.*

Desinvestimentos no topo da agenda estratégica

Estudo exclusivo da EY mostra que, para continuar competindo em um ambiente de rápida evolução tecnológica, 84% das empresas esperam desinvestir até 2021; índice chega a marca histórica de 99% quando se trata das empresas brasileiras

Movidas por um cenário global de incertezas, as organizações estão simplificando seus modelos operacionais a fim de continuar aptas a competir em um ambiente de inovação tecnológica e rápida mudança em hábitos de consumo. É o que mostra o estudo Global Corporate Divestment Study 2019, realizado pela EY com mais de 900 executivos de todo o mundo.

Na edição anterior da pesquisa, a EY identificou a máxima histórica de intenção de desinvestimento desde 2000, ressaltando que a estratégia de desinvestimento já constava na agenda das organizações. Já neste ano, a pesquisa revela que os processos de desinvestimentos estão ajudando as organizações a se reposicionar para oportunidades de crescimento futuro. Para se ter uma ideia, 84% do total das empresas entrevistadas têm planos para desinvestir até 2021.

A incerteza do cenário político global ainda preocupa 74% dos empresários. Eles acreditam que as mudanças geopolíticas vão aumentar os custos operacionais.

Mais de 4 em cada 5 empresas (81%) afirmam que o desejo de simplificar os modelos operacionais deve afetar os planos de desinvestimento, indicando uma busca por agilidade frente a novos concorrentes.

CENÁRIO NO BRASIL

Em solo nacional, a tendência é ainda mais forte: 99% das empresas planejam desinvestir nos próximos dois anos, ante 80% em 2018.

Desse total, 10% preveem iniciar um projeto de desinvestimento ainda nos próximos seis meses e 53% nos 12 meses subsequentes. “Conseguimos identificar que esses executivos estão olhando cada vez mais para os processos internos para entender o que está impedindo suas organizações de serem mais competitivas em seus negócios”, afirma Fabio Schmitt, sócio de transações corporativas da EY. “Até pouco tempo atrás, processos de desinvestimento carregavam uma conotação negativa frequentemente vinculada com má gestão. Hoje fica claro que o mercado já entende como uma oportunidade de gerar valor.”

Entre os fatores que impulsionam os desinvestimentos no Brasil estão a posição competitiva de uma unidade de negócios em seu mercado (84%), seguida pela volatilidade política e macroeconômica (63%) e a simplificação dos modelos operacionais (58%).

“A tecnologia, a mudança do perfil de consumo e as mudanças regulatórias também são fatores que têm levado um número maior de grupos a considerar a venda de ativos como alternativa para se adequar à nova realidade de seus mercados”, diz Schmitt.

O estudo ainda conclui que, com uma ampla base de compradores intersetoriais e de *private equity*, as empresas devem demonstrar flexibilidade em torno de modelos operacionais e estruturas de negociação. Os vendedores que apresentarem um ativo independente para os compradores têm duas vezes mais chances de obter um preço mais alto e concluir o negócio mais rapidamente.

“As empresas deveriam encarar o desinvestimento com as necessidades de um comprador de private equity em mente. Empresas de private equity competem por ativos de qualidade”, afirma Schmitt. “As empresas precisam chegar à mesa de negociação com a história correta e fatos que a suportem para deixar os compradores confortáveis com a decisão de seguir em frente. Detalhes negligenciados ou otimismo infundado resultam em perda de confiança e perda de valor.”

Acesse o estudo completo em ey.com/divestment

EY
Building a better working world

Ditar o ritmo do desinvestimento ou correr atrás?

Em um cenário de incerteza e inovação tecnológica, empresas simplificam operações para manter a competitividade. Confira nosso estudo exclusivo em

ey.com/divestment

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

© 2019 EYGM Limited. Todos os direitos reservados.

Bancos dos BRICS serão testados caso as condições globais se tornem mais instáveis em 2019

Este ano começou com um tom menos pessimista em relação aos mercados emergentes, sobretudo devido à mudança do Federal Reserve Bank (FED, o banco central norte-americano) para uma política mais paciente em seu processo de normalização da política monetária. Essa mudança, por sua vez, renovou a busca por retorno (yield) e um maior apetite por ativos de maior risco, ao menos temporariamente, promovendo um aumento nas entradas de capital nas economias emergentes desde o início de 2019. No entanto, a S&P Global Ratings acredita que os mercados emergentes com fundamentos de crédito fracos continuarão expostos a custos de empréstimos mais elevados em moeda estrangeira. Além disso, a perspectiva incerta para o comércio global, tensões geopolíticas e expectativas de preços de commodities mais baixos são importantes desafios que os mercados emergentes poderão enfrentar este ano.

Nesse contexto, os bancos desses mercados poderão sofrer novas pressões de saída de capital e desvalorização cambial, refletindo o sentimento pessimista do investidor. Os credores de alguns países enfrentam desafios locais, como incertezas políticas, sanções internacionais ou problemas com a qualidade de ativos. A S&P Global Ratings explora em mais detalhe os riscos que podem influenciar o desempenho dos sistemas bancários dos principais países emergentes – os BRICS (sigla em inglês para Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). Nosso mapa de calor abaixo lista os graus de vários riscos que cada economia dos BRICS poderá enfrentar este ano, o que pode se refletir nos respectivos setores bancários.

Entretanto, esses não são os únicos fatores incorporados em nossos ratings de bancos, e resumimos os pontos fortes e fracos relativos desses sistemas bancários em nossas avaliações do risco da indústria bancária de um país [BRICA - Banking Industry Country Risk Assessments] (gráfico 1).

Em geral, esperamos que as principais economias dos mercados emergentes lidem relativamente bem com este cenário este ano. Além disso, esperamos uma desaceleração gradual do crescimento econômico na China e Rússia, uma pequena melhora na Índia e uma ligeira recuperação do desempenho fraco na África do Sul e no Brasil (gráfico 2).

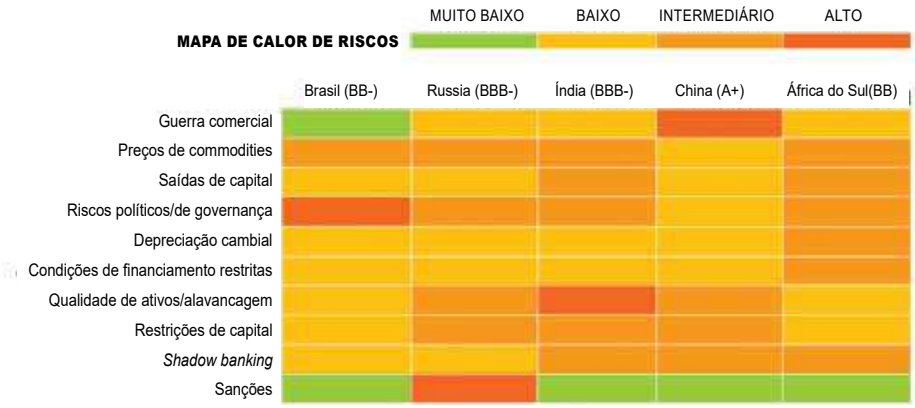

GRÁFICO 1
Avaliação do Risco da Indústria Bancária de um País

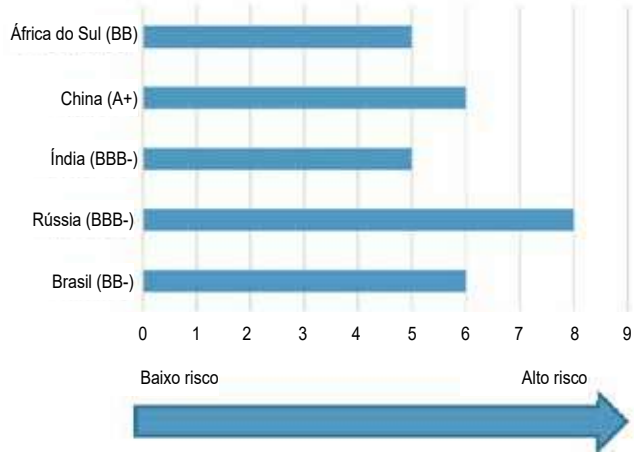

GRÁFICO 2
Crescimento do PIB real

Observação: Ratings na escala global em moeda estrangeira entre parênteses. Fonte: S&P Global Ratings.
Copyright © 2019 pela Standard & Poor's Financial Services LLC. Todos os direitos reservados.

Personalização inteligente, a solução para o mercado do futuro

*Peter Kronstrøm**

Quando, no final da década de 70 e início de 80, os grandes bancos investiram alto na corrida por computadores cada vez mais poderosos para agilizar o processamento dos milhões de operações diárias de seus clientes, poucos visionários poderiam imaginar que as máquinas viriam a ser, em poucas décadas, a principal ferramenta de troca entre as instituições e seu público. Mais do que facilitar a vida dos correntistas e investidores, a digitalização dos serviços financeiros levou ao cenário atual em que, cada vez mais, o espaço físico das velhas agências deixa de ser relevante. Quanto mais numerosos, seguros e dedicados forem os serviços oferecidos no âmbito virtual, melhor se refletirá o resultado final nos balanços, como se pode facilmente constatar. O que pode não ser tão óbvio, no entanto, é que será a informação gerada pelas milhares de operações realizadas por minuto o principal ativo a circular pelas redes. É a partir dela que se construirá o mercado financeiro do futuro, um mercado altamente competitivo e, acima de tudo, personalizado.

