

revista Conselhos

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO



ELA ENTREGA O QUE PROMETE

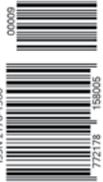
Planos de investimento, diversificação de produtos e novos pontos de atendimento.

Não faltam encomendas a Nadir Moreno, presidente da UPS do Brasil

R\$ 18,90

ANO 02 - Nº 9 - SETEMBRO/OUTUBRO - 2011

ISSN 1708-1530



9 772178 139005

análises: *Hélio Rotenberg, José Pastore, Murade Isaac Miguigy Murargy, Luiz Felipe D'Ávila, William Handorf, Rubén Osta e Everardo Maciel*



VOCÊ SABIA

QUE INVESTIR NA VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS
GERA EXCELENTE RESULTADOS?
A FECOMERCIO, O SESC E O SENAC SABEM.

Onde tem um Sesc e um Senac, tem a Fecomercio, com a força de 1,8 milhão de empresas para promover o bem-estar social e a qualidade de vida. Coisa que acontece desde 1946, quando a iniciativa privada assumiu um compromisso muito sério junto à sociedade. E provou que o investimento no capital humano é fundamental para o desenvolvimento do cidadão e do país.

Quer saber mais?
www.simeusei.com.br



SESCSP

FECOMERCIO SP
Representa muito para você.

Aqui tem a força do comércio

Sumário



08 Nadir Moreno

Presidente da UPS do Brasil analisa os obstáculos para a operação logística e relata planos de expansão na gigante no País

18 Artigo

Ives Gandra Martins explica que o Conselho Nacional da Justiça tem trabalho purificador, que zela pela lisura e ética da Justiça

20 Realidade

Proposta do ex-secretário nacional da Receita Federal Everardo Maciel de minirreforma tributária combate o excesso de impostos de maneira factível e recebe apoio da FecomercioSP

32 Global

A economia americana está na fase de recuperação, que não é tão ruim, mas também não significa que vá crescer rapidamente, analisa o economista Willian Handorf

40 “Cinco perguntas para”

Murade Isaac Miguigy Murargy, Embaixador da República de Moçambique no Brasil



44 Democracia

Em debate, o voto distrital, mais uma alternativa para tentar viabilizar a conclamada reforma política do País

54 Artigo

Adolfo Melito explica os fundamentos da economia criativa cujas primeiras discussões chegaram ao País entre 2005 e 2007



58 Gestão

O *e-commerce* apresenta franca expansão, estimulado por novos internautas e pelos sites de compra coletiva. O comércio eletrônico deve movimentar este ano R\$ 18,7 bilhões



64 Eduardo Gouveia

Presidente da Multiplus esperar aumentar 75 vezes o total de parceiros até dezembro de 2012

74 Pensata

O aperfeiçoamento da indústria e as medidas de desoneração do setor de tecnologia permitem a inclusão digital da população, afirma Hélio Rotenberg, presidente da Positivo Informática

78 Mobilização e Debate

Conhecer o perfil do turista é estratégico para aumentar os negócios em megaeventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas

86 Artigo

José Pastore analisa proposta de lei do Simples Trabalhista que pretende facilitar e baratear a legalização dos informais



90 Sustentabilidade

A aplicação da logística reversa ainda é um grande desafio para o setor produtivo. Mas, a Política Nacional de Resíduos Sólidos pode ajudar



PRESIDENTE Abram Szajman

DIRETOR EXECUTIVO Antônio Carlos Borges

revista Conselhos

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DE COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

CONSELHO EDITORIAL

Ives Gandra Martins, José Goldemberg, Paulo Rabello de Castro, Josef Barat, Claudio Lembo, Renato Opice Blum, José Pastore, Adolfo Melito, Paulo Delgado, Jeanine Pires, Paulo Roberto Feldmann, Pedro Guasti, Antônio Carlos Borges, Luciana Fischer, Luiz Antonio Flora, Romeu Bueno de Camargo, Fabio Pina e Guilherme Dietze

EDITOR CHEFE Marcus Barros Pinto

EDITOR EXECUTIVO Jander Ramon

EDITOR ASSISTENTE Selma Panazzo

EDITOR André Rocha

PROJETO GRÁFICO  TUTU

atendimento@designtutu.com.br

PUBLICIDADE Original Brasil

Tel.: (11) 2283-2365 conselhos@originaldobrasil.com.br

COLABORAM NESTA EDIÇÃO

Adolfo Melito, Andrea Ramos Bueno, Enzo Bertolini, Hélio Rotenberg, Ives Gandra Martins, José Pastore, Raphael Ferrari, Thiago Rufino

ARTE: Clara Voegeli, Demian Russo e Juliana Azevedo

FOTOS: Marcos Issa/Argosfoto (capa),
Adri Felden/Argosfoto, Luiz Machado/Agência Imagem

IMPRESSÃO  Pigma Realtek

FALE COM A GENTE

conselhos@fecomercio.com.br

REDAÇÃO

Rua Itapeva, 26, 11º andar
Bela Vista – CEP 01332-000 – São Paulo/SP
tel.: (11) 2361-1571

 senac

 SESCSP  FECOMERCIO SP

Aqui tem a força do comércio

SE NÃO AGORA, QUANDO?

Em poucos momentos da História o Brasil careceu tanto de mudanças estruturais. Pode aparentar “chover no molhado”, mas quando o caro leitor prestar atenção em todo o conteúdo desta edição de **Conselhos**, perceberá um claro ponto de união entre reportagens, artigos e entrevistas que, de modo transversal, por algum ângulo abordarão o tema “reforma”.

Tal necessidade tem a ver com a preocupação quase que uniforme percebida entre as lideranças empresariais dos mais distintos campos de atuação sobre a urgência de o Brasil aproveitar o atual ciclo de crescimento para criar bases de sustentação que garantam o desenvolvimento continuado no futuro.

Os anseios refletidos são por melhoria de infraestrutura, ajustes no sistema político e partidário, pela inadiável adequação da incompreensível estrutura regulatória e asfixiante carga tributária e em prol do aperfeiçoamento da legislação que rege as relações entre capital e trabalho. Um País que pretende ser forte e protagonista na cena mundial precisa, antes de tudo, corrigir suas fragilidades e deficiências, para melhor reivindicar, nos fóruns internacionais, o lugar que lhe corresponde.

A FecomercioSP tem insistido nesta tecla, como se confirma nas reportagens que tratam dos eventos realizados pela entidade. Agora, porém, esse sentido de urgência parece se estender a toda a sociedade, que enxerga e compreende com maior clareza nossa advertência para os alarmantes sintomas de enfraquecimento de um período de prosperidade econômica ainda não consolidado.

Não são poucos os especialistas a projetar que o ciclo de expansão econômica do Brasil pode perdurar por mais de uma década. Acontece que esse crescimento em muito tem sido impulsionado pela falta de oportunidades no restante do planeta. Hoje, já conseguimos nos preparar para reduzir os efeitos provocados por eventuais turbulências internacionais, em especial no campo da política monetária conduzida pelo Banco Central. O mesmo aprendizado, entretanto, ainda não foi obtido na busca pelo aperfeiçoamento da nossa estrutura de custos e ganhos de produtividade e eficiência. Ou seja, continuamos reféns do chamado “Custo Brasil”, o que ainda compromete nossa competitividade em relação à Rússia, Índia, China e África do Sul, demais integrantes, com o Brasil, do Brics.

Investir na ampliação da infraestrutura física, ajustar a governança pública e modernizar os marcos reguladores são ações imprescindíveis para não correremos o risco de perder a “janela de oportunidades”, que já começa a se fechar. Por isso, aqui fica a pergunta que não pode mais calar: se não agora, quando?



Abram Szajman

Presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), entidade gestora do Sesc-SP e do Senac-SP

‘Quando comparam, dizem: Vamos para China, Índia e, depois, a gente volta ao Brasil’

Presidente da UPS do Brasil analisa a atuação da empresa, fala sobre os planos de expansão, obstáculos do mercado e como tem trabalhado para qualificar e reter a mão de obra
Por Jander Ramon

A mulher fotogênica ao lado é a responsável por comandar o braço nacional da UPS, um dos maiores conglomerados da área de logística do mundo, com faturamento global de US\$ 40,9 bilhões, em 2010. Nadir Moreno está há 19 anos na UPS, registrando, dessa forma, mais tempo de empresa do que a própria presença da corporação no País (iniciou atividades em 1989 via representação e fincou bandeira em 1995). Tendo passado pelas mais distintas áreas da organização até chegar ao principal posto de comando, ela analisa com desenvoltura a atividade logística no Brasil, os gargalos, oportunidades, e conduz um programa de expansão

operacional no mercado doméstico. Sabe, porém, que na disputa por investimentos da corporação, outros integrantes do BRIC (Rússia, Índia e China) – mercados de maior foco da multinacional – têm apresentado vantagens competitivas em comparação ao Brasil, fato que parece inquietá-la. “Sou brasileira e patriota, mas infelizmente não dá para convencer os americanos sobre certas coisas que sabemos e que são um problema do nosso País”, admite. Antes de palestrar no “Fórum Mulheres em Destaque”, evento abrigado pelo Centro Fecomercio de Eventos, ela conversou com **Conselhos**. A seguir, os principais trechos da entrevista.



Conselhos – COMO ESTÁ A OPERAÇÃO DA UPS NO BRASIL?

Nadir Moreno – A UPS abriu sua subsidiária no Brasil em 1995, apesar de estar presente no País desde 1989, representada por agentes. A empresa tem origem americana, é global, com 104 anos de existência. O portfólio de produtos e serviços é muito grande. Atendemos a 100% da necessidade do cliente no que diz respeito à logística na cadeia de suprimentos. A UPS veio para o Brasil com o serviço de remessas expressas, o *courrier*, depois trouxe a divisão de *air cargo*, de aviões próprios, e, depois, com as soluções de cadeia de suprimentos, que é a composição das aquisições globais desde 2001 até hoje. O Banco UPS está no Brasil, mas não sob minha responsabilidade, o que é uma pena (*risos*). Mas é uma operação específica, direcionada e 100% administrada aqui, em conjunto com os EUA.

Conselhos – NO QUE SE DIFERENCIA A OPERAÇÃO BRASILEIRA DA NORTE-AMERICANA?

Nadir – Nos EUA, um foco muito grande é no mercado doméstico, enquanto no Brasil e demais países está em remessas internacionais. Até porque a importação e a exportação acabam gerando esta dinâmica na logística. Até 2008, o Brasil já era um país de oportunidades, dentro do *balance scorecard* global, mas após a crise de 2008, se transformou em um país de muita importância.

Conselhos – E ISSO SE REFLETIU EM EXPANSÃO DE INVESTIMENTOS?

Nadir – Desde 2009, já começamos com

um novo produto doméstico, que nasceu para atender e suprir 100% da cadeia de suprimentos de logística do meu cliente. Não necessariamente para ir a mercado para concorrer com Correios e as milhões de transportadoras que existem no Brasil. Quase 100% desses clientes foram desenvolvidos e atendidos localmente, na sua grande maioria de pessoas jurídicas, com foco na exportação. Na importação, temos uma combinação bem interessante em B2C e B2B. Esse produto foi criado para cumprir com esta perna que ainda executávamos com parceiros.

Conselhos – DE QUE FORMA?

Nadir – Neste ano, vamos expandir em mais 11 novos centros, que são as principais capitais, porque já tínhamos São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Campinas, onde fica a operação principal e o avião é recepcionado. Agora, estamos expandindo para Salvador, Recife, Manaus, Vitória, Fortaleza, Brasília, São José dos Campos e Santos. Estudos de mercado mostram que elas apresentam crescimento superior à média do PIB do País. Não divulgamos os valores, mas a expansão significa veículos próprios, funcionários, escritórios, tecnologia e recursos.

Conselhos – O QUE REPRESENTA A TECNOLOGIA?

Nadir – Quando se tem uma operação própria, usamos um aparelho que rastreia o pacote quando os motoristas saem às ruas. É como se fosse um *palm* que, quando este motorista retorna para a base, o insere no equipamento que alimenta o sistema mundial e a partir daí o

“

VAMOS EXPANDIR EM MAIS 11 NOVOS CENTROS. ESTUDOS DE MERCADO MOSTRAM QUE ESSAS CIDADES APRESENTAM CRESCIMENTO SUPERIOR À MÉDIA DO PIB DO PAÍS

”



pacote já está rastreado. A cada operação que este pacote passa, é escaneado para obter as informações e a sequência do rastreamento até a entrega final.

Conselhos – POR QUE NÃO COMPETIR COM OS CORREIOS QUANDO HÁ INDICAÇÕES DE QUE TEREMOS, NO FINAL DESTES ANOS, MAIS UM APAGÃO LOGÍSTICO NAS ENTREGAS DE E-COMMERCE?

Nadir – Nem tem como competir para ganhar *market share* significativo neste produto específico. Expandimos esse produto para compor o portfólio completo. Existe uma oportunidade, claro, mas não foi um lançamento focado em concorrer com os Correios, até porque eles possuem uma capilaridade enorme,

atingindo os 5.655 municípios. A gente quer avançar, sem dúvida, porque a UPS é muito forte na operação B2C nos EUA, mas, por enquanto, estamos mais focados em pessoas jurídicas.

Conselhos – COMO A FALTA DE INFRAESTRUTURA NACIONAL IMPACTA NO NEGÓCIO DA UPS?

Nadir – Hoje, primeiro, todo o gargalo de logística e infraestrutura do Brasil não nos afeta diretamente, até porque o nosso foco de negócio (*core business*) é internacional. Mas evidentemente atinge muito os usuários, o consumidor final. Quando se fala em investimento para que cresça todo este negócio no País, o que nos afetaria em tomar uma decisão



é a falta de infraestrutura e as dificuldades e entraves regulatórios. Existe uma regulamentação para cada fronteira entre os Estados. No momento em que você sai de um Estado para entrar no outro, há problemas relacionados à Sefaz (Secretaria da Fazenda), o que acaba de certa forma intimidando decisões, principalmente quando consideramos que essas decisões sobem para um nível corporativo e que olha a situação brasileira em relação a outros países, caso de China, Rússia e Índia. Então, quando fazem essa comparação, olham e dizem: “Vamos para a China, para a Índia e depois a gente volta ao Brasil”.

Conselhos – UM DRAMA REGULATÓRIO...

Nadir – Muito sério, por sinal, porque são 27 legislações de ICMS, além de outras complicações, porque o custo é altíssimo para operacionalizar no Brasil: transporte, telecomunicações, tecnologia, mão de obra etc. Sou brasileira e patriota, mas infelizmente não dá para convencer os americanos sobre certas coisas que nós sabemos e que são um problema do nosso País. Agora, teremos dois eventos importantes, Copa e Olimpíadas, que vão empurrar essa estrutura. Vai ter de melhorar a infraestrutura, mas por outro lado temos preocupação com o que vai acontecer depois, porque o excesso de investimento pode nos prejudicar. Esse é um tema econômico pós-eventos.

Conselhos – O SETOR DE LOGÍSTICA NÃO PRECISA PASSAR POR UMA CONSOLIDAÇÃO?

Nadir – Não acredito que chegue a esse

ponto. Uma coisa é logística dos Correios e outra do portfólio completo e internacional, como UPS, DHL, Fedex e TNT. A pulverização está mais direcionada para transportadoras e não para os provedores logísticos. Há milhões de transportadoras, muitas delas já estão se consolidando, e pode existir uma consolidação focada em serviços específicos que compõem uma logística como um todo. As grandes naturalmente vão comprar as pequenas, mas não no nível da logística completa, porque a transportadora é uma perna do negócio, inicial ou final. Há todo um meio desta logística que acaba não entrando nesta discussão, caso do despacho aduaneiro, por exemplo, com milhares de operadores. Não consigo enxergar megaconsolidações para toda a cadeia, mas vão ocorrer em nichos.

Conselhos – O CICLO DE EXPANSÃO DO CONSUMO NO BRASIL E O DÓLAR DESVALORIZADO, ESTIMULANDO A IMPORTAÇÃO, TÊM PROVOCADO IMPORTANTES DEBATES NO PAÍS, INCLUSIVE A RESPEITO DE DESINDUSTRIALIZAÇÃO. QUAL É O EFEITO DISSO PARA A UPS?

Nadir – Há demanda forte e expansiva, sem dúvida. Até trocamos aeronaves. Tínhamos um 757 e um 767 e alteramos para dois 767, aumentando a capacidade em cerca de 60 toneladas, justamente para atender a demanda crescente na importação. O problema é que essa aeronave precisa voltar, com exportação, pois o nosso avião é próprio. Temos trabalhado com todas as indústrias e de todos os setores, com algumas principais, como automotivo, tecnologia, eletroeletrôni-

cos e têxtil. O dólar desvalorizado é um problema, claro. Veja o exemplo do setor calçadista, que tem caído um pouco as exportações e algumas empresas migraram para a Índia. Mas, felizmente, novos mercados começam a despontar.

Conselhos – POR EXEMPLO?

Nadir – Em *healthcare* (área de saúde) e fármacos. Essa indústria passou a se preocupar com seu *core business*, que é fazer pesquisa e buscar novas curas e reduzir os efeitos colaterais dos medicamentos, e o provedor logístico faz todo o resto, desde importar, exportar e armazenar matérias-primas ou produtos acabados, cuidar de todo o inventário e distribuição. Estamos neste foco gigantesco. Essa operação é muito importante porque estamos falando de algo extremamente precíval e necessita de toda uma infraestrutura de armazenamento e distribuição.

Conselhos – COMO COMPATIBILIZAR O CRESCIMENTO DA EMPRESA EM UM MERCADO QUE COMEÇA A SOFRER COM A ESCASSEZ DE CAPITAL HUMANO?

Nadir – Desenvolvemos um trabalho interno de busca e capacitação de pessoas. Porque não existe ninguém no mercado que esteja pronto para a logística elitizada como é a UPS, com o nosso nível de medição e exigência dentro dos nossos processos. Fazemos uma combinação. Tem que ter um perfil mínimo para a função, que depois passará por uma capacitação e treinamento intensivos.

Conselhos – E COMO A UPS TEM ATUADO PARA

RETER OS TALENTOS?

Nadir – Temos muitos programas de qualificação dos profissionais, na busca pela retenção. As pessoas, de fato, são o nosso maior ativo, como uma empresa provedora de logística. Damos muita ênfase no pacote de compensação e benefícios, treinamentos fora do País para formar líderes, inclusive com uma universidade própria. O foco não está apenas em salários, mas no conjunto como um todo.

Conselhos – O SETOR DE LOGÍSTICA TEM SIDO APONTADO COMO UM DOS QUE PODEM CONTRIBUIR MAIS COM A SUSTENTABILIDADE. O QUE A UPS TEM FEITO NESTA FRENTE?

Nadir – Temos atuado fortemente. Para as empresas de logística em todo o mundo, o transporte aéreo é o que mais consome combustível, portanto, gera as emissões de CO₂. Em 2008, as emissões da UPS Airlines representaram 53% do nosso total global. Hoje, a UPS Airlines possui a frota com consumo de combustível mais eficiente no setor de carga aérea e estamos buscando uma meta agressiva de redução de CO₂ de 20% de 2005 até 2020. Isso representa 42% de progresso planejado de 1990 a 2020. Temos carros que operam com gás natural comprimido, gás natural liquefeito, propano, bateria de hidrogênio, geradores de energia elétricos e híbridos. Em algumas regiões de maior adensamento de empresas, como nas avenidas Paulista e Engenheiro Luís Carlos Berrini, em São Paulo, temos usado a figura do entregador a pé, ou *walker*. Temos uma forte preocupação com este tema.



“ SE ESTIVÉSSEMOS
DESDE O PRINCÍPIO
EM QUE O HOMEM
COMEÇOU,
PRATICAMENTE
NÃO HAVERIA
HOMEM
NO MERCADO
DE TRABALHO ”

Conselhos – QUANTAS MULHERES PRESIDEM UNIDADES DA UPS PELO MUNDO?

Nadir – A UPS tem mulheres presidindo operações no Peru e na Bolívia, recentemente tinha no México, e ela foi promovida, também em Porto Rico e uma presidente para América Latina e Canadá.

Conselhos – E POR QUE NÃO SÃO TANTAS AS MULHERES A COMANDAR EMPRESAS NO BRASIL?

Nadir – A mulher já conquistou uma parte bem significativa do mercado, considerando o tempo que ela começou a lutar por isso. Se estivéssemos desde o princípio em que o homem começou,

praticamente não haveria homem no mercado de trabalho. Concordo que ainda não há uma quantidade expressiva, resultado de uma combinação de fatores, principalmente pelo fato de o mercado ainda estar recepcionando essas mulheres que estão com a carreira já em curva de crescimento. Há pesquisas que indicam que as mulheres estão mais preparadas em educação, mais mulheres terminam os cursos de graduação do que os homens. O que isso significa? Que elas realmente estão correndo atrás de oportunidades. Só que as oportunidades de cargos executivos são mínimas. ■

O sonho do Valmir
era ter uma casa própria.
Ele só não imaginava
que seu plano de saúde
ajudaria a realizar
seu sonho.

