# REVISTA B Control Control

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS

ANO XVI - NÚMERO 88 - BIMESTRAL - 2020 www.ibefrio.org.br



Miguel Duarte, sócio EY: Megatendências num mundo pós pandemia Priscila Carballido Mendes: A (R)evolução é focar no cliente Alfredo Neto e Micheli Iwasaki: Assembléias semipresenciais Dinamara P.Machado: O Gestor Educacional na era da inovação Adriana Balthazar: Economia Criativa, o caminho da transformação





### FAÇA SUA ESCOLHA.

Presente em 500 escritórios em 80 países.





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



### Reforma Administrativa

Governo apresentou ao Congresso sua proposta de reforma administrativa, com diretrizes gerais para alterações nas regras que regem o funcionalismo público da União, de Estados e Municípios. A proposta de emenda à Constituição (PEC) propõe a criação de novos regimes jurídicos, a possibilidade de "demissão de servidor", por "desempenho insuficiente" e o fim da estabilidade para algumas carreiras e benefícios como licença prêmio e progressão automática. As mudanças só valerão para quem ingressar depois da aprovação das novas regras.

A Revista IBEF deseja a todos, saúde, bom trabalho e boa leitura!

Marcos Chouin Varejão - Outubro 2020

### Índice

EDITORIAL1 Marcos Varejão.
CAPA2 Tiago Alves, CEO da Regus & Spaces, no Brasil.
OPINIÃO
OPINIÃO7 Almério Barros: Fazendo o que realmente importa!
OPINIÃO
INTERNACIONAL10 Nova Guerra Fria opõe China e EUA.
ECONOMIA
INTERNACIONAL
SUSTENTABILIDADE16 Drone que voa sozinho no meio de florestas.
NACIONAL

Dinamara P. Machado: O gestor educacional na era da inovação: lugar da teoria e da prática.
NACIONAL
DAY TRADE21 Coluna de informação.
OPINIÃO23 Priscila Carballido Mendes: A (R)evolução é focar no cliente.
RH24 Ana Lucia Soares e Jean Stoll.
OPINIÃO25 Georgia Roncon: Quer inovar? Conheça seis documentários para empreendedores.
NACIONAL26 Advogados opinam sobre os efeitos da nova cédula de R\$ 200.
ESTANTE27 Coluna sobre publicações editoriais.
OPINIÃO28 Henrique da Silveira Andreazza: Considerações sobre o Projeto de Lei 3.887/2020 - Reforma Tributária.

OPINIÃO......19

OPINIÃO30 Valor recuperado pela AGU para os cofres públicos cresce 32,8% e chega a R\$ 3,3 bilhões no 1º semestre
NACIONAL31 Ipea divulga projeções sobre despesas com pessoal no setor público.
OPINIÃO
OPINIÃO34 Luiz Affonso Romano: Brasil – um país em busca de receita.
NACIONAL35 Grupo SER Educacional assina contrato para aquisição das operações da Laureate no Brasil.
JURISPRUDÊNCIA36 Emissão de CPF em duplicidade para homônimos gera indenização por dano moral.
OPINIÃO37 Adriana Balthazar: Economia criativa: O caminho para a transformação.
NACIONAL38 Inflação dos alimentos: Como ela afeta o bolso do brasileiro e como reagir.
OPINIÃO40 Roberto Santoro Almeida: Criatividade e pandemias.

### Capa



### Tiago Alves, CEO da Regus & Spaces, no Brasil

### Revista IBEF - Fale-nos sobre sua formação, seu currículo e carreira como executivo.

Bom, eu sou formado como engenheiro mecânico pela UNESP de SP, também com pós-graduação pela FGV e MBA no Brasil e pela Universidade da Califórnia Irvine, também com uma MBA com ênfase em administração de empresas. Eu comecei a trabalhar muito novo, desde os 14 anos. Eu vim de Minas para SP com 11 anos, e sempre trabalhando desde muito cedo em empresas de tecnologia, de engenharia. Meu primeiro estágio foi em um provedor de internet em 1994, ainda quando as pessoas mal conheciam o que era internet, eu já trabalhava com isso. Migrei durante minha época de estudos em vários setores e desde 1999, eu estou no setor imobiliário. Trabalhei em várias consultorias imobiliárias, trabalhei na área de serviços, de facilities, na área de segurança patrimonial, na área de manutenção. Passei por empresas grandes, Dinamarquesa, Americana. Durante 4 anos eu fui head da Johnson para a América Latina e há 5 anos Head da Regus e Spaces aqui para o Brasil, para mudar a forma como as empresas se relacionam com os espaços de trabalho. Então, hoje eu tenho 39 anos, casado com 2 filhos, o Tomaz Moreno e o Murilo Moreno, de 5 e 8 anos cada um. E considero que o auge da minha carreira ainda está por vir, principalmente acho que essa transformação toda no mundo a qual vivemos agora vai abrir muitas oportunidades para os executivos se reinventarem e tudo mais.

### Revista IBEF - A origem da Regus, surgiu quando e onde? Conte em palavras, a história dessa importante organização, com forte presença no Brasil.

A Regus tem uma história de 30 anos, ela nasce em 1989 em Bruxelas. O fundador e global CEO da empresa Mark Dixon, ele

era um empresário do ramo de alimentação e ele percebeu um dia, em frente a uma cafeteria, que as pessoas compram os cafés e se apertavam para fazer reunião espremidos naquelas mesinhas no café. E ele teve a ideia de alugar o imóvel do lado, fazer pequenas salas de reunião e fez uma parceria com o café para quem comprasse uma reunião ganhava um café e vice-versa. E dali nasceu o compartilhamento de salas e salas de reunião, e foi inventada a indústria do compartilhamento de espaço. Rapidamente a Regus cresceu na Europa, e o que começou como sala de reunião virou escritórios compartilhados, podendo possibilitar com que as empresas compartilhassem espaços, que antes eram quase inacessíveis. Naquela época, uma empresa para ter um escritório num bom prédio, ela tinha que ter um tamanho mínimo. Por exemplo, para ter um escritório em Londres ela tinha a necessidade de ocupar 500 mil metros e a Regus foi lá e permitiu com que empresas pequenas pudessem também se instalar em bons prédios. Isso foi uma revolução no mercado. Desde 1994, a Regus opera no Brasil, com a abertura da primeira unidade américas que foi aqui no Brasil, no prédio WTC. Então há 25 anos, fazendo 26 agora em 2020, só de Brasil e com uma super presença. Uma presença hoje em 14 cidades, com quase 70 unidades, e uma presença super forte, liderando de longe o mercado de escritórios flexíveis, coworking e trabalho flexíve no Brasil.

Revista IBEF - A Regus Spaces está presente em 127 países com um total de 3530 unidades. No Brasil, qual o modelo organizacional, a estrutura e quantas pessoas trabalham na empresa? E o grande diferencial frente á concorrência?

Bom, tem algumas informações a quais a gente não consegue abrir todas aqui, porque a empresa é listada na Bolsa de Londres, então as informações oficiais são todas via assessoria de imprensa

em Londres mas eu posso falar aqui que, a empresa está há 26 anos no Brasil, com uma operação de quase 70 unidades e mais de 170 mil metros quadrados. Hoje nós ajudamos algo em torno de 32 mil clientes, a reinventarem seus espaços de trabalho todos os dias, e esse é o número de clientes aproximados que temos no Brasil, para vocês terem uma ideia da importância. Uma média muito bacana de 200 empresas por unidade, então olha o quanto que é compartilhado os nossos espaços. A Regus tem um super diferencial pela estrutura robusta financeira, pelo padrão de alta qualidade. Nós somos a única empresa, no segmento inteiro no mundo a ser listada numa Bolsa, com liquidez financeira. Que está passando pela pandemia crescendo, na contra-mão da crise. E, ao mesmo tempo, além de ter inventado essa indústria de compartilhamento de espaços de trabalho, a Regus é uma empresa muito social. A gente traz um quesito de muito "giveback", então nós ajudamos muitos empreendedores a tirarem o seu negócio do papel, ajudamos clientes a prosperarem.

O principal diferencial do escritório flexível é ser um escritório embrionário, e poder proporcionar para as empresas a oportunidade de crescer. Esse é um dos nossos principais diferenciais, que não é só nosso, é um diferencial do mercado como um todo. Mas, hoje a Regus e o Spaces no Brasil, de maneira super estratégica, lidera esse mercado. Para você ter uma ideia, o mercado de coworking no Brasil há 5 anos atrás, tinha menos de 200 unidades, sendo que tinhamos um bom pedaço disso. Hoje já são 1500 unidades, e eu tenho visto esse mercado crescer bastante e fico muito feliz, porque mostra que sim, a nova economia dos escritórios compartilhados é o futuro para as empresas.

Hoje temos algo, em torno de 250 funcionários diretos no Brasil e mais de 1000 indiretos, com um fluxo diário de 30 a 40 mil pessoas, considerando todas as unidades, e um volume de clientes razoável, como eu disse antes.

### Revista IBEF - Hoje vivemos uma verdadeira revolução no modelo, na forma de se trabalhar e no "coworking". Depois da crise, veio a pandemia. Nesse momento, como a Regus está se ajustando frente a tantas mudanças? O foco mudou?

A pandemia, na verdade, trouxe as mesmas necessidades que o Brasil já vinha passando na última crise. Se você pegar os pilares da última crise, quais eram: as empresas estavam fazendo demissões, elas precisavam diminuir espaço, o brasiliero estava empreendendo mais porque precisava produzir.

As empresas estavam passado por uma transformação digital e com isso, digitalizando os seus processos, suas necessidades, seus sistemas, seus escritório, etc. E a pandemia só veio para acelerar isso. Então, o que aconteceu é que a Pandemia trouxe o contrário, ela trouxe mais oportunidade para o mercado de escritórios flexíveis, em se desenvolver e poder estar suportando os clientes nesse momento. Para você ter uma ideia, nosso número de demanda subiu mais 30% durante a pandemia, porque aquelas empresas que ainda não tinha experimentado o mercado de escritório flexível, agora durante a pandemia, acabaram migrando para esses espaços. Uma outra coisa também é que a pandemia deixou todo mundo apertado de caixa, com o termo em inglês "Cash is the new King", o dinheiro é o novo rei. Então, as empresas querem manter dinheiro em caixa e não tem nada melhor do que manter dinheiro em caixa do que não ter que investir em ativo imobilizado, que é o caso dos escritórios flexíveis. Então você ter que investir no ativo imobilizado, acaba sendo ruim hoje. O escritórios flexíveis estão prontos, a empresa começa a trabalhar no momento que assina o contrato, não tem o risco do prazo longo. Só quem estava preso, em um contrato de 3 anos durante a pandemia, sabe do que eu estou falando. Então, com o escritório flexível você contrata o prazo pelo tempo que voce precisar, seja ele um mês, 10 dias, 10 anos, e isso é muito bacana. Uma vez que as empresas contam com essa flexibilidade também para poder crescer e diminuir, ao longo da crise. Então, na verdade a pandemia só reforçou o motivo pelo qual, desde 2014, o mercado de coworking cresce tanto no Brasil.

### Revista IBEF - No "novo normal" soluções de espaços flexíveis é que conduzirão o futuro do mercado de trabalho, aqui e no mundo?

O novo normal dos espaços flexíveis passa a ser um complemento do trabalho flexível junto com o Home Office. O Home office veio sim para fazer com que as pessoas repensem as soluções de escritórios e as necessidades de espaço. Porém, o Home office não funciona para todo mundo, a gente sabe que boa parte das pessoas que estão no home office tem problemas de conectividade, de foco, de barulho, de estrutura pois nem todo mundo está preparado para fazer o home office em casa. As empresas também tem que lembrar que é responsabilidade da empresa garantir a ergonomia e reembolsar o funcionário pelas despesas que ele tem em casa, e mais uma séries de fatores. Então, acreditamos muito que o novo normal, principalmente, traz esse componente de localização flexível para dentro das empresas, de ter uma política de home office bem definidada, mas ao mesmo tempo tem que complementar essa experiência de home office. E como elas podem fazer isso? Fazendo os planos de escritórios flexíveis para esses funcionários que estão remotos. Aém disso, percebemos um movimento muito forte do "novo normal" que é o que chamamos de squad offices, que é o escritório de equipe ou escritório descentralizado. As pessoas querem trabalhar mais perto de casa e evitar os deslocamentos. Se tem uma coisa que a pandemia ensinou é que a mobilidade é ineficiente se ela levar muito tempo, então se você leva uma ou duas horas para chegar no escritório, por causa de trânsito ou porque é longe. E, dessa nova forma, você consegue ganhar uma hora por dia trabalhando mais perto de casa e ainda sim com uma super estrutura, isso é ganho produtivo na veia. Isso é qualidade de vida para o funcionário.

### Revista IBEF - Qual o impacto que a intensidade do desenvolvimento tecnológico terá na Nova Economia?

Na verdade, tecnologia, inovação e coworking andam juntos. Se olharmos bem, em todas as nossas unidades, nós acabamos sendo berço da grande maioria das tecnologias que estão por ai. Se você pegar todas as grandes startups que passaram pelo Brasil nos último anos, de uber à facebook, google, linkedin, e a várias outras, todas vieram para o Brasil através do portifólio da Regus, em sua expansão global, e fomentaram muita inovação dentro dos espaços da Regus. Então, isso é muito bacana e a gente acredita

### Capa

cada vez mais que o mundo é digital, e que o consumo é digital, que as empresas tem que se digitalizar. A transformação digital durante a pandemia foi forte e aquele que não se transformou antes, ou que não adotou uma estratégia digital, tem grandes chances de ser impactado muito mais forte pela pandemia.

O estaço de coworking já é digital por natureza. Boa parte das tecnologias, do que há de mais moderno nos espaços de trabalho, estão presentes nos espaços de coworking. Desde sistemas automatizados de inteligência predial, até mesmo IOT, realidade virtual para mostrar os espaços e mais uma série de outras coisas. Eu tenho brincado bastante que muitas vezes, muitos de nossos clientes e novos clientes, se surpreendem com o altíssimo nível de tecnologia aplicada nos nossos espaços. Sendo, por vezes, até mais tecnológicos que nossos próprios clientes.

### Revista IBEF -Vocês têm um grande número de clientes, com perfil diferenciado. Qual a porcentagem de faturamento para pessoas físicas e jurídicas?

Nós temos, aproximadamente – e esses números são "por alto". Metade dos clientes dos nossos espaços no Brasil são grandes empresas, são nacionais ou internacionais, de grande porte, que terceirizam o seu portifólio de escritório inteiro com a Regus. Tendo uma matriz ou suas filiais, em uma Regus ou Spaces, e realmente estão dentro da nova economia quando o assunto é escritório.

A outra metade eu dividiria em duas partes, 30% estamos falando de pequenas empresas e o business pequeno que está nascendo agora, ou mesmo aquela empresa que precisa da flexibilidade do baixo custo dos escritórios para poder sobreviver. E isso é muito interesssante, e quem entra nesse perfil são empresas do tipo: escritórios de contabilidade, advocacia, contadores, corretores de imóveis e seguros, etc. Ou seja, muitas dessas pequenas empresas que, geralmente, tem de 5 a 10 pessoas por unidade, e que demanda 30% do nosso negócio.

E os outros 20% é o "pessoa física". É o pequeno empreendedor ou mesmo um consultor, é aquele profissional liberal que quer complementar a sua experiência de trabalho, fazer networking e ter um ambiente profissional para poder receber um cliente, um prospect, etc, sem pagar muito por isso.

Revista IBEF - As franquias do Grupo IWG, do qual a Regus faz parte, têm uma parcela expressiva dos negócios do grupo no país. Fale um pouco disso e a estratégia de lançar novas marcas e novos modelos de negócios. O resultado financeiro da empresa em 2020 será alcançado? E para 2021, qual a projeção de crescimento?

Franquia é uma estratégia de crescimento do grupo IWG que é a marca detentora da Regus, Spaces e várias outras marcas. O modelo de franquia se aplica a cidades fora dos grandes centros, pois as principais capitais nós temos operação própria, porém o modelo de franquia veio ao Brasil com muito sucesso, para aquele proprietário de prédios comerciais, em cidades secundárias ou cidades satélites, e que querem implementar no seu prédio um modelo de escritório flexível e querem contar com nossa expertise para isso.

A franquia é um super alavancador do potencial de crescimento do coworking e para as áreas suburbanas e para as áreas secundárias. Infelizmente, eu não posso divulgar dados a nível Brasil, de estratégia de franquiados e tudo mais, mas eu recomendo que todos que tenham dúvidas ou queiram conhecer um pouco mais o modelo de franquia da Regus, entrar em contato em regus.com.br ou franchise.iwgplc.com/en-gb . Para conhecer um pouco mais e entender esse modelo.

No mundo inteiro hoje, boa parte do crescimento - quase que 50% do crescimento - e de novas aberturas se dá através do modelo de franquias. Hoje no Brasil, nós temos um percentual um pouco menor que o global, mas sim, já operamos nesse modelo.

### Revista IBEF - Dois temas são assuntos constantes na mídia global: Sustentabilidade e Responsabilidade Social. O que a Regus Space está fazendo ou ajudando, nessas 2 questões tão relevantes?