A personalização dos serviços é identificada, nos estudos do Copenhagen Institute for Future Studies (CIFS), como uma das mais relevantes consequências das macrotendências de Individualização e Democratização. A partir da análise delas, percebe-se que, assim como um dos principais objetivos do homem é a busca por distinguir-se dos demais, compartilhando com seus pares o conjunto de novos valores e paradigmas, a popularização do acesso à informação e a mecanismos de facilitação do consumo recomenda que se desenvolvam oportunidades de oferta de produtos e serviços voltados para a base da pirâmide, serviços customizados com diferentes faixas de preços e possibilidade de pagamento apenas daquilo que foi demandado e está sendo utilizado.

O universo financeiro, obviamente, não está fora dessa avaliação e precisa ser personalizado tanto quanto o varejo de móveis ou hortigranjeiros. Mas em que consiste essa personalização, afinal? Não basta mais enviar o cartãozinho de parabéns pelo aniversário, ou o brinde de final de ano aos correntistas e investidores mais fiéis. O consumidor que vem se moldando a partir da disseminação das novas tecnologias é alguém que sabe o que quer e como quer – e que espera que a tecnologia atenda seu desejo de imediato, de preferência antes mesmo de que ele sequer saiba o que vai querer. O tempo do futuro é o agora, nele não existe horário comercial ou tutorial longo demais, cada minuto é precioso, não pode ser desperdiçado com o que não importa e a impaciência com o que não nos diz respeito será a norma. Instituições que não conseguirem se adequar a essa demanda tendem a desaparecer, pois sempre haverá quem a atenda.

Para alinhar os negócios a esse novo consumidor, a inteligência artificial é, sim, a solução. Só que essa inteligência, sabemos, é burra até ser educada para nossos interesses. Não é o computador que define o perfil do cliente que desejamos, mas a análise da big data gerada pelas transações que por ele passam. Identificarmos, por meio da inteligência humana discricionária, o que é mais buscado pelo cliente e o que o cenário de momento melhor recomenda aos interesses que manifesta no tráfego diário de informações, nos permitirá criar e, principalmente, consolidar uma relação forte entre consumidor e marca. Quem acha que o cérebro humano será dispensável a curto prazo está redondamente enganado. A máquina e sua fantástica capacidade de processar dados será a ferramenta que nos permitirá tratar cada cliente como se fosse único, fazendo de nosso negócio o seu objeto de desejo.

**Head Latin America do Copenhagen Institute for Future Studies (CIFS).*

O Corsário Carioca

O Corsário Carioca é um grupo teatral de Contadores da História, que atua tanto como Teatro Flutuante, navegando na Baía de Guanabara, bem como em terra firme, em lugares históricos como a Fortaleza de São João, local de fundação do Rio de Janeiro, procurando resgatar a história da cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro e do Brasil.

Idealizado por Marcelo Senra, professor de história, o projeto nasceu em 2014 com o objetivo de unir história e teatro.

O projeto está fazendo 5 anos e o Marcelo Senra continua à frente da equipe teatral Corsário Carioca.

Tem como alicerce, 5 pilares: Educação, Cultura, Conhecimento, Cidadania e Inclusão. A espinha dorsal do projeto, são as Grandes Navegações e Descobrimentos, nos Séculos XV e XVI, integrando história, teatro, ludicidade e educação ambiental.

As navegações são realizadas a bordo de um navio temático, decorado no tema Corsários e Piratas. As apresentações contam com atores caracterizados como personagens históricos, tais como Estácio de Sá, Nicolas Durand de Villegagnon, Infante Dom Henrique, o navegador Vasco da Gama, Padre José de Anchieta, Cacique Araribóia, os corsários franceses Jean François Du Clerc e René Duguay Trouin, entre outros.

Além da Contação da História e das lutas de espadas, são oferecidas 3oficinas: - O Mundo Encantado das Especiarias – Exploração Sensorial - Baía de Guanabara – Santuário Ecológico - Cartografia e Marinharia – Pontos Cardeais e Bússola.

O serviço de bordo é composto por mate, biscoitos Globo, sucos variados, salada de frutas servidas em cestinhas de biscoito com granola e calda de chocolate, amendoim e água

A tripulação é formada por atores, professores, escritores, oceanógrafos, biólogos, cartógrafos e mergulhadores de resgate. Todos são profissionais extremamente competentes, capacitados e comprometidos com o projeto e o bem estar de todos os participantes.

Somos a única empresa que trabalha com eventos náuticos que tem a bordo em todas as navegações a presença de dois (2) oficiais do GMar – Grupo Marítimo de Salvamento. São dadas instruções de salvatagem a todos os participantes e todas as crianças, sem exceção, utilizam coletes salva vidas.

O Corsário Carioca é focado em escolas, famílias, grupos de amigos, empresas, idosos, pessoas com necessidades especiais e turistas nacionais e estrangeiros.

Porque devemos ser Sustentáveis?

*Maria Vitória Sampaio Cantidiano**

Com certeza, já ouviu que devia desligar a água ao escovar os dentes ou não demorar no banho. Mas e o copinho de café que você toma todo dia, já pensou pra onde vai? O Brasil produziu, só em 2016, mais de 78 milhões de toneladas de lixo, segundo a ABRELPE (Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais).

Ser sustentável não é tarefa fácil. Você se sente remando literalmente contra a maré. É um processo demorado, muitas vezes caro, atrai olhares de estranhamento, demanda paciência e mudanças de hábito. Mas quando você começa, a cada dia vai se tornando mais fácil e mais legal.

Comecei essa jornada há mais ou menos um ano comprando canudos de inox, depois carregando meu copo pra todo lugar e quando vi, estava contratando uma empresa de compostagem. Hoje tenho meu kit, (muitas) ecobags, dois livros sobre o assunto (mas inúmeros na lista) e muitas dúvidas e questionamentos.

Durante esse tempo, uma maneira que eu encontrei de tornar isso tudo mais simples foi seguindo páginas e marcas que falassem sobre o assunto nas redes sociais. Dessa forma, aos poucos tudo isso se tornariam normal para mim. Não é mais fácil fazer algo cotidiano? Isso facilita e muito. O mais legal disso tudo é que as pessoas passam a te ver como referência no assunto, seja família ou amigos. Sempre acabam me perguntando sobre o uso de plásticos, medidas que o governo poderia tomar, questionam se eu ainda uso objetos de plástico e até mesmo pedem desculpas quando vão usar algum. Mas eu não quero nem posso obrigar ninguém a ser sustentável. Quero conscientizar as pessoas para que façam por conta própria.

Com o tempo veio a vontade de dividir minhas experiências e visões para as outras pessoas. Usava minha conta pessoal, sem nenhuma pretensão. Aí naturalmente surgiu a ideia de fazer um perfil destinado a isso, afinal, já seguia vários, mas as pessoas a minha volta não. Então se eu reunisse todo esse conteúdo, poderia impactá-las positivamente.

Mas porque eu fiz esse relato todo? Para mostrar que todo mundo pode mudar. Além de exigir dos governos, precisamos começar pelo simples, os nossos hábitos. Quer um exemplo? Há pouco tempo fui a uma sorveteria e, como de costume (recente), pedi casquinha ao invés de copinho. Fácil, vai? Na hora de pedir o sabor, falei que não queria a colherinha (de plástico) que eles sempre dão. Mas adivinha? Ao me entregar o sorvete, ela espetou a colher. Vendo minha reação, ela completou: "Ai desculpa, força do hábito!". O mesmo acontece em restaurantes e lanchonetes. Porque fazemos tudo no automático, sem pensar.

Estudos e pesquisas sobre os hábitos são mencionados no livro "A Força do Hábito", que eu particularmente adorei, e também no livro "Making Habits, Breaking Habits: Why We Do Things, Why We Don't, and How to Make Any Change Stick," do psicólogo Jeremy Dean, onde ele menciona como nosso cérebro funciona quando precisamos automatizar escolhas, criando hábitos.

Com a minha pequena e simples experiência, posso te garantir que não é impossível mudar. Preste atenção nos seus hábitos, naquilo que você faz sem pensar, mas que pode impactar o mundo por muitos anos. Depois vou adorar saber se você mudou algum.

Por fim, separei 5 dicas fáceis para você começar esse processo. Vamos juntos?

1. Recuse sacolas plásticas. No mercado, na farmácia, na loja. Vai ver que não precisa delas. E se possível, tenha a sua ecobag sempre em mãos;
2. Separe seu lixo. Procure saber se existe coleta seletiva na sua rua. Caso não tenha, existem aplicativos para isso. Vai ver que quase tudo em casa pode ser reciclado;
3. Caso você não tenha ou não possa ter um copo de silicone reutilizável, evite usar mais de um plástico em eventos ou no trabalho. E quando puder leve seu próprio copo ou garrafinha;
4. Canudos foram inventados pelo homem, logo você não precisa realmente deles. Mas se preferir usá-los compre o seu. Já existem de vários tipos e materiais e alguns são bem baratinhos;
5. Por fim, se informe, questione, procure saber, pesquise e espalhe. A informação transforma e ela é a única coisa que realmente liberta o ser humano;

Caso você ocupe um cargo de liderança, que tal aplicar algumas dicas em sua empresa?

Espero ter despertado em você o desejo de mudança!