Valmir descobriu que
a FECOMERCIO e a
Qualicorp oferecem os
melhores planos, até
50% mais barato*.

Passou a cuidar da saúde
da família com muita
qualidade, economizando
R\$ 700 por mês*.

R\$ 700 de economia por mês*
=
saúde protegida e dinheiro
extra para a prestação
do apartamento.



Descubra agora o quanto
você pode economizar.
0800-777-4004
www.qualicorp.com.br

Qualicorp.
3 milhões
de clientes.

Qualicorp S.A. Registro
ANS nº 417173

FECOMERCIO
Representa muito para você.

SulAmérica
associada ao ING

Unimed
Paulistana

OMINT

OdontoPrev
Especialistas em Odontologia

*A economia depende do plano escolhido e do grupo familiar. Os percentuais e valores indicados são ilustrativos e resultam de simulações com planos de saúde individuais similares (julho/2011).
Planos de saúde e planos odontológicos cobertos por abono, conforme as regras da ANS. A comercialização de Unimed Paulistana respeita sua área de abrangência, informações resumidas. Condições contratuais específicas para análise.
Grupo Qualicorp: 3 milhões de clientes. Setembro/2011.

Qualicorp
soluções em saúde

A saúde de milhões de
brasileiros passa por aqui.

Planos de Saúde
ANS nº 000043
Odontologia
ANS nº 359661
Planos de Saúde
ANS nº 301337
Odontologia
ANS nº 30194-9



A relevância do Conselho Nacional de Justiça

Quando da discussão da Emenda Constitucional nº 45/05, antes da formulação do anteprojeto e durante sua tramitação no Congresso, combati o denominado controle externo da magistratura em artigos e em audiência pública para a qual fui convidado pelo então presidente da Comissão de Constituição e Justiça, senador Bernardo Cabral. Nela, expressei meus receios, estando presentes os presidentes do Supremo Tribunal Federal (STF), ministro Marco Aurélio de Mello, do Superior Tribunal da Justiça (STJ), ministro Costa Leite, e, representando o Tribunal Superior do Trabalho (TST), o ministro Almir Pazzianotto e meu filho, ministro Ives. Meu argumento foi de que a sociedade não poderia, por meio do poder político, controlar um poder técnico.

O ex-ministro da Justiça, Saulo Ramos e eu proferimos, inclusive, uma palestra, no Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF-3), explicitando a mesma ideia de não ser eficaz, nem desejável, o controle externo. Lembramos, também, pesquisa do jornal *Le Monde* que colocava o Poder Judiciário, na França, como o

menos confiável, atribuindo ao povo o controle externo de tal inconfiabilidade.

A Emenda Constitucional nº 45/04, todavia, não estabeleceu um controle externo da magistratura, mas sim um controle interno mais eficiente (com nove magistrados e com a colaboração de quatro membros da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e Ministério Público e apenas dois representantes do Congresso Nacional).

À evidência, a solução foi inteligente, tendo me colocado, de imediato, a defender tal poder correicional – mais eficiente e descorporativado da magistratura –, que poderia agir originária, concorrente e simultaneamente às corregedorias ou conselhos de cada Tribunal.

Aliás, o artigo 103-B, § 4º, inciso III, da Constituição Federal, declara que a sociedade pode reclamar diretamente ao Conselho Nacional de Justiça (CNJ):

“§ 4º Compete ao Conselho o controle da atuação administrativa e financeira do Poder Judiciário e do cumprimento dos deveres funcionais dos juizes,

cabendo-lhe, além de outras atribuições que lhe forem conferidas pelo Estatuto da Magistratura:

(...) III - receber e conhecer das reclamações contra membros ou órgãos do Poder Judiciário, inclusive contra seus serviços auxiliares, serventias e órgãos prestadores de serviços notariais e de registro que atuem por delegação do poder público ou oficializados, sem prejuízo da competência disciplinar e correicional dos tribunais, podendo avocar processos disciplinares em curso e determinar a remoção, a disponibilidade ou a aposentadoria com subsídios ou proventos proporcionais ao tempo de serviço e aplicar outras sanções administrativas, assegurada ampla defesa; (...)."

E o inciso V que determina:

"Rever, de ofício ou mediante provocação, os processos disciplinares de juízes e membros de tribunais julgados há menos de um ano".

Como se percebe, o inciso III não distingue entre magistrados e servidores judiciais e o inciso V complementa o inciso III, sempre que a matéria for levada, em grau de "recurso", para o Conselho Superior da Magistratura.

A experiência dos primeiros anos, sob a presidência dos ministros Nelson Jobim, Ellen Gracie e Gilmar Mendes foi excelente, agindo o CNJ rigorosamente de acordo com a interpretação que dou aos dois incisos, examinando os casos originária ou concorrentemente e procedendo à revisão de ofício ou mediante provocação das decisões regionais.

Ocorreu, portanto, nos cinco primeiros anos de sua atuação, um desventrar de realidades que o povo desconhecia, demonstrando ao CNJ que se como disse a ministra Ellen Gracie em recente entrevista para a revista

Veja, o Poder Judiciário é o menos corrupto dos três poderes, a corrupção também nele existe, com inúmeras condenações, aposentadorias compulsórias e afastamento de magistrados.

Sem saudosismos, estou convencido de que a imagem do Poder Judiciário de hoje não se aproxima àquela do período em que comecei a advogar, quando os magistrados falavam exclusivamente nos autos e qualquer caso de corrupção – o que era raríssimo – escandalizava a todos os operadores de Direito.

Mesmo assim, concordo com a ministra Ellen Gracie que é o menos corrupto dos poderes, para isto tendo concorrido o CNJ, por exercer um trabalho purificador, destacando-se nele, atualmente, a figura severa, mas justa, da ministra Eliana Calmon, corregedora do Conselho.

Há em curso, todavia, um movimento para enfraquecer as funções do CNJ, entendendo que o órgão deveria examinar o comportamento ético dos magistrados apenas após pronunciamento de órgãos disciplinadores dos Tribunais, o que, de certa forma, desfiguraria a Instituição, pois ficaria a mercê dos Tribunais locais, exatamente contra cuja inércia foi criado o CNJ. Em outras palavras, a EC nº 45/05 perderia todo o seu significado.

Em artigo publicado na *Folha de S. Paulo*, em 28/08/2011, a professora Maria Tereza Sadek alertou para o problema. Creio que tem toda a razão. Ou pode o CNJ originária, concorrentemente ou em grau de reexame analisar processos de condutas dos magistrados, ou, se não for possível, sua manutenção perderia sentido. ■

Presidente do Conselho
Superior de Direito da FecomercioSP

De grão em grão

Projeto de reforma tributária fatiada, elaborado por Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, recebe apoio da FecomercioSP para ser apresentado ao Congresso Nacional **Por Enzo Bertolini**

Há muitos anos, a questão tributária constitui o miolo de grande parte da problemática que envolve a administração pública brasileira. São constantes as reclamações de diferentes setores da sociedade sobre o caos do sistema tributário brasileiro. Durante uma recente visita ao Brasil, o *Lord Major* da *City of London* (maior centro financeiro global), Michael Bear, se reuniu com empresários de diversos setores para conhecer oportunidades de investimento no Brasil. Uma das perguntas feitas por ele aos agentes econômicos foi sobre o que Londres precisava se preocupar em relação ao Brasil? As respostas unânimes apontaram para “burocracia e impostos”.

Então candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff afirmou, durante um evento em Brasília, que a situação tributária no País é “caótica”, onerando empresas e governo, e colocou como prioridade a reforma tributária. Segundo a candidata Dilma, fazer a reforma tributária asseguraria a melhoria da competitividade nacional e permitiria que o Brasil desse um salto de crescimento sustentável. “Muito mais do que juro ou gargalos, o que mais trava o Brasil hoje são os tributos”, afirma Ives Gandra Martins, presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP.

A sociedade brasileira aspira de longa data por uma reforma tributária. Ninguém, a



rigor, nem mesmo o governo, nega a sua importância e a necessidade de realizá-la. Mas os debates sobre as mudanças, conduzidos até o momento por diversos segmentos da sociedade, têm exposto a dificuldade de conciliar interesses setoriais corporativos, partidários e ideológicos, que militam em suas respectivas esferas de atuação.

A FecomercioSP, por meio do Conselho Superior de Direito, tem debatido propostas do Programa de Simplificação e Racionalização do Sistema Tributário, apresentadas pelo ex-secretário da Receita Federal Everardo Maciel. Formado por 20 itens, o projeto vem sendo preparado pela entidade para ser apresentado ao Congresso Nacional. “Reformas tributárias amplas não são viáveis”, afirma Maciel. Por isso, os 20 itens do projeto – a exceção do primeiro – são infraconstitucionais e, portanto, mais fáceis de serem adotados.

“Precisamos modernizar o sistema tributário, orientado pelos princípios da simplificação, racionalidade e desburocratização, reduzir a carga fiscal incidente sobre produtos e consumidores, permitir maior relacionamento e maior equilíbrio fiscal nas relações federativas, eliminar os obstáculos jurídicos para uma produção mais eficiente e menos onerosa e estimular a formalização jurídica”, explica o jurista Ney Prado, ex-desembargador Federal do Trabalho.

Um dos princípios propostos é o da anterioridade plena. “Temos hoje várias situações distintas de anterioridade e tudo isso em desacordo com o prazo para o encaminhamento da votação orçamentária”, explica Maciel. A proposta orçamentária é encaminhada ao Congresso até 31 de agosto ou, no caso das Assembleias Legislativas, até 30 de setembro e

A SOCIEDADE BRASILEIRA
ASPIRA DE LONGA DATA
POR UMA REFORMA
TRIBUTÁRIA. NINGUÉM,
A RIGOR, NEM MESMO
O GOVERNO, NEGA
A SUA IMPORTÂNCIA
E A NECESSIDADE
DE REALIZÁ-LA. MAS
OS DEBATES SOBRE
AS MUDANÇAS,
CONDUZIDOS ATÉ
O MOMENTO POR
DIVERSOS SEGMENTOS
DA SOCIEDADE,
TÊM EXPOSTO
A DIFICULDADE
DE CONCILIAR INTERESSES
SETORIAIS CORPORATIVOS,
PARTIDÁRIOS
E IDEOLÓGICOS,
QUE MILITAM EM
SUAS RESPECTIVAS
ESFERAS DE ATUAÇÃO



Nei Prado, ex-desembargador federal do Trabalho: maior equilíbrio fiscal nas relações federativas

“ PRECISAMOS
MODERNIZAR O SISTEMA
TRIBUTÁRIO, ORIENTADO
PELOS PRINCÍPIOS
DA SIMPLIFICAÇÃO,
RACIONALIDADE
E DESBUROCRATIZAÇÃO,
REDUZIR A CARGA
FISCAL INCIDENTE
SOBRE PRODUTOS
E CONSUMIDORES ”

desde a data da entrega até o final do ano podem ocorrer mudanças tributárias. Portanto, pela proposta, tributo só pode ser instituído ou majorado até 30 de junho do ano anterior, tornando-o compatível ao Orçamento. Segundo Maciel, inclusive o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), pois é formador do fundo de participação dos Estados, da folha de participação dos municípios e do fundo de compensação das exportações, que na maioria dos Estados e municípios é receita principal. “Se você admite que a qualquer tempo o IPI pode ser alterado, está mudando o Orçamento em curso”, alerta. Exceto os tri-

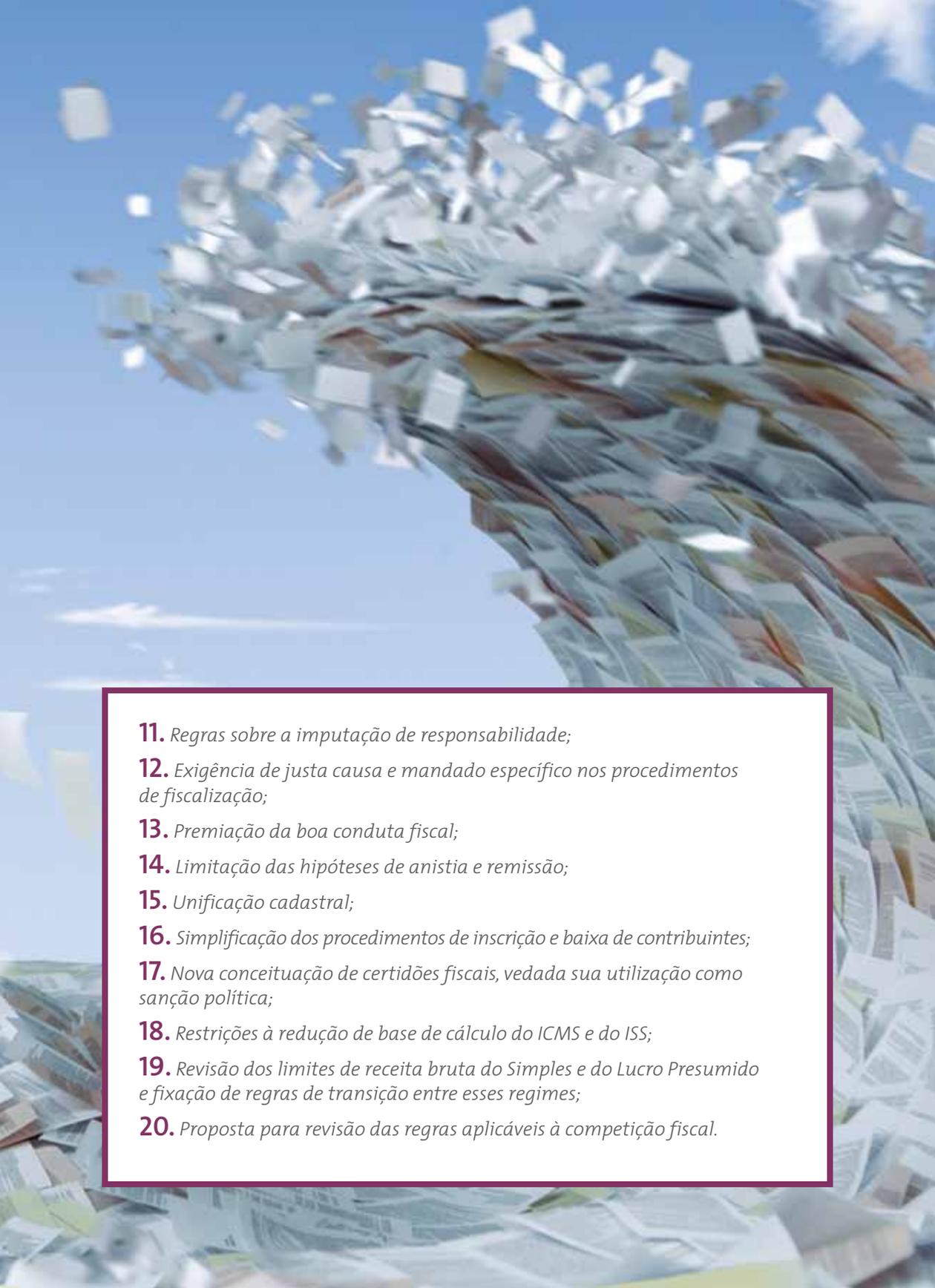
butos eminentemente regulatórios, como os impostos do comércio exterior e o Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), todos se sujeitariam a essa regra de anterioridade.

A proposta abriga também a fixação de prazo máximo para solução de consultas junto a órgãos do governo e a possibilidade de compensação de precatórios e títulos públicos com créditos inscritos na dívida ativa. “A receita não será afetada, pois há liquidez”, garante o ex-secretário da Receita Federal. Dando maior transparência às operações, o texto sugerido quer que o programa da Receita Federal para declaração do Imposto de Renda

PROGRAMA DE SIMPLIFICAÇÃO E RACIONALIZAÇÃO DO SISTEMA TRIBUTÁRIO

Confira os 20 itens contemplados pela proposta da FecomercioSP, elaborada pelo especialista Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, para aperfeiçoar o sistema tributário brasileiro. As propostas serão encaminhadas, aos poucos, ao Congresso Nacional.

- 1.** *Vedação do uso de Medidas Provisórias (MPs) em matéria tributária e instituição do princípio da anterioridade plena;*
- 2.** *Limitação às exigências de obrigações acessórias;*
- 3.** *Fixação de sanções para obrigação de consolidar anualmente a legislação de cada tributo (art. 212 do CTN);*
- 4.** *Fixação de prazo máximo para solução de consultas;*
- 5.** *Instituição da obrigação de justificar a ineficácia de consultas;*
- 6.** *Obrigatoriedade da compensação universal de tributos, no âmbito de cada ente federativo;*
- 7.** *Possibilidade de compensação de precatórios e títulos públicos com créditos inscritos na dívida ativa, no âmbito de cada ente federativo;*
- 8.** *Equivalência entre os encargos aplicáveis às restituições e ressarcimentos e aos pagamentos de tributos em atraso;*
- 9.** *Obrigações de informar previamente à declaração do Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF) os critérios para retenção em malha;*
- 10.** *Instituição, em âmbito nacional, do conceito de empresa preponderantemente exportadora, visando ao diferimento obrigatório dos tributos indiretos;*

- 
- 11.** *Regras sobre a imputação de responsabilidade;*
 - 12.** *Exigência de justa causa e mandado específico nos procedimentos de fiscalização;*
 - 13.** *Premiação da boa conduta fiscal;*
 - 14.** *Limitação das hipóteses de anistia e remissão;*
 - 15.** *Unificação cadastral;*
 - 16.** *Simplificação dos procedimentos de inscrição e baixa de contribuintes;*
 - 17.** *Nova conceituação de certidões fiscais, vedada sua utilização como sanção política;*
 - 18.** *Restrições à redução de base de cálculo do ICMS e do ISS;*
 - 19.** *Revisão dos limites de receita bruta do Simples e do Lucro Presumido e fixação de regras de transição entre esses regimes;*
 - 20.** *Proposta para revisão das regras aplicáveis à competição fiscal.*



Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, e autor de uma proposta com 20 itens, apoiada pela FecomercioSP, que transforma o ambiente tributário do País

da Pessoa Física seja obrigado a informar ao contribuinte, previamente, os critérios para retenção em malha.

Vale-tudo entre Estados

Um dos pontos mais importantes tocado pela proposta da FecomercioSP, a guerra fiscal, teve mais um *round* no início de junho. O Supremo Tribunal Federal (STF) julgou 14 ações diretas de inconstitucionalidade de seis Estados, mais o Distrito Federal, para dar fim à briga entre entes federativos por causa do Imposto sobre operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de

Serviços (ICMS) de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação. Segundo o STF, qualquer tipo de benefício que não esteja na Lei Complementar nº 24 é inconstitucional e não deve ser concedido. Gandra Martins acredita que a posição do STF não será respeitada pelos Estados. “A decisão do Supremo, que é absolutamente correta em princípio, traz problemas incalculáveis. Se não houver efeitos prospectivos a serem definidos, todas as empresas que se instalaram em todos os Estados, nesses últimos cinco anos, estarão duplamente vulneráveis”, observa.

Para o presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP, o ICMS é um im-

“ A DECISÃO DO SUPREMO, QUE É ABSOLUTAMENTE CORRETA EM PRINCÍPIO, TRAZ PROBLEMAS INCALCULÁVEIS. SE NÃO HOVER EFEITOS PROSPECTIVOS A SEREM DEFINIDOS, TODAS AS EMPRESAS QUE SE INSTALARAM EM TODOS OS ESTADOS, NESSES ÚLTIMOS CINCO ANOS, ESTÃO DUPLAMENTE VULNERÁVEIS ”

posto regionalizado de vocação nacional, que causa impacto em outros Estados e, por isso, deveria ter alíquota única, “para evitar turismo de notas”, e, efetivamente, uma divisão entre Estados exportadores e importadores.

Essa ideia não é bem vista pelos governadores, uma vez que o ICMS constitui a principal base de financiamento dos Estados e principal instrumento utilizado para atração de investimentos, pois não há mais políticas regionais de desenvolvimento por parte da União. “Há um claro fracasso das políticas de desenvolvimento regional, inclusive dos incentivos fiscais federais”, ressalta Maciel.