A Regus é pioneira quando o assunto é responsabilidade social, diversidade e inclusão. Para vocês terem uma ideia, fomos eleitos em 2019, pela revista FORBES, uma das melhores empresas para as mulheres trabalharem no Brasil. Hoje, temos vários programas de inclusão social, temos inclusive embaixadores de inclusão social. A Regus vai muita além de cumprir a cota, e de só trazer diversidade. Somos uma empresa com 82% da nossa mão-de-obra é formada por mulheres, no Brasil. Mas de 60% em cargos de liderança, além disso, temos um super programa de inclusão social para pessoas com deficiência onde a Regus dá desconto para as empresas quando a empresa é portadora de alguma deficiência, para que a gente possa estimular com que pessoas com deficiência façam parte da vida de nossos clientes em cargos estratégicos, não somente em cargos administrativos, que é o que a gente maioria das empresas fazem.

Muito além disso, também temos o trabalho com várias ONGs no Brasil, entre elas a Casa 197 – a ONG da atriz Isabelle Drummont, temos também uma parceria nova com a Dadivar, a ONG do Enzo Celulari. Temos também o instituto PROA, que promove a empregabilidade e forma jovens de baixa renda no ensino público de SP, e em parceria com a Regus. O Instituto fica localizado na Regus, e nós não apenas apoiamos como também participamos da educação desses jovens, ou seja, muita coisa bacana.

E temos uma forte responsabilidade coorporativa também, o tema de governança corporativa é super quente dentro da Regus, por ser uma empresa listada na Bolsa, é de Londres, cumpre com todas as leis européias que são super rígidas com a questão de "Anti-trust", etc. Se vocês quiserem conhecer um pouco mais sobre as nossas políticas, podem encontrar nesse link www. iwgplc.com/About/OurStory

È, falando de sustentabilidade, o espaço de coworking é sustentável por natureza. Onde o que há de mais moderno nos espaços de trabalho acontece. Você não visita um espaço de coworking e vai vê-lo poluindo o meio ambiente ou não ter questões de mobilidade mais eficiente e tudo mais. Então, por exemplo, o berço do carro elétrico, do carro compartilhado, da horta compartilhada, do copo de papelão – ao invés do copo plástico, etc. Isso tudo nasce nos espaços de coworking. Eu

fico muito feliz porque, sustentabilidade e meio ambiente são diretamente relacionados aos espaços compartilhados.

Revista IBEF - O avanço na implantação de modelos de Governança Corporativa mais consistentes têm tido efeitos positivos. Qual o impacto que isso tem nas empresas, grandes ou pequenas, públicas ou privadas, no Brasil?

Sobre esse assunto, eu acabei respondendo um pouquinho na questão anterior, mas vou sou dar a minha opinião específica. Governança corporativa para mim, deixa de ser só pauta — digamos assim- de reunião de conselho e passa a ser um ítem que tem que estar na mesa de todo mundo, em uma grande empresa. Agora, com a chegada LGPD, e leis que fazem com que as empresas tenham muito mais responsabilidade em dados e tudo mais, as pessoas tem que saber os modelos de governança corporativa e sem treinados nisso. Aqui na Regus a gente garante que 100% dos funcionários passem pelos treinamentos mandatórios, ninguém tem a opção de não fazer, de tudo aquilo de compliance européia, da Bolsa de Londres. E ao mesmo tempo também, temos treinamentos específicos no Brasil de política de compliance e governança corporativa, que eu faço questão de que todo mundo participe.

É um tema bem quente e daria uma outra entrevista inteira para que a gente possa falar bastante aqui sobre a questão de Governança Corporativa. Eu, particularmente, participei de um fórum do IBMEC, alguns meses atrás, sobre Governança Corporativa, liderança esse fórum e trazendo o porque que os espaços de coworking acabam forçando que as empresas sejam mais certas e corretas, nesse sentido. Uma vez que você está num espaço compartilhado e a sua empresa – digamos assim – tem que cumprir com normas da casa e documentação, nós somos bastante exigentes com as documentações das empresas. Uma empresa na Regus não pode simplesmente por o endereço dela no local, ela precisa entregar documentações mensais que um proprietário de um prédio tradicional não pede. Então, quando você aluga um prédio, o proprietário só quer receber o aluguel e não está preocupado se o seu business que está alí é lícito ou não. Totalmente ao contrário nos espaços de coworking nós auditamos, e fazemos questão que as empresas estejam em dia com suas documentação perante a prefeitura, órgãos públicos, etc. Até porque, precisamos garantir o bem estar do espaço.

Então, eu brinco que quando o assunto é governança corporativa, os espaços de coworking estão alguns anos na frente. Tanto isso é verdade que agora no meio de outubro, eu tenho uma entrevista com o Head de complience da Petrobras, no linkedin, ele estará dando uma entrevista para a gente para falar sobre essa questão. A Petrobrás que é um grande cliente da Regus também.

### Revista IBEF - Qual sua opinião sobre o atual momento econômico brasileiro e mundial?

Eu acredito que o Brasil foi muito castigado nos últimos anos devido a última crise econômica. E capaz que exista uma oportunidade da gente sair um pouco mais forte, comparado aos outros mercados, no momento pós-pandemia. Exatamente porque o brasileiro já é acostumado com crises e recessões que vão e vem, e agora pela primeira vez temos o ser-humano no centro da crise, não é mais uma bolha de negócios, seguro ou imobiliário. É uma crise com o ser-humano e está no mundo inteiro. Então, vamos ver a reação de alguns países à crise e sabendo que o Brasileiro está acostumado a reagir à crises. Dessa forma então, eu me considero um otimista nato. Eu tendo sempre a olhar o copo meio cheio e gosto de ser otimista.

Eu ainda acho que o Brasil sai forte, até porque cada vez mais o brasileiro já vinha buscando operar negócios com menos risco e tudo mais. Um bom sinal disso é a bolsa de valores, que mesmo durante toda a pandemia, não teve quedas drásticas e continua operando com o valor alto, mesmo comparado com outros mercados

### Revista IBEF - Qual o seu hobby?

Essa vai ser a pergunta mais demorada para eu responder (rs). Bom, eu tenho vários hobbies, é claro que o meu primeiro hobbie é ficar com a minha família e meus filhos, nós fazemos muitas coisas juntas. Eu tenho um hobby muito específico, sou muito fã de tecnologia, e sou piloto de drone profissional. Mais do que isso, eu adoro veículos elétricos. Eu fui dono do veículo elétrico 34 no Brasil, há 5 anos. Eu levando essa bandeira de sustentabilidade elétrica, de mobilidade eficiente, e agora - recentemente - eu virei embaixador de mobilidade sustentável da Audi do Brasil. Estou muito feliz, porque é uma forma de eu levar cada vez mais esse tema de veículos elétricos para todo o mercado. Eu sou diretor da associação brasileira de veículos elétricos inovadores, e fiz parte de uma boa parte dos reconhecimentos que esse mercado tem hoje. Então, se hoje você compra um carro elétrico e consegue carregar em 150 locais diferentes em São Paulo, boa parte desses locais tem o meu dedo e da associação fazendo com que a mobilidade eficiente em São Paulo e no Brasil inteiro, fosse uma realidade.

E o principal, digamos assim, esse é um hobby muito bacana – mas o principal é a motocicleta. Eu sou um cara de duas rodas, adoro, e também sou embaixador da Ducati no Brasil e tenho as minhas motos da Ducati. Ando em pista e em autódromo, é muito bacana, eu gosto bastante dos brinquedos movidos à velocidade. Seja elétrica, no caso de carros ou a combustão, no caso de motos

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

Bom, e para finalizar uma frase ou um pensamento. Eu falei bastante aqui de muitos temas e eu acho que o principal tema aqui para mim, seria deixar uma mensagem de que no Brasil com crise nós precisamos nos unir como sociedade e pensar no coletivo e não no individual. A gente vai sair dessa crise mais forte, se a gente se ajudar. Eu tenho visto o brasileiro muito mais sensível ao social, durante esse período e fico muito feliz com isso, e eu acho que chegou um momento da gente ser mais forte como sociedade, então mais do que uma frase ou um pensamento, eu queria deixar com que as pessoas busquem fazer o bem, sem olhar a quem. Promover a diversidade e a inclusão, promover ações sociais na mesa do CEO e não do RH, seria uma dos pensamentos que eu gostaria de deixar aqui.

### Assembleias semipresenciais e virtuais para todas as sociedades?

### Alfredo de Assis Gonçalves Neto e Micheli Mayumi Iwasaki\*







Micheli Mayumi Iwasaki

A recente conversão da Medida Provisória 931/2020 na Lei 14.030/2020, publicada em 28.07.2020, trouxe algumas novidades em relação à sua redação original, bem como a integração com o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET), esta regulada pela Lei 14.010/2020.

A partir da aprovação da Lei 14.030/2020 há autorização expressa e de forma permanente para realização de assembleias semipresenciais e digitais para as sociedades anônimas, abertas e fechadas, limitadas e cooperativas, independentemente da situação de calamidade decorrente da pandemia, como alternativas à modalidade presencial tradicionalmente conhecida.

No processo legislativo da medida provisória foi alterado o texto original, cuja interpretação sistemática só permitia a realização da assembleia por meio virtual para as sociedades anônimas abertas.

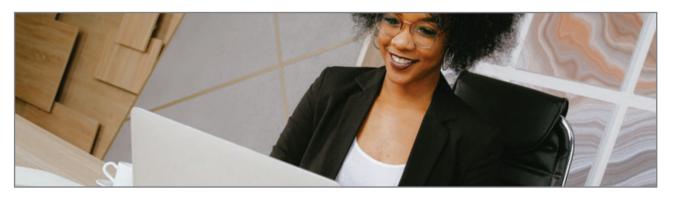
Cumpre ressaltar que nesse ínterim a Instrução Normativa do DREI nº. 79/2020, que regulava especificamente o tema das assembleias semipresenciais e digitais desses três tipos societários foi revogada. A matéria foi compilada e sistematizada na IN nº. 81, de 10.06.2020, que dentre várias outras também revogou a IN nº. 38/2017 – bastante conhecida por conter o manual de registro do empresário individual, sociedade limitada, empresa individual de responsabilidade limitada (Eireli), cooperativa e sociedade anônima.

Outra novidade na Lei 14.030/2020 é o seu art. 7º que determina a observância das restrições sanitárias locais para realização de reuniões de assembleias presenciais para as associações, fundações e demais sociedades, quais sejam, sociedades simples, em nome coletivo e em comandita simples, até o final deste ano civil.

Além disso, o mesmo dispositivo prorroga o prazo para realização da assembleia geral e do mandato de seus diretores e (ou) administradores em sete meses e há menção expressa quanto à possibilidade de realização por meios eletrônicos até a data limite de 30 de outubro (art. 5° do RJET).

Nesse contexto, considerando a característica de norma transitória da RJET, todas as pessoas jurídicas de direito privado, e não somente as sociedades, poderão realizar assembleias por meio eletrônico, mas com limite temporal no prazo final de 30.10.2020.

No caso das sociedades anônimas, limitadas e cooperativas a alteração legislativa é permanente, ou pelo menos, até que outra lei venha revoga-la, expressa ou tacitamente. A tendência de agregar os recursos tecnológicos para esses tipos societários pode trazer distorções e, como já advertimos em nota anterior, é uma trilha que se deve percorrer com cautela, observadas as peculiaridades de cada qual e de seu respectivo quadro social.



\*Alfredo de Assis Goncalves Neto, professor titular em Direito Comercial da Faculdade de Direito da UFPR, advogado especialista em Direito Empresarial, Cooperativo e Econômico, e Micheli Mayumi Iwasaki, advogada, mestre em Direito e especialista em Sociologia Política pela UFPR, membro da Comissão de Direito Cooperativo da OAB Paraná, sócios do escritório Assis Gonçalves, Kloss Neto e Advogados Associados.

### Fazendo o que realmente importa!

Almério Barros\*

Nem a melhor empresa de análise de riscos poderia prever o efeito tão duro para a economia mundial, como o que vem sendo gerado pela pandemia COVID-19.

O impacto foi tão grande que não somente mudou resultados financeiros, mudou a rotina corporativa, a forma e o local de trabalho, reuniões presenciais para remotas, planejamento de curto-prazo emergencial, cenários e tantas outras medições serão afetadas daqui para frente.

Qual o modelo de negócio ideal para 2021? Como será o perfil do consumidor, qual mercado mais atrativo, que novas oportunidades de negócios surgiram? Existem tantas perguntas e potenciais respostas que sairiam do contexto e objetivo desta abordagem.

O título deste artigo me remete ao livro do James M. Kilts, Ex-chairman e CEO da Gillette, no qual ele apresenta o modelo de decisão com foco em fundamentação, mudança imediata e decisões simples e precisas, descritas de forma prática no processo de reestruturação da Gillette.

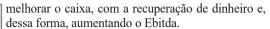
Trazendo para o contexto de hoje, muitas empresas estão recebendo ligações de consultorias com diversas propostas de trabalho para melhorar o efeito causado pela pandemia, bancos, fundos, consultores independentes, são tantas opiniões que muitos devem se perguntar: O que realmente devo fazer?

Reduzir os custos, buscar novos modelos de negócios, reinventar o negócio, tudo isso virou o pensamento de muitos gerentes e executivos, mas com o distanciamento, mudança no ritmo e na sinergia do dia-a-dia dos negócios, qual seria o foco? O que importa?

Uma análise de esforço x efeito se torna essencial, pois as vezes gastamos horas e horas buscando reduções de custos e despesas, para no final o resultado não ser tão expressivo e/ou relevante, ou quando é relevante, a implantação vai demandar tanto tempo e esforço que no atual cenário não seria viável.

Como fazer para melhorar os resultados deste ano com oportunidades que não tomem o tempo da sua equipe, que já está cheia de trabalho e, por muitas vezes, reduzida, que sejam relevantes e de fácil implementação e aderência?

Planejamento societário, tributário e gestão de custos sempre entram na lista de prioridades nessa hora, mas o foco deve ser identificar, em áreas já exploradas pela empresa, como também, em outros projetos de consultoria, com foco em inteligência tributária e previdenciária, usando uma metodologia de levantamento, aprovação e execução, obter redução de custos,



15% das empresas brasileiras se julgam bem atendidas e pensam nestas oportunidades como ferramenta de trabalho e/ou modelo de gestão, obtendo uma vantagem competitiva e geração de valor para o negócio. Todavia, algumas destas empresas de médio e grande porte, que sempre tiveram caixa equilibrado, olhavam de forma superficial e visando apenas o compliance (atender a legislação vigente e melhores práticas), não

utilizando como modelo de gestão, facilitador para a formação de capital destinado a investimentos, geração de valor para a companhia, entre outros indicadores de preço e competitividade que são diretamente afetados.

Hoje a sua empresa, no seguimento que ela atua, estaria se aproveitando de todas as oportunidades existentes na legislação para fins de redução de custos, melhoria de performance, geração de caixa e valor?

Nos últimos 15 anos atuando como sócio de empresa de consultoria, atendendo empresas dos mais diversos segmentos, pude presenciar empresas S/A do segmento do varejo tendo seus resultados negativos em determinado ano, transformados em positivo com levantamento de créditos tributários, como também, empresas no segmento de Óleo e Gás obtendo resultados de trabalhos de levantamento de créditos tributários e previdenciários significativos, ou ainda, um hospital ter apurado milhões de créditos previdenciários neste momento de pandemia viabilizando o caixa mensal, sendo que todos esses valores foram validados por grandes bancas de advocacia, e também, em sua maioria, por empresas de auditoria denominadas "big four".

Aqui fica um convite para que os gestores definam metas simples e diretas para esses 4 meses finais de 2020, envidando os esforços da equipe para aquilo que só depende deles para haver a mudança, comemorar todas as conquistas – pequenas e grandes, e por fim, não menos importante, contratar empresas com histórico e experiência para o levantamento de caixa e mudança dos resultados futuros através da recuperação de tributos e planejamentos previdenciário e tributário, com certeza, os resultados alcançados poderão ajudar no equilíbrio financeiro, melhoria dos resultados econômicos e na manutenção dos empregos.

<sup>\*</sup> Contador, associate diretcor business development na AG Capital (www.agcapital.com.br), 25 anos de experiência desenvolvidos tanto na prestação de serviços de auditoria e consultoria tributária em Big Four, como também, ocupando cargos de gerência e diretoria em empresas nacionais e multinacionais de médio e grande porte, conduzindo processos de expansão, turnaround e start-ups de empresas. Contato: amb@agcpartner.com.br

### O tipo de máscara revela o perfil do consumidor brasileiro?

Stella Kochen Susskind\*



Em um mundo anterior à pandemia, quando o cliente entrava em um estabelecimento comercial, atendentes mais atentos e experientes seriam capazes de fazer uma leitura rápida do perfil desse consumidor. De objetivos a indecisos, passando pelos que estão sempre em busca de produtos singulares, essa identificação do comportamental sempre foi essencial para proporcionar uma experiência de compra alinhada à expectativa de cada

comprador. Em um cenário no qual as máscaras que protegem também escondem intenções e desejos de consumo, como lidar com essa nova realidade? O sorriso – parte do atendimento acolhedor tão valorizado pelo brasileiro – está comprometido, mas será que o relacionamento de compra e venda ainda pode ser salvo? Acredito que sim.