Publicitária. Formada na ESPM, atua na área de comunicação, planejamento estratégico e conteúdo. Criou o perfil @vireieco no Instagram.

KANTAR CAFÉ

De acordo com dados da Kantar, 94% dos lares brasileiros compraram o produto em 2018. Na Grande São Paulo, o índice é de 93%, porém, mesmo com a forte presença, o consumo domiciliar tem caído. Na comparação do ano passado com 2017, 213 mil casas deixaram de ter o produto em sua despensa na região metropolitana de SP. E analisando a rotina semanal de consumo dentro de casa, 74% dos paulistanos beberam café no próprio domicílio com uma média de seis vezes na semana.

93% DOS DOMICÍLIOS DA GSP COMPRARAM CAFÉ

74% DOS PAULISTANOS COMSUMIRAM CAFÉ DENTRO DO LAR

24% DOS PAULISTANOS COMSUMIRAM CAFÉ FORA DO LAR

A compra de cafés para consumo dentro do lar apresentou queda na Grande São Paulo e fora do domicílio a tendência também se manteve, 742 mil paulistanos deixaram de consumir a bebida fora de casa.

Em se tratando de canais de consumo fora do lar, 4% consumiram cafés em ambulantes com ticket médio semanal de R$ 2,60 e 16% em cafeterias, com um ticket médio de R$ 5,54.

Ao analisar o ticket médio de cafeterias aos finais de semana em comparação com a média de canais, ele fica 55% mais caro, R$ 9,16.

"Ainda uma das bebidas mais importantes para o brasileiro, o café segue com forte presença nos lares. Enquanto vemos uma diminuição no consumo tanto dentro como fora de casa, há diferentes oportunidades quando analisamos os momentos de consumo fora do lar. Como pudemos perceber na análise, o ticket varia de acordo com os canais de consumo, cafeterias apresentam um gasto muito superior *versus* ambulantes, por exemplo", afirma Giovanna Fischer, Diretora de Marketing e Insights da Kantar.

Os dados são do Worldpanel FMCG, Worldpanel Usage Foods & Beverages e Worldpanel Out of Home, que monitora os hábitos e comportamento de compra, uso e consumo de consumidores e shoppers 360º em todo o Brasil.

OSKLEN E MASP

O Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) abriu ao público a maior mostra já dedicada pela instituição à obra de Tarsila do Amaral, figura central do modernismo brasileiro e inspiração para a coleção Tarsila, apresentada pela Osklen na 44° edição do São Paulo Fashion Week.

A vida e a obra de Tarsila do Amaral inspiraram a Osklen na criação da sua coleção homônima, lançada em 2017. Esgotada no início de 2018, a coleção volta agora a ser vendida na loja da grife na rua Oscar Freire e no MASP, onde os visitantes da exposição Tarsila Popular, que reúne 92 obras da artista, encontrarão T-shirts, lenços e tote bags que fazem referência a obras icônicas da artista, como Abaporu (1928) - que poderá ser vista na exposição com curadoria de Adriano Pedrosa e Fernando Oliva, depois de onze anos sem vir a São Paulo.

A convite da família da artista - que colocou à disposição de Oskar Metsavaht e sua equipe de estilo as obras e detalhes da história da maior representante feminina da arte brasileira no século 20 -, a Osklen criou peças que agregam seus elementos de estilo e trazem novas formas para o trabalho puro de Tarsila, traçando um paralelo entre sua expressão de arte e o design e estilo da marca.

Esta não é a primeira vez que a Osklen coloca a coleção especial junto às obras da artista em um museu. Em 2018, a mostra passou pelo MoMA, em Nova York, ocasião em a

coleção foi lançada para o mercado internacional, junto com a venda na loja do museu. Quase 90 anos após a criação do Abaporu, um de seus quadros mais icônicos, a artista segue atual e conquistando novos espaços.

"A Osklen é a expressão do meu olhar sobre a nossa cultura e aquilo que me cerca. A arte nos inspira. E acredito que através da plataforma da moda podemos de alguma forma colaborar na aproximação da sociedade com as artes. Esta colaboração com o MASP para a exposição Tarsila Popular, trazendo nossa coleção da mesma forma como fizemos no MoMA em NY, corrobora esta nossa crença", conclui Oskar Metsavaht, fundador e diretor criativo da marca.

RIO QUENTE

Rio Quente, resort localizado em meio ao cerrado brasileiro com águas quentinhas e com diversão 24 horas por dia, disponibiliza especialmente para a temporada de férias de julho a saída de voos fretados. Os voos extras sairão do Rio de Janeiro e de Porto Alegre nos dias 14 e 21 de julho e pousarão em Caldas Novas.

A oportunidade proporciona aos clientes uma experiência no Rio Quente completa, perfeita para aproveitar as férias de inverno em família nas águas quentes do complexo, com muito entretenimento e alegrias inesquecíveis. Quem adquirir os pacotes com até 60 dias antes do check-in irá garantir 10% de desconto.

As vendas já começaram e podem ser adquiridas no site do Rio Quente www.rioquente.com.br ou pela central de vendas pelo telefone (11) 3512-4830.

O complexo turístico Rio Quente Parques & Resorts, administrado pelo grupo Aviva Algar FLC, proporciona 24 horas de lazer e diversão para toda a família, que tem à disposição três parques: o Hot Park, com a maior praia de águas quentes do Brasil; o Parque das Fontes, que concentra oito piscinas de águas quentes correntes e naturais renovadas a cada 20 minutos e o Eko Aventura Park, que oferece atrações para todas as idades e adeptos de esportes de aventura. A parte hoteleira dispõe de sete hotéis, somando 1.200 apartamentos. São 497 m² em meio à natureza exuberante do cerrado brasileiro na cidade de Rio Quente (GO), localizada a 27 minutos do aeroporto de Caldas Novas. Anualmente o resort recebe 1,5 milhão de pessoas, fortalecendo o turismo na região Centro Oeste.

ALLIANZ TRAVEL

A Allianz Travel, líder global na oferta de seguro viagem, atuando no Brasil como representante da Allianz Seguros no segmento viagem, amplia seu portfólio e lança o Seguro Viagem Anual. A novidade é ideal para quem gosta de aproveitar todos os feriados do ano para viajar ou para quem precisa viajar frequentemente a trabalho.

O plano proporciona ao viajante mais tranquilidade, economia e segurança durante 365 dias, sem limite de viagens por ano. Carlos Cortez, diretor de marketing da Allianz Travel, explica que o plano anual é válido para viagens internacionais com duração máxima de até 60 dias cada. “Uma das vantagens é a liberdade de viajar, para qualquer lugar do mundo, sem precisar contratar uma nova apólice de seguro a cada vez que for embarcar em uma nova aventura. Além da comodidade, o viajante consegue sentir a diferença no bolso. O plano anual é uma maneira mais eficiente e econômica”.

O Seguro Viagem Anual pode ser adquirido nos planos Multidestinos TOP e Multidestinos PRIME. “Trabalhamos para tornar a vida de quem viaja cada vez mais simples e segura. Por isso, desenvolvemos um seguro viagem personalizado que une comodidade, economia e segurança”, finaliza Carlos.

Valores da juventude na era da hiperconectividade

Darlei Dário Padilha *

Você já parou para pensar que todos aqueles que nasceram no começo dos anos 2000 hoje já caminham para idade adulta? Assim como este jovem do século 21, diversos rapazes e moças começam a apresentar seus sinais de maturidade celebrando uma das fases mais importantes da vida: a juventude. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), os indivíduos entre os 15 e 24 anos são considerados jovens e estima-se que existem no mundo mais de um bilhão de seres humanos nessa faixa etária - um terço da população mundial, o que indica mais esperança de um mundo melhor. Infelizmente, sabemos que nem todos têm as mesmas oportunidades de acesso à educação, saúde, moradia e etc.

Apesar disso, a chamada Geração Z representa os nativos digitais, pessoas muito familiarizadas com o uso da internet e o pensamento em rede, extremamente conectadas por telefones móveis e também pelo constante compartilhamento de arquivos por meio das redes sociais. Dotados de uma grande compreensão da tecnologia, uma das maiores nuances dessa juventude é o ato de zapear entre várias opções de experiências, seja em séries de televisão, filmes, videogames, modelos de smartphones/tablets ou tutoriais para aprendizados diversos.

Esses jovens não são fortemente influenciados por propagandas e sempre procuram por indicações de amigos antes de comprar algo. Alguns estudiosos diferem na opinião sobre as consequências dessa hiperconectividade nesse período em que ocorrem algumas das primeiras decisões individuais que o(a) acompanharão por muito tempo, como, por exemplo, a opção por uma profissão, o primeiro voto, entre outras escolhas que delimitarão seu futuro.

Realmente uma rotina limitada às telas de conteúdos *on demand* pode gerar sérios problemas, causando inclusive um atrofiamento da vida social, sendo que os jovens precisam da convivência em grupos para se integrar à sociedade. A compulsão começa a se refletir no corpo: dores de cabeça, nas costas e articulações, ganho de peso. Somado a esses problemas, a juventude é o momento-chave para começar a construir a realidade da fase adulta. Aos poucos o jovem vai se tornando uma pessoa mais responsável, mais seguro de seus atos, tendo inclusive responsabilidades civis pelos mesmos. Quase tudo é possível nesta etapa de intensas descobertas, estudos, namoros, viagens e aventuras.

