

revista Conselhos

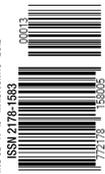
PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

A DAMA DO VAREJO

Luiza Trajano,
há 21 anos à frente
do Magazine Luiza,
pretende investir
R\$ 140 milhões
em 2012 para
o crescimento
da rede

R\$ 18,90

ANO 03 - Nº 13 - Maio/Junho - 2012



9 1177278 130006

análises: *Maria Inês Dolci, Luiz Carlos Mendonça de Barros e Leandro Consentino*
Edição especial comemorativa de 2º ano

QUER SOLUÇÕES

BUSCA INVESTIMENTO

Ex
cie

Exposição e
e Empreendedoris

15 e 16
out.2012
12h às 20h

A
tudo
torno da

Apoio



FE
R

TEM SOLUÇÕES

BUSCA INVESTIDOR

Expo
etec 2012

o e Conferência de Inovação
orismo de Base Tecnológica

Aqui,
o gira em
da inovação.

Um grande mapeamento da inovação no Brasil: se você busca novos negócios, já sabe onde vai encontrar.

A Expocietec 2012 vai reunir quem pensa, faz, promove e busca inovação nas startups.

Será o grande ponto de encontro de incubadoras, parques tecnológicos, novos empreendedores, compradores e investidores do Brasil. Um evento voltado para quem quer fazer negócios com serviços, produtos e oportunidades inovadoras.

Uma vitrine de possibilidades para você. Participe e inscreva-se.

Exposição – Seed Forum – Rodadas de Negócios – Palestras – Espaços de Fomento
Entrada Franca. Cadastre-se antecipadamente pelo site www.expocietec.com.br

FecomercioSP - Rua Doutor Plínio Barreto, 285 CEP: 01313-020 - Bela Vista - São Paulo - SP

Realização

FECOMERCIO SP
Representa muito para você.

cietec
Inovação e Empreendedorismo

Sumário



08 Luiza Trajano

Presidente do Magazine Luiza, fala do mercado e do desempenho da rede

18 Artigo

Ives Gandra defende a independência dos três Poderes



20 Realidade

Após 15 anos, agências reguladoras perdem poder e se tornam instrumentos políticos

30 Mobilização e Debate

FecomercioSP apresenta o estudo inédito “Uma nova estrutura de remuneração de capitais” sobre poupança



40 “Cinco perguntas para”

CEO da Agência Nacional de Turismo da Grã Bretanha – Visit Britain – Sandie Dawe fala dos preparativos de Londres para as Olimpíadas



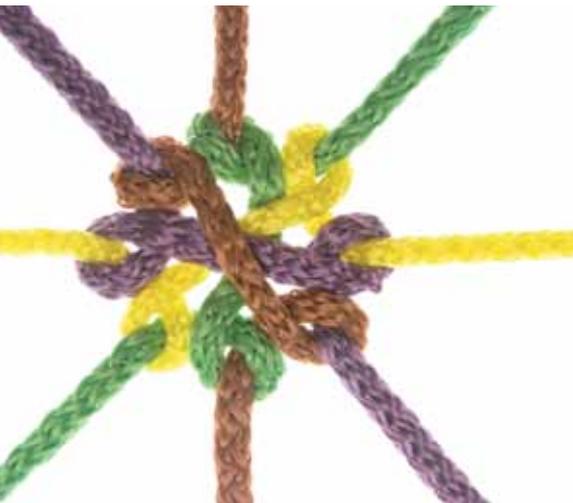
44 Global

Os Estados Unidos vão às urnas em novembro deste ano pela 57ª vez. Como a eleição presidencial afeta o Brasil?



52 Gestão

O número de pessoas com mais de 60 anos no País que deve saltar para 22 milhões em 2015 e 26 milhões em 2020. Como fica a previdência?