Há mais de três décadas atuo com pesquisas conduzidas por clientes ocultos. Com eles, aprendi que a expectativa de compra, sempre está condicionada à personalidade do consumidor. Ou seja, a forma de comprar é uma extensão da personalidade do comprador. Hoje, não conseguimos sequer nos nortear pelo estilo de roupa, já que estamos todos de moletom! Nessa perspectiva e diante da impossibilidade de ler a expressão do cliente e identificar o perfil de consumo dele, penso que temos uma outra forma de leitura. A máscara, que se tornou o símbolo da pandemia e que se correlaciona com os sentimentos que temos nesse momento. Tenho visto que a escolha da máscara facial que nos protege da covid-19 aponta a "identidade secreta" desse consumidor. Nesse exercício de revelar e classificar o humano por trás da máscara, tracei cinco tipos de clientes que mostram o aspiracional de personalidade.

#### Perfil #1 | Muito preocupado

Esse consumidor estará usando uma máscara de tecido branca ou de cor clara; por cima dessa, uma segunda proteção acrílica transparente ou a máscara profissional N95. A leitura que temos é de uma grande preocupação em se contaminar ou contaminar alguém. Essa pessoa tanto pode ser um trabalhador da área da saúde, como uma pessoa que está muito assustada com a possibilidade de contrair o vírus. Sair de casa para fazer uma compra é um exercício complexo para esse consumidor, portanto, cada minuto é precioso no atendimento.

**DICA.** O atendente tem que ser bastante objetivo; optar por um cumprimento simples (bom dia, boa tarde, olá); e ir direto ao ponto. Não procure fazer vendas casadas distantes do produto que esse cliente pediu ou iniciar conversas sobre a pandemia.

A expectativa desse cliente é sair do estabelecimento o mais rápido possível para não se expor tempo demais a um vírus mortal – e a boa experiência de compra dele depende dessa capacidade da equipe da loja.

### Perfil #2 | Engajado

Esse consumidor opta por uma máscara associada a alguma campanha ou mobilização. Produzida por alguma comunidade específica; comprada para auxiliar alguma causa socioambiental, a máscara representa a sua adesão a algo maior; à resistência humana a um vírus. Claro que esse consumidor está atento e engajado em cumprir todas as normas de segurança, mas ele está preocupado em auxiliar a retomada da economia. Voltar a comprar de maneira presencial é a forma de mostrar esse compromisso com a vida, a economia e a humanidade.

**DICA.** O atendente deve passar otimismo na voz, já na hora do cumprimento. É importante mostrar que a loja está atenta a todas as normas sanitárias e pronta para oferecer a maior segurança possível para que a experiência de compra seja segura. Se a loja tiver algum produto ou campanha social é muito importante que o vendedor fale sobre a iniciativa, de maneira rápida e assertiva. Esse cliente está aberto para uma venda adicional, desde que faça sentido – que seja mais do que a aquisição de um produto, mas que seja um item que dialogue com o momento.

### Perfil #3 | Desencanado

Esse consumidor opta pelas máscaras de tecido com temas fofos ou divertidos ou neutros (bege, branca). Ele está informado sobre o risco e – por uma demanda social e por acreditar na lógica por trás da orientação de uso –, está usando a máscara. O que isso significa? Esse consumidor não quer que uma máscara defina um estado de espírito abalado e amedrontado. Ele quer dizer ao mundo que está tranquilo; consciente e à altura do desafio que enfrentamos. Está muito interessado em retomar, na medida do possível, uma rotina anterior à pandemia; acredita na transitoriedade da situação. As compras não terão tanta ligação com os itens mais comprados na fase de distanciamento social; ele está propenso a comprar itens de moda, por exemplo. Vai reagir bem à oferta de um item adicional – que não tenha necessariamente nada a ver com a compra principal – e topa uma conversa descontraída enquanto compra.

**DICA.** Não direcione o assunto para o medo da covid-19 ou questionamentos sobre a vacina. Fale sobre o produto, pergunte sobre cores e modelos. O vendedor tem que estar sensível ao estado de espírito do desencanado. Para ele, sair de casa e comprar é retomar a vida que tinha. É essa experiência que ele espera ter.



#### Perfil #4 | Poderosa

Essa consumidora – sim, elas são a maioria desse perfil – opta por olhos bem marcados; milimetricamente maquiados e ressaltados com sombras e esfumaçado. Estará com uma máscara de grife, ostentando uma marca e mostrando sedução no olhar e no gestual. Embora sejam facilmente encontradas em lojas de luxo, esse perfil não está atrelado à classe social, mas ao comportamento resistente e sedutor. Aceitam que têm que usar a máscara para a dupla proteção – proteger a si e aos outros –, mas adota essa prática de maneira fashion e personalizada. Ou seja, não quer que a máscara esconda a sua forma de enfrentar a vida.

DICA: Elogie a máscara ou o olhar - claro, se for genuíno antes de qualquer coisa. A proposta é mostrar que você percebe a pessoa que está por trás da máscara; que esse consumidor conseguiu expressar a sua individualidade em cada detalhe. Não tenha pressa, nem force um atendimento descuidado, rápido. Dê a esse consumidor o tempo que ele precisa, porque essa pessoa está profundamente interessada em ter uma experiência de compra – não apenas comprar um item.

### Perfil #5 | Negacionista

Esse consumidor estará com a máscara no queixo ou pendurada no bolso. Quer dizer ao mundo que não é vulnerável e que não está com medo do vírus. Então, o lojista ou gerente – preferencialmente, aliás - tem que ser muito firme e solicitar a colocação da máscara. É bem possível que esse cliente se negue. Então, é a sua vez de entender que nem todas as vendas podem ser feitas. Mas, que todas as vidas devem ser preservadas.

DICA. Peça, delicadamente, que esse possível cliente saia da loja.

Uma última dica que dou aos vendedores e gerentes é que pensem no espaço da loja como um ambiente que precisa passar segurança e harmonia. Então, não basta adotar as diretrizes sanitárias previstas por lei, precisamos mostrá-las. Faça com que essas normas e equipamentos sejam visíveis; que haja organização e beleza no ambiente. Flores e pequenas delicadezas que tornem a loja acolhedora. Uma excelente experiência de compra, hoje, depende de pequenos detalhes que fazem grandes diferenças.



#### Sobre Stella Kochen Susskind

Pioneira na América Latina na metodologia de pesquisa mystery shopping (cliente secreto), Stella é considerada uma das mais importantes experts da temática no mundo. Autora do livro Cliente Secreto, a metodologia que revolucionou o atendimento ao consumidor (Primavera Editorial), a especialista é palestrante internacional, tendo ministrado palestras em Barcelona, Estocolmo, Amsterdã, Londres, Atenas, San Diego, Chicago, Las Vegas, Malta, Belgrado, Algarve, Split e Buenos Aires. Empreendedora desde a década de 1980, fundou em 2019 a SKS CX Customer Experience Consultancy; a consultoria é focada em experiência e satisfação do consumidor, parceria da Checker Software - uma startup israelense de tecnologia da informação que integra metodologias de pesquisa em tempo real. A empresa – premiada em 2020 com o MSPA Elite Member, que a coloca entre as 12 melhores do mundo no segmento - representa uma revolução nas pesquisas de satisfação e experiência do consumidor brasileiro. https://skscx.com.br

#### Sobre a SKS CX Customer

Fundada em 2019 pela empreendedora serial Stella Kochen Susskind - pioneira na América Latina em pesquisas com a metodologia mystery shopping (cliente secreto), implementada em 1988 no Brasil -, a SKS CX Customer é parceira da startup israelense de tecnologia da informação, Checker Software (integra metodologias de pesquisa em tempo real). A empresa tem revolucionado o mercado das pesquisas de satisfação e experiência do consumidor e dos usuários (User Experience). tanto em lojas físicas, quando em e-commerce e demais canais de venda dos consumidores omnichanel. A empresa brasileira conta com escritórios de São Paulo, Assunção (Paraguai) e Hadera (Israel); possui uma carteira de 30 clientes nos segmentos de finanças, varejo, indústria e serviços. Entre os clientes da SKS CX e da Checker Global: GfK, CiteUp, World Shopper, BVA, L'Oreal, Duty Free Shop, Giorgio Armani, Hugo Boss, Asics, Jack Vartanian, BR Properties e T&A Associados. A SKS CX foi premiada, em 2020, com o MSPA Elite Member, que coloca a empresa entre as 12 melhores do mundo no segmento.

A tecnologia concentra, em uma única plataforma, os resultados de diferentes metodologias de pesquisa, mostrando uma jornada de compra completa de forma online (via aplicativos, SMS, código de barras, telefone ou visita presenciais). A união de resultados permite saber, em tempo real, todos os aspectos que envolvem o atendimento ao consumidor. A pesquisa de cliente oculto passa a concentrar as seguintes avaliações: NPS Net Promoter Score (mede a satisfação do cliente a partir de uma escala de 0 a 10 de indicação a empresa, serviço ou produto pelo consumidor; o escore é estabelecido diante do cálculo do percentual de promotores e detratores da marca); UX User Experience (satisfação de uso); CX Customer o Experience (satisfação de clientes); VOE Voice of Employes (voz dos funcionários e colaboradores); VOC Voice of Customer (voz do consumidor, integrando resultados de todos os canais); e Brand Tracking (análise para identificar a visibilidade e o prestígio da marca). Acesse o vídeo e conheça as modalidades de pesquisas adotadas pela empresa. https://skscx.com.br

### Nova Guerra Fria opõe China e EUA

### Especialistas avaliam tendências políticas e de mercado pós-Covid

Estados Unidos e China, as duas superpotências do século XXI, estão definitivamente mergulhadas em um cenário de uma nova guerra fria, com sanções, restrições, acusações, confrontos comerciais, diplomáticos e tecnológicos cada vez mais acirrados, com consequências ainda incertas para o mundo.

Em janeiro deste ano, as duas superpotências mundiais assinaram um acordo na Casa Branca, tratado como uma etapa importante para colocar um ponto final no clima constante de guerra comercial e de desavenças. Tudo parecia ir bem, até a chegada da pandemia, que fez o ambiente voltar a ser carregado, com tensões e desconfianças ideológicas, inclusive a respeito da origem do vírus, que permanece ativo em todo o planeta.

A crise teve um avanço significativo a partir de 2018 e a forte disputa por hegemonia mundial — em campos como corrida tecnológica e espacial, poderio militar, domínio geopolítico e comercial e agora também na busca da primeira vacina para a Covid-19, deve ter impactos imprevisíveis, que devem definir o futuro da Globalização.

Os últimos capítulos dessa novela foram os fechamentos do Consulado chinês em Houston (EUA) e do consulado americano em Chengdu (China) e o anúncio, feito pelo presidente Donald Trump, de que irá proibir a rede social chinesa TikTok nos Estados Unidos, alegando que a plataforma pode estar a serviço de espionagem por parte do setor de inteligência chinês.

Especialista em direito internacional, o professor Acácio Miranda avalia que a ação retaliatória de fechamento dos consulados não representa riscos reais nas relações, mas aponta que existem divergências. "Formalmente, os consulados são representações comerciais, razão pela qual não há riscos para as relações entre as duas nações, pelo menos nesse atual momento. Apesar disso, é um indicativo de que uma série de problemas entre as duas superpotências devem ser superados", opina.

O professor acredita que esse cenário de confronto constante pode sofrer uma virada de rumo, caso o atual presidente Donald Trump não ganhe as eleições americanas, previstas para ocorrerem em setembro. "Se o cenário de favoritismo do candidato democrata Joe Biden for confirmado, a política externa americana deverá ser abruptamente alterada, voltando a um paradigma conciliatório, em consonância aos oito anos de Barack Obama", espera Acácio.

Na área econômica e comercial, o ímpeto chinês em tomar a dianteira mundial e a dependência que países de todo o globo possuem do gigante asiático chamam a atenção de especialistas. Economista e advogado, o professor Alessandro Azzoni cita o fato de que, com a crise da Covid-19, várias indústrias mundiais

foram afetadas pela falta de componentes internos e matéria prima oriunda da China. "O mundo criou uma dependência dos produtos chineses e o governo Trump, que é extremamente nacionalista, percebeu essa dependência", explica o professor.

Ele acredita ser inevitável que a China assuma o protagonismo e seja a grande potência mundial a partir de 2030, acima dos EUA. "A política expansionista comercial dos chineses é absurda e isso inclui a criação de novas rotas de comércio em todo o continente asiático, avançando para Europa, além de rotas marítimas para outros mercados mundiais", aponta Azzoni.





Acácio Miranda da Silva Filho

#### PERFIL DAS FONTES

Alessandro Azzoni é advogado e economista, especialista em direito ambiental, com atuação nas áreas do Civil, Trabalhista e Tributário. É mestre em Direito da Universidade Nove de Julho, especializado em Direito Ambiental Empresarial pela Faculdade Metropolitanas Unidas (FMU). Graduado em direito pela FMU. Bacharel em Ciências Econômicas pela FMU. Professor de Direito na Universidade Nove de Julho (Uninove). É Conselheiro Deliberativo da ACSP - Associação Comercial de São Paulo; Coordenador do NESA –Núcleo de Estudos Socioambientais – ACSP - Associação Comercial de São Paulo; Conselheiro membro do conselho de Política Urbana - ACSP - Associação Comercial de São Paulo; Membro da Comissão de Direito Ambiental OAB/SP.

Acácio Miranda da Silva Filho é Doutorando em Direito Constitucional pelo IDP/DF. Mestre em Direito Penal Internacional pela Universidade de Granada/Espanha. Cursou pós-graduação lato sensu em Processo Penal na Escola Paulista da Magistratura e em Direito Penal na Escola Superior do Ministério Público de São Paulo. É especialista em Teoria do Delito na Universidade de Salamanca/Espanha, em Direito Penal Econômico na Universidade de Coimbra/IBCCRIM e em Direito Penal Econômico na Universidade Castilha - La Mancha/Espanha. Tem extensão em Ciências Criminais, ministrada pela Escola Alemã de Ciências criminais da Universidade de Gottingen, e em Direito Penal pela Universidade Pompeu Fabra.





## O futuro impacta você ou você impacta o futuro?

Entenda as megatendências e descubra novas oportunidades. Saiba mais em **ey.com.br/megatrends.** 

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

### Megatendências em um mundo pós-pandemia

Miguel Duarte\*



O recente estudo Megatrends 2020 desenvolvido pela EY fornece conteúdos para discussões estratégicas mais exploratórias e menos atreladas ao passado. A capacidade de pensar "do futuro para trás", permite criar a resiliência estratégica necessária para uma organização de sucesso e ampliar o raio de visão dos diferentes stakeholders. Oito megatendências moldam o atual contexto em que vivemos e definirão as linhas mestras dos nossos sistemas econômicos, políticos e sociais:

- 1. **Descarbonização**: Novas soluções para zerar as emissões de carbono estão surgindo e impulsionando a criação de valor em longo prazo por meio da liderança climática. Mais de 3 mil pedidos de patentes relacionados a inovações em redução de carbono foram feitos entre 2009 e 2018. Plantar um trilhão de árvores é uma tarefa monumental, porém empresas como a Land Life estão lidando com esta oportunidade, que pode parecer antiquada, mas utiliza as mais modernas ferramentas digitais: drones, robôs e satélites tudo para otimizar e acelerar o plantio. Novas tecnologias verificadoras também podem servir para dar veracidade aos compromissos de créditos de carbono garantidos por meio da preservação do solo e silvicultura.
- 2. **Guerra fria tecnológica**: Hoje, as empresas precisam se proteger não apenas contra os ataques de *malware* e *phishing*, mas também com a desinformação armada. Além disso, há o desafio da falta de transparência. O resultado líquido dessas tendências pode ser uma economia cada vez

mais fragmentada. As empresas multinacionais operam hoje em um cenário verdadeiramente global, com cadeias de suprimentos sofisticadas, equipamentos de P&D e redes de vendas e marketing que ultrapassam fronteiras nacionais. A guerra fria tecnológica e econômica ameaça os mecanismos que tornam possíveis as operações globais. Ou seja, no futuro, empresas podem ser restringidas para operar nas esferas de influência de seus estados de origem.

- 3. Economia comportamental: comportamento O humano está se tornando uma mercadoria - quantificada, padronizada, empacotada e comercializada, como os dados do consumidor atualmente. Essa comoditização, combinada com o amadurecimento de disciplinas como computação afetiva, dará às empresas e aos governos a capacidade de influenciar e moldar nosso comportamento. Investimentos no setor cresceram 146% nos últimos cinco anos e nos colocaram em um mundo cada vez mais preciso, com sofisticados instrumentos de persuasão. Imagine um avatar de vendedor que possa manter simultaneamente o contato visual com centenas clientes enquanto modifica seu sotaque, escolhe palavras e tom de voz com base nos dados de cada preferências do cliente?
- 4. **Mídia sintética**: A mídia sintética está emergindo como um novo cyber risco para as empresas. Garantir autenticidade será crítico para manter a confiança de stakeholders, preservar a reputação da marca e impulsionar o desempenho dos negócios. Um caso de três ataques bem-sucedidos de áudio

### "Em 2019, foram investidos 621 milhões de dólares em startups que buscam soluções de microbiomas relacionadas ao clima e agricultura."

deepfake, que representavam a voz de um CEO, iniciaram transferências bancárias, resultando no roubo de milhões de dólares. Embora ainda não tenhamos visto uma série de deepfakes de alto perfil ou falsificações direcionadas ao setor privado, as empresas precisam estar preparadas.