De acordo com ele, retirar o incentivo





Ives Gandra Martins, presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP, defende que o ICMS tenha alíquota única para evitar “turismo de notas” entre os Estados

“ SEI QUE CONTRARIA
TODA A ORTODOXIA
E TODA A DOCTRINA
SOBRE OS IMPOSTOS
SOBRE VALOR AGREGADO,
MAS NÃO VEJO POR QUE,
DENTRO DE REGRAS
BEM DEFINIDAS, TER
RESTRICÇÃO A CONCEDER
INCENTIVOS FISCAIS
COM BASE NO ICMS. O
CONVÊNIO CONFAZ 28,
DE 17 DE DEZEMBRO DE
1981, ESTABELECEU REGRAS
NACIONAIS PARA
A CONCESSÃO
DE INCENTIVOS FISCAIS
NO ICMS, APROVADO
POR UNANIMIDADE,
COM REGRAS BEM
DEFINIDAS. A QUESTÃO
CENTRAL É LEGALIDADE
E ILEGALIDADE ”

fiscal da mão do governador é extrair quase todo o poder que ele tem hoje. “Vamos levar em conta esse fato e a questão da ineficácia dos incentivos federais. Sei que contraria toda a ortodoxia e toda a doutrina sobre os impostos sobre valor agregado, mas não vejo por que, dentro de regras bem definidas, ter restrição a conceder incentivos fiscais com

base no ICMS”, afirma. “O Convênio Confaz 28, de 17 de dezembro de 1981, estabeleceu regras nacionais para a concessão de incentivos fiscais no ICMS, aprovado por unanimidade, com regras bem definidas. A questão central é legalidade e ilegalidade.”

Outra ação proposta é estabelecer que todos os incentivos passados por Estados ficariam garantidos, mas não no futuro, para não gerar deslealdade na competição com o novo regime a ser proposto.

O ex-secretário da Receita Federal lembra que nem sempre foi assim e que nos anos 1970 e 1980 não existia guerra fiscal. “Houve uma desarticulação na época do governo do ex-presidente Fernando Collor, quando da extinção da Secretaria de Economia e Finanças do Ministério da Fazenda, que, a despeito desse nome, era a secretaria que coordenava nacionalmente o ICM e posteriormente o ICMS. E, no Ministério do Planejamento, a Secretaria de Articulação com os Estados e Municípios (Sarem) cuidava de qualquer outra questão que não especificamente ICMS. Então, faltou contato.”

O projeto debatido na Fecomercio também propõe restrições à redução da base de cálculo do Imposto Sobre Serviços (ISS) e a unificação de cadastros municipais, estaduais e nacionais. O projeto será finalizado em breve para então ser apresentado em conjunto com outras entidades da sociedade civil ao Congresso. Serão propostas fatiadas, com foco específico, e, espera-se, com maior capacidade de tramitação e aprovação no ambiente político. A reforma ideal nunca chegará se, antes, for iniciado um processo de arrumação da estrutura tributária. De grão em grão, como recomenda a cautela política. ■

FAÇA COMO O HOSPITAL SAMARITANO. CONTRATE OS SERVIÇOS IN COMPANY DO SENAC.

"Através do Senac aumentamos as chances e oportunidades de formar profissionais preparados para serem líderes. Estamos muito satisfeitos com esta parceria e vislumbrando novos cenários."

Mozar de Leone Mauro

Superintendente de Recursos Humanos
do Hospital Samaritano.



SENAC E HOSPITAL SAMARITANO. UMA PARCERIA DE TALENTO.

A área da saúde passa por grandes transformações mercadológicas, demandando novas competências de gestão e exigindo líderes cada vez mais qualificados. Pensando nisso, o Senac, em parceria com o Hospital Samaritano, customizou o Programa de Desenvolvimento de Novos Talentos. Um projeto com foco na construção e desenvolvimento de profissionais na área de gestão, capacitando-os a concorrer em futuras vagas de líderes dentro da organização. Uma parceria tão bem-sucedida que, em sua primeira turma, 40% dos participantes obtiveram promoções para cargos de liderança e carreira técnica.

Procure as soluções educacionais corporativas do Senac e ajude a levar o compromisso com a educação do país para dentro da sua empresa.

- Vencedor do Top of Mind, nos últimos oito anos, na categoria Treinamento e Desenvolvimento;
- Há 65 anos atuando no mercado educacional;
- Somente em 2010, capacitou mais de 50 mil pessoas em turmas corporativas;
- Projetos educacionais com a qualidade que a sua empresa e seus colaboradores precisam;
- Equipe especializada na construção de soluções educacionais sob medida;
- Cursos disponíveis também na modalidade a distância.



senac
são paulo

0800 707 1027
www.sp.senac.br/corporativo

Entre terremotos e furacões, físicos e financeiros

O economista William Handorf, do Departamento de Finanças da The George Washington University e ex-diretor do Fed, esteve inquieto durante visita ao Brasil **Por Enzo Bertolini**

Quando se vive no exterior por algum tempo, aprende-se a reconhecer certas nacionalidades apenas pelo formato do rosto ou pelo jeito de se vestir. Pode-se dizer que William Handorf é um americano típico. Rosto fino, olhos azuis, cabelo liso e penteado para o lado. Provavelmente herança do tempo da colonização britânica.

Handorf vestia um terno escuro, camisa branca e gravata listrada vermelha. Parecia agitado antes do evento no qual seria o principal palestrante. Conversava com a responsável pela organização e a orientava sobre a ordem de sua apresentação e questionava como funcionaria o equipamento de *slides*.

“Como tem sido sua passagem por São Paulo? Tem aproveitado?”, perguntei, tentando gentilmente aproximar-me. “Não tenho

tido muito tempo para isso e minha atual preocupação é o terremoto nos Estados Unidos”, respondeu. A magnitude da preocupação correspondia aos 5,8 graus na Escala Richter, o tremor que havia atingido o Estado da Virgínia e pôde ser sentido em vários pontos dos Estados Unidos, principalmente na capital americana, onde mora e leciona no Departamento de Finanças da The George Washington University.

“Minha esposa me disse que nossa chaminé foi destruída e os tijolos se espalharam pelo telhado”, acrescentou, com a testa levemente franzida. “O furacão Irene pode chegar até minha casa.” Retruquei: “Então, o local mais seguro para estar neste momento é o Brasil”. “Preciso voltar”, ele disse. “Meu casamento não irá durar se eu passar dois



desastres naturais longe de casa. O primeiro foi imprevisível, então, estou perdoado. Mas o segundo, não. Preciso retirar os tijolos do telhado, senão, quando o furacão passar, vão se transformar em mísseis contra o meu carro.” Havia uma clara metáfora nas preocupações do economista. Difícil, porém, saber qual terremoto ou furacão, físico ou financeiro, o inquietava mais. “O pior que pode estar por vir”, adicionou, sem deixar claro se a referência era do turbilhão financeiro, dos estragos a serem feitos pelo furacão ou – provavelmente – sobre ambos.

O plenário da FecomercioSP estava lotado e todos aparentemente ansiosos por ouvir o economista. Organizado pela entidade em parceria com a Ordem dos Economistas do Brasil (OEB), o evento, ocorrido em 24 de agosto, tratava sobre o gerenciamento de capital na economia global e analisava sinais importantes para avaliação de problemas em instituições financeiras. As recomendações do Comitê de Supervisão Bancária do Bank for International Settlements (BIS, o Banco Central dos bancos centrais), conhecidas como “Basileia III”, também foram abordadas por Handorf em sua apresentação.

Paulo Rabello de Castro, presidente do Conselho de Planejamento Estratégico da FecomercioSP, abriu o evento falando sobre a crise americana de 2008, que, para ele, já mostrava sinais em 2001, quando o Federal Reserve (Fed, o banco central americano) apenas baixou a taxa de juros para 1% para combater o processo de recessão. “Quando a agência Standard & Poors reduziu a nota americana de AAA para AA+, o mercado reconheceu em parte a necessidade de fazer o recuo, mas outros criticaram o gesto da

agência dizendo que isso ampliaria a crise”, afirmou. Handorf ouviu atentamente e concorda quando ele diz que as agências de risco, inclusive a do próprio Castro (SR Rating), não têm conseguido perceber com antecedência sinais de crises nos países.

O presidente da OEB, Manuel Henrique Garcia, lembrou que desde 2010 o tema do debate era se a economia americana entraria em um *double dip* (duplo mergulho, ou reingresso à recessão após uma breve pausa) e disse esperar que o terremoto que havia atingido os Estados Unidos não se estendesse ao sistema financeiro. Mostrando preocupação com a turbulência no mercado de capitais, Milto Bardini, conselheiro da Associação Brasileira de Bancos (ABBC), adicionou esperar que as diretrizes do acordo Basileia III possam tornar o sistema bancário mundial mais sólido, na esperança de que não haja mais casos como a quebra do banco Lehman Brothers, de setembro de 2008 e que desencadeou todo o processo de crise global. Durante essas falas, a fisionomia do economista parecia distante, em quase neutralidade. Qual terremoto vinha em sua mente? Ele optou por não falar.

Iniciou sua apresentação com um pedido de desculpas, “uma coisa que alguém seria incapaz de fazer no meu país”, assumindo para si um problema deflagrado por sua nação. Segundo ele, algumas mudanças nas políticas regulatórias estão ocorrendo com a Basileia III e ele acredita que haverá uma Basileia IV e V. “Muitos dos problemas ocorreram por causa da incapacidade dos bancos, dos reguladores e das agências de *rating* de identificarem os riscos no sistema financeiro. Tivemos muitos outros setores que precipitaram tais problemas, por exemplo, o

PARA WILLIAM HANDORF,
A DEMORA DO
CONGRESSO
E DA ADMINISTRAÇÃO
OBAMA SOBRE
O AUMENTO
DO TETO DA DÍVIDA
AMERICANA ELEVOU
AS INCERTEZAS
EM BANCOS E EMPRESAS.
O DÉFICIT AMERICANO
ESPERADO PARA
O FINAL DE 2011
É DE US\$ 1,6 TRILHÃO,
O QUE REPRESENTA
APROXIMADAMENTE
11% DO PRODUTO
INTERNO BRUTO (PIB).
APENAS COMO EXEMPLO,
UM PAÍS PARA INTEGRAR
A UNIÃO EUROPEIA
NÃO PODE TER MAIS
DO QUE 3% DO PIB
EM DÍVIDAS

sistema imobiliário comercial, de escritórios e shopping centers, o de hotéis, o petroleiro e o agrícola. Muitos anos atrás eram vocês, a Argentina, o México e a Rússia que causavam problemas. Os nossos ocorrem em casa.”

Terminado o debate, Handorf atendeu a imprensa na sala VIP, juntamente com os outros convidados. O foco esteve na taxa americana de juros que continua baixa apesar da constante desvalorização do dólar. A diferença entre o que a sociedade americana quer e o que o governo de Barack Obama tem feito incomoda o economista, que não se importa em criticar a política financeira do país dele.

Cartas na mesa

O período da tarde reservou um almoço privado, onde Handorf teve a oportunidade de desenvolver conversa mais detalhada com presidentes e representantes de bancos brasileiros de investimento. O economista americano estava agitado, pois muitos o abordaram para rápidas conversas. Se mostrou paciente em ouvir e esforçado em compreender o inglês algumas vezes carregado de sotaque dos interlocutores.

Handorf foi o centro das atenções enquanto caminhava em direção à sala onde foi servido o almoço. Muitos dos convidados já estavam presentes e conversavam animadamente. Pouco antes do início, com gentileza atendeu a um último jornalista atrasado. Após duas respostas, retornou à sala para dar início ao evento *prime*.

Ao posicionar-se no topo da mesa, o economista americano tinha ao seu lado direito Francisco Coelho, diretor Educacional e de Negócios da ABBC, seu anjo da guarda duran-



te a estadia em São Paulo e quem o tem ajudado nos muitos eventos por onde frequenta. À sua esquerda estava o editor-assistente de Economia de O Estado de S. Paulo, Leandro Modé, com quem Handorf conversa ao longo do almoço, entre outros convidados.

Handorf agradeceu a presença de todos e recomendou que se servissem de outra taça de vinho, pois a história que tinha para contar não era das melhores. Já se passaram quase dois anos desde a declaração oficial do fim da recessão americana pelo Comitê de Política Monetária do Fed. “Se já passou, por que ainda não nos sentimos bem?”, indagou. “Porque estamos na fase de recuperação, que se não é tão ruim, também não significa que a economia americana vai crescer rapidamente.” A economia dos Estados Unidos não está estagnada como em 2008 e 2009, mas esse ano também não cresce como o esperado e a confiança americana não é mais a mesma, alertou. “Americanos são otimistas por natureza, mas não estamos nos sentindo bem desde 11 de setembro de 2001.”

Para Handorf, a demora do Congresso e da administração Obama sobre o aumento do teto da dívida americana elevou as incertezas em bancos e empresas. O déficit americano esperado para o final de 2011 é de US\$ 1,6 trilhão, o que representa aproximadamente 11% do Produto Interno Bruto (PIB). Apenas como exemplo, um país para integrar a União Europeia não pode ter mais do que 3% do PIB em dívidas.

Especialista em finanças do setor imobiliário, Handorf tem propriedade para falar sobre esse assunto. Diretor do Fed entre 2001 e 2006, testemunhou o estouro da bolha imobiliária no país. Embora não tivesse poder nas

decisões da política monetária da instituição, assistiu de perto a equivocada política norte-americana de dar crédito para qualquer cidadão, a qualquer custo, dentro ou não de suas possibilidades. Ele contou que aos bancos locais não importava se o mutuário não tinha recursos suficientes que comprovassem suas condições financeiras para adquirir um imóvel. Seu relato chegou a parecer anedótico, principalmente considerando-se o retrato da maior economia do planeta: “Se você tinha um piano em casa, diziam que você dava aulas de piano. Se você gostava de cachorros, diziam que você trabalhava levando cachorros para passear. Tudo era feito para que cada americano tivesse sua casa, não importava a que custo”. Produtos eram criados pelos bancos para cobrir os buracos deixados por famílias que não suportavam as condições de pagamento. E assim, o sonho prosseguia. “Não fizemos um bom trabalho na fiscalização de nossas maiores instituições bancárias.”

Sem ele próprio tomar um gole do vinho, admitiu: “Provavelmente, tudo o que você ouviu sobre o mercado imobiliário americano está muito otimista”. Os preços de imóveis caíram em média 35% e alguns imóveis valem menos do que tem sido pago por eles. As vendas caíram 75%. O burburinho na sala é instantâneo. “Eu pergunto a vocês: se a sua receita caísse 75%, como isso te afetaria?”

Apesar desse cenário nebuloso, ele disse enxergar um futuro melhor para o setor. “Há milhares de jovens na faixa dos 20 aos 30 anos que não gostariam de estar morando com os pais, nem os pais gostariam que eles estivessem lá. Assim que a economia melhorar um pouco, eles devem sair de casa.” Na crise, todo sinal de otimismo é importante.

“ SERÁ UMA
RECUPERAÇÃO DOLOROSA
E LENTA DA ECONOMIA
AMERICANA
PORQUE NOSSA CRISE
MAIS PROFUNDA FOI
NO PRINCIPAL SETOR
DE NOSSA ECONOMIA,
O QUE TAMBÉM
É NO BRASIL, O SETOR
DE CONSUMO ”

Firme em sua fala, Handorf citou o desemprego de cerca de 8 milhões de americanos como o causa maior para a economia caminhar a passos de tartaruga. Embora algumas vagas tenham sido criadas e muitos bancos tentem manter os funcionários, o economista afirmou esperar por alguns incentivos fiscais, de longo prazo, para estimular as empresas a criarem postos de ocupação.

A corrida presidencial em 2012 fará com que a economia piore no ano que vem, projetou Handorf. “Será uma recuperação dolorosa e lenta porque nossa crise mais profunda foi no principal setor de nossa economia, o que também é no Brasil, o setor de consumo”, pontuou. Ele admitiu, porém, que não ficará surpreso se surgirem alguns novos nomes para a candidatura dos partidos à Presidência e nem deu como certa a reeleição de Obama.

Terceiro homem mais rico do mundo, Warren Buffett defendeu recentemente em um artigo que o governo americano pare de

mimar os ricos e aumente os impostos para esse grupo. Em atitude semelhante, Handorf afirmou que americanos aptos a receber a aposentadoria, mas que ainda trabalham, devem continuar contribuindo para a previdência e não demandem o dinheiro público. Apesar disso, reconheceu que recebe aposentadoria, mesmo ativo. O mesmo debate ocorreu na França recentemente e é tema de constantes discussões no Brasil. “A chance de uma recessão aumentou por causa da incapacidade de agir do governo americano. Isso poderia ter sido evitado.”

Andre Jafferian Neto, presidente do Banco Sofisa, comentou que alguns economistas dizem que inflação é a única maneira de os Estados Unidos saírem do buraco e pergunta a Handorf o que ele pensava a respeito. “Em parte, o Fed tentou fazer isso nos últimos dois anos, buscando reverter a expectativa de deflação. Isso ajudaria a resolver alguns dos problemas do mercado imobiliário, entretanto, a previsão de inflação para este ano beira os 3%, o que já é bem alto para o nosso padrão.”

No final do almoço, Handorf inverteu a ordem e passou a perguntar aos presentes o que ele, como economista, político e americano, deveria ficar em alerta sobre o Brasil. A política de investimento brasileira e a crescente dívida interna foram apontadas pela maioria dos presentes.

O encontro terminou e todos pareceram refletir sobre o que ouviram. Dali, o economista americano seguiu direto para o aeroporto para pegar o voo antecipado em 48 horas. Estava preocupado em gerir seus próprios terremotos e furacões pessoais, sem ter a certeza, assim como na turbulência financeira, sobre qual seria o desfecho final. ■



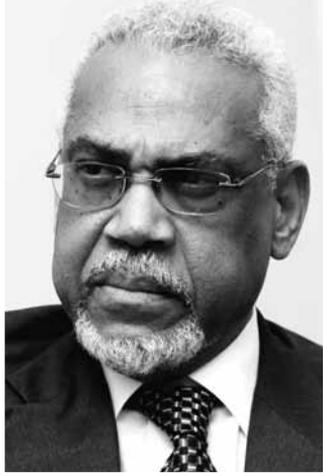
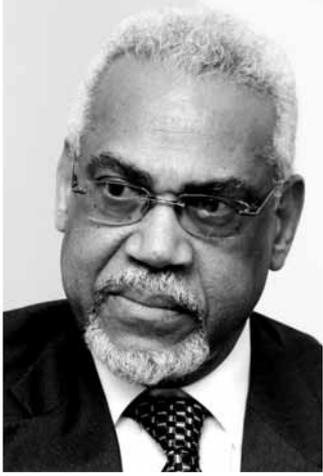
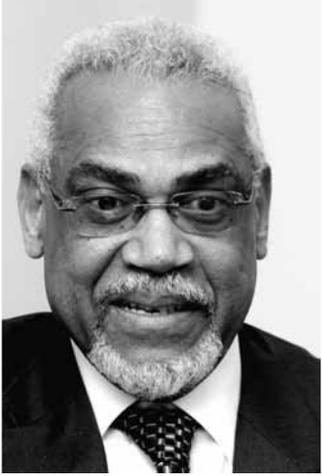
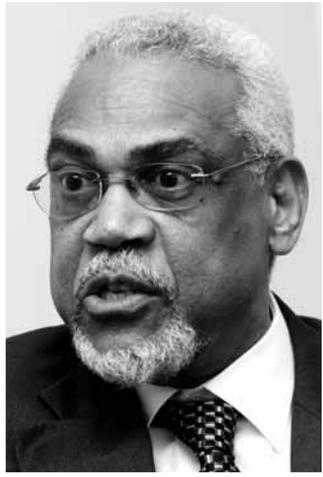
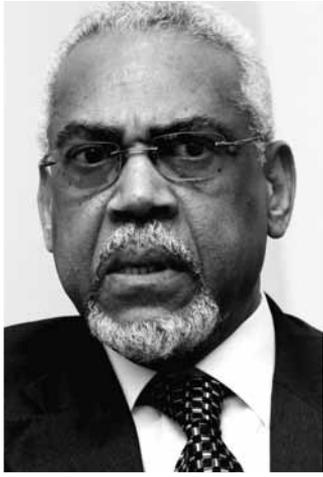
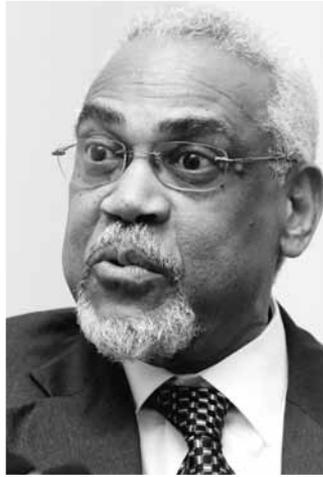
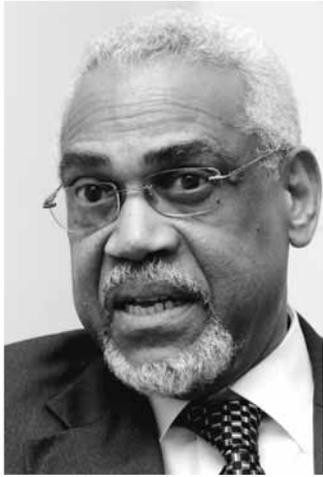
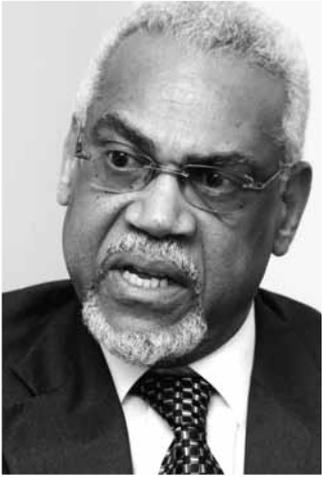
“O desafio é motivar as PMEs do Brasil a irem para Moçambique”

Embaixador da República de Moçambique no Brasil avalia as oportunidades de negócio entre os dois países e aposta no poder de Brasil, China e Índia para alavancar outras economias **Por Raphael Ferrari**

Murade Murargy foi o primeiro diplomata moçambicano a vir ao Brasil, quando ele ainda estava no começo de sua carreira e o País enfrentava a hiperinflação. Aos 65 anos, Murargy já atuou como embaixador da República de Moçambique residente na França, mas respondendo ainda pela Alemanha e Suíça, entre outras nações. Também representou o país junto aos governos da Tunísia, Costa do Marfim, Senegal, Irã e Palestina, antes de se tornar embaixador residente no Brasil em 2005.