62 Integração

Relatório de conectividade da América Latina, produzido pela BRAiN, discute a internacionalização de empresas brasileiras

70 Democracia

Presidente da Câmara dos Deputados, Marco Maia, fala da agenda política para este ano

78 Realidade

O Brasil tem potencial para consumir 1,56 bilhão de garrafas de vinho por ano. Mas precisa enfrentar taxação e desunião de produtores

84 Pensata

Luiz Augusto Carneiro, superintendente executivo do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS) fala sobre o envelhecimento da população



90 Polis

FecomercioSP lança Índice de Criatividade das Cidades, um instrumento para gestão pública e o desenvolvimento dos municípios



PRESIDENTE Abram Szajman

DIRETOR EXECUTIVO Antonio Carlos Borges

revista **Conselhos**

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO 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, Antonio Carlos Borges, Luciana Fischer, Luiz Antonio Flora, Romeu Bueno de Camargo, Fabio Pina e Guilherme Dietze

EDITORA

FISCHER2

EDITOR CHEFE Jander Ramon

EDITORA EXECUTIVA Selma Panazzo

EDITORES ASSISTENTES André Rocha, Denise Ramiro

PROJETO GRÁFICO

TUTU

atendimento@designtutu.com.br

EDITORES DE ARTE Clara Voegeli e Demian Russo

CHEFE DE ARTE Juliana Azevedo

DESIGNERS Ângela Bacon e Cristina Tiemi Sano

PUBLICIDADE Original Brasil

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

COLABORAM NESTA EDIÇÃO

Andrea Ramos Bueno, Enzo Bertolini, Eugênio Meloni, Ives Gandra Martins, Luiz Antonio Ferreira Carvalho, Mario Rocha, Patricia Büll, Patricia Queiroz, Raphael Ferrari, Thiago Rufino

FOTOS: Olício Pelosi e Divulgação

IMPRESSÃO IBEP Gráfica

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
são paulo

SESC
sescsp.org.br

FECOMERCIO SP

Aqui tem a presença do comércio

PASSO À FRENTE NO RUMO CERTO

Conselhos nasceu com a proposta de analisar e aprofundar os principais temas nacionais e internacionais que pautam o mundo dos negócios. Hoje completa dois anos. Hora de fazer um balanço do que foi feito até agora e de planejar o que virá pela frente.

O manuseio de edições passadas permite constatar que caminhamos na direção desejada. Quando a revista era ainda apenas um projeto, tínhamos dois objetivos primordiais: antecipar tendências e auxiliar os empresários na tomada de decisão. A partir dessa perspectiva, **Conselhos** trouxe para as suas páginas a visão e o conhecimento de grandes líderes empresariais, dos mais variados setores da economia. Levantamos e debatemos problemas, conquistas e inovações que vêm mudando, no dia a dia, o panorama da indústria, do comércio e dos serviços no País. Em um sentido mais amplo, retratamos a nova face do Brasil.

A publicação surgiu em um momento de grandes mudanças no cenário econômico global. Enquanto os Estados Unidos e a Europa tentam se reerguer da crise financeira deflagrada em 2008, o Brasil desponta como força mundial. Muitas conquistas demonstram o vigor do País: aumento da renda do consumidor, níveis recordes de ocupação de postos de trabalho e consequente expansão do mercado interno.

O mais importante talvez tenha sido a vitória, por enquanto parcial, na batalha para derrubar os juros, causa sempre defendida pela FecomercioSP que, finalmente, parece ter sido abraçada com determinação pelo governo federal. Exemplo disso foi a corajosa alteração das regras de remuneração da pou-

pança, sem o que as taxas de juros jamais chegariam aos patamares internacionais, como reiteradas vezes advertimos.

As notícias são boas, mas é cedo para comemorar. O Brasil tem muito caminho a percorrer até firmar-se entre as economias mais sólidas do planeta. Precisamos avançar em áreas como a trabalhista e a tributária. Também são urgentes melhorias nos setores que interferem diretamente na qualidade de vida da população, como educação, saúde, segurança, moradia e transporte.

Conselhos continuará trazendo à discussão todas essas questões decisivas para o destino da sociedade brasileira, ouvindo os mais renomados líderes empresariais e especialistas, estimulando ideias e promovendo a pluralidade de concepções. Nesta edição comemorativa, a revista brinda o leitor com a entrevista concedida por Luiza Helena Trajano, a presidente do Magazine Luiza, exemplo de estratégia empresarial bem sucedida.

De olho no futuro, a partir de agora **Conselhos** poderá ser acompanhada via aplicativo de iPhone. Na forma e no conteúdo buscaremos sempre estar um passo à frente, mantendo o rumo certo.