- 5. Futuro do pensamento: Enquanto todos experimentamos o efeito dramático que as mídias sociais e os smartphones têm sobre comportamento e cognição, pode haver consequências ainda mais amplas da próxima onda de tecnologias de aperfeiçoamento humano, como Inteligência Artificial, robôs e veículos autônomos. Novos aplicativos e recursos do smartphone permitem que os usuários meçam e limitem a quantidade de tempo gasto nos dispositivos. Nas redes sociais, há movimentos positivos, como ocultar "curtidas" nos feeds dos usuários e banir *deepfakes*. Todos esses são passos encorajadores, mas ainda estão ofuscados pela escala do problema. É preciso fazer mais.
- 6. Trabalho e vida sem fronteiras: Estamos nos movendo para um futuro em que os indivíduos buscarão um mix de trabalho, lazer e aprendizado de acordo com as suas circunstâncias de vida. É um cenário acelerado na pandemia e que ficará para além dela. Com o desaparecimento dos deslocamentos, os trabalhadores ganharam em momentos de lazer e rotinas diárias. Mas esse ganho inesperado foi acompanhado por outras complicações o desafio de demarcar espaços pessoais e profissionais, perda de motivação, além dos sentimentos de isolamento o que destacou questões que precisam ser abordadas no futuro do trabalho virtual.
- 7. **Microbiomas**: Micróbios já são utilizados em inúmeros processos, desde antibióticos e insulina até a transformação de biomassa em biocombustíveis. Mas o surgimento de um poderoso conjunto de ferramentas está nos permitindo não apenas entender e mobilizar melhor o microbioma, mas aproveitar todas as suas potencialidades. Em 2019, foram investidos 621 milhões de dólares em startups que buscam soluções de microbiomas relacionadas ao clima e agricultura. As doenças influenciadas por microbiomas incluem diabetes

tipo II, câncer, alergias alimentares, uma variedade de doenças inflamatórias (como artrite reumatoide), Parkinson, obesidade, autismo, depressão e ansiedade.

8. **Biologia Sintética**: A biologia sintética padroniza sistemas biológicos para copiar, alterar e dimensionar inovações genéticas mais rapidamente. Para termos uma noção da velocidade da mudança, o primeiro sequenciamento do genoma humano exigiu 13 anos e 3 bilhões de dólares; hoje, leva uma semana e 600 dólares. As ferramentas de biologia sintética estão sendo implementadas rapidamente na resposta ao Covid-19. Quando a pandemia ocorreu, várias empresas do setor interromperam pesquisas em curso para focar no novo coronavírus. Seus recursos já permitiram chegar a resultados positivos e com maior potencial funcionalidade do que abordagens clássicas, que utilizam formas enfraquecidas ou neutralizadas do vírus.

Estas Megatendências nos permitem trazer novas perguntas estratégicas para um horizonte de médio e longo prazo:

- Onde operar tendo em conta o novo contexto da globalização?
- Como operar para garantir a descarbonização do negócio?
- Como se preparar para os consumidores nativos digitais da geração Z?
- Quais práticas serão necessárias para operar dentro de uma realidade cibernética de grandes riscos?
- Como adaptar o modelo de trabalho a uma mão de obra que se beneficiará das novas tecnologias exponenciais?
- Quais contribuições darão a biologia sintética e os microbiomas para enfrentar os desafios da cadeia de valor ou redefinir produtos e subprodutos?

Perguntas como essas necessitam ser incorporadas em exercícios de planejamento estratégico e criação de cenários como tendências ou incertezas que impactarão o mundo corporativo na próxima década.

Adaptação do artigo "Megatendências em um mundo pós-pandemia" publicado na edição de setembro de 2020 da revista Harvard Business Review.

### Tabaco brasileiro aguarda parecer da China para ser embarcado



Devido à pandemia, a pré-inspeção do tabaco, uma das exigências do protocolo bilateral de comércio entre Brasil-China, ocorreu sem a presença dos técnicos da Administração Geral das Alfândegas da República da China (GACC). Em acordo com o GACC, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) ficou encarregado da coleta das amostras do produto processado e envio à Central Analítica da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) para testes laboratoriais que comprovem a fitossanidade do tabaco brasileiro antes do embarque.

O encerramento oficial das atividades ocorreu em julho, por videoconferência, e reuniu representantes do Sindicato Interestadual da Indústria do Tabaco (SindiTabaco) e empresas exportadoras, do MAPA e UNISC. O presidente do SindiTabaco, Iro Schünke, abriu a reunião.

"Dizer que estamos chegando ao final deste processo em um ano atípico e cheio de desafios como este já é uma grande vitória, o que só foi possível com o empenho de todas as entidades e empresas envolvidas nesse processo. A China é um dos maiores importadores do tabaco brasileiro, ajudando a fortalecer cada vez mais toda a cadeia produtiva no País. Ficamos satisfeitos que em 2020 houve um acréscimo no volume comprado, ou seja, mais tabaco foi comprado comparativamente que o ano passado e esperamos que isso seja uma curva ascendente", ressaltou Schünke.

Roque Danieli, da Superintendência do MAPA no RS, apresentou o resultado das análises realizadas e que serão despachadas à China para parecer final. Segundo ele, foram 58 amostras coletadas nos lotes de tabaco processados por sete empresas. "Todas cumpriram os requisitos sanitários e não foram detectadas pragas quarentenárias constantes no protocolo", informou.

Daniele também comentou que técnicos do MAPA têm realizado inspeções no campo para averiguar o uso de agrotóxicos. "Percebemos que os produtores de tabaco não estão utilizando nenhum produto fora daqueles registrados e autorizados pelo MAPA. É o setor que menos tem tido problemas no assunto de defensivos, muito em função da PI Tabaco que teve a participação do MAPA na sua implementação. Temos verificado que ao longo dos anos a qualidade do tabaco vem melhorando e, considerando que esse é um trabalho das equipes de campo, salientamos que esse trabalho deve continuar, uma vez que é também um relevante fator para o comércio internacional", ressaltou.

A responsável técnica do laboratório da Central Analítica da UNISC, professora Adriana Dupont, destacou que a inspeção é apenas uma parte do trabalho que vem sendo realizado e muito importante para a Região Sul do País. Dupont explicou que foram 40 dias de intenso trabalho avaliando o tabaco processado para poder entregar os laudos dentro do prazo, destacando que não foram encontradas estruturas viáveis de pragas quarentenárias, o que deve resultar na autorização de embarque do produto pelas autoridades chinesas.

Izabela Mendes Carvalho, chefe da divisão de programas especiais do Ministério da Agricultura em Brasília, parabenizou a todos pelo excelente trabalho. "Este é um trabalho conjunto e que viabilizou por mais um ano a exportação do tabaco brasileiro para a China, cumprindo com todas as exigências sanitárias do mercado chinês. Os inspetores da GACC e representantes comerciais não puderam vir ao Brasil devido às circunstâncias e agradecemos pela confiança no Ministério da Agricultura que ficou encarregado pela coleta, monitoramento e todo o processo de certificação fitossanitária. Esclarecemos que todos os procedimentos foram rigorosos no sentido de garantir a segurança do tabaco a ser exportado", concluiu. Izabela informou ainda que nesta segunda-feira, 03 de agosto, "todos os documentos serão encaminhados para a China para que possam ser analisados e processados da forma mais rápida possível".

Xinghua Zhou, presidente da China Tabaco Internacional do Brasil (CTIB), informou que o objetivo agora é conseguir o mais rápido possível o resultado da GACC. "Depende do órgão chinês a aprovação para embarcar para a China. Temos mais uma etapa pela frente e esperamos que esse momento de embarque se concretize o mais rápido possível", comentou o executivo.

A China é um importante parceiro do agronegócio brasileiro há alguns anos e isso também acontece no setor do tabaco: em 2017 figurou como segundo maior país comprador do tabaco brasileiro, gerando US\$ 276 milhões em divisas, o que representou 13% do total embarcado no ano. Em 2018, devido a questões logísticas e à decisão do cliente de postergar embarques para o primeiro semestre de 2019, o país figurou na terceira colocação, com US\$ 165 milhões embarcados. Em 2019, voltou à segunda colocação, com US\$ 383 milhões.

O tabaco representou 0,95% do total de exportações brasileiras e 4,84% dos embarques da Região Sul de 2019. No Rio Grande do Sul, estado que concentra mais da metade da produção brasileira, o produto foi responsável por 9,62% do total das exportações.

"A China é um dos maiores importadores do tabaco brasileiro, ajudando a fortalecer cada vez mais toda a cadeia produtiva no País"

Cadeia produtiva do tabaco 5 MAIORES IMPORTADORES DO TABACO BRASILEIRO (Fonte: Ministério da Economia)					
Ranking	2017	2018	2019		
10	Bélgica / US\$ 342 mi	Bélgica / US\$ 446 mi	Bélgica / US\$ 526 mi		
2°	China / US\$ 276 mi	EUA / US\$ 190 mi	China / US\$ 383 mi		
3°	EUA / US\$ 198 mi	China / US\$ 165 mi	EUA / US\$ 189 mi		
4°	Itália / US\$ 120 mi	Indonésia / US\$ 125 mi	Indonésia / US\$ 106 mi		
5°	Indonésia / US\$ 105 mi	Egito / US\$ 112 mi	Indonésia / US\$ 106 mi Rússia / US\$ 77 mi		

### Drone que voa sozinho no meio de florestas pode ser aliado contra o desmatamento

Cientistas da USP e da Universidade da Pensilvânia construíram um drone autônomo que desvia de obstáculos e calcula quantidade de árvores em grandes vegetações

Obter informações detalhadas sobre uma floresta é fundamental para orientar o poder público a definir políticas de conservação e a monitorar possíveis crimes ambientais, como queimadas e desmatamentos ilegais. Atualmente, para fazer um levantamento sobre determinada área, especialistas produzem o chamado inventário florestal, estudo que apura o número estimado de árvores de uma floresta, o volume de madeira disponível, a área coberta por vegetação, as características da biodiversidade local, a topografia da região, entre outros dados.

No entanto, realizar esse trabalho manualmente é praticamente inviável tendo em vista a dificuldade de acesso a algumas matas e o longo tempo para execução das tarefas, que podem levar semanas para serem finalizadas, além de exporem os profissionais a diversos riscos, como quedas em buracos e ameaças de animais. Por esses motivos, pesquisadores brasileiros e norte-americanos desenvolveram um sistema computacional capaz de controlar um drone de forma autônoma (sem controle humano) no interior de florestas, permitindo que ele desvie de árvores e mapeie grandes territórios em poucos minutos.

"Além de termos a possibilidade de fazer um inventário florestal em uma área de cobertura muito maior, com a atuação do drone esse processo se torna muito mais rápido, seguro e preciso", explica Guilherme Nardari, pesquisador do INCT de Sistemas Autônomos Cooperativos (InSAC), sediado na Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) da USP, e um dos autores do trabalho, que foi realizado em parceria com cientistas da Universidade da Pensilvânia, nos EUA.

Para efeito de comparação, com o drone desenvolvido seria possível mapear uma floresta inteira de 400 mil metros quadrados em apenas 30 minutos. Já se o mesmo trabalho fosse realizado por uma equipe de engenheiros florestais, por exemplo, o tempo saltaria para 12 dias e meio, considerando que eles trabalhassem 24 horas por dia, missão impossível para um único grupo. Pela dificuldade da tarefa, os profissionais optam por avaliar pequenos trechos da floresta e fazer uma estimativa dos dados totais, gerando informações muito menos precisas e detalhadas.

Com peso aproximado de 3kg e autonomia de voo de 20 minutos, o drone, que está sendo testado nos EUA, é composto por quatro hélices, uma câmera, um computador de bordo, um controlador de voo e um sensor a laser, responsável por calcular em tempo real a distância entre o drone e as árvores ao seu redor. Pioneira, a utilização de um veículo aéreo não tripulado (Vant) autônomo para monitorar e mapear florestas possibilitará uma série de aplicações, entre elas, o combate ao desmatamento.



Drone autônomo é capaz de calcular a quantidade de árvores de uma floresta.

"Nós conseguiríamos avaliar o estado de conservação das florestas e detectar locais que precisam de reflorestamento, servindo de alerta para as autoridades ambientais caso alguma região apresente transformações suspeitas ao longo do tempo. Esse tema é muito relevante, principalmente pelo atual cenário que vivemos, de total descaso com a Amazônia", afirma Roseli A. Francelin Romero, pesquisadora do InSAC e professora do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos. Segundo a docente, atualmente o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) realiza alguns levantamentos florestais por imagens de satélite, mas são estimativas que impossibilitam uma análise mais minuciosa da vegetação em áreas específicas.

Segundo relatório divulgado no primeiro semestre deste ano pelo MapBiomas, 99% do desmatamento feito no Brasil em 2019 foi ilegal. Ao todo, mais de 1,2 milhão de hectares (ha) de

mata nativa foram devastados, ou 12.187 km², o equivalente a oito municípios de São Paulo. Mais de 60% da área desmatada está na Amazônia, com 770 mil hectares derrubados. O segundo bioma em que mais houve perda foi o Cerrado, com 408,6 mil ha, seguido de Pantanal (16,5 mil ha), Caatinga (12,1 mil ha), Mata Atlântica (10,6 mil ha) e Pampa (642 ha). Já de acordo com pesquisa divulgada na última semana pelo Inpe, entre agosto de 2019 e julho de 2020 foram registrados mais de 45 mil alertas de desmatamento na Floresta Amazônica, um aumento de 34,5% em comparação com o período anterior.

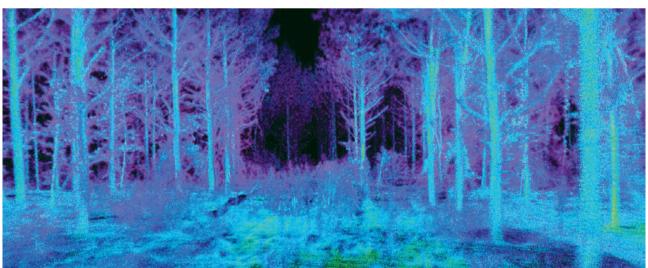
Voando pelas florestas - Para evitar que o drone colida com algum objeto durante o voo, o sensor a laser do veículo aéreo dispara milhares de feixes de luz por segundo que, conforme acertam as árvores, calculam a distância delas para o Vant e estimam a espessura de cada tronco ou galho. Todos esses dados são interpretados por um código de computador (algoritmo) que foi desenvolvido e que utiliza inteligência artificial para detectar árvores, mapear a região e "guiar" o drone na direção correta, fazendo com ele se esquive dos obstáculos. Ao mesmo tempo, o algoritmo gera um mapa em 3D da floresta, revelando o número de árvores do local, o volume de madeira, a área coberta por vegetação, entre outros dados. Segundo os pesquisadores, o drone também é capaz de identificar folhagens no chão, permitindo avisar as autoridades sobre um risco maior de queimadas, que são muito comuns tanto no Brasil como nos EUA.

Para avaliar a eficácia do VANT autônomo, ele foi testado pelos cientistas em uma floresta de pinheiros norte-americana no Estado de Nova Jersey. Os resultados foram positivos: o drone conseguiu desviar das árvores e levantar com precisão os dados da área. Durante os trajetos, ele se comunicava em tempo real com operadores em solo, que formavam uma base móvel que recebia imagens da câmera do veículo aéreo, informações do voo, bem como do gasto de bateria. "Foi um desafio enorme

do ponto de vista robótico, pois além de fazer um drone voar sozinho no meio das árvores, sem perdermos a comunicação com ele, precisávamos obter um mapa de qualidade, extremamente preciso", conta Guilherme, que faz doutorado no ICMC e é orientado pela professora Roseli Romero.

O jovem, que desenvolveu o trabalho durante intercâmbio nos EUA e recebe financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), afirma que o algoritmo desenvolvido para controlar o drone permite um mapeamento mais preciso e com informações mais detalhadas sobre a floresta, além de voos menos suscetíveis a interferências em comparação com outros modelos encontrados na literatura da área. Os resultados do trabalho geraram um artigo que foi publicado na IEEE Robotics and Automation Letters, revista científica internacional. A pesquisa também foi apresentada na International Conference on Robotics and Automation (ICRA) 2020, um dos mais renomados eventos científicos da área de robótica do mundo, que teve início no dia 31 de maio e seguiu até o dia 31 de agosto, com realização 100% online devido à pandemia de Covid-19.

Nos Estados Unidos, os cientistas parceiros no estudo criaram uma empresa e já começaram a oferecer alguns serviços de mapeamento com o drone para a iniciativa privada. Segundo Guilherme, há interesse em trazer a tecnologia para Brasil, mas antes o sistema de controle do Vant precisaria passar por algumas adaptações, afinal, existem diferentes tipos de florestas no país, com obstáculos distintos, que podem dificultar as missões com o veículo aéreo. A estimativa de custo para cada drone autônomo como esse é de R\$ 60.000,00. "O valor não é alto se comparado ao retorno que ele pode trazer para a população em geral, com a preservação das florestas e do meio ambiente", finaliza Roseli.