Responsável pelas relações diplomáticas moçambicanas em toda a América do Sul,

Murargy esteve na FecomercioSP em 18 de agosto, quando participou do seminário “Oportunidades de Negócios em Moçambique”. Conciso, frente aos empresários que estiveram no evento, o embaixador comparou as relações entre as duas ex-colônias portuguesas como um investidor analisando os impactos que a fusão de duas empresas teria no mercado. Depois, em uma conversa reservada, se mostrou mais idealista, apaixonado por seu país e com uma forte esperança de que uma parceria com o Brasil alavanque a economia moçambicana. Veja o que ele disse com exclusividade à **Conselhos**.



MOÇAMBIQUE DISPONIBILIZOU UMA ÁREA DE 6 MILHÕES DE HECTARES, EM REGIME DE CONCESSÃO, PARA AGRICULTORES BRASILEIROS. QUAIS AS VANTAGENS E OS RISCOS?

1

As vantagens são, primeiro, uma terra boa para o plantio concedida quase gratuitamente (R\$ 21 por hectare por ano) por 50 anos, renováveis por mais 50 e mais 50 anos. Depois, todas as infraestruturas que o empresário instalar são de propriedade dele e, ainda que não possa vender a terra, pode vender as estruturas e o direito de exploração daquele espaço a preço de mercado. A produção dessas terras não precisa ser destinada somente para o mercado interno: há a África, o Oriente Médio e a Ásia. Os impostos de Moçambique são menores do que os brasileiros, há isenções fiscais e empréstimos facilitados. Muitas vantagens, portanto. O único cuidado é que o Brasil fica longe, mas o risco do investimento é praticamente zero.

UMA DAS POUCAS RESTRIÇÕES FEITAS NAS CONCESSÕES DO GOVERNO DE MOÇAMBIQUE AOS EMPRESÁRIOS BRASILEIROS É A CONTRATAÇÃO DE 90% DE MÃO DE OBRA LOCAL. QUAL O IMPACTO DESTA POLÍTICA NOS NÍVEIS DE EMPREGO E RENDA?

3

É evidente que esperamos um crescimento muito forte nos níveis de emprego e de renda. Inúmeros trabalhadores deverão ser contratados para cuidar do plantio, da colheita, da distribuição, da logística e de diversas outras tarefas e isso, logicamente, mexe com o mercado interno de um país, aquece a sua economia. Agora, essas são as vantagens normais. Quando mais pessoas chegam ao mercado de trabalho, há um aumento na renda da população, é natural. A nossa aposta, o que esperamos resolver, é o problema de abastecimento alimentar em Moçambique.

PARA O EMPRESÁRIO BRASILEIRO, O QUE É MAIS ATRAENTE EM MOÇAMBIQUE? O NOVO MERCADO CONSUMIDOR, A POSSIBILIDADE DE EXPORTAR MAQUINÁRIO E TECNOLOGIA OU A PONTE PARA OUTROS MERCADOS COMO O CHINÊS E O INDIANO?

2

É uma mistura de tudo isso. O mercado de Moçambique tem pouco mais de 22 milhões de consumidores. Mas, além disso, entrar em Moçambique significa ter acesso a um mercado local, que conta com cerca de 300 milhões de consumidores espalhados por outros 14 países que fazem parte do SADC (Comunidade para o Desenvolvimento de Países Sul-africanos, sigla em inglês). A produção que for feita pelas empresas brasileiras instaladas em Moçambique seria destinada ao mercado local, mas não ficaria restrito a este, podendo ser negociada com o mercado regional (para o qual os impostos são praticamente nulos) e, se houver excedentes, aos mercados da Ásia e Oriente Médio. Isso com um custo de transporte muito reduzido, já que esses mercados estão mais próximos de Moçambique do que do Brasil. Além disso, também temos as portas abertas para negociar com Europa e Estados Unidos. Essas possibilidades fazem o mercado de Moçambique estratégico para parceiros, como o Brasil.

A CORRENTE DE COMÉRCIO BRASIL/MOÇAMBIQUE, EM 2010, FOI DE US\$ 42,38 MILHÕES, SENDO A BALANÇA COMERCIAL FAVORÁVEL AO BRASIL COM SALDO DE US\$ 38,37 MILHÕES. QUAL A IMPORTÂNCIA DESTA RELAÇÃO? QUANTO E COMO ELA PODE CRESCER?

4

As relações comerciais entre Brasil e Moçambique ainda são muito desequilibradas, desiguais. Para equilibrá-las, os dois governos decidiram, recentemente, verificar quais são os produtos que o Brasil importa de outros países e que poderia passar a importar de Moçambique. Este é o primeiro passo. O segundo é determinar o que nós, em Moçambique, precisamos fazer para suprir essa, digamos, demanda brasileira e produzir tais insumos. Para cumprir com essa segunda etapa, estamos buscando formas de atrair empresas brasileiras para Moçambique, que é um país que tem matéria-prima disponível, tanto agrícola como não agrícola, para que elas produzam e comercializem esses produtos no mercado interno, mas também os exportando para outros países da África, Ásia, Oriente Médio e, principalmente, para o Brasil. Esta é a nossa ideia para fazer essa corrente de comércio crescer e também para equilibrar a balança comercial. Agora, temos que enfrentar o desafio de motivar as pequenas e médias empresas do Brasil a irem para Moçambique. O que, apesar de tudo o que já apontamos, é especialmente difícil porque elas têm o mercado interno brasileiro, onde existe um grande potencial para crescimento. Precisamos de fortes atrativos para levá-las a produzir em outro local.

QUAL A IMPORTÂNCIA POLÍTICA, PARA O BRASIL, DE ESTREITAR RELAÇÕES COM OS PAÍSES AFRICANOS, EM ESPECIAL COM MOÇAMBIQUE, PARA SUAS PRETENSÕES NO CONSELHO DE SEGURANÇA DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU)?

5

As relações econômicas internacionais no mundo, neste momento, passam por uma intensa reformulação. A tendência é diversificá-las. Queremos desenvolver as relações Sul-Sul. O Brasil, a Índia, a China, esses países têm uma enorme capacidade de alavancar os outros. Não é fazer uma luta contra o Norte. Não queremos isso. Mas o Sul tem grandes potências e um grande potencial de desenvolvimento. Quanto às pretensões a um assento no Conselho de Segurança, é evidente que o Brasil, por ser um país que faz parte da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, tem todo o nosso apoio. Além da língua, temos muito em comum, principalmente nos setores de educação e saúde, já que inúmeros moçambicanos vêm ao Brasil para fazer seus mestrados e doutorados nessas áreas. A Fiocruz (Fundação Instituto Oswaldo Cruz), por exemplo, tem seu único laboratório fora do Brasil situado em Moçambique. Para nós, é extremamente importante que o Brasil esteja lá. Vamos apoiar o Brasil, não tenha dúvidas.

Política em tons de cinza

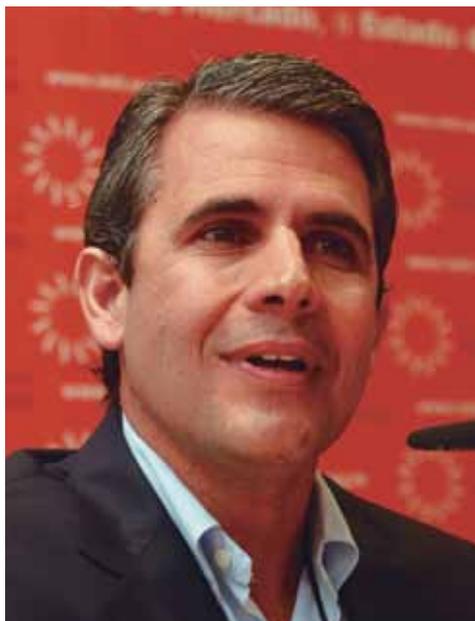
Crise de representatividade motiva debate sobre as reais necessidades de se reestruturar o sistema político brasileiro
Por Raphael Ferrari



Muito tem sido dito a respeito da necessidade de o Brasil realizar uma reforma política. A própria **Conselhos** produziu diversas reportagens sobre o assunto, motivada pelos muitos debates promovidos pela FecomercioSP acerca da política no País, apresentando a opinião de juristas renomados, como o presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP, Ives Gandra Martins, e do presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Ricardo Lewandowski, entre outros especialistas que analisaram a questão da representatividade e da estrutura de poder do País. Quase sempre, entretanto, o discurso se resume ao preto no branco: o sistema atual é ruim e precisa ser mudado.

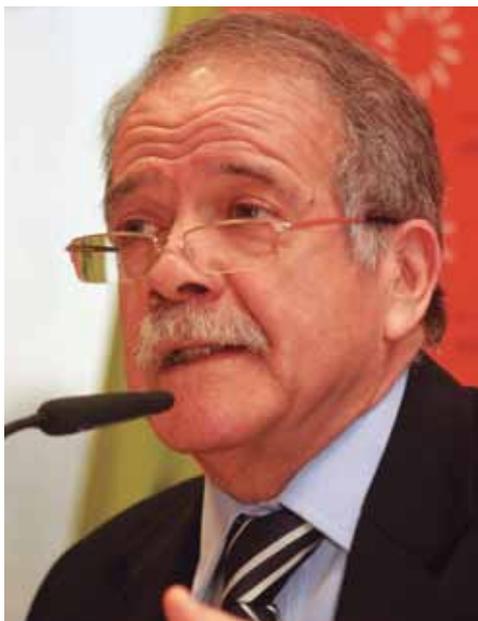
Entre os principais vícios do modelo representativo adotado atualmente, a existência de legendas de aluguel, a formação de “caixa dois” nas campanhas eleitorais, o enfraquecimento do Congresso Nacional e o superpoder entregue ao chefe do Executivo são alguns dos problemas mais assinalados. Uma solução proposta tem sido a adoção do voto distrital. O sistema apregoado como a “salvação da lavoura”, inclusive por muitos políticos, pode, contudo, não ser a melhor resposta para esses problemas, nem a mais simples. Pode até não ser resposta, na verdade. O “7º Colóquio do Instituto Millenium, Voto Distrital ou Voto Proporcional”, realizado com o apoio da FecomercioSP em 13 de setembro, na sede da entidade, na capital paulista, mostrou que entre o preto e o branco, há diversos tons de cinza. E, talvez, algumas cores. Todo o conteúdo analítico desta reportagem foi retirado dos debates deste evento.

“Em 1980, ouvi essa mesma conversa, de que o Brasil vai ser salvo pelo voto distrital”,



Luiz Felipe D'Ávila, presidente do Centro de Liderança Pública

“SE ESTAMOS FALANDO DE GRUPOS ÉTICOS, RELIGIOSOS ETC., PT, PSDB, PMDB, DEM, ENFIM, OS GRANDES PARTIDOS, SÃO UM MOSAICO QUE REPRESENTA TODOS OS BRASILEIROS”



*Arnaldo Madeira, deputado federal (PSDB-SP):
é preciso acabar com a compra de votos*

“ O SISTEMA ATUAL
TRANSFORMA AS
ELEIÇÕES EM UMA
SAFRA AGRÍCOLA,
UM MOMENTO
DE REDISTRIBUIÇÃO
DE RENDA. O CIDADÃO
PENSA QUE O CANDIDATO
É BOM PORQUE VAI
AJUDAR SEU CLUBE
DE FUTEBOL ”

relembra o ex-governador de São Paulo e presidente do Conselho de Estudos Políticos da FecomercioSP, Claudio Lembo. “Não vai”, opina, ao apontar que o voto proporcional tem uma virtude muito forte, viabilizar a “qualquer Tiririca” a capacidade de se apresentar como candidato e disputar uma vaga para representar o povo. “Ele é o Brasil”, avalia, “e não há mal nenhum nisso”.

A figura do deputado Tiririca, eleito com mais de 1 milhão de votos, também foi utilizada como exemplo pelo diretor do Instituto Análise, Alberto Carlos Almeida. Este, entretanto, não demonstrou o mesmo apreço pelo parlamentar, ao afirmar que o brasileiro precisa parar de pensar que “tudo o que temos aqui é ruim, e tudo o que há lá fora é bom”. “Onde tem voto distrital, também tem Tiririca.” Almeida aponta que, desde 1993, 12 países abandonaram o voto majoritário distrital passando para o representativo. Só um fez o caminho inverso. “É um sistema que assegura a eleição para determinados candidatos, acabando com a competição”, critica. Segundo ele, 57% dos parlamentares eleitos nos Estados Unidos, país que utiliza o voto distrital, têm mais de 60% de vantagem sobre o segundo colocado, “quando há outro candidato”.

Almeida argumenta que, segundo cálculos próprios, o Partido dos Trabalhadores (PT) teria entre 55% e 60% das cadeiras no Congresso, caso o sistema fosse adotado. Os números se baseiam na “tese do Gerrymandering”, de que é impossível delimitar os distritos de forma não arbitrária. O termo foi cunhado a partir do nome do governador de Massachusetts em 1812, Elbridge Gerry, que ao desenhar os distritos do Estado dele de forma a beneficiar o partido no poder, de-

An aerial photograph of a rural landscape. The land is divided into a grid of rectangular fields, some green and some brown. In the center, there is a cluster of buildings, including a large red-roofed structure and several smaller houses. A road or canal runs through the fields, creating a central corridor.

SUDOKU

O desenho dos distritos e a redução do número de partidos são dois dos pontos mais polêmicos quando o assunto é voto distrital no Brasil. No entanto, um estudo do diretor-geral e sócio da Analítica Consultoria, Örjan Olsén, apresentado durante o “7º Colóquio do Instituto Millenium”, colocou em xeque esses conceitos.

Olsén dividiu o País em distritos com número de eleitores próximo ao quociente para eleição de um deputado federal ou estadual atualmente, usando dados censitários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), procurando respeitar os limites de municípios e de bairros. Em seguida, simulou qual teria sido o resultado desse sistema se aplicado o resultado das eleições de 2008 e de 2010, alocando os candidatos, no caso de vitória em mais de um distrito, naquele em que sua votação foi mais expressiva. “Foi como preencher um sudoku gigante”, compara.

Segundo o estudo, os Estados teriam, em média, oito ou nove partidos competindo pelas vagas de deputado federal, e cerca de 11 legendas pelas de deputado estadual. Em São Paulo, haveria nove partidos competitivos. Olsén acredita que a principal vantagem do modelo seria acabar com a sub-representação das capitais, mas também pondera que seria uma solução para acabar com outro problema do sistema atual: o de um eleitor votar em um candidato e acabar elegendo outro. “Hoje, os votos são tão dispersos que, no fundo, muitos dos eleitos não estão representando ninguém”, avalia.

ENTRE OS PRINCIPAIS
VÍCIOS DO SISTEMA
REPRESENTATIVO
ADOTADO ATUALMENTE,
A EXISTÊNCIA DE LEGENDAS
DE ALUGUEL, A FORMAÇÃO
DE “CAIXA DOIS” NAS
CAMPANHAS ELEITORAIS,
O ENFRAQUECIMENTO DO
CONGRESSO NACIONAL E O
SUPERPODER ENTREGUE AO
CHEFE DO EXECUTIVO SÃO
ALGUNS DOS PROBLEMAS
MAIS ASSINALADOS.

envolveu com um distrito em forma de salamandra (*salamander*, em inglês), que os jornais da época apelidaram de “Gerrymander”.

Contudo, basear as projeções políticas no modelo americano ou inglês é uma lógica pobre. Ao menos é o que defende Eduardo Graeff, mestre em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP). “É para dar risada.” Graeff pondera que as diferenças socioculturais que modelaram a origem dos países são muito diferentes para proporcionar uma base comparativa adequada, mas, “para quem gosta desse tipo de comparação, basta pensar que se o voto distrital fosse tão ruim, os Estados Unidos não estariam onde estão”.

Na opinião de Graeff, mais importante do que debater se o voto distrital enfraquece a competição, é notar que o eleitor está interessado nesse sistema porque não se sente representado pelo atual. “Em média, no Estado de São Paulo, somente 55% dos votos válidos foram para um candidato que se elegeu ao Congresso.”

Focar o debate na questão da representação é o ponto defendido pelo autor da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) para adoção do voto distrital, deputado Arnaldo Madeira (PSDB-SP). “Temos eleição, mas não representação.” Ele questiona como um suplente de senador, que ninguém conhece, pode assumir o cargo por sete anos, por exemplo, no caso da morte do titular no primeiro ano de mandato. Quem o suplente representa se ninguém votou nele? “As pessoas não se sentem representadas no Parlamento e cada vez mais pesquisas mostram isso.” São problemas como este e a frustração com a impunidade dos casos de corrupção que têm criado o desinteresse dos cidadãos pela política, segundo ele. A verdade é que o sistema atual não incentiva a cidadania, ou, como aponta Madeira, “transforma as eleições em uma safra agrícola, um momento de redistribuição de renda”. “O cidadão pensa que o candidato é bom porque vai ajudar seu clube de futebol, fazer um churrasco e dar R\$ 300 por mês para ele durante as eleições”, acusa.

Samuel Pessoa, sócio-diretor da Tendências Consultoria Integrada, por outro lado, reafirma que mudar o sistema representativo para o distrital iria propiciar um aumento da corrupção devido à expansão dos distritos, e eliminar a representação das minorias. “Sou contra uma mudança no *status quo* porque um sistema mais pesado, lento, como o nosso, tem a vantagem de gerar estabilidade política”, argumenta. “O sistema atual funciona bem.”

Um argumento descartado por José Álvaro Moisés, professor titular do Departamento de Ciência Política da USP. “Se o *status quo* fosse bom, não tínhamos adotado a Lei de Responsabilidade Fiscal e nem possibilitado



Carlos Pereira, professor titular da Escola Brasileira de Administração Pública da FGV: não existe um sistema político ideal, por isso ele deve ser escolhido pelo seu custo

“ HÁ UM *TRADE-OFF* (TROCA) ENTRE GOVERNABILIDADE E REPRESENTAÇÃO, QUE A SOCIEDADE DEVE AVALIAR. O PAÍS FUNCIONÁRIA MELHOR SE HOUVESSE 60 PARTIDOS, O QUE ENFRAQUECERIA A FIGURA DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA ”

a reeleição, que é, efetivamente, um referendo realizado no meio do mandato.” Moisés questiona, ainda, até que ponto as minorias são representadas atualmente.

Luiz Felipe D’Ávila, fundador e presidente do Centro de Liderança Pública (CLP), corrobora com a análise feita por Moisés, afirmando que a Lei de Responsabilidade Fiscal, criada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, promoveu uma mudança da cultura política no Brasil ao responsabilizar os governantes pela gestão dos gastos públicos, proibindo-os de gastar mais do que arrecadam. “Infelizmente, essa mudança não atingiu o Legislativo, devido ao nosso método de eleição.” D’Ávila acredita que para esta lei ter efei-

to no Legislativo seria preciso adotar o voto distrital, já que o sistema majoritário permite uma cobrança maior do candidato que é eleito diretamente, não por votos do partido.

Quanto à representação das minorias, o presidente do CLP sustenta que é importante definir o que, exatamente, são esses grupos. “Se estamos falando de grupos éticos, religiosos etc., PT, PSDB, PMDB, DEM, enfim, os grandes partidos, são um mosaico que representa todos os brasileiros”, pondera. “Agora, se por minoria as pessoas se referem aos partidos de aluguel, concordo que a minoria será excluída”, avalia. “Mas isso deveria ser encarado como algo positivo”, complementa.

O Brasil levou mais de 100 anos para alcançar um sistema político estável. Hoje descredito, frente a inúmeros escândalos de corrupção e problemas de representatividade, mas estável. “As pessoas gostam de pensar que pior do que está não fica, mas sempre pode ficar pior”, comenta o secretário-adjunto da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP), Bruno Reis. “É preciso pensar que o custo da instabilidade política pode ser a violência”, alerta. Reis julga que há, ainda, uma oneração exacerbada do sistema eleitoral no que diz respeito à corrupção. “O sistema eleitoral não deve ter o dever de acabar com a corrupção. Nenhum sistema tem poder para isso.” Para ele, corrupção é uma questão de educação, mas admite que o financiamento da campanha, tal como ela se dá hoje, é uma brecha muito grande para corruptos e corruptores.