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

“Se pudesse fazer de novo, faria melhor”

Com a experiência de 21 anos no comando do Magazine Luiza, empresária fala sobre concorrência, planos de investimentos para 2012 e estratégias para crescer em um setor cada vez mais competitivo **Por Enzo Bertolini**

À frente do Magazine Luiza, um dos maiores grupos de varejo do país, Luiza Helena Trajano está enfrentando com força e habilidade a concorrência acirrada que vem mudando a cara do varejo nos últimos anos. Em resposta às aquisições do Ponto Frio e da Casas Bahia pelo Pão de Açúcar e à criação da Máquina de Vendas, resultado da fusão entre Insinuante e Ricardo Eletro, Luiza respondeu com a compra das redes Baú da Felicidade, do empresário Silvio Santos, e da paraibana Lojas Maia. Com isso, chegou à praça nordestina e ampliou sua atuação em outros Estados.

No comando do Magazine Luiza desde 1991, quando recebeu da tia Luiza Trajano, fundadora da empresa, o bastão para continuar o próspero negócio iniciado há 55 anos, Luiza imprimiu um modelo de gestão inovador.

Admirada pela concorrência e estudada nas escolas de administração, Luiza foi pioneira na criação de um canal de vendas pela internet. Também lançou uma megapromoção em janeiro, mês fraco para o comércio, que virou referência para o setor e a terceira data mais importante para as vendas da empresa.

O sucesso de Luiza extrapola o âmbito empresarial. No ano passado, foi convidada pela presidente Dilma Rousseff para assumir uma nova secretaria federal, voltada para a micro e pequena empresa. Ficou lisonjeada, mas recusou. A pasta segue sem cara nem dono. Luiza continua a tocar seus negócios. Em meio a uma agenda lotada, atendeu a Conselhos em seu escritório em São Paulo para falar sobre investimentos programados para 2012, estratégias de crescimento, sucesso de ações na internet, entre outros assuntos.



Conselhos – QUAIS SÃO OS PLANOS DE INVESTIMENTO DA REDE PARA 2012?

Luiza Trajano - Todo o investimento previsto para o período 2011 – 2013 foi gasto na compra das lojas do Baú da Felicidade e da rede Lojas Maia. Mesmo chegando ao número de lojas que queríamos, vamos investir R\$ 140 milhões em 2012 para abrir de 30 a 40 lojas orgânicas (excluindo aquisições) e reformar de 50 a 60 unidades. Estamos focados na consolidação e na mudança de nome das duas redes adquiridas, e também no crescimento orgânico da empresa. Vamos abrir unidades no Nordeste, Minas Gerais e São Paulo.



Conselhos – COMO SE DEU O PROCESSO DE ABSORÇÃO DAS REDES BAÚ DA FELICIDADE E LOJAS MAIA?

Luiza - São dois focos. Um é o de passar a cultura filosófica da nossa equipe, o jeito Luiza de ser, que fazemos bem e muito rápido. A outra é fazer as mudanças tecnológicas e físicas, que exigem tempo, investimento e terceiros. Não é tão fácil. No Baú, brinco que

“ NÃO TENHO MEDO DA CONCORRÊNCIA. TENHO MUITO RESPEITO, SEJA POR UM GRANDE QUE CHEGA OU POR UM PEQUENO NA CIDADE QUE A GENTE VAI. MUITAS VEZES, UM PEQUENO É UM GRANDE CONCORRENTE ”

a gente fez um parto a fórceps, porque rapidamente fizemos a transformação da tecnologia e da filosofia, e agora vamos reformar as lojas. Na Maia, a gente manterá por um tempo a marca, fará ações conjuntas de marketing. A virada física exige mais investimento com reforma e construção, melhoria de equipe, mix de produtos. Já fizemos isso em Fortaleza, Maceió e no Recife. A próxima virada será em Salvador.

Conselhos – POR QUE O MAGAZINE LUIZA NÃO ESTÁ NO RIO DE JANEIRO, A MENINA DOS OLHOS PARA MUITAS EMPRESAS ATUALMENTE?