Drone cria mapa em 3D da floresta sobrevoada.

FOTO: UNIVERSIDADE DA PENSILVÂNIA

### Teva Indices cria metodologia para medir representação feminina nos Conselhos de Administração



Brasil pode levar 30 anos para atingir a paridade de gênero nos Conselhos de Administração das empresas de capital aberto

O estudo Teva Indices ESG Mulheres no Conselho revela que o número de mulheres nos conselhos administrativos das empresas listadas na bolsa brasileira cresceu 1,2% no último ano. São apenas 214 mulheres ocupando os 1846 assentos disponíveis nos Conselhos de 275 empresas analisadas, representando 11,6% do total. Isso significa que as decisões do escalão mais alto das corporações ainda são tomadas majoritariamente por homens e sem a contribuição das mulheres. Embora a tendência de crescimento exista, houve uma desaceleração no último trimestre. Em 2020, os números do segundo trimestre mostram um aumento de 0,7% na representatividade, contra 1,1% no mesmo período do ano anterior. A Teva Indices é a primeira empresa brasileira a criar uma metodologia que cruza dados de todas as empresas listadas na Bolsa de Valores para quantificar a presença feminina em seus Conselhos.

Do total de empresas de capital aberto que são obrigadas por lei a disponibilizar publicamente seu quadro de conselheiros, 48% delas têm seus grupos formados apenas por homens. Apenas 19,3% têm duas ou mais mulheres no conselho, um parâmetro internacionalmente utilizado para avaliar boas práticas de diversidade.

A diversidade nos Conselhos representa uma maior pluralidade de ideias nas discussões que determinam os rumos dos negócios. O crescimento da participação feminina representou também uma pluralidade de formações e maior variedade geracional. O estudo Teva Indices ESG Mulheres no Conselho aponta que 35% das conselheiras estão em seu primeiro mandato e têm idade média de 53 anos. Os homens tendem a ser 4 anos mais velhos. A diferença se acentua entre os maiores de 60 anos, as mulheres são 23% e os homens, 40%. Quando analisamos as áreas de formação, também há

concentração nas áreas mais tradicionais, como engenharia, administração, economia e direito. Entre os homens 77% deles vêm dessas áreas, já as mulheres com essa formação representam 63% do total.

Os números vão se afunilando conforme os cargos vão ficando mais altos. Somente 7% dos conselhos são presididos por mulheres. Do total de conselheiras, apenas 1% delas acumula o cargo de CEO, contra 6% dos homens na mesma condição.

O Teva Indices ESG Mulheres no Conselho revela que, com base na evolução dos números no último ano, as empresas brasileiras levariam 30 anos para chegar a uma paridade de representação em seus conselhos e 70 para ter a mesma proporção na presidência dos Conselhos, a esfera máxima da tomada de decisões.

A Teva Indices é a primeira empresa brasileira a monitorar continuamente dados que tangibilizam essa discussão. O acompanhamento dos fatores ESG, ou ESG Research, já é uma prática adotada internacionalmente e pode ser usada como critério de investimento por gestores. Ao medir de forma objetiva e periódica temas ESG, a Teva Indices visa aumentar a transparência e acelerar iniciativas de impacto. O estudo é atualizado mensalmente e divulgado trimestralmente. "Os fatores ESG estão muito em pauta, mas ainda não são consenso. Nós acreditamos que uma mensuração precisa contribui para a compreensão da importância desses temas", explica Gabriel Verea, CEO da Teva Indices. Os índices tornam possível mensurar o quanto as empresas realizam concretamente em sustentabilidade e impacto social.

O estudo completo pode ser acessado pelo link: https://docsend.com/view/pmvvr5wjvhk3sngg

### O gestor educacional na era da inovação: lugar da teoria e da prática

\_\_\_ Dinamara P. Machado\*

Maquiavel em sua obra celebre "O Príncipe" preconiza que para conhecer a natureza do povo é necessário ser príncipe, e para conhecer a natureza dos príncipes é necessário ser do povo. A dualidade exposta pelo filósofo nos faz refletir acerca do cenário contemporâneo da educação, reconhecendo os avanços e retrocessos das novas propostas postuladas no momento social, econômico e político. Também, a partir da exposição, suscitamos para importância de que discursos empíricos precisam ficar arquivados em HD externo no processo da gestão, cabendo ao líder conhecer teorias e práticas para conduzir equipes,

projetos e conseguir conviver com o movimento líquido e exponencial da sociedade planetarizada.

Tratar de gestão na era da inovação é desenvolver um discurso construído a partir do foco em resultados, pois reconhece-se que sempre existem novos modelos, perfis, técnicas, planejamento, estratégias e verbetes quando trata-se de

gestão. Indiferente de grandes ou pequenas instituições, o que tentamos demonstrar é que não se pode restringir o debate sobre a melhoria da educação do nível do gasto. Afinal, acreditamos que não há como melhorar a educação sem metas, sem planos de ação, sem avaliações de desempenho e sem meritocracia, qualquer outro elemento contrário apenas conduz instituições e equipes para curvas de percurso que aumentam o tempo para o êxito.

No ambiente educacional existem em algumas esferas arraigadas, o 8º pecado capital vem sofrendo mutação, o debate da gestão em ambiente educacional tem ganhado destaque, afinal acreditamos que as instituições de ensino são empresas, tanto na esfera pública ou particular. O Brasil destina aproximadamente 6% do Produto Interno Bruto (PIB) para o desenvolvimento da educação, sendo que em detrimento de outros exemplos dos países participantes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento

Econômico (OCDE), o investimento é maior no ensino superior, o que é justificado pelo infortúnio de termos menor acesso neste nível de ensino. Existem quase 3 (três) mil instituições no cenário educacional e uma prevalência gigante de instituições privadas em relação ao número de instituições e acesso ao ensino público.

E diante do cenário cabe perguntar: Qual o perfil do gestor educacional? Um professor de carreira? Um engenheiro que se tornou professor? Um empresário que decidiu ter como empresa o ramo educacional? Um político que sabe

os caminhos para conseguir cargos? Um profissional que utiliza com sabedoria sua rede de relacionamentos e consegue mesclar alguns idiomas? Um profissional que sabe liderar e sustenta seu trabalho a partir do conhecimento dos outros?

Reconhecer quem é o gestor na era da inovação está sujeito aos condicionantes de ordem

social, que sugere múltiplas concepções de ser humano e de sociedade, e por via de consequência, diferentes fundamentos e pressupostos do papel da universidade na democratização do ensino superior.

As maneiras como os gestores realizam sua ação têm a ver com esses fundamentos e pressupostos teóricos, direta ou indiretamente. Assim, vale dizer, que o conhecimento da realidade e de suas contradições e interpretações serve de motivação na proposição de mudanças ou paradigmas educacionais e sociais, porque possibilita a problematização e o exercício profissional com mais qualidade, parâmetro e planejamento. Nem quero que se repute presunção o fato de que muita verborragia, utilização de exemplos externos, da reformulação de tendências miraculosas possam ser reflexo de um gestor

comprometido com inovação e qualidade do ensino.



### Ranking das startups em alta no Brasil, segundo LinkedIn

### Menu assume o topo da lista que traz na conexão digital a principal característica das eleitas.

A lista LinkedIn Top Startups 2020, elaborada pela maior rede social profissional do mundo, traz um dos rankings mais ecléticos desde seu lançamento no país, em 2017. Fintech, logística, saúde e gestão de imóveis estão entre os serviços prestados por empresas que, especialmente em 2020, têm na resiliência e superação da crise causada pelo coronavírus o seu elo em comum.

A metodologia para escolha se manteve a mesma do ano passado, com um único diferencial: a pandemia instaurada mundialmente fez com que a análise das empresas tivesse um recorte de tempo, ao invés de um ano, as empresas foram analisadas de janeiro a julho de 2020. Para serem elegíveis, devem ser independentes e privadas, ter 50 ou mais empregados no país, ter sete anos ou menos e estar sediada no Brasil. Para garantir a inclusão de empresas com forte potencial de crescimento, as startups que dispensaram 20% ou mais de sua força de trabalho dentro do prazo da metodologia também são inelegíveis.

"A lista 2020 reflete o estado atual da economia e do mundo, apresentando startups emergentes e resilientes e como elas estão operando neste universo em constante mudança", destaca Rafael Kato, editor-chefe do LinkedIn para a América Latina. O ranking das LinkedIn Top Startups

é produzido pela equipe do LinkedIn Notícias usando uma combinação de dados da plataforma e análise editorial.

No Brasil, conexão é a palavra que reflete o resultado. Todas as listadas se destacam pelo foco em serviços digitais. Essas empresas vêm oferecendo suporte aos seus usuários e clientes e prestando serviços que atendem às necessidades da população durante o distanciamento social. Cada uma tem sua história de resiliência em tempos de pandemia. As empresas de logística, por exemplo, foram mais afetadas no início do distanciamento social. Porém, voltaram a crescer à medida que a sociedade passou a consumir serviços remotos. As empresas se reinventaram e puderam voltar a contratar e aumentar o faturamento. Loggi, Neon e Loft foram reconhecidas em 2019 e permaneceram no ranking 2020, mostrando que mantiveram suas atividades mesmo com a crise sanitária.

"A lista deste ano nos mostra que as startups vivem um momento desafiador no Brasil e, mesmo diante de adversidade econômica e social, estão conseguindo se destacar. Temos bons exemplos de medidas tomadas para ajustar o modelo de atuação de negócios que podem perfeitamente ser aplicadas por qualquer tipo de empresa, não apenas startups", comenta Kato.

### **LINKEDIN TOP STARTUPS 2020:**

- 1. **Menu** e-commerce B2B que conecta distribuidores e indústrias com estabelecimentos comerciais
- 2. Loft adquire e reforma imóveis para venda
- 3. **Consiga Mais** apoio aos clientes na organização das finanças
- 4. Neon Fintech
- 5. Loggi serviços de logística

- 6. Yuca adquire e reforma imóveis para locação
- Xerpa soluções para automatizar gestão de recursos dos trabalhadores
- 8. Conexa Saúde plataforma de telemedicina
- 9. Buser Brasil aplicativo de transporte colaborativo
- 10. **Zenklub** plataforma de saúde emocional



### Confiança é fundamental

Junto com seus parceiros do Grupo CorpServices a Branco Consultores oferece além de seus trabalhos de consultoria e contencioso tributário, as seguintes áreas de serviços:

- Contabilidade
- · Diagnóstico de Procedimentos fiscais
- · Supply Chain Foco tributário
- · Preços de Transferência
- Revisão, preparação e retificação de obrigações fiscais acessórias
- · Due diligence fiscal
- · BPO Terceirização de Processos
- · Inovação tecnológica Contábil/fiscal
- · Recuperação de créditos fiscais
- Treinamentos empresariais
- Mediação e arbitragem



brancoconsultores.com

- · Consultoria tributária
- · Assessoria jurídica tributária
- · Perícias contábeis

**RIO DE JANEIRO** 

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 3231-5900

SÃO PAULO

Rua Vergueiro, 2087 - Cj. 101

Vila Mariana - São Paulo

CEP 04.101-000

Tel.: 11 5087-8910

Fax: 11 5087-8810

### Day Trade

### BERGGEN

Em 2007, em Santa Cruz, na Califórnia, foi criado o Dia Internacional da Cerveja, comemorado sempre em agosto, com o objetivo de saborear a bebida e celebrar as cervejarias ao redor do mundo. Apesar de muita gente ainda associar o universo masculino ao hábito de tomar cerveja, as mulheres sempre tiveram participação ativa na cena cervejeira desde os primórdios da bebida.

Com relação à história da cerveja, sua produção teve início por volta de 4.000 A.C., e as responsáveis foram as mulheres da Suméria, que as produziam e comercializavam enquanto os homens saíam para caçar. Além disso, os sumérios também tinham uma deusa que representava a bebida, chamada Ninkasi.

Outra deusa também contribuiu para a história: Ceres é conhecida como a deusa dos cereais, daí a origem do nome cerveja. "Por volta de 1.800 A.C., foi escrito um poema chamado Hino para Ninkasi, que era a primeira receita de uma cerveja, cuja fórmula contém ervas e grãos variados", explica Camila Nassar, técnica de produção da cervejaria Berggren.

Natural de Itajubá, sul de Minas Gerais, Camila tem 32 anos e seu interesse pela produção de cerveja foi por acaso. "Estava procurando estágio obrigatório e qualquer lugar que abria uma vaga para engenharia, eu mandava meu currículo. tória na cervejaria Berggren, no laboratório, cuidando da qualidade de todo o processo. Posteriormente, ela foi para o setor de produção de cerveja. "Aqui foi onde menos sofri preconceito por ser mulher. Talvez pelo detalhe de não trabalhar diretamente com o público como nas outras empresas", explica.

Hoje ela se diz realizada na profissão e que o trabalho se tornou um hobby, tanto que em alguns finais de semana ela



fica em casa criando receitas e produzindo. "Trabalhar hoje com a marca é um sonho realizado, pois minha trajetória não foi fácil, tive sempre que provar que era capaz, estudar e mostrar meu potencial, mas creio que se eu fosse um homem tudo isso seria mais fácil", finaliza Camila.

A Berggren é uma cervejaria que foi oficialmente inaugurada em novembro de 2015. Quem está à frente dos trabalhos é o Diretor Geral Lucas Berggren. A empresa teve seu projeto iniciado entre 2008/2009, quando a família Berggren começou a estudar o funcionamento dos equipamentos para a montagem da fábrica e entre 2013/2014 a família, que tem atuação na indústria têxtil, ganhou um fôlego financeiro e deu retomada definitiva ao projeto.

Produzindo cervejas de estilo clássico, e outras inspiradas na Escola Americana, a Berggren Bier conta com uma fábrica piloto (com laboratório e estrutura de envase) para testar as cervejas – algo presente em poucas cervejarias do país.

### MERCEDES-BENZ

Chegou a vez do Novo Actros rodar pelo Brasil. A Mercedes-Benz e seus concessionários, seguindo todos os protocolos de proteção contra o coronavírus, dão início a uma ação forte de demonstração da nova linha de caminhões extrapesados, que começou a ser entregue aos clientes em julho. A primeira parada está sendo em Curitiba, capital do Paraná, nas instalações da revenda Savana em São José dos Pinhais.

"Mais uma vez, estamos inovando no mercado, oferecendo aos clientes um evento de demonstração presencial e online ao mesmo tempo", diz Ari de Carvalho, diretor de Vendas e Marketing Caminhões da Mercedes-Benz do Brasil. "Um modo novo para que os transportadores

e motoristas conheçam mais de perto e testem o caminhão mais inteligente, conectado, eficiente e seguro do mercado. Além de test-drive com instrutores da fábrica, teremos lives regionais que reforçarão os diferenciais do Novo Actros e permitirão interação online do público com João Moita, o Embaixador da Voz das Estradas".

No primeiro dia de todas as etapas, a Mercedes-Benz realizará lives regionais para destacar as tecnologias, inovações e diferenciais do Novo Actros. Além de exibir imagens da chegada do moderno caminhão à cidade, valorizando a região e o produto, a live terá atrações como um walkaround do veículo e um bate papo com o João Moita, Embaixador da Voz das Estradas.

### A (R)evolução é focar no cliente

### Priscila Carballido Mendes\*

Era 16 de Março de 1990 quando pousei, em um domingo ensolarado, no Rio de Janeiro. Vinha de uma temporada de 4 anos nos Estados Unidos na qual havia concluído meus estudos de Economia e Administração de Empresas iniciados na PUC-Rio, através de um programa de bolsa de estudos. Nesse preciso dia o então presidente da República, Fernando Collor de Mello, decretava o confisco de todas as reservas bancárias brasileiras. O país parou frente à televisão para entender as regras de

mais uma tentativa desastrosa, entre muitas, de decretar um plano econômico para controlar a galopante inflação que se arrastava há décadas. A mídia apresentava o dragão como o símbolo, que vinha carregado de mensagens de medo pelo significado da perda de valor do dinheiro; diferentemente do significado do dragão em civilizações orientais como Japão e China (sabedoria, força, poder, proteção e riqueza).

Vivenciei o sofrimento da minha família ao seguir remando contra a maré do descontrole dos preços junto a toda uma geração de brasileiros. O impacto foi tanto, que resolvi me aprofundar na economia e trabalhar no mercado financeiro, influenciada pelo meu irmão que já trabalhava no extinto Banco Garantia. Entrei no programa de trainee do Banco JPMorgan, em São Paulo, e minha chefe era uma mulher - raridade naqueles tempos - a querida amiga Jane Laub. Em 1994, com o início do Plano Real no Brasil, conseguiu-se, ao longo dos anos, ter controle sobre o "dragão da inflação". Nesse mesmo ano, o ainda não tão conhecido Bill Gates dizia: "Serviços bancários são necessários, mas o banco não é."