A juventude é também um período crucial, em que as pessoas concluem a Educação Básica e começam a construir uma carreira no Ensino Superior. Nesse sentido, o ensino Marista busca ir além da educação intelectual. Ajudamos a formar jovens protagonistas e também cidadãos conscientes. Nós acreditamos que a construção do projeto de vida pessoal se faz pelo processo de autoconhecimento, desenvolvimento de habilidades socioemocionais e o fortalecimento de valores como espírito de família, ética, solidariedade e interculturalidade.

A Rede Marista de Colégios (RMC) está presente no Distrito Federal, Goiás, Paraná, Santa Catarina e São Paulo com 18 unidades. Nelas, os mais de 25 mil alunos recebem formação integral, composta pela tradição dos valores Maristas e pela excelência acadêmica. Por meio de propostas pedagógicas diferenciadas, crianças e jovens desenvolvem conhecimento, pensamento crítico, autonomia e se tornam mais preparados para viver em uma sociedade em constante transformação.

Saiba mais em www.colegiosmaristas.com.br

**Mestre em educação, professora universitária e diretora geral do Colégio Marista Goiânia (GO).*

Vontade Inabalável

Maria Silvia Bastos Marques fala sobre sua trajetória profissional e aponta os erros e acertos de suas experiências de gestão e administração nas esferas pública e privada.

"Uma guerreira do bem, corajosa e positiva, engajada em temas do Rio e do Brasil. Nesses tempos nublados, o país precisa de exemplos como o dela, mulher e líder, sempre disposta a encarar um novo desafio." – Arminio Fraga Neto, ex-presidente do Banco Central.

"Maria Silvia é dotada de raro espírito público. Uma vocação testada nos mais altos cargos, em que seu talento singular, associado a apuradas credenciais técnicas, se destacou admiravelmente. Ao longo de sua trajetória, impulsionou uma curiosidade intelectual incomum nas elites brasileiras, em geral carentes de uma visão humanística. Proclamo, com muito gosto, minha admiração por esta ilustre brasileira." – Nélida Piñon, escritora.

Maria Silvia Bastos Marques sempre acreditou que poderia traçar o próprio destino. Foi pioneira em todas as áreas por que passou. A expressão "primeira mulher" acompanhou todos os cargos que ocupou: diretora e presidente do BNDES, secretária municipal de Fazenda do Rio, presidente da Companhia Siderúrgica Nacional, da Icatu Seguros e, atualmente, do banco de investimentos Goldman Sachs.

Em **Vontade Inabalável** – Os erros e acertos de uma executiva pioneira, lançamento da **Editora Sextante** (selo Primeira Pessoa) para o mês de novembro, a executiva conta em detalhes essa trajetória. Nascida no interior do estado do Rio, única menina entre três irmãos, precisou vencer a resistência do pai para ir estudar no Rio de Janeiro. Não queria que sua vida se resumisse a tocar piano, ser professora, casar e ter filhos. Acabou fazendo tudo isso e muito mais.

GAIA SILVA GAEDE
ADVOGADOS

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

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

www.gsga.com.br

Svitzer investe em Vitória e inicia segunda fase de expansão no Brasil

Investimentos na operação estão em torno de R$ 60 milhões

A Svitzer comunica o início de suas operações de dois novos rebocadores em Vitória, Espírito Santo. A líder global em rebocagem aumentou sua presença no sudeste brasileiro, depois de concentrar seus esforços de expansão nas cidades Rio Grande e Santos em 2018.

"Nosso crescimento e expansão geográfica no Brasil está sendo impulsionado principalmente por clientes que precisam de serviços de alta qualidade que proporcionam segurança, confiabilidade e transparência", diz Rutger Thulin, diretor administrativo da Svitzer no Brasil. "Vitória era um passo natural para nós. Sua localização geográfica é ideal para nossos clientes que buscam serviços confiáveis no país", acrescenta.

Vitória representa o início da segunda fase de expansão da Svitzer no Brasil, e é parte de uma estratégia global de crescimento em mercados em desenvolvimento. Durante a primeira fase, entre 2015 e 2018, a Svitzer concentrou-se no sudeste e no sul do país e entrou nos portos de Paranaguá, Santos, Rio Grande, São Francisco do Sul e Itapoá. Mas agora a empresa também está de olho em oportunidades potenciais no Nordeste. "Estamos subindo no mapa do país seguindo a necessidade dos nossos clientes. Já fornecemos serviços de reboque para grãos, fertilizantes e navios porta-contêineres", diz Thulin.

A Svitzer chegou em 2015 no Brasil após a compra da Transmar Serviços Marítimos, com sede no Rio de Janeiro, e já investiu cerca de um bilhão de reais desde então.

Os dois novos rebocadores que atuarão no porto de Vitória possuem 32 metros de comprimento por 11 metros de largura. Eles são equipados com motores MTU e propulsão Schottel, gerando uma impressionante tração de amarração superior a 70 toneladas. "Os novos rebocadores estão entre as embarcações mais poderosas que atendem o porto", diz Thulin. Construídos no estaleiro de Detroit e entregues no final de dezembro de 2018, os rebocadores foram batizados de Svitzer Elias D e Svitzer Joaquim R.

Desde 1833, a operadora de reboque líder mundial oferece segurança e suporte no mar. Com 4.000 funcionários, uma frota de mais de 430 embarcações e operações em todo o mundo, a empresa é líder global de mercado em resposta de reboque e emergência.

Banco do BRICS investirá US$ 621 milhões em projetos de infraestrutura e desenvolvimento sustentável no Brasil

Em três anos de operação, o Novo Banco de Desenvolvimento aprovou US$ 8 bilhões em financiamentos para Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul

O Brasil receberá US$ 621 milhões do Novo Banco de Desenvolvimento (New Development Bank - NDB), instituição financeira criada em 2015 pelo grupo formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, o BRICS. Nos três primeiros anos de operação da instituição, foram aprovados quatro projetos brasileiros que abrangem as áreas de energia renovável (eólica, solar e hidrelétrica), construção de estradas, reconstrução de rodovia férrea, esgotamento sanitário, telecomunicações e refinarias da Petrobras. Os dados são do estudo Arquitetura Financeira Conjunta do BRICS: o Novo Banco de Desenvolvimento, lançado nesta quarta-feira, 17, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

O estudo estima que o deficit de investimentos em infraestrutura nos países em desenvolvimento seja de US$ 1 trilhão e US$ 1,5 trilhão por ano. Criado para oferecer crédito a projetos de infraestrutura e desenvolvimento sustentável nos BRICS e em outros países em desenvolvimento, o NDB aprovou, entre 2016 e 2018, 30 projetos num total de US$ 8,1 bilhões. Segundo a pesquisa, quase um terço do valor se destina a financiamentos no setor de transporte, enquanto 26% é direcionado à energia limpa. Além desses setores, o banco também é voltado para projetos contemporâneos nas áreas de mobilidade urbana e rural, eficiência na oferta e uso da água, proteção contra enchentes, infraestrutura (social e urbana) e produção limpa (atividades poupadoras de emissão de CO2).

O Brasil, como um dos cinco acionistas do NDB, já aportou US$ 1 bilhão até 2019 e deverá destinar mais US$ 1,050 bilhão para a instituição até 2022. Até o momento, o banco já recebeu aportes de US$ 5,3 bilhões de seus sócios fundadores, e a meta de integralização do capital até 2022 é de US$ 10 bilhões. “É o único banco em que o Brasil tem poder igualitário de voto, entre os vários bancos multilaterais de que o país é acionista”, destaca Luciana Acioly, técnica de planejamento e pesquisa do Ipea e autora do estudo.

Juntos, os países do BRICS têm uma participação de 33% no produto global, 42% da população mundial e 43% de contribuição no crescimento do produto global, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI) para 2018.

Escritório no Brasil

O NDB tem sede em Xangai, na China, além de um escritório em Johanesburgo, na África do Sul. Em novembro de 2019, está prevista a inauguração de um escritório no Brasil, na cidade de São Paulo. Há, ainda, expectativa de criação de uma representação na capital federal. Em 2020, o Brasil indicará o novo presidente do banco.

Andrea Orcioli é a nova CEO da Sephora Brasil

Andrea Orcioli assumiu, em maio, o cargo de CEO da Sephora Brasil. Desde 2014, Andrea ocupa o cargo de Vice-Presidente de Marketing e Merchandising para América Latina. Com a mudança, ela passa a comandar os negócios e as estratégias do Brasil da rede francesa, que compõe o grupo LVMH - Moët Hennessy Louis Vuitton, e maior destino de beleza do mundo.

Formada em Publicidade e Propaganda pela UNIP (Universidade Paulista) e diplomada com honras pela Berkeley University of California em Marketing, a executiva possui 21 anos de experiência no marketing de grandes empresas, como Unilever e Avon - nesta última, chegou a Diretora de Marketing de Maquiagem para a América Latina.

Agora, à frente da Sephora, Andrea Orcioli encara o desafio de conduzir as 23 lojas, 15 *pop-up stores* da rede pelo país (São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Distrito Federal, Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Goiás e Pernambuco) e o e-commerce, cuidando de um portfólio de mais de 200 marcas, entre nacionais e internacionais.

No final de abril, a executiva Flavia Bittencourt, que estava na Sephora desde 2013, deixou a posição de CEO Brasil e a liderança da Sephora na América Latina para assumir a liderança da Adidas Brasil.