Luiza - Você tem duas formas de crescer em cidade grande. Quando adquire uma rede e entra com uma força de marketing ou quando inaugura 50 lojas de uma vez, como a gente fez em São Paulo. Não tivemos ainda a oportunidade de comprar uma rede no Rio. Isso é uma questão de momento. Apenas como exemplo, fomos para o Rio Grande do Sul antes de irmos para São Paulo (Capital) quando surgiu a oportunidade de comprar a Lojas Arno. Depois fomos para Santa Catarina com a compra de três redes, antes de vir para cá (São Paulo). É questão de oportunidade.

Conselhos – FUSÃO E AQUISIÇÃO SÃO OS ÚNICOS CAMINHOS PARA UM RÁPIDO CRESCIMENTO NO VAREJO BRASILEIRO?

Luiza - Tem diferentes caminhos. Há empresas que só crescem organicamente, outras só com aquisição. O Magazine Luiza em toda a sua história trabalhou das duas maneiras. Em 2008, entramos em São Paulo de maneira orgânica, com a inauguração de 50 lojas no mesmo dia,

sem aquisições. No Nordeste compramos 140 lojas da rede Maia.

Conselhos – O MERCADO BRASILEIRO ESTÁ NA MIRA DE GRANDES GRUPOS INTERNACIONAIS DE VAREJO. O MAGAZINE LUIZA GANHARÁ CONCORRENTES OU SERÁ ALVO DE COMPRA?

Luiza - Grupos internacionais como os da Europa e dos Estados Unidos não têm modelo parecido com o do Brasil. A América Latina sim, principalmente no México. Nos Estados Unidos e na Europa há um incentivo fiscal tão grande e a margem de lucro deles é tão maior que a nossa, que não é fácil para eles virem para o Brasil. O varejo aqui dá uma margem baixa de lucro e você tem que conhecer bem o País. Vejo a concorrência, seja ela grande ou pequena, nacional ou internacional, como um grande aprendizado. Não tenho medo da concorrência. Tenho muito respeito, seja por um grande que chega ou por um pequeno na cidade que a gente vai. Muitas vezes, um pequeno é um grande concorrente.

Conselhos – O MERCADO BRASILEIRO COMPORTA ESSA EXPANSÃO OU CAMINHA PARA UMA CONSOLIDAÇÃO DO SETOR VAREJISTA?

Luiza - A consolidação é natural, como você pode ver no setor de supermercados ou no meu segmento. Mas costumo dizer que há muita sobrevivência para o médio e pequeno. Realmente ser pequeno vendendo geladeiras não é fácil, o poder de barganha é menor. Mas ele pode vender outras coisas que dão muita sobrevivência. Sempre vejo muitos caminhos para os pequenos. O Brasil tem duas coisas muito importantes: o bônus demográfico

de uma população jovem ainda e o poder aquisitivo de 110 milhões de pessoas que entraram para a economia.

Conselhos – MESMO COM OS IMPOSTOS DE IMPORTAÇÃO, MUITAS VEZES É MAIS BARATO COMPRAR PRODUTOS CHINESES OU AMERICANOS DO QUE BRASILEIROS. O SEU PRINCIPAL CONCORRENTE ESTÁ NO BRASIL, PEQUIM OU MIAMI?

Luiza - Está no Brasil, sem dúvida. A competição é supersaudável. Agora, ter produtos da concorrência que mesmo com impostos chegam mais baratos é sinal de que alguma coisa precisa ser revista - sejam os impostos ou o custo dos materiais. O Custo Brasil é alto porque há muitos impostos e leis trabalhistas muito exigentes. Vejo com bons olhos as medidas que o governo tomou recentemente, como isenção do IPI (Imposto sobre Produto Industrializado) e da folha de pagamento. Embora saiba que são medidas paliativas. Para medidas mais profundas dependemos do Congresso. Ainda acho que cada um pensa muito no seu quintal. Temos 23 tipos de ICMS no Brasil. Além do custo, temos muita burocracia. O governo sabe disso, mas é difícil mexer.

Conselhos – COM POLÍTICAS DE CRÉDITO SIMILARES, MESMOS PRODUTOS E MARCAS, O QUE LEVA O CONSUMIDOR A COMPRAR UMA GELADEIRA NO MAGAZINE LUIZA E NÃO NA CONCORRÊNCIA?