Três décadas se passaram e a minha relação com instituições financeiras veio se transformando, juntamente com todo o sistema. Com as FINTECs entrando no mercado para concorrer com bancos nos últimos anos, vimos uma alteração significativa na relação e experiência do cliente frente às instituições e aos produtos financeiros que oferecem. A experiência bancária, que se dava através das agências (branches), estão migrando para plataformas digitais das



marcas (brands). Na linha de investimentos vemos também uma grande transformação. O modelo bancário tradicional, o chamado 1.0, implica que os clientes vão ao banco se relacionar diretamente com os gerentes ou através do "mobile banking". Os gerentes, por sua vez, focam na venda dos produtos financeiros, pois trabalham com metas de captação por produtos. O foco é na venda do produto.

Com o advento da arquitetura aberta iniciada em 2000, as instituições bancárias e corretoras passaram a ofertar os produtos financeiros de outras instituições. A pionera que abriu capital, a XP Corretora, vem com o modelo 2.0, atraindo concorrentes. Nesse modelo o cliente tem duas opções: pode escolher sozinho dentre as centenas de produtos financeiros na plataforma, ou ser atendido por um Agente Autônomo de Investimento (AAI) ou pela Corretora. Os AAI por sua vez, são prepostos da Corretora, remunerados pelas comissões dos produtos distribuidos. O foco, nesse caso, é novamente na venda dos produtos, e pode ainda gerar um conflito de interesses, uma vez que no caso do AAI e gerentes, podem estimular o cliente a comprar produtos que paguem uma maior comissão, mesmo que não sejam efetivamente a melhor opção. Afinal, o produto paga o distribuidor.

O mercado evoluiu para o modelo 3.0 com as plataformas digitais focando no cliente, eis que surge a Vitreo. A plataforma divide com o cliente parte da remuneração (o que seria o modelo de cashback que já existe, ainda que de forma tímida, na indústria) recebida pela distribuição do produto, porém o diferencial do modelo é que padroniza a comissão recebida, independentemente do fundo, criando assim o modelo de "Cashback Sem Conflitos".

A relação com o cliente fica cada vez mais fortalecida através da transparência, uma (r)evolução.

### **Ana Lucia Soares**

Ana Lucia Soares passa a integrar a equipe do J Amaral Advogados agregando sua expertise nos segmentos de infraestrutura e energia em benefício da carteira de clientes da casa e deste mercado. A advogada traz mais de 30 anos de experiência jurídica, sendo quase 20 nesses dois mercados.

Ana Lucia começa a fazer parte da banca em um momento muito importante da história do J Amaral Advogados, que é a adoção da cultura officeless ou remote first de trabalho, que dispensa a obrigatoriedade de um escritório físico nos moldes tradicionais - para oferecer serviços jurídicos de qualidade. "Minha chegada também coincide com a aprovação do Novo Marco Legal de Saneamento Básico e temos muito a contribuir com empresas desse mercado. Além disso, estou muito satisfeita em me juntar ao J Amaral por ter a liberdade de exercer minhas funções de onde eu estiver. Hoje, moro no Rio de Janeiro, mas já morei em outros estados. Isso é um forte diferencial para mim", comenta ela.

"O Brasil passa por um momento de grandes transformações nos âmbitos de energia e de infraestrutura como um todo. É a hora de ampliar nossa atuação e oferecer soluções ainda mais criativas, de melhor valor agregado e que tragam inteligência



empresarial e jurídica para os nossos clientes", explica João Eduardo Villemor de Amaral, sócio administrador.

Para Amaral, a incorporação da nova sócia também traz capilaridade de atuação no Rio de Janeiro e em outros Estados em que ela já atuou profissionalmente. "Com esse modelo no qual a barreira física (boardless) deixa de ser um obstáculo para o atendimento em outras localidades, assim como a contratação de profissionais de ponta oriundos de qualquer lugar, aliado à tecnologia, temos um formato institucional de atuação inovador como nosso principal diferencial para atender as necessidade de nossos clientes", destaca ele.

### Jean Stoll

Após 14 anos na Maersk e mais de 10 anos no segmento de proteínas, o brasileiro Jean Stoll foi promovido a Head Global de Proteínas e Laticínios da companhia.

Com o novo cargo, Stoll passa a fazer parte de uma Equipe Global de carga refrigerada e se reporta a Bruce Marshall, Head de Soluções de Carga Refrigerada, trabalhando ao lado de colegas focados em segmentos que incluem Frutas e Peixes na Europa e na África. Como parte de seu trabalho diário, Stoll está focado nas principais tendências mundiais, consumo de proteínas chinesas, sustentabilidade, nichos de mercado, posicionamento global da Maersk, entre outras questões.

A Maersk é responsável por um a cada três contêineres de Proteínas no mundo e mais de 50% do mercado mundial de Laticínios.

"O ano de 2020 é desafiador e nosso principal objetivo é garantir que as mercadorias dos clientes continuem em movimento, fornecendo soluções para caminhões, trens, além de transporte e armazenamento de cargas refrigeradas", diz Stoll. "O Brasil tem um papel fundamental no abastecimento de alimentos no mundo e é muito importante que os contêineres refrigerados sejam liberados pelos clientes em tempo hábil para reduzir qualquer desequilíbrio potencial da cadeia de suprimentos", acrescenta.

O executivo, que tem 20 anos de experiência e chegou em 2005 por meio da aquisição da 'P&O Nedlloyd' pela Maersk, é responsável pelo transporte de mais de um milhão de contêineres.



### Quer inovar? Conheça seis documentários para empreendedores

Georgia Roncon\*



Existem muitas formas de obter conhecimento e o documentário é uma delas. Existem diversos filmes deste gênero que mostram grandes histórias e ensinamentos para empreendedores. Contando fatos da trajetória de empresário bilionários até de empreendedores brasileiros, mostram que a inovação permeia todos aqueles que querem fazer a diferença no mundo!

Por isso, criamos uma lista com seis documentários para empreendedores que podem ajudar você a entender melhor como se reinventar e empreender em diversas frentes. Confira!

### 1. RICHARD BRANSON: O REI DA VIRGIN

Sir Richard Branson - sim ele tem o título de Cavaleiro da nobreza britânica - já teve diversos negócios, desde gravadora de música até companhia aérea.

O filme mostra a incrível história do fundador do grupo Virgin, apresentando diversos ensinamento de Richard sobre inovação, gestão de marca e empreendedorismo.

### 2. BURT'S BUZZ

Burt's Buzz lança um olhar íntimo sobre o mundo de Burt Shavitz, o rosto e co-fundador das Burt's Bees - uma grande empresa de cosméticos naturais.

Explorando sua vida fascinante e única, expõe a colisão entre valores comerciais e pessoais. Trata-se de um retrato admirável desse pioneiro altamente inovador e de um estudo revelador do que significa ser um ícone vivo.

### 3. JIRO DREAMS OF SUSHI

O filme acompanha o chef Jiro Ono, com 85 anos, e seu pequeno e super exclusivo restaurante em Tóquio.

No documentário vemos a relação entre Jiro e Yoshikazu, seu filho — que começa a assumir os negócios enquanto seu pai tem a preocupação de criar o sushi perfeito. Uma ótima pedida para quem se interessa por negócios familiares e por maneiras interessantes da inovação conversar com a tradição.

### 4. VAI QUE DÁ: A CARA DAS STARTUPS BRASILEIRAS

Produzido pelo Endeavor Brasil, esta série documental mostra a história de sete empreendedores brasileiros com negócios voltados para a área da tecnologia.

Acompanhando a história destes empresários, que buscam transformar suas startups em negócios rentáveis e de impacto positivo na sociedade, o documentário surpreende a cada episódio.

#### 5. THE GOOP LAB

A ganhadora do Oscar de melhor atriz, Gwyneth Paltrow, fundou em 2008 a marca Goop de estilo de vida e bem-estar. De lá para cá a marca se envolveu em diversas polêmicas que a atriz soube monetizar como ninguém.

O filme mostra os bastidores da empresa e seus goopies — como são chamados os funcionários e fãs da marca. Nele é possível entender como inovar em posicionamento de marca e na relação com seus clientes.

#### 6. FYRE FESTIVAL: FIASCO NO CARIBE

Já Fyre Festival: fiasco no Caribe vai ensinar a como não empreender. Ele conta toda a história da tentativa de inovação desastrosa do empresário Billy McFarland, em 2017. Com pacotes que custavam até US\$ 100 mil, o festival prometia dias de muita música, diversão e luxo. Porém, o evento foi um fiasco — não conseguiu ser realizado e o paraíso virou um inferno.

Cada um dos filmes apresentados acima é uma forma prazerosa de conhecer cases e histórias de sucesso, ou de fracasso, que têm muito a nos ensinar. Todos mostram como a inovação - seja na ideia do negócio, no produto ou no marketing - é importante para quem quer empreender.

Aproveite para compartilhar essa lista de documentários para empreendedores nas suas redes sociais para que seus amigos também possam aproveitar os ensinamentos destes filmes.

### Advogados opinam sobre os efeitos da nova cédula de R\$ 200



De acordo com o Banco Central a decisão, aprovada pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), é uma forma de a instituição agir preventivamente para a possibilidade de aumento da demanda da população por papel moeda







ADVOGADO ALBERTO GOLDENSTEIN

O anúncio do lançamento da cédula de R\$ 200 pelo Banco Central gerou repercussão no mercado, principalmente, em relação à possibilidade de facilitar a prática de crimes financeiros, além de gerar a sensação de que a moeda brasileira pode estar perdendo valor.

Essa será a primeira vez, em 18 anos, que o real ganhará uma cédula de novo valor. Atualmente, circulam as de R\$ 2, R\$ 5, R\$ 10, R\$ 20, R\$ 50 e R\$ 100. O Banco Central informou que a nota de R\$ 200, com a imagem do loboguará, está em fase final de testes de impressão e deve começar a circular no fim de agosto, e prevê que, ao longo de 2020, entrem em circulação 450 milhões de unidades.

De acordo com o Banco Central a decisão, aprovada pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), é uma forma de a instituição agir preventivamente para a possibilidade de aumento da demanda da população por papel moeda. Informou que, entre março e julho deste ano, cresceu de R\$ 61 bilhões o entesouramento de dinheiro, ou seja, notas que deixaram de circular porque a população manteve o dinheiro em casa, por conta da pandemia de Covid-19.

Na contramão do movimento mundial de ampliação da quantidade de transações por meio digital, a nova cédula tem outro efeito negativo: favorecer crimes financeiros. De acordo com o advogado Alberto Goldenstein, especialista em Direito Empresarial e Civil, apesar de a nova cédula não induzir ao crime, poderá facilitar a corrupção por meio da ocultação de patrimônio, a lavagem de dinheiro e o tráfico de ilícitos, além de dificultar o rastreamento do dinheiro. "Notas de valores altos são mais fáceis de guardar e carregar em maletas", observa.

Vinicios Cardozo, advogado especialista em Direito e Processo Penal, observa que a circulação da nova cédula pode ser uma oportunidade para a atuação de assaltantes e falsários. "A circulação de notas de maior valor acarreta em mais lucratividade com assaltos a caixas eletrônicos e lotéricas, por exemplo, o que indiretamente tende a incentivar a prática destes crimes".

De outro lado, o advogado acrescenta que a circulação de cédulas novas é historicamente aproveitada por falsários. "É importante que as pessoas sejam bem informadas e alertadas para que não acabem vítimas de golpes", frisa. Para ele, ainda é cedo para avaliar com precisão os efeitos que a cédula de R\$ 200 terá na economia, na forma de pagamentos etc., principalmente, diante do uso cada vez mais frequente de outras formas de pagamento.

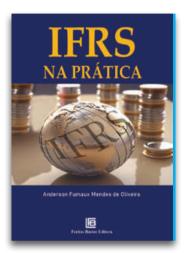
### IRFS na prática

A adoção das Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS) se tornou essencial para minimizar as divergências nas práticas contábeis diversas adotadas pelos países, contribuindo para a padronização da apresentação das demonstrações em todo o mundo, aumentando a confiabilidade, a qualidade e a transparência das informações para os investidores.

Nesse contexto, a obra "IFRS NA PRÁTICA" apresenta de forma simples e ilustrativa os principais aspectos das Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS) mais utilizadas pelas empresas com o objetivo de facilitar o processo entendimento e aprendizado profissionais, alunos e demais interessados na temática.

O enfoque na prática faz toda a diferença, pois os exemplos e exercícios resolvidos apresentados possibilitam um olhar diferenciado sobre cada tema.

O livro da Freitas Bastos Editora pode servir como apoio a estudantes de graduação, pós graduação e concursos públicos bem como por profissionais que queiram se especializar na área.





- Tributário
- Societário
- Regulatório
- Civil Empresarial
- Trabalhista

### Considerações sobre o Projeto de Lei 3.887/2020 - Reforma Tributária

Henrique da Silveira Andreazza\*

Apresentado no dia 21 de julho como a primeira de uma série de etapas na reforma tributária desejada pelo Governo Federal, o PL 3887/2020, sob a justificativa – amplamente propagandeada – de diminuir a "elevada complexidade da legislação" tributária nacional, unifica o PIS e a COFINS, instituindo a chamada "Contribuição sobre Bens e Serviços", uma "contribuição sobre o valor adicionado". Segundo as justificativas que acompanham o PL, a CBS não visaria a aumentar a carga tributária do empresariado, mas sim criar

uma "tributação homogênea" e que supere "a controversa tributação incidente sobre a receita total" dos regimes de PIS e COFINS cumulativos.

De modo geral, o novo tributo será exigível à alíquota – supostamente única – de 12% sobre a receita decorrente de faturamento empresarial, descontados créditos vinculados à atividade empresarial de venda de bens e de prestação de serviços e de eventuais outros tributos já pagos, desde que destacados em nota fiscal. De pronto já é verificado que as justificativas apresentadas, a nosso ver, não correspondem aos dispositivos da CBS.

Primeiro, porque há um evidente aumento da alíquota. Regra geral, a tributação pelo PIS/COFINS atual corresponde a alíquotas de 3,65% no regime cumulativo e 9,25% no regime não cumulativo. Evidente que a instituição de alíquota de 12%, causa sim um aumento na carga tributária que não é ilidida pelas supostas premissas de tributação homogênea e creditamento amplo que deram base ao cálculo da alíquota, especialmente no setor de serviços.

A título de exemplo, pode-se mencionar o setor da advocacia, que geralmente é tributado pela alíquota do regime cumulativo do PIS/COFINS (3,65%); ora, elevar a contribuição para 12% da receita é mais do que triplicar a alíquota, sem nenhuma contrapartida efetiva, afinal, os serviços prestados por sociedades de advogado não têm créditos relevantes para dedução. Ou seja, o que se verá é, na realidade, uma alíquota aumentada em 8,35 pontos percentuais, que continuará a ser calculada pela base de cálculo praticamente equivalente.

Confrontados por representantes do setor, os assessores do Ministério da Economia vêm se saindo com evasivas, dizendo-se que a CBS será benéfica por trazer a possibilidade



de creditamento amplo, mas fingindo não ver que o maior custo desse tipo de serviço é a mão de obra, que simplesmente não é passível de creditamento no regime da CBS proposto pelo Governo.

Ademais, as alegações de que a majoração da alíquota não traria grandes problemas porque a maioria das empresas de serviços estão no Simples Nacional, além de deixarem ao desamparo uma enorme massa de entidades que não se encontram nessa situação, parecem decididas a fomentar um movimento similar ao da "pejotização", em que as

empresas ver-se-ão obrigadas a dividir-se em várias outras, menores, com vistas a atender os requisitos do Simples Nacional, mesmo que à custa de perda de competitividade Isso sem levar em consideração que este aumento da carga tributária será evidentemente repassado ao tomador do serviço. Afirmar que hoje o preço do serviço é mais alto "porque está embutido um tributo invisível", como fez a assessora especial do Ministro da Economia, Vanessa Rahal Canado, no webinar "IVA em países federativos: a experiência canadense"[1], é faltar com a verdade. Tanto prestadores como tomadores de serviços sairão perdendo – e muito – se aprovada a reforma nesses moldes

Também é curioso observar que, no mesmo passo que as justificativas apresentadas aludem a uma suposta defesa da homogeneidade de tributação, elencam diversos regimes diferenciados para tributação do CBS, como, por exemplo, (i) a alíquota especial de 5,8% para instituições financeiras e outras empresas afins, com manutenção no regime cumulativo, (ii) a incidência monofásica da CBS nos produtos relacionados a combustíveis e cigarros, e (iii) a isenção concedida à venda de equipamentos e prestação de serviços à Itaipu Binacional.

Não se questiona, aqui, especificamente, a necessidade ou não desses regimes diferenciados, embora não se possa deixar de notar que foram concedidos apenas a setores com forte atuação de lobistas. O que se questiona, aqui, é a própria existência de regimes diferenciados, quando os objetivos basilares da reforma eram justamente a simplificação e homogeneização do sistema tributário. Alegar que o regime cumulativo é "controverso" e deve ser extinto, e mantê-lo para as instituições financeiras, parece-nos de todo contraditório.



"A Constituição, ao dividir a competência dos tributos, acabou por conceder a tributação da circulação de mercadorias aos Estados, e da prestação de serviços aos Municípios."