"A Sephora Brasil mudou o comportamento do brasileiro desde sua chegada, há sete anos, quando passou a oferecer marcas nacionais e internacionais, tornando-as acessíveis ao consumidor que gosta de beleza e preza pelos cuidados pessoais. Entendo que o nosso segredo é oferecer produtos de qualidade, experiência diferenciada e curadoria. É um desafio e tanto que assumo agora com a missão de continuar contribuindo com o crescimento da rede no país, atraindo novos clientes e marcas desejadas. Estou muito feliz com este convite e confiante com essa nova fase", comenta Andrea Orcioli.

Easynvest anuncia Fernando Miranda como novo presidente

A Easynvest terá Fernando Miranda como novo presidente, que assumirá a cadeira em 12 de junho. Marcio Cardoso, sócio fundador da corretora e até então CEO, atuará exclusivamente no conselho da empresa e novos negócios.

Miranda tem 20 anos de experiência no mercado financeiro, sendo 10 deles ligados a bancos digitais e inovação. O executivo ocupava a posição de diretor de novos negócios no Banco Santander. Em sua carreira, Miranda trabalhou por nove anos na Europa como presidente do Citibank na Suécia e CEO do Banco Digital, além de CEO da WebMotors e Head de Varejo Digital do Banco Original.

A FS Bioenergia investirá R$ 1 bilhão na implantação de uma usina em Nova Mutum (MT)

- A FS Bioenergia investirá cerca de R$ 1 bilhão na implantação de uma nova usina em Nova Mutum (MT). A usina, que produzirá etanol e farelo e óleo de milho, começará a ser construída no meio do ano.

- A Companhia Pernambucana de Saneamento (Compesa) investirá R$ 1 bilhão no abastecimento de água e no esgotamento sanitário estadual ao longo de 2019. Grande parte do aporte será direcionada à região do Agreste, que contará com uma nova adutora.

- A Sabesp investirá R$ 258 milhões em obras no sistema de esgoto da cidade de Osasco (SP). Com previsão de conclusão em 2028, o investimento permitirá que a cobertura da rede alcance 100% no município.

- Depois de ter arrematado o lote BEL 09 do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, a Petrobras Transportes (Transpetro) investirá R$ 128 milhões ao longo de 20 anos.

- Após ter arrematado o lote VDC12 do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, o Terminal Químico Aratu (Tequimar) investirá R$ 126,3 milhões ao longo de 25 anos.

- A indústria farmacêutica Kley Hertz investirá R$ 100 milhões na duplicação de sua fábrica, localizada em Porto Alegre (RS). A expansão será responsável pela geração de 70 empregos diretos e 45 indiretos.

- Após ter arrematado o lote BEL 08 do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, a Petrobras Distribuidora (BR) investirá R$ 89 milhões ao longo de 20 anos.

- Depois de ter arrematado o lote BEL 02A do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, o Consórcio Latitude investirá R$ 48,3 milhões ao longo de 15 anos.

- A Prefeitura de Piraquara, município localizado na Região Metropolitana de Curitiba, investirá R$ 42 milhões na pavimentação de diversas ruas.

- A prefeitura de Praia Grande (SP) investirá R$ 30 milhões na área de saúde. Parte do aporte será direcionada para a ampliação do número de leitos hospitalares em um dos maiores hospitais do município.

- Após ter arrematado o lote BEL 02B do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, o Consórcio Sabbá, do grupo Raízen, investirá R$ 27,4 milhões ao longo de 15 anos.

- Depois de ter arrematado o lote BEL 04 do leilão de terminais portuários promovido pelo Governo Federal, a rede Ipiranga Produtos de Petróleo investirá R$ 11,6 milhões ao longo de 15 anos.

- Em parceria com o Governo Federal, o governo do Estado de Pernambuco investirá R$ 5 milhões no Aeroporto Governador Carlos Wilson, localizado no arquipélago de Fernando de Noronha. O aporte será direcionado para a implantação de luzes de pouso.

- A Companhia de Água e Esgotos da Paraíba (Cagepa) investirá 3,7 milhões no sistema de distribuição de água do município de Coremas. As obras deverão ser concluídas até o primeiro semestre de 2020.

- A prefeitura de Sorriso (MT) investirá cerca de R$ 2 milhões na construção de 20 salas em diversas escolas municipais.

Pesquisa inédita investiga vida digital dos brasileiros maduros e inspira projeto Silver Makers

O estudo realizado pela MindMiners, empresa de tecnologia especializada em pesquisa digital, em parceria com a consultoria de marketing Hype60+, sobre Maduros e digitais: redes sociais, influenciadores e vida digital após os 50 anos, buscou mapear o comportamento dos brasileiros seniores. Concluída em abril de 2019, a pesquisa contou com 533 entrevistas conduzidas com brasileiros na faixa etária de 50 a mais de 80 anos. Os resultados inspiraram a consultora Hype60+ a criar o núcleo de influenciadores Silver Makers - um hub de inteligência que propõe soluções que combinam o contexto das marcas com estratégia de influência para consumidores maduros.

Para o cidadão do século XXI, envelhecer é um processo completamente diferente do que foi décadas atrás. Essa mudança está inteiramente associada à presença da internet na vida dos novos seniores. A partir do advento da conectividade, eles buscam conhecimento no YouTube; diversão no Facebook; e relacionamento no Instagram e pelo WhatsApp. A internet é a janela para o mundo; no ambiente digital, os maduros conversam, matam saudades, ficam próximos da família, reencontram afetos do passado, mantêm grupos de novos e antigos amigos; experimentam novos amores, planejam viagens físicas e intelectuais. A rede os mantém conectados com uma vida pulsante, ativa e digital. Para entender essa nova sociedade prateada, a consultoria de marketing Hype60+ e a empresa de tecnologia especializada em pesquisa digital MindMiners conduziram o estudo quantitativo. Nesse mapeamento, os especialistas investigaram as diferentes formas de consumo e a interação dos 50+ nos canais digitais, além de aprofundar a relação do consumidor sênior com influenciadores digitais.

A pesquisa inova ao pautar análises da relação do consumidor brasileiro maduro com muitas marcas e empresas. O estudo mostra que há um território vasto a ser explorado por vários segmentos do consumo, inclusive, com o apoio de influenciadores digitais dessa nova geração de prateados. A produção de conteúdo digital, contemporâneo e relevante – que dialogue com os desafios, anseios e necessidades desse público – pode inserir marcas dentro de um novo contexto. Há real potencial de transformar a relação dos maduros com produtos e serviços. Hoje, de acordo com análise desses brasileiros, eles são consumidores invisíveis.

Segundo Layla Vallias – cofundadora da consultoria de marketing Hype60+ e uma das coordenadoras do levantamento – é preciso recalibrar o olhar sobre o envelhecimento com base no uso de dados, pesquisas e momentos de escuta e empatia com os novos maduros brasileiros. “Precisamos motivar a sociedade a questionar o ageismo; o preconceito contra as pessoas com mais de 60 anos é prejudicial à sociedade e aos negócios”, afirma. Dados do Instituto Brasileiro de Pesquisas e Estatísticas apontam que, hoje, os maduros já representam quase 20% do consumo, movimentando cerca de R$ 1,6 trilhão. O Brasil é um dos países com um envelhecimento populacional mais acelerado do mundo. Em 32 anos, o país será o sexto com maior parcela da população 60+, estando à frente de todos os países em desenvolvimento. Um avanço exponencial que tem surpreendido estatísticas como a do IBGE que apontava que o Brasil alcançaria 30 milhões de idosos apenas em 2025 – marca atingida em 2018.

Para Danielle Almeida, *head* de marketing da MindMiners, empresa especializada em pesquisa digital que conduziu o estudo, a ideia de estudar os maduros veio do desejo de explorar esse lado tecnológico, curioso e ativo que eles possuem e que ainda é desconhecido e/ou ignorado pelas marcas. “Trata-se de um público altamente consumidor, mas que parece invisível quando o assunto é a estratégia de marketing das grandes empresas. Nosso objetivo é dar voz a esse grupo de pessoas, mostrando hábitos, comportamentos e opiniões para que estejam no radar. É fundamental que sejamos não apenas capazes de atender as demandas, mas principalmente romper com os estereótipos que a publicidade insiste em utilizar para representá-los”, afirma Danielle.

O resultado do mapeamento inspirou a consultoria Hype60+ a criar o projeto Silver Makers, um *hub* de inteligência que propõe soluções que combinam o contexto das marcas com estratégias de influência para consumidores maduros. A proposta responde à necessidade de diálogo das marcas com o público sênior em uma perspectiva de estabelecer conexões verdadeiras, orientadas para a construção de relacionamento com consumidores 60+.

“Os maduros brasileiros estão explorando cada vez mais os canais digitais e se tornando grandes protagonistas. Estamos vendo surgir produtores de conteúdo maduros na internet que estão ganhando mais relevância e representatividade. Pensando nisso, a Hype60+ está lançando um núcleo de influenciadores digitais que têm como propósito identificar esses produtores de conteúdo maduros, contribuindo para a sua trajetória nas redes sociais. Esse núcleo terá o nome de Silver Makers. Trabalhar com os influenciadores maduros é uma grande oportunidade para as marcas que queiram se comunicar de forma relevante e autêntica com o consumidor sênior”, analisa Cléa Klouri, sócia do Hype60+ e uma das coordenadoras do estudo.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES DO ESTUDO

PERFIL | Os novos maduros são ativos e digitais. A maioria dos entrevistados está trabalhando em empresas ou fora delas – 71%. Mesmo entre os aposentados, a rotina semanal é intensa: atividade física, voluntariado, interação com amigos e familiares. Entre os desejos, querem interagir e provar que têm muito a contribuir; fazem questão que a sociedade saiba que estão ativos. No detalhamento, 24% trabalham como funcionários de empresas; 22% atuam como autônomos; 22% estão aposentados e não trabalham; 15% são aposentados e continuam trabalhando; 11% são empreendedores; e 6% estão desempregados.