Luiza - Preço vira commodity e produto de qualidade também. O consumidor não aceita mais produto mediano. O Magazine Luiza acredita que duas coisas vão fazer a diferença no mercado: atendimento e inovação. Atendimento de qualidade não se faz sem pessoas alinhadas e comprometidas com

a companhia. Inovação não é só ter Ipad. É inovar sistemas, atendimento e produtos. É mostrar uma forma diferente de fazer as coisas, diminuir a burocracia. Investir em pessoas resulta em melhor atendimento e mais inovação.

Conselhos – QUAL A SUA VISÃO SOBRE A GUERRA FISCAL DO ICMS ENTRE OS ESTADOS E COMO ISSO IMPACTA O MAGAZINE LUIZA?

Luiza – É preciso ter uma equipe contábil atrás de você. Tem muita burocracia. É muito ruim para o Brasil e os empresários. Não acredito que isso vai mudar porque não depende só do governo, mas do Congresso, que tem gente de todos os estados e cada um vai puxar para o seu lado. É preciso ter espírito brasileiro e entendimento técnico-econômico que seja bom para todos.

Conselhos – FALTA UMA AÇÃO MAIS EFETIVA NO PAÍS PARA REDUZIR O SPREAD BANCÁRIO E ESTIMULAR AINDA MAIS O CONSUMO?

Luiza - O governo trabalha para que a inflação não volte, e a nossa consciência de empresário nos leva a contribuir para isso. Não queremos mais conviver com inflação, já se provou que isso é ruim. A contrapartida é exigirmos do governo a redução dos juros. O Banco do Brasil e a Caixa saíram com taxas supercompetitivas. É a forma de o governo puxar outros bancos para o movimento. Só isso não é suficiente, mas nas reuniões em que participei com outros banqueiros e a presidente Dilma, eles viram que terão que contribuir. Sabem que a queda de juros vai acontecer e que não podem sobreviver só de altas taxas. Um dia o Brasil terá juros baixos; já caminhamos para isso.





Conselhos – EM DISPUTA COM O PÃO DE AÇÚCAR, O MAGAZINE LUIZA PERDEU A BRIGA PELO PONTO FRIO. DEPOIS, HOUE A FUSÃO DO GRUPO DE ABÍLIO DINIZ COM A CASAS BAHIA. COMO A EMPRESA SE REPOSICIONOU ESTRATEGICAMENTE PARA NÃO PERMITIR O AVANÇO DA CONCORRÊNCIA?

Luiza – Não lutamos para ser primeiro ou segundo. Não faz parte do nosso DNA. Parece até que é discurso pronto, mas nunca recebi isso da minha família. Tanto é que nós crescemos no ano passado e poderíamos ter comprado mais redes este ano e nos tornando o segundo – o primeiro é muito difícil porque competimos com supermercado. O que existe é uma vontade muito grande de contribuir com empregos, de ser uma empresa que investe em pessoas, que faz diferente. Existe sim, uma grande obsessão de não perder o jeito Luiza de ser, nossa alma.

Conselhos – QUAL O PAPEL DA INTERNET NO FUTURO DO VAREJO?

Luiza - Fomos o primeiro varejo a investir na internet e continuamos investindo. O cliente compra quando, onde e como quiser. O consumidor irá transitar entre todos canais: televidas, internet e venda física. Acreditamos nessa comunicação entre canais. As vendas pela internet vão continuar crescendo, como hoje crescem 50% ao ano. As lojas físicas mudam um pouco seu formato, mas nunca deixarão de existir. Temos uma alternativa muito boa que são as nossas lojas virtuais, que representam dois terços de uma loja grande e têm de tudo: multimídia, atendimento pessoal, cobertura para internet. O desafio de todos nós, varejistas, é fazermos as junções dos canais de vendas, ou seja, permitir que você compre em um lu-

“ O DESAFIO DE TODOS NÓS, VAREJISTAS, É FAZERMOS AS JUNÇÕES DOS CANAIS DE VENDAS, OU SEJA, PERMITIRMOS QUE VOCÊ COMPRE EM UM LUGAR E TROQUE EM OUTRO. ESSE DESAFIO NÃO É SÓ DO MAGAZINE LUIZA, É GERAL – INCLUSIVE NO EXTERIOR ”

gar e troque em outro. Esse desafio não é só do Magazine Luiza, é geral – inclusive no exterior. Estamos desenvolvendo programas para isso, mas ainda não é o ideal; ninguém tem o ideal.