Finalmente, não se pode visar a uma melhora no sistema tributário de bens e serviços apenas no viés Federal. A Constituição, ao dividir a competência dos tributos, acabou por conceder a tributação da circulação de mercadorias aos Estados, e da prestação de serviços aos Municípios. Pretender a reforma do sistema sem abranger o ICMS e o ISS é realizar o trabalho pela metade, mantendo os problemas que a exposição de motivos se esforça para fundamentar como norteadores da nova legislação.

Não se trata aqui de crítica da intenção da lei. Não há uma única pessoa que vá preferir a atual complexidade do sistema tributário nacional. A exposição de motivos cita a extensão do regramento do PIS e COFINS como uma das justificativas — o que é certamente irônico, ver o Poder Público criticar a legislação por ele mesmo redigida —, e evidentemente a supressão de duas mil páginas de legislação esparsa contribuirá para a redução do Custo Brasil e aumento na segurança jurídica.

É importante ressaltar que o relatório "Contencioso Tributário no Brasil – Relatório 2019 – Ano de referência

2018", realizado pelo INSPER, aponta que as discussões questionando aspectos do PIS e COFINS representam 21% do contencioso tributário judicial e 18% do contencioso administrativo. Contencioso tributário esse que, se analisado na sua totalidade, atinge valores equivalentes a 73% do PIB nacional. A necessidade de reformar o sistema é evidente, e a extinção do PIS e COFINS certamente reduzirá tais números, mas se feita nos moldes propostos pela PL 3887/2020, será a passos muito lentos, e sem perspectiva de resolver o problema.

Por óbvio, as considerações acima servem apenas para apontar problemas no Projeto de Lei, ainda que existam situações interessantes e que devem ser mantidas, como a expressa exclusão de demais tributos pagos da base de cálculo da CBS. O PL ainda deverá passar por ampla discussão no Congresso, e com absoluta certeza será analisado em conjunto com as demais propostas de reforma tributária em trâmite, PEC 45/2019 e PEC 110/2019, que são mais abrangentes e, em uma análise preliminar, nos parecem mais adequadas.

### Valor recuperado pela AGU para os cofres públicos cresce 32,8% e chega a R\$ 3,3 bilhões no 1º semestre



A Advocacia-Geral da União (AGU) recuperou 3,29 bilhões para os cofres públicos no primeiro semestre de 2020. O valor, que engloba apenas atuações da Procuradoria-Geral da União e da Procuradoria-Geral Federal, é 32,83% maior que o obtido no mesmo período do ano passado, quando foram arrecadados R\$ 2,48 bilhões.

A quantia foi recuperada por meio de cobranças judiciais e acordos. Somente no âmbito da PGF, responsável pela representação judicial de autarquias e fundações públicas federais, foram R\$ 2,39 bilhões recuperados no primeiro semestre deste ano – 11% a mais que no mesmo período de 2019.

O montante foi obtido por meio de ações regressivas, de ressarcimento e de cobranças dos valores devidos às 164 autarquias e fundações federais.

O coordenador-geral de Cobrança e Recuperação de Créditos da Procuradoria-Geral Federal (PGF), Fábio Munhoz destaca a importância da recuperação de valores, principalmente no atual momento de pandemia. "Mesmo nesse momento difícil que o país está vivendo, nós conseguimos aumentar a arrecadação. A atuação é fundamental para garantir a construção das principais políticas públicas das autarquias e fundações públicas federais, à medida que garante a aplicação e recuperação das taxas e multas impostas por essas entidades no exercício do poder de polícia do Estado", ressalta.

Já na PGU, a recuperação de valores nos primeiros seis meses do ano foi recorde. No total, foram R\$ 895,7

milhões arrecadados pelo Grupo de Atuação Proativa do Departamento de Patrimônio Público e Probidade – valor que supera inclusive a quantia arrecadada pela unidade durante todo o ano de 2019.

"São valores que retornam para os cofres da União, para agora serem aplicados no desenvolvimento das mais variadas políticas públicas, como saúde, segurança pública e educação", observa o Diretor do Departamento de Patrimônio Público e Probidade da Procuradoria-Geral da União, o advogado da União Vanir Fridriczewski.

Parte significativa do montante, cerca de R\$ 459,5 milhões, é decorrente da atuação coordenada entre a Advocacia-Geral, a Procuradoria-Geral do Estado do Rio de Janeiro (PGE-RJ) e o Ministério Público Federal (MPF) que permitiu o recebimento de recursos depositados ou bloqueados pela Justiça no âmbito da Operação Lava Jato.

Também foram arrecadados R\$ 166,3 milhões referentes ao acordo celebrado entre a AGU, o MPF e a Ferrovia Centro-Atlântica (FCA), empresa responsável pela exploração dos serviços de transporte ferroviário de carga na Malha Centro-Oeste que irá devolver mais de R\$ 1,2 bilhão aos cofres públicos.

Outra recuperação relevante foi possibilitada por meio de acordo celebrado pela AGU e outros ministérios com a mineradora Vale, que se comprometeu a ressarcir os cofres públicos em R\$ 12,6 milhões em virtude das despesas do governo federal decorrentes da tragédia de Brumadinho (MG).

### Ipea divulga projeções sobre despesas com pessoal no setor público

Análise estima cenários para União, Estados e Municípios com adoção de medidas de ajuste fiscal



O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) divulgou, em meados de setembro, projeções dos potenciais efeitos fiscais de diversas medidas de redução das despesas do setor público com pessoal. Esses gastos são o segundo item de maior peso no orçamento da União, respondendo por quase 22% do total das despesas primárias do Governo Central. No âmbito dos Estados, respondem por 56,3% das despesas totais e 76,1% da receita corrente líquida.

O estudo Ajustes nas despesas de pessoal do setor público: cenários exploratórios para o período 2020-2039 analisa os impactos de medidas já adotadas, como a Lei Complementar 173 - que estabeleceu o congelamento dos vencimentos por dois anos, 2020 e 2021. Também são consideradas ações futuras que possam ser viabilizadas no âmbito de uma reforma administrativa, como a redução da reposição dos servidores aposentados e do salário inicial dos novos entrantes no serviço público, além do alongamento do tempo de progressão na carreira.

"Para a retomada do crescimento econômico sustentável no Brasil após a pandemia de Covid-19, serão necessárias medidas voltadas à disciplina fiscal, uma vez que a dívida pública deverá aumentar substancialmente em 2020 e manter-se em patamar elevado por algum tempo", avalia o diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas do Ipea, José Ronaldo Souza Jr.

No estudo, são apresentados três cenários principais de redução das despesas com pessoal da União, dos estados e dos municípios. As projeções para os próximos 10 anos mostram que o impacto agregado das medidas de disciplina fiscal pode variar entre cerca de R\$ 470 bilhões a R\$ 500 bilhões devido ao congelamento dos vencimentos por dois anos (considerando gastos com estatutários e servidores civis). Com a implementação de medidas relativas à reposição, salário inicial e progressão, a redução pode ser de R\$ 202 bilhões a R\$ 318.50 bilhões.

Souza Jr ressalta que todos os cenários devem ser vistos como exploratórios. Além das incertezas sobre a parametrização adequada dos modelos de simulação utilizados, a efetivação desses cenários depende de condicionantes econômicas, legais e políticas. "Esperamos que o estudo possa contribuir para o melhor entendimento da possível contribuição fiscal de medidas voltadas para as despesas de pessoal", afirma.

### Data Protection Officer: o que faz esse profissional indispensável para a LGPD?

Gabriela de Ávila Machado\*

Uma nova área de atuação está surgindo no Brasil. Com a prorrogação da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) para 2021, as empresas ganharam um prazo maior para se adaptar às exigências da lei e profissionais de diversas áreas se veem diante de uma oportunidade: a de se tornarem DPOs, ou Data Protection Officers.

A nomenclatura vem da GDPR (General Data Protection Regulation), legislação europeia, em vigor desde 2018. Por aqui, ele será conhecido como

encarregado. De acordo com a lei brasileira, toda empresa terá de contar com esse profissional, independentemente de seu porte ou segmento de atuação. Mas, afinal, o que ele faz e o que é necessário para se tornar um?

É chamado de Data Protection Officer o profissional responsável por cuidar das questões relacionadas à proteção de dados de uma organização e de seus clientes. Ele é a figura central do relacionamento entre titulares de dados e empresas e entre as empresas e a ANPD (Agência Nacional de Proteção de Dados Pessoais), de responsabilidade do governo federal, que ainda precisa ser devidamente estruturada para fiscalizar o cumprimento da lei.

Na prática, seu trabalho consiste em estruturar um programa de segurança da informação em conformidade com a legislação, que estabelece diretrizes para tratamento de dados. Atualmente, esse cuidado com a proteção do titular se torna ainda mais importante, com o aumento da presença digital de marcas e consumidores. Estima-se que a pandemia tenha acelerado em seis anos a transformação digital – portanto, uma quantidade crescente de dados estará disponível no ambiente virtual e precisa ser devidamente protegida.

Será um cargo de confiança que exigirá do profissional uma bagagem de conhecimento multidisciplinar, com destaque para as áreas de Direito e Tecnologia da Informação e, essencialmente, dos processos da empresa em que irá atuar. A lei brasileira não determina uma formação ideal ou certificado necessário para realização da atividade, mas o próprio exercício do trabalho irá exigir conhecimento profundo nas leis, para compreender a responsabilidade da empresa, e de proteção de dados, ainda que uma equipe de



TI possa e deva auxiliá-lo com demandas mais técnicas.

Conhecer profundamente a empresa é fundamental porque ele será o porta-voz, o elo de comunicação com o titular. Assim, deverá transmitir transparência e a cultura da organização por meio desse relacionamento. Deve-se entender que a LGPD é uma oportunidade de estreitar o relacionamento com o consumidor, reforçando os valores de marca e criando confiança mútua —

afinal, ter controle sobre seus dados é um direito de todos.

Pode-se imaginar, então, que o DPO possa ser uma figura sênior da empresa, que conheça todos os procedimentos internos e carregue em si essa cultura. Mas é importante ter em mente que este profissional deve atuar somente nessa função. Então, cabe o questionamento para as empresas: vale a pena realocar aquele profissional experiente em sua área para algo totalmente novo? Se entender que não, há opções interessantes no mercado, como a contratação de um serviço externo, como o de um escritório de advocacia. Tudo dependerá do planejamento da empresa.

Ainda há muito a ser feito. Um levantamento feito pela ABES (Associação Brasileira das Empresas de Software), junto à consultoria EY, apontou que 60% das companhias brasileiras ainda não estão prontas para a LGPD. Portanto, é preciso ter confiança no trabalho desse profissional. No caso de um vazamento de dados, por exemplo, ele será responsável juridicamente por provar que a empresa seguia os procedimentos estabelecidos pela lei, mas foi vítima de uma ação externa.

Enquanto a legislação brasileira não especifica a formação necessária para se tornar um DPO, a dica é procurar por cursos e certificados internacionais. Eles, geralmente, se constituem em três etapas de aprendizado: regulamentação jurídica, fundamentos da segurança da informação e de prática de segurança da informação. Isso dará segurança e conhecimento para o profissional executar melhor seu trabalho e fortalecer a empresa diante da vigência da lei. Não basta estar atento às oportunidades, mas é preciso estar preparado para quando elas baterem à porta.



REVISTA IBEF DIGITAL E IMPRESSA



5000 0799











Entre em contato com Eduardo Cantidiano (21) 99619.0771

e.cantidiano@openlink.com.br

### Brasil – um país em busca de receita

Luiz Affonso Romano\*



Se contarmos tão-somente com a chegada da Corte, o Brasil está na adolescência, completou apenas 212 anos, o que na história das nações é pouco. Recém-saídos da fase engatinhar - representada pelas crises políticas (república, ditaduras e governos interrompidos), crises econômicas, fiscais, financeiras, e, desde a década de oitenta, a da automação gerando mudanças, a partir de 2000 bruscas e frequentes, desemprego constante, e, pós democratização, a da ética escancarando o que poucos sabiam do passado recente e hoje do presente. Muito para o jovem País. Agora a pandemia!

Muitos ouvem, leem, assistem e comentam. Não há mais às escondidas. A evasão da privacidade é a moda, o tribunal da internet. Nós, agora eleitores, vamos errando e tentando transformar, quero crer, erros em degraus para acertos. Melhores, que no passado, estamos.

Contudo, o que preocupa mais, alguns poucos, é que o ensino prepara para um mundo que não existe, a agressão ao ambiente, com inundações e secas, muda o perfil de cidades atingidas e das não atingidas, porém acolhedoras, a prevenção não encontra ressonância nos

que cuidam da saúde pública e outros acham que a solução é a construção de presídios. Que falta faz um bom gestor! Os "alguns" também indicam que os condenados têm mais é que trabalhar como auxiliares de "cuidadores", "mediadores de especiais", "professores", "médicos", "enfermeiros", ajudar as tartarugas que desovam e não conseguem retornar ao mar... Enfim, vamos acabar com a farra das prisões para corruptos e corruptores, que hoje se apresentam abatidos, doentinhos e velhinhos, transformadas em colônia de férias, anos antes das prescrições e outras protelações. Dá tempo!

Ah, quem sabe também se tais condenados no país adolescente não imitam — o que mais fizemos em todas as áreas, sem sucesso por não levarmos em conta que cada país é único, com seu tempo, espaço e circunstâncias — seriamente Francis Bacon, que por volta de 1600, preso por aceitar propina, pagou a multa estipulada e dai mudou radicalmente de vida e tornou-se um emérito filósofo? Quem sabe não temos alguns escondidos em meio a corruptos e corruptores? Que consigam gerar receita para contribuir para o equilíbrio social e uma melhor distribuição de renda?

### Grupo SER Educacional assina contrato para aquisição das operações da Laureate no Brasil

### Fechamento do negócio criará o quarto maior grupo educacional de ensino superior do Brasil

Um dos maiores grupos privados de educação do Brasil e líder nas regiões Nordeste e Norte em alunos matriculados, o Grupo Ser Educacional anunciou em setembro, Fato Relevante, a assinatura de contrato com valor estimado em R\$ 4 bilhões para a aquisição dos negócios no Brasil da Rede Internacional de Universidades Laureate.

O negócio criará o quarto maior grupo de ensino superior do Brasil, com aproximadamente 450 mil alunos nas modalidades de ensino presencial e a distância, mais de 100 campi universitários, mais de 500 polos de ensino a distância e presença nos 26 estados e no Distrito Federal.

A Laureate Brasil tem presença em sete estados e 13 cidades, com 50 campi universitários e aproximadamente 267 mil estudantes. Os ativos incluem as unidades do Centro Universitário FMU e da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), em São Paulo; os Centros Universitários Ritter dos Reis (UniRitter) e Fadergs, no Rio Grande do Sul; a Universidade Salvador (UNIFACS), na Bahia; a Universidade Potiguar (UnP) no Rio Grande do Norte; o Centro Universitário dos Guararapes (UniFG), em Pernambuco; a Faculdade Internacional da Paraíba (FPB), na Paraíba; o Centro Universitário IBMR (IBMR) no Rio de Janeiro, dentre outras.

Já o Ser Educacional está presente em 26 estados e no Distrito Federal, com uma base consolidada de aproximadamente 185 mil alunos, operando sob as marcas UNINASSAU - Centro Universitário Maurício de Nassau - Faculdades Uninassau, UNINABUCO - Centro Universitário Joaquim Nabuco, Escolas Técnicas Joaquim Nabuco e Maurício de Nassau, UNIVERITAS - Centro Universitário Universus Veritas, Faculdades Univeritas, Univeritas/Ung - Universidade de Guarulhos, UNAMA - Universidade da Amazônia, Faculdades Unama, e a UNINORTE - Centro Universitário do Norte, por meio das quais oferece 1.904 cursos.

A nova companhia, que já é listada no Brasil, também passará a ter suas ações negociadas nos Estados Unidos, em bolsa ainda a ser definida, e aprimorará seus já elevados padrões de governança corporativa com a criação de diversos comitês estratégicos como o de integração e de auditoria, de forma a atender aos padrões de governança estabelecidos pela lei Sarbanes-Oxley (SOX).

"O Grupo Ser Educacional, durante os seus 17 anos de trajetória, sempre buscou crescer de forma orgânica e por meio de aquisições. A negociação, com a consequente incorporação da Laureate Brasil pelo Grupo Ser Educacional, trará beneficios para ambas as companhias e nos permitirá dar um passo grandioso no aprimoramento do ensino superior do Brasil ", afirma o CEO do Grupo Ser Educacional, Jânyo Diniz.

"A Laureate Brasil é referência de oferta de cursos na área de saúde, especialmente em Medicina, com mais de 800 vagas anuais. Concluindo a incorporação, iremos agregar 11 instituições de ensino ao nosso portifólio e ampliar nossa presença em quase todos os estados do Brasil, consolidando o grupo como um player nacional", acrescenta o CEO do Grupo Ser Educacional.