A forma de enxergar a maturidade também foi objeto da pesquisa. Para 83% dos entrevistados, as gerações mais velhas aprendem com as mais novas e vice-versa. Para 24% dos maduros, há preconceito etário – o chamado ageismo. A despeito das dificuldades, associam a maturidade com uma das melhores fases da vida – sobretudo por ter mais tempo; mais experiência para valorizar situações e pessoas; e para entender o que realmente importa. "É comum nos esquecermos que essa geração de maduros chega à senioridade com saúde, atividade mental e física em dia. Eles estão construindo uma nova imagem da longevidade, oxigenando pautas com jovialidade, energia e produtividade", avalia Layla.

Eles são curiosos. Entre os entrevistados, 79% acima de 50 anos estão dispostos a experimentar novos produtos, serviços e marcas; entre os 60+, 74% se sentem abertos para testar novas tecnologias. Quando perguntados se consideram pessoas digitais, 71% dos entrevistados com 50+ afirmam positivamente; entre os seniores com mais de 60 anos, esse percentual sobre para 74%.

Entre as redes mais conhecidas, destaque para o WhatsApp: 98% conhecem e 95% já utilizaram. O Facebook ocupa a segunda posição – 96% conhecem e 91% usam efetivamente –; seguido por YouTube, com 94% e 51%, respectivamente. O índice dos demais para conhecimento e uso são: Messeger (91% e 76%); Instagram (89% e 73%); Twitter (69% e 34%) e LinkedIn (63% e 41%).

As redes sociais preferidas dos maduros, são WhatsApp (88%), Facebook (65%) e Instagram (48%). Entre os principais motivos para a preferência, estão: acesso a novidades, possibilidade de se relacionarem com os amigos, conversar com a família, mostrar o próprio trabalho, facilidade de uso, concentração de amigos e parentes no ambiente virtual, receber fotos e vídeos.

"Um olhar importante para se ter sobre os maduros, é que muitos deles ainda trabalham, seja de forma autônoma ou em grandes empresas. Por isso, vemos uma grande parcela utilizando o LinkedIn e buscando novas formas de se atualizar e manter-se em um mercado cada vez mais dinâmico. Mesmo em redes sociais como Facebook e Instagram, os profissionais de comunicação e e-commerce devem-se manter atentos, pois os 50+ ainda são consumidores e compradores, tanto no mundo físico quanto no online", pontua Lucas Mathias, especialista de pesquisa e marketing na MindMiners.

A pesquisa mostra que 70% dos maduros acima dos 50 anos consomem conteúdo na NETFLIX; 58% têm conta no Spotify; e 27% declaram usar ou ter usado sites e aplicativos de relacionamento.

A pesquisa Maduros e digitais: redes sociais, influenciadores e vida digital após os 50 anos se propôs a investigar a relação dos seniores com os influenciadores digitais – pessoas que podem criar movimentos, ditar tendências, influenciar decisões, opiniões e pontos de vistas. Entre os Millennials, os influenciadores são conhecidos por recomendar produtos e serviços; por terem um poder de fala que rivaliza com meios como tevê e rádio, podendo estar ao alcance de milhões de pessoas ao redor do mundo, tendo por "moeda" a confiança. Em uma época na qual a publicidade convencional está sendo questionada, os influenciadores têm ditado novas formas de promover marcas.

A análise do impacto dos influenciadores entre os 50+ mostra que 67% dos maduros sabem o que é o influenciador digital; 46% dos entrevistados seguem algum desses influenciadores nas redes sociais. Entre os tópicos de interesse, 55% apontam moda e beleza; 51% comportamento e relações humanas; 50% entretenimento e cultura; 47% culinária e gastronomia; e 45% saúde e fitness. Alguns Top of Mindentre os influenciados digitais não diferem muito das gerações mais jovens: Felipe Neto, Whindersson Nunes, JoutJout, Ricardo Amorim, Consuelo Blocker e Kéfera. Quando analisamos os favoritos, o resultado difere um pouco: Carlinhos Maia, Consuelo Blocker, Ricardo Amorim, Felipe Neto e Padre Fábio de Melo.

Entre os entrevistados, 82% com mais de 50 anos apontam o celular como dispositivo mais utilizado para acessar conteúdos de influenciadores. E 71% preferem o Instagram; 60% o Youtube; e 48% o Facebook para acompanharem as novidades. A análise de formato de conteúdo mostra que mais da metade dos entrevistados preferem o vídeo (53%) e 35% declararam preferir o formato de texto.

Os influenciadores digitais estão apresentando aos maduros novos produtos e serviços. Entre 71% dos entrevistados com mais de 50 anos, a afirmativa recorrente é que ficaram sabendo de determinado item de consumo por indicação desses atores digitais; 18% dos maduros buscam informações de produtos e serviços com esses influenciadores digitais e celebridades. 75% dos maduros afirmaram que descobriram e compraram produtos por essa indicação. Ou seja, há uma compra efetiva impulsionada pela recomendação. Entre os que compraram, 48% adquiriram produtos de higiene e beleza; 41% compraram roupas; e 33% calçados. Entre as demais categorias que merecem destaque: perfume (30%); viagem (31%); eletrodoméstico (25%); e serviço por assinatura (16%).

O estudo foi além da detecção dos influenciadores digitais conhecidos – observou a presença de microinfluenciadores e produtores de conteúdos relevantes para os maduros brasileiros. Entre os destaques, Silvia Fernandes (Silvia rumos aos 60s) e Rosangela Marcondes (It Avó).

Maior que a população do Chile e Uruguai juntas, o número de maduros já soma 30 milhões no Brasil; em pouco tempo, o país será o sexto maior do mundo com população com mais de 60 anos. Pela primeira vez na história, a humanidade tem mais tempo para viver; sonhar; reinventar a vida, a carreira, os relacionamentos e a própria trajetória. A chave está em desenvolver novos territórios nos quais o capital social e intelectual lapidado em décadas possa redefinir padrões de consumo e comportamento. Os maduros estão em toda a parte, inclusive na internet. Para entender essa nova sociedade prateada, a consultoria Hype60+ e MindMiners conduziram o estudo Maduros e digitais: redes sociais, influenciadores e vida digital após os 50 anos.Nesse estudo, os coordenadores investigaram as diferentes formas de consumo e interação dos 50+ nos canais digitais como Facebook, Instagram e WhatsApp – além de aprofundar a relação desse consumidor sênior com os influenciadores digitais.

A pesquisa conduzida entre 27 de fevereiro e 11 de março 2019, foi realizada de forma digital a partir de questionário quantitativo aplicado em amostra de 533 pessoas, de 50 até mais de 80 anos; das regiões Sudeste, Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte; de todas as classes sociais. A busca foi por entender a relação entre hábitos do público maduro na internet e interação com os influenciadores digitais. A pesquisa está disponível em: https://mindminers.com/blog#estudos-originais

Ministro defende, no Senado, a importância do Turismo para gerar emprego

No mês passado, o ministro do Turismo, Marcelo Álvaro Antônio, esteve na Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo para apresentar o panorama do setor no mundo, o cenário e o potencial brasileiro, bem como os gargalos que impedem o avanço e a agenda estratégica do setor. Segundo o ministro, a meta é gerar dois milhões de empregos, inserir 40 milhões de brasileiros no mercado de viagens, promover um salto dos atuais 6,6 milhões para 12 milhões de turistas internacionais e na arrecadação com o turismo internacional dos atuais US$ 5,9 bi para US$ 19 bilhões.

"De acordo com estudos técnicos, isoladamente, o turismo tem o dobro do potencial de desenvolvimento econômico do país", destacou o ministro. No estudo de competitividade do Turismo, do Fórum Econômico Mundial, o Brasil aparece na 27ª colocação em um ranking de 136 países. No estudo econômico global, a colocação do país cai para a 72° lugar. Para transformar o potencial em realidade e emprego, o ministro apontou a abertura total das empresas aéreas ao capital estrangeiro que permitirá a ampliação de companhias atuando no Brasil, o fortalecimento da promoção turística internacional dos destinos domésticos e a modernização da Lei Geral do Turismo como solução. A criação de áreas especiais de interesse turístico e a isenção de vistos para países estratégicos como a Austrália, Japão, Canadá e EUA - que passa a valer em 17 de junho - também receberam destaque na agenda estratégica. Outro ponto citado foi a entrada das empresas *low-costs,* que começaram a realizar voos internacionais a preços mais competitivos a exemplo da empresa Norwegian que opera o trecho Rio de Janeiro - Londres a US$ 1 mil.