Conselhos – QUAL O DESAFIO NA GESTÃO DO CAPITAL HUMANO E COMO TEM ENFRENTADO ESSA SITUAÇÃO?

Luiza - O Magazine Luiza foi uma das primeiras empresas a acreditar em pessoas. Por que não se acreditava antes? Porque ninguém queria trabalhar no varejo. Antigamente, de 100 alunos que saíam da universidade, nenhum procurava o varejo para ser trainee. Desde 1992, invertemos isso. Passamos a ter plano de carreira, bolsa de estudos, acreditar na equipe. Fomos a primeira empresa de varejo no Brasil a entrar no ranking das melhores empresas para trabalhar. Em 2003, pela primeira vez, ocupamos a primeira colocação no ranking mundial. Há 15 anos estamos entre as dez melhores.

Conselhos – COMO SURTIU A IDEIA DO PROGRAMA “DE VOLTA PARA A SUA TERRA”, QUE TRANSFERE FUNCIONÁRIOS NORDESTINOS DE SÃO PAULO PARA AS FILIAIS DO NORDESTE? QUAL O RESULTADO ATÉ O MOMENTO?

Luiza – Conversei muito com a minha equipe e todos têm liberdade de falar comigo. As pessoas foram embora do Nordeste porque não tinham emprego. E quem não quer voltar para a sua terra e ficar mais perto de painho e mainha? Temos feito alguns casos pontuais, mas a pessoa tem que pedir demissão aqui e ser contratada lá. A burocracia é grande, bem como os gastos, e muitas vezes os salários não são iguais aos daqui. Mas daqui a três meses teremos um único CNPJ, quando fizermos a fusão tecnológica com a Lojas Maia. E aí será um espetáculo. Temos de 800 a 1000 pessoas na fila de espera para voltar para casa. É impressionante.

Conselhos – QUAIS AS LIÇÕES APRENDIDAS APÓS 20 ANOS À FRENTE DA COMPANHIA? FARIA ALGUMA COISA DIFERENTE?

Luiza - Sempre faria diferente. Quando você tem experiência é diferente. Se tivesse experiência e pudesse fazer de novo, faria melhor. Mas talvez não tivesse o arrojo de quem não tem tanta experiência. Uma coisa compensa a outra. Aprendi com a minha família a ter paixão por trabalho, por gerar emprego. O dinheiro não é importante, ele não é fim, é meio. A ética está acima de tudo. Vamos ganhar, mas não a qualquer custo. E acima de tudo, por eu ser do interior, a simplicidade que não é simplismo. ■



SulAmérica
associada ao **ING**

Unimed 
Paulistana

OMINT

Planos até
50%
mais barato.²

SulAmérica:

ANS nº 000043

Unimed Paulistana:

ANS nº 301337

Omint:

ANS nº 359661

**Meu plano de saúde
não cobre o médico
e o hospital que eu
prefiro pra me tratar.
E agora?**

Empregador do Comércio:

não se preocupe. Com a parceria da
Qualicorp com a FECOMERCIO-SP,
os planos de saúde que oferecem
os melhores médicos, hospitais
e laboratórios do Brasil já estão
ao seu alcance.¹

Ligue e confira:

0800 777 4004

Ou acesse: www.qualicorp.com.br

FECOMERCIO-SP
Representa muito para você.

 **Qualicorp**
soluções em saúde

Planos de saúde coletivos por adesão, conforme as regras da ANS. Informações resumidas. Condições contratuais disponíveis para análise. ¹A comercialização dos planos respeita a área de abrangência da respectiva operadora. A cobertura de hospitais e laboratórios, bem como de honorários profissionais, se dá conforme a disponibilidade da rede médica e as condições contratuais de cada operadora e categoria de plano. ²Em comparação a produtos similares no mercado de planos de saúde individuais (tabela de maio/2012 - Omint). Maio/2012.