Carlos Pereira, professor titular da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (Ebape-FGV), também defende a perenidade do sistema representativo adotado pelo Brasil. Para

ele, não existe sistema político ideal. Partindo desse pressuposto, Pereira limita a questão da escolha do sistema ao preço que deve ser pago para sua implantação. “Há um *trade-off* (troca) entre governabilidade e representação, que a sociedade deve avaliar.” O País funcionaria melhor, segundo ele, se houvesse 60 partidos, o que enfraqueceria a figura do presidente da República. Todavia, acredita que o Brasil alcançou uma consolidação da democracia, desde 1988, com a ausência de problemas de governabilidade e cooperação entre os poderes a baixos custos. “Por que mudar isso?”, indaga. Uma posição, no mínimo, controversa em um País em que se multiplicam as moedas de troca e os favores políticos para aprovação de qualquer lei.

O prefeito de Canoas, município do Rio Grande do Sul, Jairo Jorge (PT), argumenta que é preciso mudar, pois “as instituições e os sistemas eleitorais que temos hoje são frutos de outros tempos”. Ele argumenta que a internet é um mecanismo capaz de restabelecer a conexão entre público e privado tal qual existia na Ágora da Roma Antiga, e, com isso, criar uma esfera pública mais criativa e qualificada para representar a sociedade. A ideia é dar mais voz a sociedade se valendo de um meio onde todos têm voz. “A internet pode ser uma solução porque as pessoas têm a capacidade de debater tudo o que pensam”, concorda Lembo, que aponta a falta de conflito de ideias como um dos maiores problemas do País. “A esquerda morreu, a direita acovardou-se e o centro está muito confortável. Novas opções só podem surgir do debate, e isso já não acontece”, lamenta. Preto no branco, o Brasil vive uma crise de representatividade. Resta saber qual o melhor tom de cinza por onde seguir. ■



O novo mundo dos negócios é o mundo todo.

Quer explorar as oportunidades que o mundo oferece para sua empresa? A **Fecomercio Internacional** é um bom ponto de partida para os seus planos no mercado externo. Ela busca e identifica parceiros, estuda a viabilidade de implantação dos seus negócios, oferece informações sobre economias locais, facilita contatos com organizações internacionais, elabora planejamentos estratégicos e auxilia na participação de eventos.

Para mais informações envie um e-mail para contato@fecomerociointernacional.com.br ou ligue para (11) 3254-1760.



FECOMERCIO
Internacional

FECOMERCIO
Representa muito para você.



Ajustando o foco e inovando em economia criativa

É possível criar massa crítica em economia criativa sem uma grande discussão sobre o que o tema realmente abrange? No caso brasileiro, esse entendimento ainda é restrito. A abordagem do tema economia criativa remete imediatamente a dois pensamentos: I) isso tem a ver com a economia; II) se é matéria de economia, tem a ver com o governo. Pronto! A partir daí, todos se colocam numa postura contemplativa, muito típica, aliás, da nossa cultura, de esperar que o governo faça algo para deslanchar a nova economia. A pergunta é: mas o que falta ser feito nesse sentido?

O tema indústrias criativas chegou ao Brasil em 2004, exatos dez anos após o assunto ter sido levantado pela primeira vez na Inglaterra e, concomitantemente, na Austrália. Em ambos os casos, veio sob a égide de políticas públicas. Acredito que foi uma excelente ideia para redirecionar o foco do desen-

volvimento naqueles países, notadamente na Inglaterra, berço da revolução industrial, onde a competitividade da indústria já apresentava sinais de esgotamento.

Melhor do que replicar o modelo inglês é tentar entender o que de fato estava por trás da decisão do governo daquele país de orientar o desenvolvimento econômico nessa direção. Acredito que um dos motivos estratégicos foi, sem sombra de dúvida, a percepção de que o foco deveria ser direcionado para áreas e segmentos onde a Inglaterra fez e faz escola. De fato, se analisarmos os 13 segmentos desde então elencados pelo Partido Trabalhista inglês, encontramos: I) publicidade, II) arquitetura, III) mercado de artes e antiguidades, IV) artesanato, V) design, VI) moda, VII) filme e vídeo, VIII) música, IX) artes cênicas, X) publicações, XI) software, XII) rádio e TV, e XIII) jogos para vídeo e computador. Muito difícil para qualquer um de nós deixar de identifi-

car competências legítimas na Inglaterra em cada um desses setores.

Mas a economia criativa não se restringe a esses segmentos. O movimento, embora deflagrado na Inglaterra, já acontecia, de formas variadas, em vários países desenvolvidos de economia aberta que, diante da imposição da competitividade, haviam redirecionado o seu foco para o trabalho intelectual, deixando para as economias emergentes o trabalho relacionado à mão de obra barata. Quem melhor refletiu essa avaliação foi o cientista político e doutor em Planejamento Urbano, o norte-americano Richard Florida. Ele identificou que a economia dos EUA demanda mais de 30% de empregos em atividades relacionadas à capacidade intelectual. Num estudo publicado em 2002, Florida designou os profissionais demandados nessas atividades de “classes criativas”. Poucos países no mundo se aproximam dessa marca. No caso brasileiro as classes criativas representavam, à época, 8%.

O Instituto da Economia Criativa inovou em definir, já em 2006, que o foco dessa moderna economia não era apenas o relacionado às chamadas indústrias criativas, mas todo o conjunto de especialidades envolvendo processos, gestão, pesquisa e desenvolvimento, novas formas de desenvolver e organizar talentos e novos modelos de negócio, entre outros.

Depois das primeiras iniciativas e discussões no Brasil sobre o assunto, entre 2005 e 2007, todo esse debate volta à tona agora com a criação de uma secretaria da economia criativa dentro do Ministério da Cultura, que repercute no surgimento de organismos semelhantes nas respectivas secretarias de cultura estaduais e municipais.

É bastante denso o trabalho de planejamento realizado pela Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura, comandada por Cláudia Leitão, nessas definições. A conceituação e a escolha dos segmentos relacionados às indústrias criativas mostram muita coerência e pressupõem um papel forte do Estado na definição das respectivas políticas públicas. Outro ponto forte do trabalho é o entendimento do papel de articulação e fomento da Secretaria da Economia Criativa junto a outras secretarias do Ministério da Cultura e demais ministérios.

Voltando à pergunta inicial, o que falta ser feito nesse sentido? A moderna economia requer um aprofundamento da visão de longo prazo: o que é essencial para a sociedade brasileira posicionar-se na vanguarda dessa nova economia? Os elementos-chave da economia criativa estão relacionados à capacidade do País competir com o resto do mundo nessa nova fronteira. Alinhar conhecimento e criatividade em segmentos onde o Brasil possua competência legítima e capacidade de se diferenciar pela geração de valor percebido. Como foi dito, criatividade e inovação se aplicam a todas as áreas e segmentos de negócios. Ao lado dessas especialidades será igualmente necessário assumir a liderança em desenvolvimento de talentos, desenho de processos, sistemas de gestão e outros. A chave para isso tudo está em turbinar o sistema educacional e preparar empreendedores. E naturalmente, resolver os problemas estruturais que hoje nos colocam em clara posição de desvantagem competitiva em relação ao resto do mundo. ■

Presidente do Conselho
de Economia Criativa da FecomercioSP

Lucro a um clique

Com o impulso das compras coletivas e ingresso de novas camadas sociais no mundo digital, o comércio eletrônico segue em franca expansão no País

Por Thiago Rufino



O Brasil ocupa o quinto lugar no ranking de usuários de internet no mundo, atrás apenas de China, Estados Unidos, Japão e Índia. O comércio eletrônico vem se firmando como um dos sólidos pilares do varejo no País e o setor apresenta crescimento vertiginoso. Estima-se que, em 2010, existiam 73,9 milhões de internautas brasileiros e, em 2011, os serviços de banda larga devem saltar de 16 milhões para 45 milhões, incluindo os acessos via celular. Entre 2001 e 2009, o *e-commerce* teve expansão de 2.080%, ante 293% do comércio tradicional. No primeiro semestre de 2010, as vendas virtuais do País faturaram R\$ 7,8 bilhões, superando o faturamento total dos shoppings centers da Grande São Paulo que, no mesmo período, registraram R\$ 7,2 bilhões.

Neste ano, o comércio eletrônico deve movimentar R\$ 18,7 bilhões, sem contabilizar a arrecadação dos *sites* de compras coletivas. A evolução desse segmento no País foi debatido pela FecomercioSP e outros especialistas e empresários da área durante o encontro “*E-Commerce – Oportunidades e Tendências para o Mercado Brasileiro*”. Todo o conteúdo desta reportagem foi extraído do encontro realizado em 25 de agosto na sede da entidade, na capital paulista.

De acordo com dados da e-bit, organização pioneira na realização de pesquisas sobre hábitos e tendências de *e-commerce* no Brasil, neste ano, 4 milhões de pessoas fizeram sua primeira compra *online*, sendo que 61% pertencem à classe C. Para o segundo semestre é esperado o ingresso de mais 5 milhões de consumidores nesse mercado. O presidente do Conselho de Tecnologia da Informação da FecomercioSP para assuntos de *e-com-*

“JÁ EXISTEM INÚMEROS CASOS DE CONCORRÊNCIA DESLEAL, EM QUE UMA CONCORRENTE PUBLICA ANÁLISES FALSAS DE PRODUTOS SOMENTE PARA DETURPAR AS OUTRAS MARCAS. A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA AINDA NÃO CONSEGUE ACOMPANHAR A VELOCIDADE DAS MUDANÇAS PROMOVIDAS PELA INTERNET PARA PUNIR AS MÁIS PRÁTICAS”

merce, Pedro Guasti, revela que “hoje, 74% das classes A e B usam internet para compras e na classe C, a porcentagem já está próxima a 45%.” A expansão dos ‘*e-consumidores*’ continua em trajetória ascendente no Brasil. Apenas no intervalo entre 2007 e 2010, o número de compradores virtuais saltou de 9,5 milhões para 23 milhões, sendo que a expectativa para este ano é atingir 32 milhões de clientes virtuais.

A projeção da e-bit estima que em 2016 o comércio eletrônico no Brasil deva atingir a expressiva marca de R\$ 46,4 bilhões. E um dos motivos a justificar tal previsão de entrada de novos consumidores no mercado e aumento do número de transações é fruto de uma população mais confiante economicamente e também em relação ao ambiente digital. “Cerca de 70% dos ‘*e-consumidores*’ sentem-se mais seguros ao realizar compras na internet do que



Renato Opice Blum, presidente do Conselho de T.I para assuntos de segurança digital da FecomercioSP, a legislação brasileira não é rápida para coibir más práticas na internet

há dois anos”, informa Guasti. Essa relação de confiança entre os clientes e empresas é de grande valia para os negócios, uma vez que 81% dos usuários de internet no Brasil têm como finalidade realizar compras pela rede.

O consumidor digital tende a ser mais criterioso antes de realizar suas aquisições. Além da pesquisa por melhores preços e condições de pagamento, é comum buscarem informações detalhadas do produto na *web*, opiniões de outros compradores e, inclusive, os possíveis defeitos e deficiências que o item possa apresentar no futuro. O crescimento das transações virtuais faz com que, infelizmente, o número de ocorrências de fraudes e práticas ilegais também aumente, tanto por

empresas quanto consumidores. “Já existem inúmeros casos de concorrência desleal, em que uma concorrente publica análises falsas de produtos somente para deturpar as outras marcas”, explica o presidente do Conselho de T.I. da FecomercioSP para assuntos de segurança digital, Renato Opice Blum. Para ele, a legislação brasileira ainda não consegue acompanhar a velocidade das mudanças promovidas pela internet para punir as más práticas.

A expansão do *e-commerce* no Brasil não esbarra somente nos desafios de logística devido a crescente demanda, mas também pela carência de mão de obra qualificada. Dados da e-bit apontam que 63% das empresas do setor contrataram profissionais nos últimos

seis meses. Porém, 79% delas afirmam que os candidatos não atendiam todas as habilidades necessárias. Dos novos contratados, apenas 3% não precisaram de treinamento e somente a minoria (42%) declarou ter conhecimento sobre logística e expedição, o que aponta a necessidade de investimento e formação profissional na área.

O comércio eletrônico é uma linguagem nova e as organizações do segmento precisam de programadores, especialistas em marketing, publicidade digital, tecnologia e gestores de redes sociais, entre outros. O mercado cada vez mais valoriza esses profissionais, assegura Guasti. O segmento está aquecido, segundo ele: 34% dos profissionais do *e-commerce* recebem salários acima de R\$ 5 mil e 40% ocupam cargos de chefia como coordenadores (10%), gerentes (24%) e diretores (4%).

Em março do ano passado, chegou ao Brasil uma nova modalidade de compras pela internet, as compras coletivas. Resumidamente, essa forma de comércio virtual busca oferecer descontos para diversos produtos e serviços quando um determinado número mínimo de pessoas demonstra interesse em adquiri-los. Cerca de um ano e meio após o início das atividades no País, centenas de empresas do ramo foram criadas e os resultados têm sido bem melhores do que o esperado. “Em agosto do ano passado, o mercado vendia mais ou menos R\$ 4 milhões. Em novembro, vendeu R\$ 42 milhões e em julho deste ano, R\$ 108 milhões”, revela o presidente do ClickOn, Marcelo Macedo.

Para ele, a expansão foi vertiginosa tanto no faturamento quanto no número de pessoas que aderiram a essa modalidade de compra. “No primeiro plano de negócios, pen-



Pedro Guasti, presidente do Conselho de Tecnologia da Informação da FecomercioSP para assuntos de e-commerce

“ O MERCADO ELETRÔNICO CADA VEZ MAIS VALORIZA SEUS PROFISSIONAIS. O SEGMENTO ESTÁ AQUECIDO. 34% DOS PROFISSIONAIS RECEBEM ACIMA DE R\$ 5 MIL E 40% OCUPAM CARGOS DE CHEFIA ”

samos em chegar a 350 mil usuários no final de 2010, mas alcançamos mais de 3 milhões. O modelo surpreendeu porque boa parte das empresas provou essa experiência”, revela Macedo. O presidente do ClickOn também garante que a expansão da modalidade no Brasil não será passageira e o nicho deve manter o bom desempenho nos próximos anos. “Não é febre, mas uma nova forma de mídia e marketing que chegou para ficar e vai mudar o mercado daqui para a frente”, opina.

Ao longo dos últimos meses, foi possível traçar o perfil dos adeptos das compras coletivas no Brasil. A grande maioria é formada por mulheres com renda média familiar de R\$ 3,5 mil. “O poder aquisitivo normalmente é um pouco inferior ao do público do *e-commerce* padrão, e os consumidores são mais jovens e com menor escolaridade”, conta Guasti. E mesmo com as características diferentes dos tradicionais consumidores virtuais, os resultados mostram que esse segmento tem uma vantagem em relação às demais modalidades: a compra por impulso. Alguns clientes se sentem ‘tentados’ a fechar o negócio rapidamente pelos grandes descontos oferecidos e porque as ofertas têm prazo de validade de poucas horas.

Os empresários do setor lembram que será impossível manter a curva de crescimento apresentada no último ano. Entretanto, o faturamento esperado para 2011 é de R\$ 200 milhões. O sócio do Clube do Desconto, Ivan Martinho, demonstra otimismo e acredita em expansão de 110% em relação ao ano anterior. Parte do sucesso alcançado pelas empresas do segmento se deve ao alto retorno gerado por estratégias desenvolvidas em redes sociais e *e-mail* marketing, por exem-

EM MARÇO DE 2010,
CHEGOU AO PAÍS
UMA MODALIDADE DE
COMPRAS PELA INTERNET,
AS COMPRAS COLETIVAS.
ESSA FORMA DE COMÉRCIO
VIRTUAL OFERECE
DESCONTOS PARA DIVERSOS
PRODUTOS QUANDO UM
DETERMINADO NÚMERO
MÍNIMO DE PESSOAS
DEMONSTRA INTERESSE
EM ADQUIRI-LOS. CERCA
DE UM ANO E MEIO APÓS
O INÍCIO DAS ATIVIDADES
NO PAÍS, CENTENAS DE
EMPRESAS DO RAMO
FORAM CRIADAS E OS
RESULTADOS TÊM SIDO
BEM MELHORES DO QUE
O ESPERADO. AO LONGO
DOS ÚLTIMOS MESES,
FOI POSSÍVEL TRAÇAR
O PERFIL DOS ADEPTOS
DAS COMPRAS COLETIVAS
NO BRASIL. A GRANDE
MAIORIA É FORMADA
POR MULHERES.



Taisa Adriana Cardoso Bornhofen, gerente de e-commerce da Posthaus, as lojas de compras coletivas lembram a antiga relação de comerciantes e clientes

plo. De acordo com dados da e-bit, 49% dos consumidores visitaram um *site* de compras coletivas após receberem uma promoção via e-mail, sendo que 66% dos que já realizaram alguma compra nesse formato pretendem recomendar os serviços para outras pessoas. “Todo dia temos mais de 350 mil pessoas lendo e-mails do ClickOn, só em São Paulo”, garante Macedo. “Desde o momento em que os parceiros passaram a entender os sites de compras coletivas como uma importante ferramenta de marketing, o mercado melhorou”, completa.

Entretanto, da mesma maneira que o segmento enfrentou o *boom* de crescimento, centenas de empresas encerraram suas ati-

vidades em poucos meses por uma série de fatores. “A barreira de entrada para criar um *site* é muito baixa, mas se manter no mercado é complicado”, explica Martinho. “Em meio a milhares de páginas, é preciso ganhar um lugar ao Sol, ou seja, quando os resultados não aparecem, se faz necessário investir em marketing e funcionários”, completa.

Dados do final de julho deste ano apontam que o Brasil conta atualmente com 1,89 mil sites de compras coletivas. Para Macedo, devido a grande concorrência, a tendência é que esse número caia consideravelmente em breve, acirrando a competição entre os grupos consolidados. “Acredito que em julho do ano que vem não teremos mais do que 250

“ O *SOCIAL COMMERCE* RELEMBRA AS CLÁSSICAS RELAÇÕES ENTRE COMERCIANTES E CLIENTES. NO *SOCIAL COMMERCE*, AS EMPRESAS INTERAGEM COM O CONSUMIDOR COMO EM UMA VENDA TRADICIONAL ”



sites de compras coletivas no Brasil”, prevê. Ele ainda lembra que desde o surgimento do mercado no País, mais de 500 sites encerraram suas atividades em questão de meses. E como as empresas conseguirão manter-se nesse disputado mercado?

Com o crescimento contínuo do *e-commerce* e das compras coletivas, surgiu uma nova vertente de atuação para empresas que integram as redes sociais e o comércio eletrônico, o *social commerce*. “Esse é um componente da gestão de relacionamento do cliente e não apenas um canal de venda”, explica o gerente de E-business da Tecnisa, Denilson Novelli. Um dos objetivos do *social commerce* é criar um canal de diálogo direto com o consumidor por meio das redes sociais e incentivá-lo a concretizar uma transação diretamente a partir de uma página do Facebook desenvolvida para essa finalidade, por exemplo. De acordo com Martinho, o Clube do Desconto comercializou mais de 25 mil

cupons em três meses por meio dessa ferramenta do Facebook.

Para o diretor de Marketing da Dafiti, Malte Huffmann, o *social commerce* é um investimento que, muitas vezes, não tem retorno apenas financeiro. “Ele acontece por meio de visitas ao site da empresa, pelo número de seguidores no Twitter e ‘fãs’ no Facebook”, explica. Já para a gerente de E-commerce da Posthaus, Taisa Adriana Cardoso Bornhofen, essa modalidade relembra as clássicas relações entre comerciantes e clientes. “No *social commerce*, as empresas interagem com o consumidor como em uma venda tradicional”, analisa. Portanto, os números comprovam que o comércio virtual no Brasil e suas vertentes tem um futuro absolutamente promissor nos próximos anos, porém, as empresas do segmento devem investir em planejamento e capacitação profissional para acompanhar a expansão. O lucro, certamente, está a um clique. ■

“Parceiros precisam ter uma marca conceituada”

Presidente da Multiplus fala sobre a ligação da empresa com a TAM, expectativa de internacionalização utilizando a LAN como plataforma para a América Latina e revela esperar aumentar 75 vezes o total de parceiros da organização até dezembro de 2012

Por Raphael Ferrari

Eduardo Gouveia, ainda na adolescência, começou a trabalhar vendendo chocolate e bombons na periferia de Recife, sua cidade natal. Formado em computação, entrou para a área de sistemas de um grande banco em Pernambuco e logo percebeu que não gostava de lidar com máquinas, mas com pessoas. Dentro da instituição financeira, conseguiu migrar para a área comercial onde, mais tarde, se tornou gerente de Produtos e depois assumiu a gerência de Corporate.