"Temos atrativos sem iguais. Não podemos permitir que o Brasil continue recebendo cerca de 6 milhões de turistas por ano", comentou o senador Elmano Férrer (PI). O Brasil recebeu 6,6 milhões de visitantes internacionais em 2018. O quantitativo equivale a menos de 0,5% dos turistas que viajam pelo mundo - 1,4 bilhão de pessoas. De acordo com o Fórum Econômico Mundial, o Brasil é número um do mundo em atrativos naturais e oitavo em atrativos culturais. Ainda durante a audiência, a senadora Mara Gabrilli lembrou a importância de a Pasta estar atento aos turistas com algum tipo de deficiência e a necessidade de os atrativos estarem adaptados. A Pasta inclusive dispõe de um aplicativo para avaliações de acessibilidade dos empreendimentos e pontos turísticos em todo o Brasil. O turista com deficiência ou dificuldade de locomoção já pode acessar no Windows Phone ou na AppStore e baixar a nova versão da ferramenta gratuitamente.

Outro assunto que recebeu atenção dos senadores presentes foi a questão da segurança que impacta diretamente no turismo doméstico e internacional. O ministro ressaltou que o assunto tem merecido atenção da Pasta e que, inclusive, já esteve reunido com o ministro da Justiça, Sérgio Moro, para tratar do assunto e estudar modelos de sucesso de combate à violência adotados por outros países como a Colômbia. Em um país com quase 8 mil quilômetros de costa, a necessidade de maior conectividade marítima também foi mencionada. A Pasta dispõe inclusive de um Grupo de Trabalho de Turismo Náutico para abordar o tema.

A concessão de serviços turísticos nos parques nacionais e o melhor aproveitamento dos Patrimônios da Humanidade também foram abordados durante a audiência desta manhã. Entre as metas dos 100 dias de governo, estão a criação de um Decreto que melhora a gestão dos patrimônios mundiais no Brasil e a assinatura de uma instrução normativa que compartilha a gestão de imóveis com potencial turístico da União para o Ministério do Turismo.

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

“Grades” de oportunidades de negócios

*Eduardo Gameleiro**

Com as mudanças trazidas por um novo governo, recebi a missão de presidir a Fundação Santa Cabrini (FSC), órgão responsável pela gestão do trabalho prisional no Rio de Janeiro. A FSC possui um grande número de apenados que atuam nos regimes fechado, semiaberto, prisão albergue domiciliar (monitoramento por tornozeleira) e condicional, com vagas de emprego junto à iniciativa privada e órgãos públicos.

Com propriedade, posso afirmar que nosso trabalho alia boas oportunidades de negócios para empresários dos mais variados setores, fato que certamente colabora para a ressocialização da terceira maior população carcerária do Brasil (G1, 2019). Nossa proposta é respaldada pela Lei de Execuções Penal – Lei n° 7.210/1984, diploma que rege o trabalho prisional no Brasil. Através dessa normativa, conseguimos oferecer vantagens para empregadores na contratação dessa mão de obra. A título de exemplo, podemos citar o não pagamento de férias, 13° salário e de faltas justificadas; também não há afastamento por doença, fundo de garantia e aviso prévio; os apenados são escolhidos pela empresa através de entrevistas e o gerenciamento de folha de pagamento é feito pela Fundação.

O investimento no trabalho prisional vai, inclusive, ao encontro das políticas públicas mais modernas, como o Decreto Federal nº 9.450, de 24 de julho de 2018, que institui a Política Nacional de Trabalho no âmbito do Sistema Prisional, voltada à ampliação e qualificação da oferta de vagas de trabalho, ao empreendedorismo e à formação profissional das pessoas presas e egressas do sistema prisional.

A FSC, além da gestão do trabalho prisional, promove atividades culturais, educacionais e artísticas. Nesse sentido, possuímos um banco de projetos de diferentes faixas de investimento. Esses projetos, criados por profissionais de áreas distintas, possuem variadas faixas de custo de aplicação e desenvolvimento e podem envolver atividades em áreas de profissionalização, educação, arte e cidadania. Eles podem ocorrer dentro das unidades penais ou em nosso centro de capacitação profissional, que está sendo completamente reestruturado.

Ademais, ao investir nesses projetos, o empresário pode receber incentivo fiscal. É que, com o recém-advento da Lei 8.266, de 26 de dezembro de 2018, o Estado do Rio de Janeiro está autorizado a reinstituir incentivo fiscal a estabelecimentos situados em seu território que intensifiquem a produção cultural e as atividades desportivas por meio de doação ou patrocínio. Esse incentivo abrange: música e dança; teatro e circo; artes plásticas e artesanais; folclore e ecologia; cinema, vídeo e fotografia; informação e documentação; acervo e patrimônio histórico-cultural; literatura (prioridade à língua portuguesa); esportes profissionais, amadores e paralímpicos, desde que federados; e gastronomia.

Ante aos citados benefícios para o empresariado, cabe destacar que a celebração de uma parceria conosco permitirá, também, que consigamos entregar vantagens para a sociedade, como a diminuição do número de presos em cárcere, menor gasto com alimentação nos presídios, preparação de mão de obra, redução do ócio, qualificação profissional e a criação de meios para o retorno dos presos à sociedade com uma nova perspectiva de vida. Com esse formato de trabalho, até mesmo as pessoas em processo de ressocialização são beneficiadas, pois elas recebem remissão da pena - a cada 3 dias trabalhados, menos um dia em sua condenação -, auxílio financeiro à família, resgate de 35% do salário ao final da pena, capacitação e treinamento para o trabalho.

Despeço-me deixando o convite para caminharmos junto nessa nobre missão de ressocialização que, como visto, fará com que todos saiam ganhando. Para ampliar seus negócios, com muitas vantagens, entre em contato conosco fundacaosantacabrini@gmail.com

Presidente da Fundação Santa Cabrini e Especialista em Gestão Pública, de projetos e parcerias.

De que adianta a banana ser bonita, se não têm nutrientes?

Todos já ouviram a recomendação para alguém comer banana e evitar câimbras. Um dos minerais responsáveis que auxilia na prevenção dessa sensação dolorida é o potássio, nutriente presente em muitos alimentos e um dos principais componentes da célula humana.

Entretanto, o que pouca gente sabe é que as plantas também necessitam desse mineral e quem a fornece é o solo. Este, por sua vez, é potencializado através da utilização de adubos, os chamados fertilizantes, sendo capazes de prover os nutrientes necessários para a planta e, consequentemente, fornecer um alimento saudável e de qualidade. Não adianta o fruto ser aparentemente vistoso e desprovido de nutrientes. É necessário que haja um trabalho em equipe.

Os fertilizantes são largamente utilizados na agricultura, mas muitas pessoas desconhecem seus benefícios e até os associam a certos riscos. Porém, o uso de adubos é fundamental para a produção de plantas e para a saúde do solo. Os nutrientes absorvidos pela planta variam de acordo com a exigência de cada uma. Após a colheita, se os nutrientes não forem repostos à terra, o solo acaba tornando-se pobre e até mesmo infértil. Os fertilizantes ajudam no aumento da produtividade repondo essas substâncias e permitindo a contínua produção de alimentos.

Estudos indicam que em 2050, a população mundial pode chegar a 9 bilhões de pessoas, o que irá requerer altas produtividades para atender a demanda de alimentos, se não quisermos desmatar novas áreas florestais para a prática da agricultura. Douglas Guelfi, professor doutor do Departamento de Ciências do Solo da Universidade Federal de Lavras (UFLA), enfatiza a importância de usarmos conhecimento na agricultura "Sem a presença de fertilizantes é impossível manter uma área produtiva".

O potássio exerce uma função fundamental para a sobrevivência da planta. Ele participa da produção do amido, do açúcar e das proteínas, aumenta a resistência a doenças e proporciona o vigor, além de ser o responsável por transportar carboidratos das folhas para os frutos. A carência de potássio acarreta frutos malformados e sem valor comercial. A adubação do potássio é feita via solo e deve ocorrer de maneira criteriosa, aplicando-se a dose correta na época e local adequado.

Importante na agricultura, o potássio também é indispensável para a saúde humana. Entre os benefícios estão a ajuda na manutenção do ritmo cardíaco, no equilíbrio da quantidade de água no organismo, na regulação da pressão arterial, na prevenção de acidente vascular cerebral (AVC), sem contar com a característica de ser um aliado dos músculos. Por outro lado, os sintomas que indicam uma deficiência nesse quesito são a fraqueza muscular, fadiga, câimbras, alterações cardíacas, anorexia e apatia mental.

"Além de benefícios gerais para toda a população, pessoas da terceira idade, que fazem uso frequente de diuréticos, têm como efeito colateral a eliminação de potássio. Por isso, esse grupo é extremamente beneficiado com o consumo de alimentos ricos em potássio e outros minerais", afirma o cardiologista Daniel Magnoni.

Existem muitos alimentos que são fonte de potássio e auxiliam na manutenção da quantidade ideal desse nutriente no corpo. Os principais protagonistas são os vegetais e as frutas frescas tais como tomate, laranja, abacate, amêndoa, espinafre, banana, beterraba, brócolis, entre tantos outros. Recomenda-se ingerir de 2,5 a 3,5 gramas por dia.

O desperdício de alimentos é também uma das grandes preocupações atuais. Nesse cenário, o trabalho em conjunto entre fertilizantes e potássio pode amenizar as consequências do problema. A adubação intensifica a capacidade do solo de fornecer nutrientes, entre eles o potássio, que ajuda a melhorar o aspecto visual e a resistência ao manuseio e estocagem, aumentando o tempo de preservação dos frutos e atrasando seu apodrecimento.