Qualicorp Adm.
de Benefícios:

ANS nº 417173



Supremo Tribunal Federal, ontem e hoje

Um dos mais importantes pilares da atual Constituição foi a conformação de um notável equilíbrio de poderes, com mecanismos para evitar invasão de competências.

O Supremo Tribunal foi guindado expressamente a “guardião da Constituição”, com integrantes escolhidos por um homem só, o Presidente da República eleito pelo povo, assim como os integrantes do Senado e da Câmara.

Estão os dispositivos constitucionais assim redigidos: “Art. 102. Compete ao Supremo Tribunal Federal, precipuamente, a guarda da Constituição.”;

“Art. 101. O Supremo Tribunal Federal compõe-se de onze Ministros, escolhidos dentre cidadãos com mais de trinta e cinco e menos de sessenta e cinco anos de idade, de notável saber jurídico e reputação ilibada.

Parágrafo único. Os Ministros do Supremo Tribunal Federal serão nomeados pelo Presidente da República, depois de aprovada a escolha pela maioria absoluta do Senado Federal.”

Por sua vez, o Congresso Nacional tem poderes para anular quaisquer decisões do Executivo ou do Judiciário que invada sua função legislativa, podendo socorrer-se das Forças Armadas para mantê-la, em caso de conflito, artigos cuja dicção reproduzo: “Art. 49. É da competência exclusiva do Congresso Nacional:

XI - zelar pela preservação de sua competência legislativa em face da atribuição normativa dos outros Poderes;”;

“Art. 142. As Forças Armadas, constituídas pela Marinha, pelo Exército e pela Aeronáutica, são instituições nacionais permanentes e regulares, organizadas com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e destinam-se à defesa da Pátria, à garantia dos poderes constitucionais e, por iniciativa de qualquer destes, da lei e da ordem.”

Há, pois, todo um arsenal jurídico para assegurar a democracia no País.

Ora, a Suprema Corte brasileira, constituída no passado e no presente por ínclitos juristas, parece hoje exercer um protagonismo político, que entendo contrariar a Lei Suprema.

Assim é que, a partir dos nove anos da gestão Lula-Dilma, o Pretório Excelso passou a gerar normas, tais como nos casos de empossar candidato derrotado – e não eleito direta ou indiretamente - quando de cassação de governantes estaduais; da fidelidade partidária, que os constituintes colocaram como faculdade dos partidos; do aviso prévio; da relação entre homossexuais; do aborto dos anencéfalos, para citar apenas alguns.

Transcrevo os dispositivos não respeitados:

“Art. 81. Vagando os cargos de Presidente e Vice-Presidente da República, far-se-á eleição noventa dias depois de aberta a última vaga.”;

“Art. 17 - ...

§ 1º É assegurada aos partidos políticos autonomia para definir sua estrutura interna, organização e funcionamento e para adotar os critérios de escolha e o regime de suas coligações eleitorais, sem obrigatoriedade de vinculação entre as candidaturas em âmbito nacional, estadual, distrital ou municipal, devendo seus estatutos estabelecer normas de disciplina e fidelidade partidária.;

“Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:

.....

XI - aviso prévio proporcional ao tempo de serviço, sendo no mínimo de trinta dias, nos termos da lei;

“Art. 226 - ...

§ 3º - Para efeito de proteção do Estado, é reconhecida a união estável entre o homem e a mulher como entidade familiar, devendo a lei facilitar sua conversão em casamento.”;

“Art. 128 - Não se pune o aborto praticado por médico:

I - se não há outro meio de salvar a vida da gestante;

II - se a gravidez resulta de estupro e o aborto é precedido de consentimento da gestante ou, quando incapaz, de seu representante legal.”.

Tem-se, pois, duas posturas julgadoras drasticamente opostas: a dos magistrados de antanho, que nunca legislavam, e a dos atuais, que legislam.

Sustentam alguns constitucionalistas que vivemos a era do neoconstitucionalismo, o qual comportaria tal visão mais abrangente

de judicialização da política.