O Grupo Ser Educacional está presente em 26 estados e no Distrito Federal, com uma base consolidada de aproximadamente 185 mil alunos, operando sob as marcas UNINASSAU, UNINASSAU - Centro Universitário Maurício de Nassau, UNINABUCO - Centro Universitário Joaquim Nabuco, Faculdades UNINABUCO, Escolas Técnicas Joaquim Nabuco e Maurício de Nassau, UNIVERITAS/UNG, UNAMA - Universidade da Amazônia e Faculdade da Amazônia, UNIVERITAS - Centro Universitário Universus Veritas, Faculdades UNIVERITAS e a UNINORTE - Centro Universitário do Norte, por meio das quais oferece 1.904 cursos.

#### O acordo

Nos termos da transação, o Grupo Ser Educacional ficará com 100% das operações da Laureate no Brasil, pagará à Laureate R\$ 1,7 bilhão em caixa na data de fechamento da transação e assumirá dívida líquida estimada em R\$ 623 milhões. Adicionalmente, a Laureate receberá ações da nova companhia. mantido o controle acionário com o fundador Janguiê Diniz.

Como resultado da transação, Janguiê passará a ser detentor de 32,1% da companhia, mantendo o controle da empresa em função de limitações ao direito de voto da Laureate, nos termos dos contratos celebrados no âmbito da transação.

O fechamento da operação depende de condições precedentes, dentre elas, aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

### Jurisprudência

### Emissão de CPF em duplicidade para homônimos gera indenização por dano moral



A Administração Pública deve ser responsabilizada pela emissão em duplicidade do mesmo número de Cadastro de Pessoa Física (CPF) para homônimos. Com esse entendimento, a Sexta Turma do Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF3) confirmou sentença da 1ª Vara Federal de Osasco (SP) que havia concedido indenização por dano moral, no valor de R\$ 20 mil, a um morador do município cujo documento emitido em duplicidade gerou transtornos durante catorze anos.

Para a relatora do processo no TRF3, desembargadora federal Diva Malerbi, a União deve ser responsabilizada, pois a conduta de um de seus órgãos de forma negligente e imprudente gerou graves transtornos ao autor da ação.

"O fato de ter sido impedido de praticar atos da vida normal de qualquer cidadão, como obter um cartão de crédito, e ter que registrar ocorrência policial para se resguardar de problemas ainda maiores, não é situação de mero dissabor, tampouco a aflição de saber que essa situação pode se repetir inúmeras vezes, enquanto o órgão público responsável leva quase catorze anos para resolver o problema", ressaltou a magistrada.

Após a condenação de primeiro grau, a União ingressou com recurso, alegando que a situação não passou de mero dissabor e que os danos deveriam ser atribuídos a terceira pessoa, o homônimo.

No entanto, para a relatora do processo, a responsabilidade da União é objetiva, pois cabe exclusivamente a ela a inclusão, a exclusão, o controle e a fiscalização do Cadastro Pessoa Física. A magistrada acrescentou, como prevê Instrução Normativa SRF nº 864/2008, que o documento é único e exclusivo: "o número de inscrição no CPF é atribuído à pessoa física uma única vez, sendo de uso exclusivo desta, vedada, a qualquer título, a solicitação de uma segunda inscrição".

No que se refere à alegação da União de que houve fato de terceiro, a magistrada salientou que, se terceira pessoa agiu em face do que constava de documento oficial expedido pela Receita Federal, a União deveria ter tomado as providências necessárias para coibir a irregularidade, tanto do ponto de vista administrativo como judicial, o que não exclui a sua responsabilidade.

A desembargadora federal acrescentou que os documentos demonstraram de forma incontestável o abalo moral que a situação acarretou ao autor, levando-o, inclusive, a adotar providências policiais para resguardar a sua imagem perante a sociedade. Ela lembrou que o dano moral ocorre justamente quando a conduta antijurídica do agente supera, de forma intolerável, os valores morais, causando transtorno e perturbação grave, que macula a imagem e a honra do ofendido.

Por fim, a Sexta Turma, por unanimidade, negou provimento à apelação da União, para manter a sentença, por seus próprios fundamentos.

Apelação/Remessa Necessária nº 0007482-92.2015.4.03.6130

### Economia criativa: o caminho para a transformação

Adriana Balthazar\*



O século XXI tem sido marcado por incertezas e sobressaltos. O agravamento da crise climática e a pandemia são exemplos significativos. Diante desse cenário o imobilismo não é uma opção. Há que se continuar a busca sistemática por soluções. Nesse sentido, vemos com satisfação a decisão da ONU de declarar o ano de 2021 como Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável. Não à toa esse foi o tema escolhido, pois, de acordo com estimativas da UNESCO, na última década o setor criativo tem sido responsável por 3% do PIB mundial, gerando cerca de 1% dos postos de trabalho. No Brasil, segundo o "Mapeamento da Indústria Criativa" da FIRJAN, o PIB Criativo em 2017 representou 2,61% de toda a riqueza gerada em território nacional, aproximadamente R\$ 171,5 bilhões, comparável ao valor de mercado da Samsung ou à soma de quatro das maiores instituições financeiras globais (American Express, J.P.Morgan, Axa e Goldman Sachs). Além disso, o setor contou com 837,2 mil profissionais formalmente empregados naquele ano, sendo que São Paulo e Rio de Janeiro, juntos, concentraram 50% desse total.

No referido Mapeamento, são identificados 13 segmentos criativos, agrupados em quatro grandes Áreas Criativas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC). Com o se pode verificar, a Economia Criativa abarca as etapas de criação, produção e distribuição de bens e serviços, sendo fortemente apoiada no capital intelectual. Por outro lado, se antes era considerado apenas um nicho de mercado, atualmente representa parte essencial da cadeia produtiva, um insumo tão relevante quanto o capital, o trabalho e as matérias-primas para uma quantidade cada vez maior de setores

Os dados acima confirmam que as empresas têm feito um esforço grande para investir em inovação, seja construindo novos modelos de produção, seja buscando novos mercados para seus produtos e serviços. Porém, quando se olha para a área de pesquisa e desenvolvimento (P&D), o cenário é desalentador, com quedas consecutivas nos últimos anos. É inaceitável que vivamos o paradoxo de estarmos entre as 10 maiores economias do mundo e ocuparmos apenas a 66ª colocação do Índice Global de Inovação (IGI) entre 129 países.

Atualmente, o Brasil, investe apenas 1,27% do PIB em (P&D), somando-se recursos púbicos e privados, enquanto os países da OCDE tem média de 2%. Já as nações mais inovadoras do mundo apostam ainda mais alto. A Coreia do Sul destina 4,3% do PIB; Israel, 4,2%; e Japão, 3,4%. É evidente que somente com inovação conseguiremos dar o inadiável salto em termos de produtividade e competitividade do Brasil, criando as bases para um desenvolvimento sustentável.

O povo brasileiro, cuja marca é a diversidade cultural e a alma solar, vive demonstrando sua criatividade. Somos craques com enorme potencial a ser explorado. Cabe ao poder público fazer sua parte, criando um ambiente favorável aos negócios, eliminando exigências burocráticas desnecessárias e aumentando o investimento público. Em novembro teremos eleições municipais. Que tal colocar esse tema em pauta? Eu, como carioca e profissional do setor, continuarei minha luta levantando essa bandeira.

### Inflação dos alimentos: como ela afeta o bolso do brasileiro e como reagir

Alimentos estão mais caros e trazem mais preocupações aos brasileiros em período de pandemia e crise financeira



Os brasileiros não têm trégua... Além de encarar as dificuldades de uma pandemia, adequar-se a um novo jeito de viver e passar por mais uma crise econômica, agora as pessoas têm uma nova (porém, antiga) questão para ser enfrentada: a alta dos preços dos alimentos.

Se para as famílias brasileiras já estava dificil manter as contas em dia, imagine agora com o aumento de 19% do arroz e 12% feijão carioca (o feijão preto subiu mais de 30%) – itens principais da cesta básica. Isso sem falar dos 40% da carne, 7,5% das aves e ovos, e 19% da carne suína, 22% do leite longa vida, 18% do óleo de soja e por aí vai. Esses dados foram divulgados pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –, no último dia 9 de setembro, no período entre setembro de 2019 a agosto de 2020. E a conta segue, já que os produtos de limpeza e higiene pessoal também sofreram aumentos acima da inflação.

"O arroz tornou-se o grande vilão dos supermercados, mas o fato é que boa parte da cesta básica encareceu. O aumento dos preços foi tanto que, como tentativa de baixar o valor do produto, o governo federal decidiu zerar a alíquota do Imposto de Importação até o final do mês de dezembro", falou o professor Carlos Afonso, que além de educador financeiro, é contabilista e administrador. "Infelizmente, não é só impressão. Fazer as compras em agosto e setembro está mais caro e é uma triste realidade para as famílias brasileiras", completou o professor, que é autor do livro Organize suas financas e saia do vermelho.

O Professor Carlos destaca que, nos últimos 12 meses até agosto, o grupo alimentos e bebidas subiu mais de quatro vezes, atingindo 11,4%, enquanto o IPCA – Índice de Preços ao Consumidor (que mede a inflação oficial do Brasil), teve alta de 2,44%.

Outro ponto relevante foi o consumo durante a pandemia, uma vez que parte da população continua em home-office, aumentando assim as despesas domésticas.

### Dicas para reduzir os impactos da inflação dos alimentos no bolso

A primeira dica é pesquisar bastante antes de comprar, já que a diferença entre os supermercados pode ser significativa. Nessa hora é importante se valer não só da internet, mas também dos anúncios de ofertas que os supermercados da região costumam distribuir nas residências.

A segunda dica é encontrar um produto substituto, ou seja, se um produto está caro demais, substitua-o por outro, como feijão por lentilha, arroz por macarrão, carne de vaca por carne de porco ou frango. Dê preferência às frutas e legumes da época, que tendem a ter preços mais interessantes durante a safra.

"Não é hora de se empolgar com as medidas tomadas pelo governo, pois elas surtirão efeito no produto daqui algumas semanas. O consumidor precisa fazer a sua parte, ao pesquisar e buscar alternativas, de modo a minimizar os impactos da alta dos produtos alimentícios no bolso", alertou e encerrou o professor Carlos.

### Sobre o Livro Organize suas finanças e saia do vermelho

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, há 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 e que afeta a vida de qualquer pessoa desde o nascimento até o último suspiro. Relacionarse bem com o dinheiro garante sustentabilidade financeira e uma vida melhor livre de privações.

(http://www.livrosaiadovermelho.com.br/)



### 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, Eduardo Lucano, Henrique Luz, José Gandelman, Márcio Fortes, Marcos Chouin Varejão, Mario Lopes, Nilton Molina, Roberto Lima Netto, Sidney Rezende 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, Pixabay, Pexels e Burst

#### 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.

### Criatividade e pandemias

Roberto Santoro Almeida\*



Em meados do século XIV, a Peste Negra, que em sua progressão vinha fazendo milhões de vítimas na Ásia e na Europa, chegou à região da Toscana, no norte da Itália. A cidade de Florença foi duramente atingida. A quantidade de mortos era tão grande que já não havia quem os enterrasse.

A catástrofe foi descrita em detalhes por Giovanni Boccaccio na primeira parte do Decameron. A partir da situação real da pandemia, o autor criou uma história fictícia: sete moças e três rapazes

encontram-se numa igreja, e têm a ideia de se refugiar numa vila nos arredores da cidade, tentando escapar da morte. À noite, para passar o tempo, cada um conta uma história, completando, ao longo de dez dias, as cem novelas que compõem o livro, que traça um panorama completo da vida no fim da Idade Média, antes do advento da peste.

No ano de 2020, uma nova pandemia assola a Humanidade, ceifando vidas, adiando sonhos e projetos, e interferindo brutalmente nas condições de trabalho, nas relações afetivas e no lazer. Embora a situação não se compare em gravidade ao surto de Peste Bubônica no século XIV, há sérias consequências para os indivíduos, ameaçados na saúde física e mental, e para a comunidade, pelo impacto negativo nas condições econômicas e sociais.

Estamos todos submetidos a uma enorme pressão. Tivemos de criar novas formas de organização do dia-a-dia, para lidar com problemas como o trabalho em *home office*, o gerenciamento dos filhos em casa, o cuidado dos idosos, os abalos financeiros, e as medidas de prevenção para reduzir a disseminação da doença. Lutamos para ao mesmo tempo preservar a saúde do corpo e da mente, num equilíbrio instável.

Diante da ameaça à saúde e à vida, o medo é uma reação natural e esperada. Como alarme biológico, mobiliza o indivíduo para que tome providências diante do perigo a ser enfrentado. Mas não pode ser paralisante, dominando a mente e ocupando os dias. Devemos buscar informações em fontes abalizadas, para que possamos planejar as ações preventivas necessárias, evitando as notícias sensacionalistas e as previsões catastróficas, que alimentam o desespero e o sentimento de

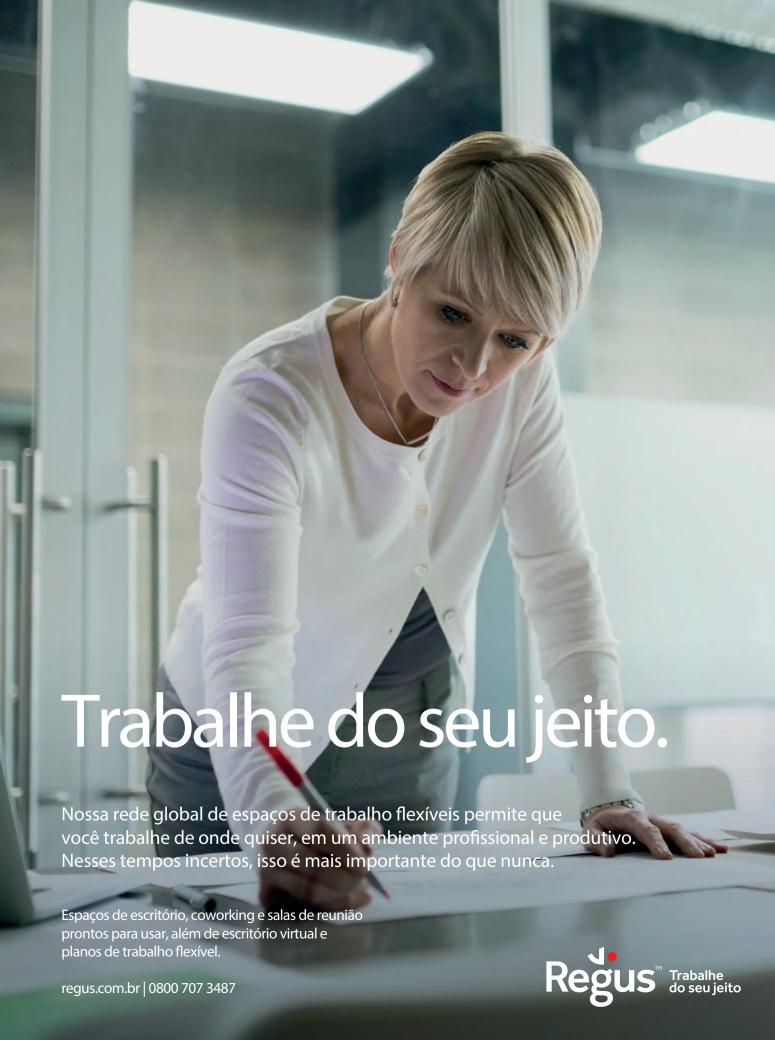
impotência.

As circunstâncias exigem navegar entre dois perigosos extremos, o anseio de liberdade total, que gera o negacionismo, aumentando exponencialmente os riscos, e a busca da segurança total, que promove o isolamento completo e perpétuo, e impede a vida. Nesta difícil jornada, é necessário usar a criatividade a cada dia.

Dizem alguns que a pandemia nos fará melhores. Não necessariamente. Para avançarmos, precisamos nos esforçar, precisamos usar a inteligência e a imaginação para enfrentar os novos desafios e criar novas condições de existência.

Boccaccio registrou a vida como ela era no outono da Idade Média, transmitindo a experiência cultural de sua geração às gerações seguintes. Plantou as sementes que germinariam após a catástrofe. E germinaram de forma espetacular. Não por acaso, em alguns anos, naquela mesma região da Toscana dizimada pela pandemia, surgiu a explosão de criatividade e beleza que foi o Renascimento Italiano.

Podemos encontrar na crise da COVID-19 um estímulo para a criatividade. Tempos difíceis abrem possibilidades de progresso técnico-científico e social, e desafiam os indivíduos à autossuperação. Somos todos desafiados a sair da pandemia mais fortes, mais solidários, mais resilientes e mais criativos.



### DANNEMANN SIEMS**EN**

### DA PROPRIEDADE INTELECTUAL À ARBITRAGEM E LITÍGIOS ESTRATÉGICOS.

### **SOMOS DANNEMANN SIEMSEN**

120 anos de assessoria a clientes nacionais e internacionais, nas principais demandas da advocacia cível e empresarial de excelência, atuando em diversas áreas do Direito e segmentos da indústria. Além de líderes em Propriedade Intelectual na América Latina, somos referência em consultoria jurídica e litígios estratégicos. Com um time de mais de 240 profissionais, altamente capacitado, oferecemos soluções inovadoras e focadas em resultados, nas mais diversas especialidades, da Privacidade e Proteção de Dados a Arbitragem e Mediação, de Contratos Comerciais à Recuperação Judicial.

120 anos de reputação e excelência. Que venham mais 120.