O engenheiro agrônomo e florestal Dr. Valter Casarin, coordenador científico do Nutrientes para a Vida (NPV), acredita que a utilização de fertilizantes contendo potássio, juntamente com a melhor informação para os consumidores, pode levar a um melhor aproveitamento dos alimentos e, consequentemente, diminuir o desperdício: "Precisamos pensar em comprar o necessário e para isso é fundamental o planejamento no momento da compra. Saber reaproveitar os alimentos, ou mesmo partes deles, como a casca, por exemplo, e também como armazenar os alimentos para que eles permaneçam mais tempo saudáveis, são formas eficientes de reduzir o desperdício. É nesse momento que nutrientes como o potássio fazem a diferença.", finaliza.

Comissão de MP que muda Lei de Proteção de Dados Pessoais traça os próximos passos

O trabalho da comissão é fundamental para o avanço na conversão da medida provisória em Lei Federal

Em 03 de abril de 2019, foi aprovado o plano de trabalho da comissão que apreciará a MP nº 869/18, que altera a Lei Geral de Proteção de Dados. O trabalho da comissão é fundamental para o avanço na conversão da medida provisória em Lei Federal, especialmente em razão da criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão que será responsável por regulamentar, interpretar, fiscalizar e aplicar sanções no caso do descumprimento.

Além disso, deve ser mantida a extensão do prazo para a eficácia da lei, que de acordo com a MP ocorrerá em agosto de 2020, a fim de garantir maior segurança jurídica aos envolvidos diante do esforço necessário para a adequação à nova lei. A criação da ANPD havia sido vetada na sanção da legislação original sob o argumento de inconstitucionalidade por vício de iniciativa (o Executivo, não o Legislativo, deveria criar o órgão).

"É fundamental acompanhar a evolução dos trabalhos e das discussões. Em linha com as 176 emendas à medida provisória que foram protocoladas, 27% versam justamente sobre as atribuições da ANPD, como a retomada do poder de realizar auditorias sobre o tratamento de dados pessoais pelos agentes e a celebração o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), a fim de dirimir a não conformidade com a LGPD em esfera administrativa, diminuindo as eventuais ações judiciais. Uma autoridade dotada de autonomia técnica, administrativa e financeira é imprescindível para que a Lei tenha a sua aplicabilidade e eficácia garantida.", declara Ana Carolina Moreia Cesar, sócia da Daniel Advogados.

A MP exclui da lista de dados pessoais protegidos prevista na Lei Geral as informações destinadas a elaboração de políticas públicas, prestação de serviços por órgãos estatais e pesquisa acadêmica. Neste último caso, por exemplo, o uso de dados pessoais para fins exclusivamente acadêmicos havia sido condicionado, pela lei geral, ao consentimento dos titulares, o que dificultaria ou inviabilizaria diversas pesquisas.

A previsão para entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais seria em fevereiro de 2020, ou seja, 18 meses após a sua publicação, que ocorreu em agosto do ano passado. A MP modifica esse prazo: com exceção da ANPD, estende por mais seis meses o prazo para a entrada em vigor da legislação, para o mês de agosto de 2020.

O prazo final de tramitação da MP no Congresso seria 4 de abril (60 dias), tendo sido prorrogado por mais 60 dias. Após avaliação da comissão mista, a MP segue para votação no Plenário da Câmara e, em seguida, no Senado.

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: (21) 2217-5555/5566 / ibefrio@ibefrio.org.br
Institucional: ibefrio.org.br / Programação: agenda.ibefrio.org.br / Locação de Ambientes: loc.ibefrio.org.br

BIÊNIO 2019/2021 - IBEF RIO DE JANEIRO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente - *Ricardo Emmanuel Vieira Coelho*

Vice-presidente - *José Domingos Vargas*

Membros - *Gustavo Carvalho Pierotti, Jorge Saul Doctorovich, Manuel Fernandes Rodrigues de Sousa, Márcio João de Andrade Fortes, Mônica Oliveira Costa Pinto Bendia, Sérgio Burrowes Raposo e Thomas Klien*

DIRETORIA VOGAL

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

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente - *Gustavo Damázio de Noronha*

1º Vice-presidente - *Sergio Burrowes Raposo*

Vice-presidentes - *Fernando Potsch de Carvalho e Silva, Mônica Oliveira Costa Pinto Bendia e Patricio Marques Roche*
Secretário Geral - Marcos Chouin Varejão

CONSELHO FISCAL

Presidente - *Claudio Roberto Contador*
Membros - *Luiz Affonso Neiva Romano e Paulo Sérgio Costa Lima Marques*
Suplentes - *Gustavo Tavares da Cunha Mello, João Carlos Reichmann Mader e Roberto Bar*

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
Unsplash
Burst.shopify
Picjumbo

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.

A oratória e sua importância para gerar negócios

*Leandro Gullo**

Se analisarmos com atenção as negociações das quais nos orgulhamos, é possível identificarmos como um dos fatores determinantes deste sucesso – além da aplicação de um conjunto de técnicas e procedimentos – a adoção de uma fala assertiva, autêntica e empática. Afinal, o que buscamos numa negociação senão a construção de um relacionamento de longo prazo com quem nos sentamos à mesa, ao invés de apenas um ganho pontual e momentâneo em uma reunião?

Com essa abordagem, é possível perceber a "arte do discurso" de uma forma muito mais ampla e abrangente: como um processo no qual o "emissor" e o "receptor" merecem, ambos, especial atenção, sem que isso implique em perder de vista as necessidades do outro ou muito menos as nossas.

Quantas vezes estávamos tão preocupados em fechar um grande contrato com um fornecedor ou cliente que acabamos abrindo mão de nossas convicções ou mesmo das contingências que havíamos definido previamente por colocar o outro numa posição privilegiada?

Quantas vezes estávamos tão confiantes em nós mesmos, em nosso discurso e em nossas capacidades que não percebemos o que realmente o cliente precisava ouvir, falando por horas num discurso quase que dirigido apenas a nós mesmos?

Veja, para muitos, o termo "oratória" remete a uma capacitação profissional para subirmos em um palco e estarmos aptos a "darmos o nosso recado", sem que necessariamente haja uma conexão com nosso público alvo. Mas não precisa ser assim.

A oratória pode ser abordada como a arte de falar bem em público, mantendo um equilíbrio dinâmico entre as necessidades daqueles com os quais queremos negociar e as nossas demandas. Essa é a arte!

Em um cenário no qual palavras como "engajamento" têm feito cada vez mais parte de nosso vocabulário diário, "falar bem" tem assumido, cada vez mais, a conotação de uma fala que promova forte envolvimento, interação e relacionamento por parte de nossa audiência. E o que é capaz de promover isto senão uma fala assertiva, autêntica e empática?

A verdade é que uma oratória capaz de desenvolver a habilidade de elaborar um discurso organizado, de potencializar as habilidades de comunicação peculiares a cada indivíduo e de construir um relacionamento entre "emissor" e "receptor" tem gerado uma verdadeira conexão com a audiência e, consequentemente, novos negócios.

Assim, ao invés de decorar "fórmulas" para um bom discurso, convido você a conhecer mais sobre essa abordagem da oratória na qual o foco é descobrir o seu potencial como comunicador/negociador por meio da construção de vínculos.

Engenheiro e pós-graduado em Gestão de Projetos. Iniciou estudos de oratória em 2013, complementando sua formação na área de psicodrama sócio-educacional e livre estudos em retórica, comunicação empática e mindfulness. Em 2017, fundou o curso OratiO, o qual vem se destacando no cenário carioca por fornecer soluções personalizadas em comunicação e oratória para profissionais das mais variadas áreas de atuação e empresas dos mais diversos segmentos. Acesse o site e conheça mais sobre os serviços e soluções empresariais: www.cursoOratiO.com.br

Russell Bedford
taking you further

LGPD

Sua empresa está preparada para as mudanças que a Lei Geral de Proteção de Dados exigirá?

e mais:

- AUDITORIA
- CONSULTORIA;
- DUE DILIGENCE;
- OUTSOURCING;
- ASSESSORIA CONTÁBIL;
- PERÍCIA CONTÁBIL

comercial@russellbedford.com.br **(55 11) 4007.1219** www.russellbedford.com.br

SP: Alameda Santos, 1165, 3º andar
Jardim Paulista, São Paulo

RJ: Av. Rio Branco, 26 – 1º andar
sala 16 – Centro – Rio de Janeiro

RS: Av. Bastian, 366
Menino Deus,Porto Alegre

DF: Setor Bancário Sul Quadra 02
Bloco E, edifício Prime 206,
sala 21 / 5º andar – Brasília

PR: Avenida Cândido de Abreu
nº 470, 14º andar, sala 1407
Curitiba

MG: Rua Antônio de
Albuquerque nº 330, sala
901 savassi. Belo Horizonte

GO: Av. 85, 2054 - St. Marista, Goiânia

BA: Conselheiro Dantas, 57, 503
Comercio, Salvador

Chegou o novo App PwC BR

mcgarrybowen

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

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

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

Baixar na App Store

DISPONÍVEL NO Google Play

pwc

Um novo jeito de ler o mundo.

www.pwc.com.br/aplicativos

PwC Brasil @PwCBrasil @pwcbrasil PwC Brasil PwCBrasil

© 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