Chegou a ficar cinco anos fora do mercado executivo, cuidando de uma empresa de distribuição que criara, até ser convidado para tornar-se diretor-geral da Hipercard. De

lá, passou a diretor de Marketing do Bom Preço e, quando o varejista foi adquirido pelo Walmart, em 2005, rumou para São Paulo ser vice-presidente de Marketing da multinacional no Brasil. Um ano e meio depois, se tornou vice-presidente de Vendas e Marketing da Visanet (atual Cielo).

Na presidência da Multiplus desde maio de 2010, Gouveia recebeu **Conselhos** em seu escritório no 21º andar da Torre Norte do WTC, na capital paulista, onde, com seu sotaque meio cantado, explicou a operação da empresa, falou sobre fidelização e hábitos de consumo. A seguir, os principais trechos da entrevista.



Conselhos – COMO COMEÇOU A MULTIPLUS?

Eduardo Gouveia – Foi inspirada em um *case* canadense. Há sete ou oito anos, a Air Canada, da área de aviação, fez o *spin off* (separação) de seu programa de fidelidade, que chama Aeroplan, e conseguiu um sucesso muito grande ao transformá-lo em um programa de coalisão. A TAM percebeu o valor desse processo e fez algumas missões para o Canadá para estudar esse modelo de negócio e viu que havia, no mercado brasileiro, potencial para fazer a mesma coisa.

No começo de 2009, a TAM separou a TAM Fidelidade da TAM companhia aérea, tornando-as duas operações independentes, com receita, lucros e custos próprios. No final do ano, foi feito o *spin off* físico: as duas empresas foram separadas com um CNPJ específico para cada.

A Multiplus Fidelidade nasceu em janeiro de 2010. Em fevereiro fizemos o IPO, a abertura de capital na bolsa, e cheguei aqui no começo de maio, a convite da TAM, para estruturar a operação.

Conselhos – HOJE, ALÉM DE PARCEIRA NA REDE DE COALISÃO, QUAL A LIGAÇÃO DA TAM COM A MULTIPLUS?

Gouveia – A TAM é controladora da empresa com 73% das ações. Isso a TAM S.A., a holding. Os outros 27% estão no mercado acionário, no free float na Bovespa.

Conselhos – COMO FUNCIONA O MULTIPLUS?

Gouveia – É um conceito novo no mercado brasileiro. Não somos um programa de fidelidade, mas uma coalisão de programas de fidelidade, uma rede. Juntamos,

“ NOS PROGRAMAS DE FIDELIDADE VOCÊ ACUMULA PONTOS E EVENTUALMENTE CONSEGUE UM PRÊMIO, MAS NÃO AQUELE PRODUTO QUE ALMEJAVA. COM A MULTIPLUS VOCÊ PODE JUNTAR SEUS PONTOS DA ACCOR, IPIRANGA, TAM, SKY... TUDO EM UM ÚNICO LUGAR, UMA ÚNICA CESTA, E DE LÁ ESCOLHE COMO GASTAR ESSES PONTOS ”

em um único local, todos os pontos que uma pessoa pode ter. Geralmente, os programas de fidelização funcionam assim: você é sócio, por exemplo, da Accor, se hospeda no hotel deles algumas vezes por ano e ganha alguns pontos. Mas esses pontos não têm relevância porque você não consegue trocar por prêmios dentro do programa deles. Nos postos Ipiranga, a mesma coisa. Você acumula pontos e eventualmente consegue um prêmio, mas não aquele produto que almejava. Com a Multiplus você pode juntar seus pontos da Accor, Ipiranga, TAM, Sky... Tudo em um único lugar, uma única cesta, e de lá esco-



lhe como gastar esses pontos. Cada ponto se torna mais relevante porque eles estão juntos, não espalhados. É um conceito simples, mas poderoso.

Conselhos – VOCÊ JUNTA PONTOS MAIS RÁPIDOS E PODE RETIRAR PRÊMIOS MAIS INTERESSANTES...

Gouveia – É simples, mas aí é que está o segredo do nosso sucesso. As pessoas, muitas vezes, têm a impressão de que os programas de pontos nunca acumulam saldo suficiente para a troca ou, ao menos, não para aquela troca que elas querem. Proporcionamos um método para acumular pontos mais rapidamente, com

uma rede de acúmulo muito robusta, e junto ofertamos uma lista de recompensa muito ampla. Porque, eventualmente, você não acumula pontos suficientes para uma passagem aérea, mas para entrar no Ponto Frio e comprar uma adega climatizada, pagar sua mensalidade da Sky ou abastecer seu carro no Ipiranga. Também é possível transformar os seus pontos em doações para a Casa Hope. Há várias possibilidades.

Conselhos – QUAL A RECOMPENSA MAIS PROCURADA NESSE TIPO DE PROGRAMA?

Gouveia – Cerca de 97% dos clientes tro-

cam seus pontos por passagens aéreas. Mas isso está mudando, no começo do ano eram 99% (risos). Essa é a aspiração das pessoas. Viajar e viajar de graça. O Ponto Frio, por ter uma lista muito ampla de produtos, é o mais procurado pelos outros 3%.

Conselhos – PARA O CONSUMIDOR, AS VANTAGENS PARECEM CLARAS, MAS E PARA OS EMPRESÁRIOS?

Gouveia – Para o empresário, é uma ‘conta de padeiro’. Em casa, tenho uma frota de carros: dois das minhas filhas, que já dirigem, o meu e o da minha mulher. Eu gasto, em média, R\$ 100 por semana por carro. Gastando esse dinheiro no posto Ipiranga de minha preferência, ganho 800 pontos de ‘KM de vantagens’ (programa de fidelidade da rede) por semana e depois troco isso por 800 pontos múltiplos. Em um mês, são 3.200 pontos, no ano, 38.400. Se pagar sempre com o Redecard, mais metade disso, no total 57.600. Com 40 mil pontos múltiplos, posso pegar quatro passagens para Recife, por exemplo. Isso, só mudando meu hábito de consumo de combustível. Então, antes eu colocava gasolina de forma aleatória. Agora, abasteço sempre no mesmo posto porque tenho a sensação de que estou ganhando alguma coisa, não só gastando. A sensação de fidelização é muito intensa. Para o dono do posto é vantajoso porque estou gastando R\$ 1,6 mil por mês ali. E como consumidor, para mim, ganhar um *cheeseburger* ou um tanque de combustível grátis não interessa, mas juntar pontos para ir a Recife, sim.

O Multiplus amplia o perfil do consumidor porque acrescenta outras vantagens oferecidas pelos diversos programas de fidelidade que fazem parte da nossa rede de empresas associadas.

Conselhos – O QUE UM EMPRESÁRIO PRECISA FAZER PARA SE UNIR À REDE MULTIPLUS?

Gouveia – Nada. Nós mapeamos entre 25 e 30 setores estratégicos e definimos quais eram os parceiros que queríamos para nossa rede de coalisão, parceiros exclusivos. Então, quando fechamos com uma empresa de determinada área, não aceitamos mais ninguém daquele segmento. Porque se eu tivesse os postos da Ipiranga como parceiro, e também os da Shell, da Esso, ou de qualquer bandeira, eu perderia aquele conceito de concentrar os gastos no local que me dá vantagem. Não seria fidelização.

Conselhos – E COMO VOCÊS DEFINIRAM QUEM SERIAM ESSES PARCEIROS?

Gouveia – Primeiro, fizemos um trabalho de mapeamento para definir em quais segmentos faz sentido atuarmos. Queremos estar presente no dia a dia do consumidor. Então, escola de nível médio, faz sentido? Não. Porque é algo que envolve mais do que ganhar pontos. É ensino, educação dos seus filhos. Você vai medir se o ambiente é bom, se vai ajudar a dar uma educação cidadã, se vai preparar para o vestibular. A última coisa que você vai pensar é se a escola está te dando pontos para fazer uma viagem. Por outro lado, seguro, supermercado, drogaria, academia de ginástica, por exemplo, são





“AS EMPRESAS
QUE BUSCAMOS
TER COMO PARCEIROS
NÃO SÃO,
NECESSARIAMENTE,
AS MAIORES DO MERCADO,
MAS PRECISAM
TER UMA MARCA
CONCEITUADA,
PRESENÇA IMPORTANTE
DE MARKET SHARE”

segmentos que fazem sentido.

As empresas que buscamos ter como parceiros não são, necessariamente, as maiores do mercado, mas precisam ter uma marca conceituada, presença importante de *market share* e um conceito desenvolvido de relacionamento de longo prazo. Não precisa ter um programa de fidelidade, mas um relacionamento com o cliente.

Conselhos – MAS E OS PARCEIROS FORA DA REDE DE COALISÃO?

Gouveia – Além dos âncoras, a intenção é ter uma rede mais ampla de parceiros que aceitem os pontos Multiplus como forma de pagamento ou que creditem pontos Multiplus. Para o credenciamento dessa rede fizemos uma parceria com a Redecard, então, qualquer lojista de qualquer ramo pode usar a maquininha da Redecard para creditar pontos ou para cobrar a conta por meio dos pontos.

O empresário não precisa desenvolver o próprio sistema de fidelidade. É só fechar o contrato com a Multiplus e Redecard e pronto. O cliente pode, por exemplo, pagar em dinheiro e registrar os pontos da Multiplus por meio da maquininha da Redecard.

O que é muito vantajoso para o pequeno comerciante que pode oferecer inúmeras recompensas com seu programa de fidelidade sem ter gastos adicionais por isso.

Conselhos – QUANTOS PARCEIROS VOCÊS TÊM HOJE E QUAL O CRESCIMENTO ESPERADO?

Gouveia – Hoje são pouco mais de 160 parceiros. Até o fim do ano devem ser 500.

Até o término de 2012, é factível pensar em 10 mil parceiros espalhados pelo País, talvez até 15 mil.

Conselhos – QUAIS AS PRÓXIMAS EMPRESAS QUE DEVEM SE JUNTAR À REDE MULTIPLUS?

Gouveia – O Groupon, a partir de setembro. É uma parceria estratégica da qual esperamos muito. Primeiro porque é uma grande expansão do catálogo de recompensas, depois, porque o Groupon já oferece o benefício real do desconto e, utilizando os pontos Multiplus para adquirir produtos, a sensação é de que não se está gastando. O negócio é poderoso.

Conselhos – FALAMOS MUITO DE PONTOS E NADA DE CIFRAS. COMO A MULTIPLUS GANHA DINHEIRO?

Gouveia – Vou falar como ganhamos grana, afinal, estamos aqui para isso. Lucro não é pecado, mas algo salutar. Imagine o seguinte, você tem 40 mil pontos na Ipiranga, acessa o *site* deles e transfere esses pontos para a Multiplus. Você transferiu seus pontos de uma conta para a outra e a Ipiranga transferiu para a Multiplus o equivalente àqueles pontos em dinheiro. Quando você decide pegar esses 40 mil pontos e trocar por quatro passagens para Recife. A Multiplus chega na TAM e compra as passagens que serão creditadas ao cliente. Tudo em dinheiro. Então, entrou dinheiro e saiu dinheiro. Onde nós ganhamos? A gente cobra da Ipiranga um preço maior do que a TAM me cobra pelo assento. Também há outra fonte de receita que é o *float*. Esse dinheiro que recebemos fica um período na Multiplus até ser resgatado e, durante esse tempo, ele está

aplicado, rendendo juros. Ainda há uma terceira fonte de receita: depois de 24 meses, 23% dos pontos que entram na Multiplus expiram, ou seja, o dinheiro entrou, mas não vai sair. Vira resultado. A nossa meta é fazer o cliente perceber valor em cada ponto e, com o tempo, a tendência é a de que essa taxa de pontos que expiram caia, o que é saudável para o negócio porque indica que ele está girando.

Conselhos – QUANTO FATURA A MULTIPLUS?

Gouveia – Faturamos R\$ 1,1 bi em 2010. Esperamos um crescimento exponencial, principalmente quando o conceito estiver plenamente estabelecido, mas não abrimos a projeção para o futuro.

Conselhos – QUAL O PLANO DE CRESCIMENTO? PRETENDEM INTERNACIONALIZAR SEGUINDO A FUSÃO DA TAM COM A LAN?

Gouveia – Para esse tipo de negócio funcionar é preciso ter, como âncora, uma empresa aérea muito forte. Aqui temos a TAM e agora podemos ter a LAN na América do Sul. Talvez não faça sentido expandir para fora disso.

Conselhos – NEM MESMO PARA O MERCADO AMERICANO, COM TANTOS BRASILEIROS INDO FAZER COMPRAS EM MIAMI?

Gouveia – Hoje você pode *'bookar'* um hotel da Accor em qualquer parte do mundo e usar os pontos Multiplus. Nosso foco de internacionalização é a América do Sul. Mas como você falou, com tantos brasileiros indo para Miami, talvez seja uma boa ideia ter algumas lojas lá que aceitem pontos Multiplus. É algo a se pensar. ■

senac
São Paulo

SESCSP FECCOMERCIO

Aqui tem a força do comércio





VAMOS APIMENTAR NOSSO RELACIONAMENTO?

O **Programa Relaciona** é uma iniciativa inédita da Fecomercio para fortalecer o comércio, os serviços e o turismo no Estado de São Paulo. É um ambiente digital que integra informações, produtos e inúmeras vantagens que vão integrar ainda mais sindicatos, contabilistas, gestores, financeiro, advogados e empresários destes setores. E revolucionar os seus relacionamentos.

Acesse www.programarelaciona.com.br e confira.

 programa
relaciona

**FECOMERCIO SP**
Representa muito para você.

O apoio à indústria nacional e a aceleração da inclusão digital dos brasileiros

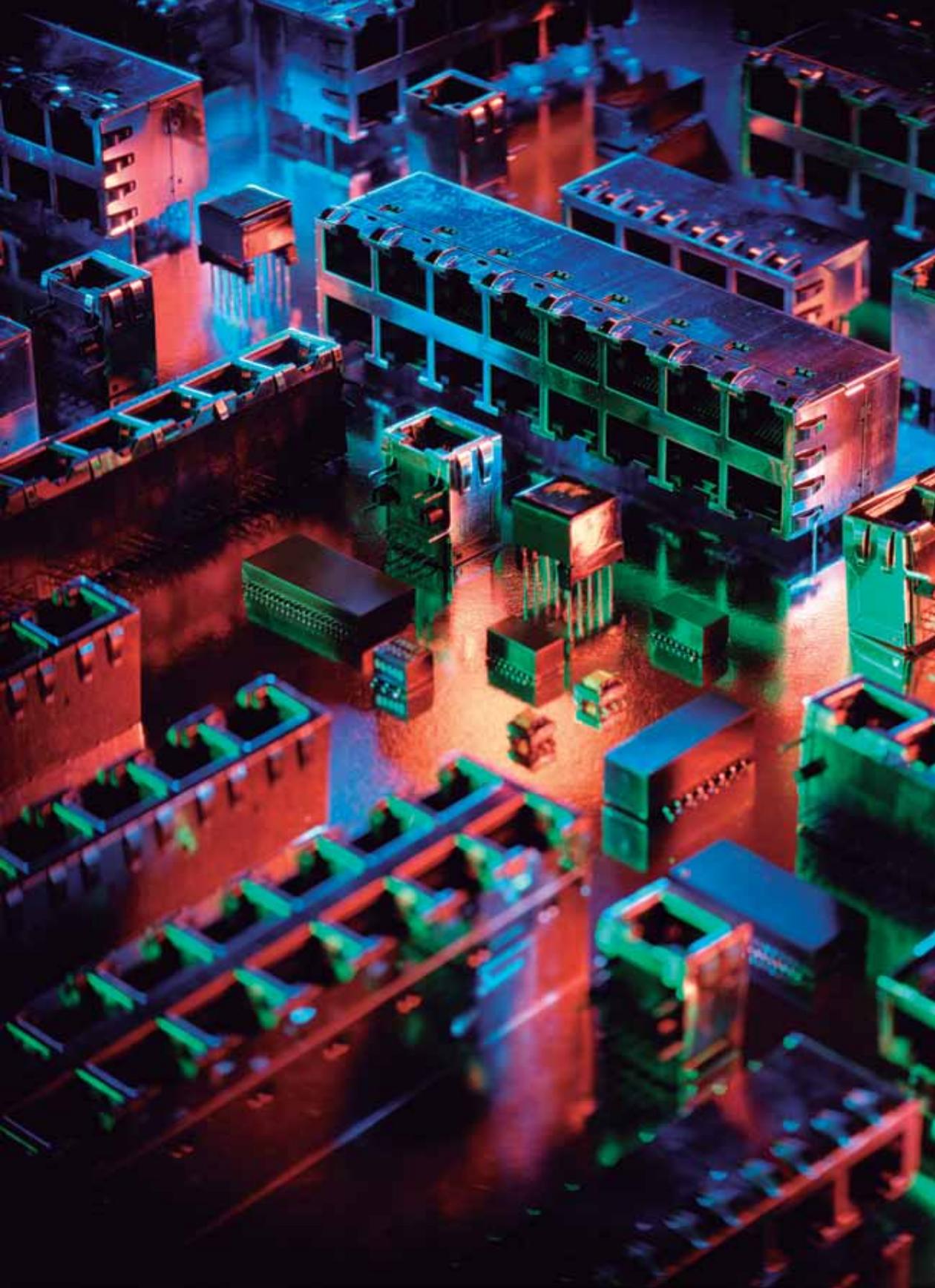
Por Hélio Rotenberg, presidente da Positivo Informática

O desenvolvimento tecnológico brasileiro está fortemente atrelado às políticas de apoio à indústria nacional, que vão além dos incentivos fiscais concedidos ao setor de informática. O governo federal mostra que está trabalhando fortemente pela inclusão digital dos brasileiros e pelo adensamento da cadeia produtiva, ao anunciar a desoneração dos *tablets*, o Plano Nacional de Banda Larga e o Programa Um Computador por Aluno (Proupa), entre outras iniciativas.

O barateamento do preço dos computadores nos últimos anos, somado à melhora no nível de emprego, ao crescimento da renda da população, às condições especiais de financiamento e ao aumento da confiança do consumidor, permitiu que o PC chegasse à casa de milhões de brasileiros. De acordo com a Pesquisa TIC Domicílios 2010, a penetração de computadores no País em 2005 era de 17%, enquanto que, no ano de 2010, o equipamen-

to já estava em 35% dos lares dos brasileiros. No mesmo período, a proporção de domicílios com acesso à internet saltou de 13% para 27%.

Além de permitir que as empresas nacionais sejam competitivas frente às companhias multinacionais, a política de incentivos à indústria nacional está combatendo o avanço da importação ilegal de computadores e fortalecendo o mercado oficial. De acordo com dados da consultoria IDC, em 2005, as máquinas contrabandeadas ocupavam 72,5% do mercado total de computadores, enquanto o mercado oficial era de 27,5%. No ano de 2010, os equipamentos legais passaram a dominar o mercado, ocupando 74% contra 26% dos produtos contrabandeados. Em apenas cinco anos, o volume de máquinas vendidas no mercado oficial saltou de 1,7 milhão para 10,2 milhões de PCs, demonstrando que conseguimos, desta forma, prover produtos legalizados a preços competitivos e com assistência técnica.



Até 2010, o Brasil era o único país da América Latina com fabricação nacional de computadores em grande volume. A razão disso é que a informática está no foco governamental brasileiro desde 1984, quando foi aprovada a primeira Lei de Informática para um setor ainda incipiente da economia. A Política Nacional de Informática (PNI), que deu origem à primeira Lei de Informática, garantia reserva de mercado para empresas brasileiras por oito anos para produtos e serviços deste segmento e já exigia o investimento em pesquisa & desenvolvimento. Essa estrutura vigorou até 1990, quando o governo decidiu acabar com o protecionismo à indústria nacional.

Com a implementação da Lei de Informática (lei nº 8.248), em 1991, já começou a ser desenhado o regimento atual, pelo qual as indústrias de informática passaram a contar com uma política de incentivos fiscais de redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), vinculada à produção local e aos esforços de pesquisa & desenvolvimento. A novidade foi a abertura para a entrada de capital estrangeiro, com o decreto do fim da reserva de mercado para o segmento de informática, que extinguiu a figura de empresa nacional de capital nacional. A Lei de Informática foi revigorada em 2001 e em 2004 pelas leis 10.176 e 11.077, respectivamente, com extensão de benefícios até 2019. Entre os aprimoramentos, destacam-se a obrigatoriedade de credenciamento das instituições habilitadas a realizar convênios e a política de desenvolvimento regional, que estabeleceu critérios geográficos para a destinação dos recursos investidos em P&D. O intuito é que empresas, universidades e centros de pesquisas cooperem para gerar conhecimento

e acelerar o desenvolvimento do segmento tecnológico no País.

Para aumentar a competitividade da indústria nacional e fomentar a inovação, foi assinada em 2005 a lei nº 11.196, batizada de Lei do Bem, que, entre muitos outros fatores, concede incentivos fiscais para a venda de computadores no País, com a desoneração de PIS/Cofins. Em 2009, a Lei do Bem foi renovada até 2014, visando manter o crescimento de mercado e, por consequência, o processo de inclusão digital pelo qual passa o Brasil.

Em maio deste ano, os *tablets* também começaram a fazer parte do Programa de Inclusão Digital com a alteração do artigo 28 da Lei do Bem. Com isso, os equipamentos que atenderem aos requisitos do Processo Produtivo Básico (PPB) poderão ter isenção completa de PIS/Cofins e redução de IPI. Desta forma, deverão ser vendidos a preços mais baixos, o que agilizará a chegada do produto à casa de um número cada vez maior de brasileiros.

Essas e outras ações fizeram com que o mercado brasileiro de computadores tenha se tornado o quarto maior do mundo, devendo atingir a terceira posição nos próximos anos, segundo a IDC. Em sua última revisão de estimativas para o mercado nacional em 2011, a consultoria aumentou a projeção de crescimento de 11,8% para 15,7%, o que representa 15,9 milhões de unidades, influenciada pelas melhores perspectivas no mercado de varejo, que deverá registrar expansão de 23,7% em relação a 2010.

Nesse cenário de desafios e oportunidades, a prioridade número um é manter a Positivo Informática como uma empresa inovadora e eficiente. Chegamos ao varejo em 2004 e já naquela época nos diferenciamos

de outros *players* pelo design dos produtos, linguagem descomplicada e objetiva de nossa comunicação e preços e condições de pagamento acessíveis a todas as classes sociais. Nove meses depois da entrada no varejo conquistamos o topo do ranking de vendas de computadores no País, posto que ocupamos por mais de seis anos consecutivos. Em 2003, vendemos pouco mais de 21 mil computadores, e, no ano passado, foram quase dois milhões de máquinas vendidas.

Temos instalações fabris em três Estados – Paraná, Amazonas e Bahia –, e temos capacidade de produzir 380 mil computadores por mês somente em Curitiba, onde fica a nossa principal unidade fabril. Contamos com mais de 5 mil colaboradores, mais de 300 trabalhando com pesquisa de novos produtos e soluções. A maioria deles está no Centro

de Inovação, de onde saem os projetos que dão origem aos equipamentos em *hardware*, como computadores, *e-readers* e *tablets*, e às soluções de Tecnologia Educacional. Nosso investimento em Pesquisa & Desenvolvimento, nos últimos dois anos, foi de mais de R\$ 60 milhões. Nossa preocupação em acompanhar as tendências tecnológicas, alinhadas às necessidades do brasileiro, nos permite dizer que conhecemos profundamente o consumidor. Em 22 anos de história, vendemos mais de 8 milhões de computadores, prova que o brasileiro está atento à qualidade e à inovação apresentadas nos produtos que adquire.

Nós continuaremos apoiando esse momento de informatização pelo qual o Brasil está passando. Apostamos na democratização do conhecimento por meio do computador para formar uma sociedade mais preparada. ■



Muito além das quatro linhas

A lição de casa do Brasil, que se prepara para organizar a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, está em identificar as necessidades e expectativas dos visitantes. Os gastos prometem ser grandes

Por Andrea Ramos Bueno

Para ser bem-sucedido e faturar, todo comerciante precisa saber com muita clareza quais são as demandas de seu cliente. Com o negócio do turismo, não deve ser diferente. O setor detém enorme potencial de crescimento e, naturalmente, tem grande potencial de geração de divisas ao País. A economia aquecida, o câmbio ainda favorável para americanos e europeus e a imagem de País em constante evolução e assumindo protagonismo mundial atraem cada vez mais turistas ao Brasil, que também vem registrando aumento no número de viagens internas.

Apenas no ano passado, 5,1 milhões de turistas estrangeiros estiveram no País, o melhor resultado desde 2005, com um crescimento de 7,48% superior a 2009, de acordo com dados da Embratur. O Brasil é o primeiro destino na América do Sul e o segundo da América Latina.

Diante de perspectivas tão positivas para o setor, é importante saber como se comporta o turista que vai a grandes eventos esportivos como os que o Brasil irá sediar em 2014 (Copa do Mundo) e em 2016 (Jogos Olímpicos). Para analisar o futuro do setor e as possibilidades de novas operações, o Conselho de Turismo e



Negócios da FecomercioSP realizou o evento “Turismo: Perspectivas no Brasil e o Impacto dos Megaeventos Esportivos”, em parceria com a Visa. Todo o conteúdo analítico desta reportagem foi extraído dos debates realizados no evento ocorrido em 2 de setembro, na sede da FecomercioSP, na capital paulista.

Para a presidente do Conselho, Jeanine Pires, há grandes diferenças entre o brasileiro que viaja para outro País e os estrangeiros que vêm para cá. “O padrão de compra do brasileiro, quando está fora daqui, é relacionado a produtos de consumo. Já os estrangeiros, quando chegam por aqui, querem participar de atividades ligadas à natureza, ir à praia, frequentar eventos de música e produtos tipicamente brasileiros. Por isso, é tão importante entendermos quem serão os nossos clientes nos dois eventos que abrigaremos”, explica.

O setor de pagamento eletrônico reconhece a necessidade de fazer alguns ajustes, aumentando as opções para o turista. O presidente da Visa no Brasil, Rubén Osta, lembra que a marca irá mapear os pontos comerciais das cidades sede e também os municípios próximos para ampliar o número de estabelecimentos comerciais que aceitam cartões, assim como o total de caixas de autoatendimento. “Vamos fazer um levantamento para descobrir em que setores precisamos investir para aumentar o número de estabelecimentos que aceitam pagamento eletrônico, mas, com certeza, nos dias desses eventos, toda a região dos estádios e cidades do entorno estarão prontas para isso”, garante.

O último Mundial da Fifa, realizado em 2010, na África do Sul, serve para o Brasil tirar lições e aproveitar as oportunidades de

ganhos, antes, durante e depois do evento. Somente para a Copa do Mundo de 2014 a expectativa é de que o dobro de turistas que visitou a África do Sul venha ao Brasil.

De acordo com dados da Visa, o aumento dos gastos de usuários dessa bandeira foi de 82% durante o período do evento, em relação aos meses de junho e julho do ano anterior. Ainda segundo a empresa, a alta no consumo também foi registrada nos meses que antecederam e nos que sucederam o evento, o que revela a antecipação e prorrogação dos efeitos provocados pelo torneio de futebol. Excluindo os dias em que houve jogos da Copa, a alta foi de 25%. Os setores que mais se beneficiaram foram varejo, hoteleiro, alimentação, itens de viagem e entretenimento, companhias aéreas, locadoras de carros e agências de viagem.

No caso dos Jogos Olímpicos de 2008, em Pequim, a expansão de gastos foi de 15% durante o período do evento, se comparado com a mesma época do ano anterior. A diferença, em relação aos números da Copa do Mundo de 2010, se deve a três fatores: o início da crise econômica mundial, a decisão da China de reduzir o número de vistos de turistas durante as Olimpíadas e também ao fato de haver diferenças no perfil de consumo entre os visitantes de cada um desses eventos. Boa parte das pessoas que vão aos Jogos Olímpicos é composta por familiares de atletas enquanto a Copa traz turistas apaixonados pelo esporte, com alto poder aquisitivo e que se prepararam para consumir durante o evento.

Caio Megale, economista do Itaú Unibanco, lembra que esse tipo de evento movimenta não só as vendas, mas também impacta na geração de empregos. Ele estima que 250 mil

“ OS ESTRANGEIROS, QUANDO CHEGAM POR AQUI, QUEREM PARTICIPAR DE ATIVIDADES LIGADAS À NATUREZA, IR À PRAIA, FREQUENTAR EVENTOS DE MÚSICA E PRODUTOS TÍPICAMENTE BRASILEIROS. POR ISSO, É TÃO IMPORTANTE ENTENDERMOS QUEM SERÃO OS NOSSOS CLIENTES ”

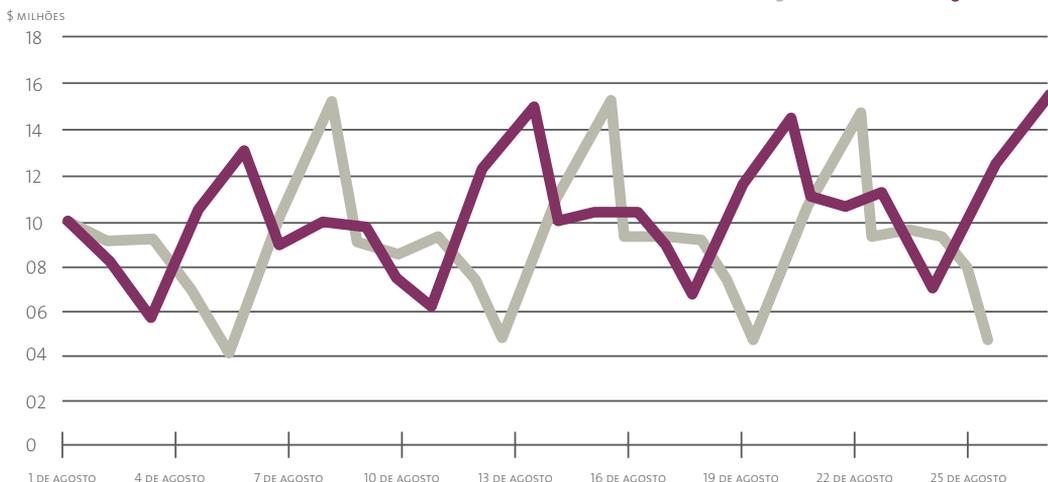


Jeanine Pires, presidente do Conselho de Turismo e Negócios.

OLIMPÍADAS

GASTOS DIÁRIOS DURANTE OS JOGOS OLÍMPICOS DE BEIJING 2008

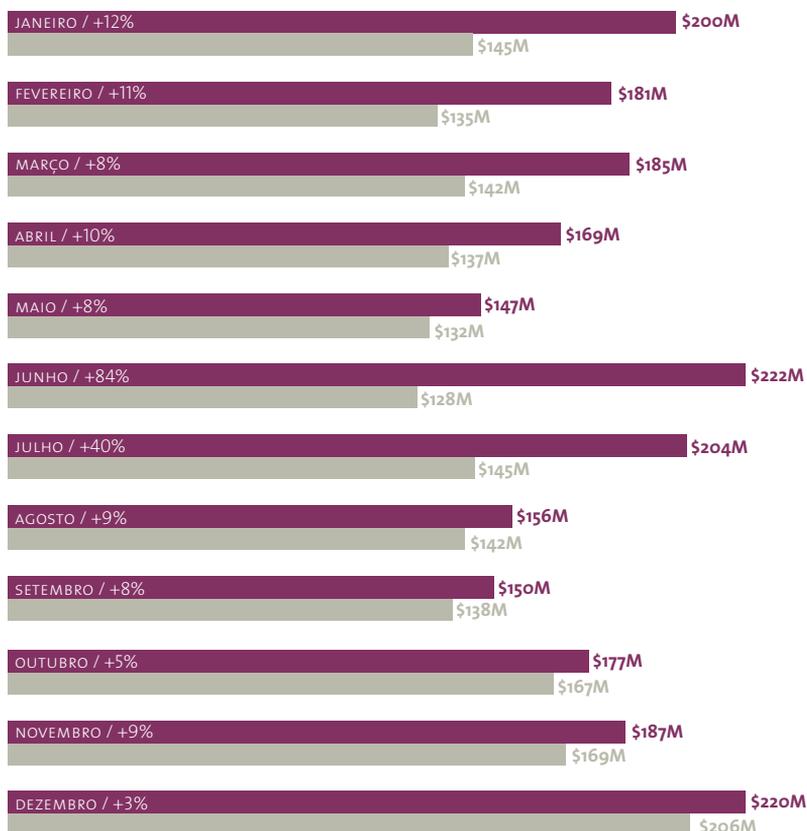
AGOSTO / 2007 AGOSTO / 2008



Fonte: Visa

COPA DO MUNDO

GASTOS DOS VISITANTES INTERNACIONAIS COM O CARTÃO VISA NA ÁFRICA DO SUL EM 2009 E 2010



■ 2010 ■ 2009

Fonte: Dados VisaVue Travel, 2009-2010

vagas sejam criadas para construir e manter a infraestrutura necessária para receber os jogos. “Além disso, deve haver um crescimento de 1,5% no PIB, distribuídos ao longo dos quatro anos que antecedem o mundial”, analisa. Segundo ele, as exportações registram, em média, alta de 30% nos anos seguintes a Copas e Jogos Olímpicos. Isso se deve à imagem que o país costuma deixar, após os eventos, mostrando que está aberto ao mercado mundial. Para Megale, a alta demanda e a capacidade de consumo no Brasil são fatores que vão contribuir para que o País receba mais turistas e investidores, estruturando-se, cada vez mais, para expansões de demanda.

Só no ano passado, os estrangeiros deixaram US\$ 2,1 bilhões no Brasil, segundo o levantamento da Visa. Os americanos foram responsáveis por 23% desse total, seguidos por franceses, britânicos, portugueses, italianos, angolanos, espanhóis, argentinos, alemães e suíços.

Entre os setores que mais cresceram os destaques ficaram para hospedagem (24%), restaurantes (20%) e supermercados (17%). O bom desempenho deste último setor aponta que o tempo de estada desses turistas no Brasil tem aumentado, conforme analisa Jennifer McGowan, diretora de Relações Corporativas da Visa para a América Latina e Caribe. “Fazer as refeições todos os dias em restaurantes pode ser cansativo e caro. Assim, a ida aos supermercados se torna uma boa opção para quem decide ficar vários dias no local”, analisa.

Em contrapartida, os brasileiros gastaram US\$ 4,8 bilhões no exterior no ano passado, o que não corresponde totalmente à saída de divisas brasileiras, segundo Jeanine. “A



Luiz Gustavo Vargas, Coordenador do Núcleo de Turismo da Fundação Getúlio Vargas

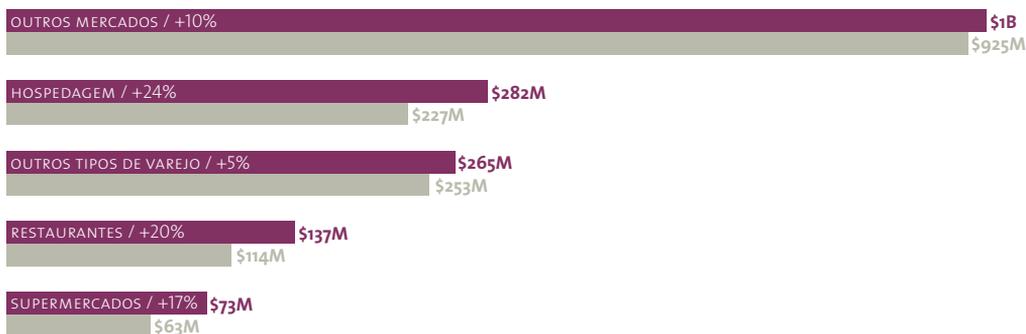
“O BRASIL TEM QUE INVESTIR AGORA PARA RECEBER BEM OS NOSSOS VISITANTES, COM MAIS PESSOAS QUE FALEM OUTROS IDIOMAS E QUE ESTEJAM APTAS A RECEBER UM TURISTA MAIS EXPERIENTE, QUE CONHECE OUTROS PAÍSES”



O ÚLTIMO MUNDIAL DA FIFA, REALIZADO EM 2010, NA ÁFRICA DO SUL, SERVE PARA O BRASIL TIRAR LIÇÕES E APROVEITAR AS OPORTUNIDADES DE GANHOS, ANTES, DURANTE E DEPOIS DO EVENTO. SOMENTE PARA A COPA DO MUNDO DE 2014 A EXPECTATIVA É DE QUE O DOBRO DE TURISTAS QUE VISITOU A ÁFRICA DO SUL VENHA AO BRASIL. DE ACORDO COM DADOS DA VISA, O AUMENTO DOS GASTOS DE USUÁRIOS DESSA BANDEIRA FOI DE 82% DURANTE O PERÍODO DO EVENTO, EM RELAÇÃO AOS MESES DE JUNHO E JULHO DO ANO ANTERIOR

BRASIL 2009/2010

VOLUME DAS TRANSAÇÕES DOS ESTRANGEIROS NOS MAIORES SEGMENTOS DE MERCADO NO BRASIL



■ 2010 ■ 2009

Fonte: Dados VisaVue Travel, 2009-2010

compra de passagens em companhias aéreas nacionais e a utilização dos serviços das agências de viagens beneficiam a economia brasileira também”, lembra a presidente do Conselho da FecomercioSP.

Analistas questionam, no entanto, a capacidade do País em atender à forte demanda nos anos dos jogos. O crescimento de 4% a 5% da economia brasileira, nos últimos anos, é salutar, mas ainda considerado baixo para a necessidade de investir, sobretudo em infraestrutura. Além disso, há setores que já sofrem com a falta de profissionais capacitados. Para o coordenador do Núcleo de Turismo da Fundação Getulio Vargas, Luiz Gustavo Barbosa, o próprio setor de turismo, por

exemplo, precisa se apressar para aumentar a qualificação profissional. “O Brasil tem que investir agora para receber bem os nossos visitantes, com mais pessoas que falem outros idiomas e que estejam aptas a receber um turista mais experiente, que conhece outros países”, ressalta.

Para Barbosa, se o Brasil conseguir melhorar esses aspectos e investir, agora, na divulgação do potencial econômico e tecnológico do País, na preocupação com o meio ambiente e nas belezas naturais, fará dois eventos de muita qualidade. E não deixará passar em branco as oportunidades de negócios e de alavancar divisas. Claro, se preparar-se bem e saber quem é seu cliente e o que deseja. ■



Simple trabalhista

A pesar da melhoria que ocorreu no mercado de trabalho nos últimos anos, cerca de 50% dos brasileiros ainda trabalham informalmente – sem nenhuma proteção trabalhista ou previdenciária. Quem está no mercado informal não conta com uma licença remunerada para tratar da saúde ou de um acidente do trabalho, nem com aposentadoria ou pensão na hora da velhice e da morte. São proteções básicas que não deveriam faltar a ninguém. No entanto, quase 50 milhões de brasileiros trabalham nessas condições – um número estratosférico para um país que é considerado a bola da vez no cenário mundial.

A informalidade atinge dois nichos com muita intensidade. O dos trabalhadores por conta própria e o dos empregados em pequenas e microempresas assim como os vários segmentos do setor agrícola. Mais de 80% dos que trabalham por conta própria não contam com nenhuma proteção por não serem filiados à Previdência Social.

Mas, neste campo, as notícias são boas. O Programa do Microempreendedor Individual (MEI) deu um grande passo. Com apenas R\$ 33 mensais – uma verdadeira pechincha –, esses trabalhadores podem se filiar à Previdência Social, obter um CNPJ e ter acesso a uma linha de microcrédito que, recentemente, teve a taxa de juros reduzida de 60% para 8% ao ano. Isso deve estimular a formalização desses trabalhadores.

Igualmente positiva foi a recente aprovação da Lei da Empresa Individual que permite a um profissional sozinho (sem a necessidade de um sócio “laranja”) abrir a sua firma, filiar-se à Previdência Social, obter um CNPJ, contrair empréstimos, recolher os impostos e atuar de maneira legal na prestação de serviços. Foi uma simplificação necessária.

Falta, agora, a instituição de estímulos para a formalização dos empregados das pequenas e microempresas, onde a informalidade chega a 70%. Neste campo há uma boa promessa. Trata-se do Projeto de Lei (PL)

nº 951/2011, do deputado Julio Delgado (PSB-MG), que cria o Simples Trabalhista.

O foco desse instituto é o da formalização dos que estão na informalidade por meio de uma simplificação na contratação desses empregados. A pequena e microempresa abrangida pela futura lei poderá fazer uma negociação em separado, fixando um valor de piso especial e tendo uma série de facilidades que servirão de estímulo para a regularização dos seus empregados.

Dentre elas, destacam-se o recolhimento de apenas 2% para o FGTS, a possibilidade de liquidar, de forma gradual e parcelada, eventual passivo trabalhista, assim como o parcelamento de férias, 13º salário e participação nos lucros. Além disso, haverá redução das despesas em ações judiciais e de providências no campo da saúde e segurança do trabalho.

A entrada no Simples Trabalhista será voluntária e contará com a participação dos sindicatos laborais na negociação de um acordo ou uma convenção específica para as pequenas e microempresas, a exemplo do que já é feito, com sucesso, pelos sindicatos laborais e patronais ligados ao comércio do Estado de São Paulo.

Os sindicatos também serão beneficiados. Eles contarão com um reforço do seu quadro social pelo aumento da filiação e da contribuição sindical decorrentes da formalização de empresas e de empregos.

Todos os empregados terão plena cobertura da Previdência Social e uma cobertura inicial parcial do FGTS. Este é um ponto crucial. De um lado, essa é uma proteção essencial para os trabalhadores. De outro, é uma contribuição extremamente pesada para as pequenas e microempresas não só pelo

aporte dos 8% durante 13 meses por ano como, sobretudo, pelo volume de recursos para a dispensa sem justa causa que requer uma indenização de 50% do FGTS, sendo 40% para o empregado e 10% para o governo.

Muitos microempresários temem não ter recursos para enfrentar as despesas da dispensa dos trabalhadores, o que os leva a contratar na informalidade ou simplesmente não contratar.

Mas a contribuição de 2% do FGTS não é definitiva na vida do trabalhador. Essa contribuição irá subindo lentamente na base de dois pontos percentuais por ano até chegar aos 8%.

Durante todo o processo, será sempre respeitada a vontade do empregado que deve dar a sua concordância para a redução temporária da alíquota do FGTS assim como para o parcelamento de períodos de férias, 13º salário e outros. Nessa opção, ele pesará a vantagem de sair do mundo da desproteção e entrar no mundo da proteção trabalhista e previdenciária que as leis garantem.

O Simples Trabalhista será o passo que faltava para ajudar as pequenas e microempresas a vencer a burocracia e os custos atuais de contratação de empregados. Tudo isso será simplificado, alinhando o Brasil com a grande maioria de países que dão um tratamento especial às empresas de pequeno porte no campo trabalhista. Oxalá esse projeto se transforme em lei dentro de pouco tempo. ■

Presidente do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho da FecomercioSP



Pesquisas Estudos Análises Inteligência Coordenação Articulação Facilitação

Sempre disseram que o Brasil era o país do futuro. E agora que o futuro chegou?

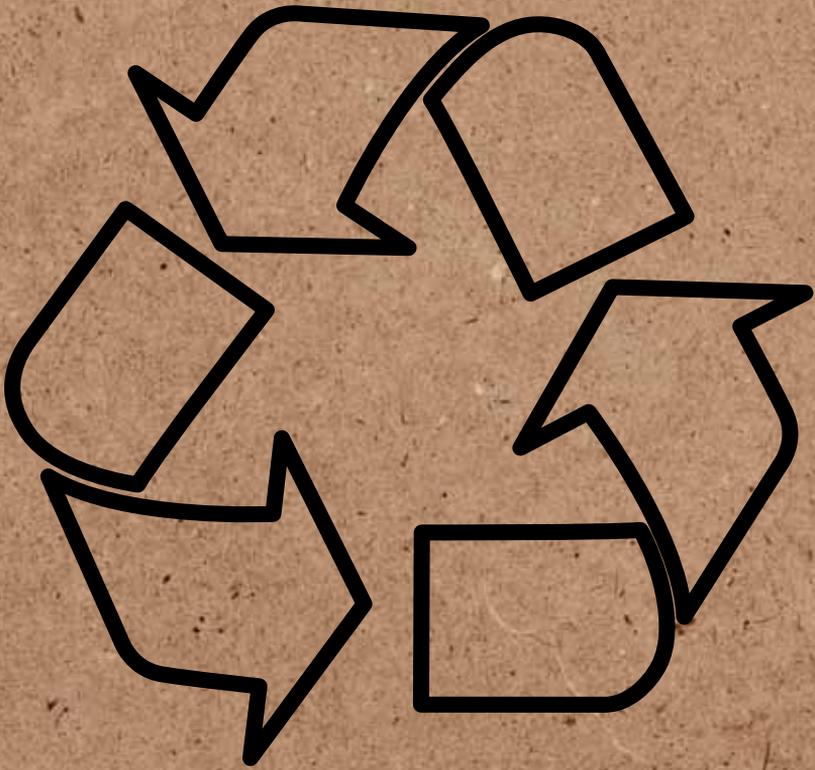
É justamente pensando no futuro que a **BRAIN** (Brasil Investimentos e Negócios) surgiu em 2010. Uma entidade privada patrocinada por entidades representativas de diversos setores da economia. Um grupo comprometido com a transformação do País em um polo de negócios e de atração de capitais para a América Latina: fortalecendo nossas relações com nossos vizinhos para estabelecer uma rede de negócios; potencializando nossa projeção internacional; ampliando nossa conexão com outros mercados; e reforçando a competitividade brasileira.

Para saber mais sobre nossa atuação acesse www.brainbrasil.org

Responsabilidade compartilhada

Custo elevado do transporte de insumos e falta de ações governamentais são os maiores responsáveis por desestimular a logística reversa no Brasil

Por Thiago Rufino



A logística reversa é atualmente um dos principais desafios da cadeia de consumo no País devido à dificuldade em equilibrar a balança entre a geração e reaproveitamento de insumos. Após anos de discussão, o Congresso Nacional regulamentou, no início de agosto do ano passado, a Lei nº 12.305, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) com o objetivo de apontar diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos. Isso para os geradores, sejam pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado. A PNRS prevê uma série de mecanismos reconhecidos internacionalmente como a destinação ambientalmente adequada de resíduos, reciclagem, compostagem, aproveitamento energético, entre outros procedimentos.

Estima-se que apenas na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), cada pessoa gere cerca de um quilo de lixo por dia, ou seja, apenas essa parcela do Estado é responsável por descartar diariamente mais de 19 milhões de toneladas. Mesmo depois da regulamentação estabelecida, os desafios são grandes para o governo, empresas e a sociedade. Com intuito de debater o cenário atual e apresentar soluções para o setor, a FecomercioSP realizou, sob o comando do Conselho de Sustentabilidade, o debate “Logística Reversa de Embalagens – da Teoria à Prática”. Todo o conteúdo analítico desta reportagem foi extraído do encontro realizado em 9 de agosto, na sede da entidade.

Segundo José Goldemberg, presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, parte da população já percebeu a quantidade de riquezas contida nos materiais que são considerados lixo pela maioria.



Hermes Contesini, diretor de comunicação da Associação Brasileira da Indústria do PET.

“As pessoas se deram conta de que nesses resíduos há significativas coisas úteis”, afirma. Para ele, as medidas da PNRS que visam solucionar o problema no Brasil chegaram com atraso em relação a outras nações. “A logística reversa é um tema muito importante, mas nós estamos pensando nisso só agora, enquanto outros países já fazem há 30 ou 40 anos”, completa.

Outro problema recorrente, sobretudo na capital paulista, são os insumos gerados a partir da construção civil. “Basta andar por

“ A LOGÍSTICA REVERSA
É UM TEMA MUITO
IMPORTANTE, MAS
NÓS ESTAMOS
PENSANDO NISSO
SÓ AGORA, ENQUANTO
OUTROS PAÍSES
JÁ FAZEM HÁ
30 OU 40 ANOS ”

São Paulo para vermos a quantidade de resíduos em caçambas. A meu ver, esse é um dos piores setores”, opina Goldemberg. “Qualquer pessoa que passe por uma cidade americana ou japonesa, onde também se constrói bastante, vai ver que têm menos resíduos. Alguém deve saber fazer isso melhor do que nós”, analisa.

O diretor-executivo do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), André Vilhena, reconhece os desafios presentes no setor, mas faz questão de exaltar os resultados obtidos de maneira geral. “Há 20 anos, juntar pessoas em sala para falar de reciclagem era um desafio muito grande, mas esse cenário mudou, especialmente nos últimos cinco ou seis anos”, conta.

O representante do Cempre lembra, in-

clusive, que bem antes de a Política Nacional de Resíduos Sólidos ter sido aprovada, o País já tinha centenas de iniciativas voltadas para a logística reversa e com altos índices de reaproveitamento. “Enquanto discutiu-se por quase 20 anos, porque o projeto de lei datava de 1993, acabamos desenvolvendo caminhos para a logística reversa e reciclagem de embalagens pós-consumo”, garante Vilhena. Apesar dos resultados obtidos por meio da atuação da entidade, ele reconhece as deficiências ainda presentes na gestão integrada dos insumos. “Sabemos que avançamos muito na questão da reciclagem, mas, por exemplo, o Brasil ainda tem metade do resíduo sólido urbano indo para ‘lixões’”, compara.

A Lei nº 12.305 estabelece a eliminação e recuperação dos denominados ‘lixões’ por implicar em problemas ambientais, além de prever a inclusão social e a emancipação econômica de catadores de materiais. Uma das formas para reduzir gradativamente a demanda por esses locais é a coleta seletiva que em cidades como Curitiba, Porto Alegre e São José dos Campos, contam com gestões bem sucedidas, ao contrário da capital paulista na opinião do diretor-executivo do Cempre. “A Prefeitura de São Paulo deveria se organizar do ponto de vista da gestão, porque recursos têm. É mais uma questão de vontade política do que técnico-operacional”, opina Vilhena.

O plástico do momento

O politereftalato de etileno, popularmente conhecido como PET, é considerado como o melhor e mais resistente plástico para a produção de garrafas, frascos e embalagens em geral. Por ser uma matéria-prima versátil,

está presente no cotidiano dos consumidores e, conseqüentemente, no lixo gerado. O plástico traz uma série de benefícios para a cadeia produtiva devido às facilidades para produção e transporte, entretanto, se tornou um verdadeiro ‘pesadelo’ para o meio ambiente, uma vez que uma garrafa PET demora cerca de 500 anos para se degradar.

A solução mais vantajosa para o setor e, sobretudo, para o meio ambiente é a reciclagem, já que entre os anos de 1994 e 2009, o consumo do material no Brasil saltou de 80 mil toneladas/ano para 471 mil/ano, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet). “Em 2009, o País já reciclava quase 56% de todo o PET produzido. Comparado com o resto do mundo, o Brasil está bem colocado e conta com uma das maiores indústrias recicladora de PET”, garante Hermes Contesini, diretor da Abipet. Para ele, a Política Nacional de Resíduos Sólidos encadeia a responsabilidade entre os agentes do ciclo de consumo. “Se um setor falhar, o sistema como um todo falha. É difícil fazer com que uma indústria recupere um determinado material sem a colaboração do consumidor e sem a presença do poder público fazendo a coleta seletiva”, exemplifica.

Hoje, aproximadamente 500 empresas atuam na reciclagem de PET no Brasil e mesmo com o reaproveitamento desse produto ser crescente, especialmente na indústria têxtil, ainda é necessário aumentar o percentual e a conscientização. Para Contesini, a cultura de reaproveitamento é essencial nesse sistema. “Os países que reciclam mais PET do que o Brasil, de maneira geral, têm um nível de escolaridade muito mais alto e a reciclagem e separação dos resíduos é cultural”, assegura.

A SOLUÇÃO MAIS VANTAJOSA PARA O SETOR DO PET E, SOBRETUDO, PARA O MEIO AMBIENTE É A RECICLAGEM, JÁ QUE ENTRE OS ANOS DE 1994 E 2009, O CONSUMO DO MATERIAL NO BRASIL SALTOU DE 80 MIL TONELADAS/ANO PARA 471 MIL/ANO. HOJE, APROXIMADAMENTE 500 EMPRESAS ATUAM NA RECICLAGEM DE PET NO BRASIL E MESMO COM O REAPROVEITAMENTO DESSE PRODUTO SER CRESCENTE, ESPECIALMENTE, NA INDÚSTRIA TÊXTIL AINDA É NECESSÁRIO AUMENTAR O PORCENTUAL E A CONSCIENTIZAÇÃO



Ana Paula Bernardes, gerente de projetos da Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro: Problema não é somente mercadológico e precisa de participação da sociedade

A opinião também é compartilhada por Ana Paula Bernardes, gerente de projetos da Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro (Abividro). “Precisamos resolver um problema que não é só mercadológico. A sociedade está predisposta a fazer, mas não faz”, afirma. “Precisamos ter um nível de conscientização muito alto para melhorar o desempenho, porque se o consumidor não participar do processo não vamos conseguir os resultados.”

Os avanços obtidos por meio de iniciativas de organizações, empresas e a própria conscientização ambiental dos consumidores foi notável na última década. Atualmente,

“ PRECISAMOS TER
UM NÍVEL DE
CONSCIENTIZAÇÃO MUITO
ALTO PARA MELHORAR
O DESEMPENHO, PORQUE
SE O CONSUMIDOR NÃO
PARTICIPAR DO PROCESSO,
NÃO VAMOS CONSEGUIR
OS RESULTADOS ”

o País conta com estrutura capaz de atender a demanda e, em alguns casos, está com capacidade ociosa. É o que afirma a representante da Abividro. “O problema no Brasil não é reciclagem, temos tecnologia para isso, e sim a logística reversa, trazer a embalagem de volta até o ponto de ela ser reciclada”, explica Ana Paula.

O representante da Abipet ressalta o desequilíbrio criado a partir do lucro das indústrias de embalagem versus o impacto ambiental como outro agravante. “A Política Nacional de Resíduos Sólidos vai fazer com que o mercado se adéque e ao lançar a sua embalagem terá que pensar no custo de trazê-la de volta”, explica Contesini.

País continental

Outro empecilho para o crescimento da logística reversa é a extensão territorial do Brasil, encarecedora do transporte dos insumos até os locais de origem. Por isso, a PNRS visa equilibrar as responsabilidades e realizar melhor governança no setor. “Hoje, não temos sistema economicamente viável, precisamos de aporte do setor produtivo e incentivo do governo”, explica Ana Paula. Para ela, atualmente, há informalidade e sobreposição de intermediários na reciclagem. “Carecemos de um sistema mais inteligente e coordenado, com inteligência para que as iniciativas não se subtraíam”, sustenta.

O consultor da Agência Nacional dos Aparistas de Papel (Apap), Manoel Padreca, também reconhece as dificuldades em virtude da grande dimensão do País e o custo para trafegar pelas rodovias. “No Estado de São Paulo, se carregar um caminhão de PET ou de papel,



Manoel Padreca, consultor da Agência Nacional dos Aparistas de Papel

“ NO ESTADO DE SÃO PAULO, SE CARREGAR UM CAMINHÃO DE PET OU DE PAPEL, PROVAVELMENTE O PEDÁGIO VAI SER MAIS CARO DO QUE A PRÓPRIA CARGA. É UM ABSURDO ”



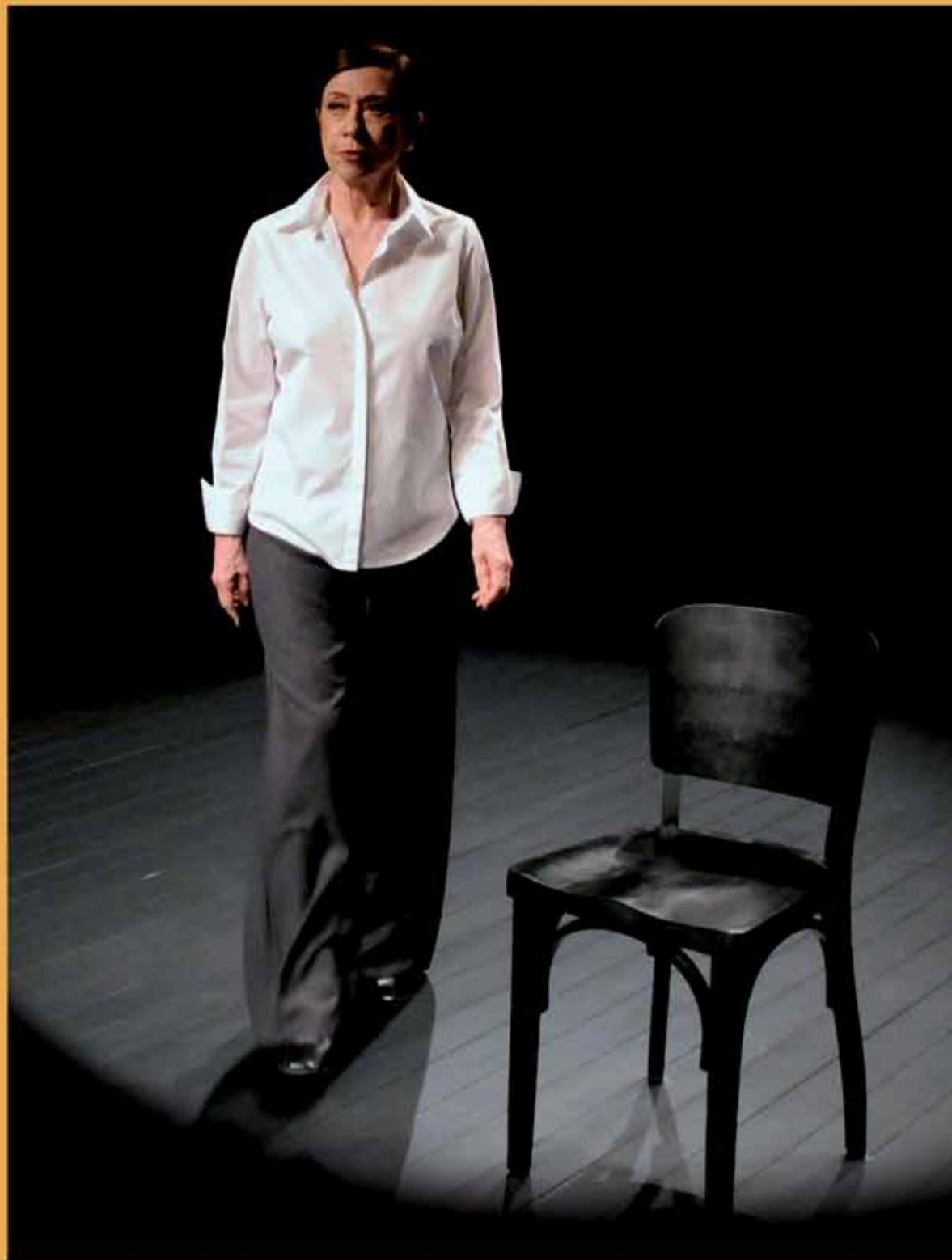
André Vilhena, diretor-executivo do Compromisso Empresarial para a Reciclagem

“O VAREJO INVESTE EM PONTOS DE ENTREGA VOLUNTÁRIA, MAS ELA TEM QUE SER COMPLEMENTAR À COLETA SELETIVA MUNICIPAL, QUE DEVE GARANTIR VOLUMES SIGNIFICATIVOS PARA ABASTECER A INDÚSTRIA DE RECICLAGEM”

provavelmente o pedágio vai ser mais caro do que a própria carga. É um absurdo”, protesta. Padreca também critica a Política Nacional de Resíduos Sólidos, já que, para ele, em breve pode haver um impasse econômico pelas regras estabelecidas. “A produção atual é de 7 milhões de toneladas/ano e reutilizamos cerca de 4 milhões. Se aumentarmos a produção de material reciclado, vai subir a oferta e diminuir demais o preço do produto”, explica. “A estrutura que existe hoje vai ser desmontada, porque não temos incentivos fiscais e temos que pagar impostos em todos os procedimentos”, acrescenta.

Os especialistas presentes no debate foram unânimes ao afirmar que, no geral, as ações públicas são falhas e acabam prejudicando outros setores. “O varejo investe em pontos de entrega voluntária e essa é uma iniciativa importante, mas ela tem que ser complementar à coleta seletiva municipal, que deve garantir volumes significativos para abastecer a indústria de reciclagem”, explica Vilhena.

O setor varejista é visto como um importante agente capaz de influenciar o comportamento do consumidor, por disponibilizar, em algumas redes, pontos de entrega voluntária a fim de incentivar o recolhimento de insumos que são repassados para cooperativas e empresas especializadas em coleta e reciclagem. Está comprovado que a conscientização é um dos principais pontos para a propagação da logística reversa. Entretanto, o governo deve investir na expansão da coleta seletiva no País e oferecer incentivos fiscais ao setor. Somente com a gestão integrada e compartilhamento de responsabilidades a logística reversa será uma vantagem e não um fardo a ser carregado. ■



FERNANDA MONTENEGRO em VIVER SEM TEMPOS MORTOS

A HISTÓRIA DE UMA GRANDE MULHER E DE UM GRANDE AMOR

Textos a partir das correspondências de **SIMONE DE BEAUVOIR**

Direção: **FELIPE HIRSCH** Direção de Arte: **DANIELA THOMAS**

De 8/10 a 27/11 - Sexta às 21:30h, Sábado às 21h e Domingo às 18h
Teatro Raul Cortez - Rua Dr. Plínio Barreto, 285 - Bela Vista - São Paulo
Informações: (11) 3254-1631

Promoção



Apoio



Transportadora
Oficial



Realização



14

NÃO RECOMENDADO PARA
MENORES DE 14 ANOS

UNIMOS GRANDES ENTIDADES
POR UMA BOA CAUSA:

A SUA.

A Fecomercio Arbitral reúne a credibilidade, a seriedade e a tradição de algumas das entidades empresariais, jurídicas e representativas mais importantes do País: a **Fecomercio-SP**, o **SEBRAE-SP**, a **Câmara de Arbitragem Internacional de Paris**, a **OAB-SP** e o **Sescon-SP**. Além disso, conta com um corpo de árbitros altamente qualificado e um ambiente privado, exclusivo e dedicado. Ou seja, tudo o que você precisa para resolver a sua causa jurídica de maneira rápida, segura e imparcial.

*Para mais informações ligue 11 3254-1759,
ou envie um e-mail para produtos@fecomercio.com.br*