Como velho advogado e professor de Direito Constitucional, tenho receio dos avanços de um poder técnico sobre um poder político, principalmente quando a própria Constituição o impede. Com efeito, declarada a inconstitucionalidade por omissão, pode o STF apenas comunicar o Congresso de sua inconstitucional emissão, sem impor prazo e sem sanção, sobre não poder produzir a norma. Assim disposto está o preceito constitucional: “§ 2º do art. 103 da CF - Declarada a inconstitucionalidade por omissão de medida para tornar efetiva norma constitucional, será dada ciência ao Poder competente para a adoção das providências necessárias e, em se tratando de órgão administrativo, para fazê-lo em trinta dias”.

Nem se argumente que ação de descumprimento de preceito fundamental – de cuja redação do anteprojeto participei, ao lado de Celso Bastos, Gilmar Mendes, Arnaldo Wald e Oscar Corrêa –, autorizaria tal invasão de competência, visto que essa ação objetiva apenas suprir hipóteses não cobertas pelas demais ações de controle concentrado (Lei 9882/99).

Meu receio é que, por força dos instrumentos constitucionais de preservação dos poderes, numa eventual decisão normativa do STF de caráter político nacional possa haver conflito que justifique sua anulação pelo Congresso (art. 49, inc. XI), o que poderia provocar indiscutível fragilização do regime democrático no País.

É sobre tais preocupações que gostaria que magistrados e parlamentares se debruçassem para refletir. ■

Presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP

Modelo questionável

Com mais de uma década de existência, as agências reguladoras ficam aquém do papel para o qual foram criadas, segundo especialistas **Por Eugênio Melloni**



Mais antiga agência reguladora do País, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) completa, neste ano, 15 anos de existência. Surgidas como parte essencial do processo de privatização por que passaram diferentes segmentos da economia brasileira durante os mandatos de Fernando Henrique Cardoso, as agências foram desenhadas para arbitrar os interesses dos diferentes agentes de cada setor, cuidar para que as regras que ordenam os mercados seguisse a própria evolução dos ambientes de negócios e da sociedade brasileira e fiscalizar obras e serviços das concessionárias, zelando pela manutenção da saúde financeira e econômica das concessões e pelo bom atendimento aos consumidores.

Na opinião de especialistas ouvidos pela Revista Conselhos, o que se vê uma década e meia depois da implantação do sistema regulatório no Brasil está muito longe do seu desenho original. Há um consenso em que as agências perderam, principalmente durante os dois mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva, grande parte de sua autonomia e independência. Os cargos de comando das agências se transformaram em moedas de troca no intrincado mapa político da base de sustentação do governo. Os recursos passaram a ser contingenciados, como parte dos esforços visando o cumprimento das metas do superávit primário pelo Executivo. Além disso, há questionamento à isenção e isonomia do tratamento das agências aos diferentes grupos que atuam nos segmentos regulados e fiscalizados por elas.

Levantamento realizado pelo Tribunal de Contas da União (TCU), divulgado no final do ano passado, evidencia parte das deficiên-

cias que desfiguram as agências reguladoras, quando comparadas ao modelo original. Foram objeto de análise do órgão sete agências reguladoras: Agência Nacional do Petróleo (ANP), que atua nos segmentos de petróleo, gás e álcool combustível; Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), que atua no setor elétrico; Agência Nacional das Águas (ANA); Agência Nacional de Transporte Terrestre (ANTT), Agência Nacional de Transporte Aquaviário (Antaq) e Agência Nacional de Aviação Civil (Anac).

O TCU constatou que muitas regras existem somente no papel. Uma delas é a exigência de que as agências reguladoras devem ter autonomia financeira. As agências são, na realidade, submetidas aos orçamentos dos ministérios a que são vinculadas. Nos últimos anos, os orçamentos sofreram contingenciamentos, principalmente como parte dos esforços do Executivo para cumprir as metas de superávit fiscal. O volume de recursos contingenciados saltou, de acordo com os dados do TCU, de R\$ 2,5 bilhões em 2004 a R\$ 7,5 bilhões em 2009.

O Tribunal também faz críticas à subjetividade dos critérios adotados na escolha dos diretores das agências reguladoras, que possibilitam a nomeação de profissionais sem os conhecimentos imprescindíveis para o exercício dos cargos. Outra fragilidade alistada no levantamento: a disputa política em torno dos cargos no comando das agências tem arastado em demasia o processo sucessório.

Para o consultor Adriano Pires, diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura (CBIE), as agências reguladoras passaram, nos dois mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva, a ser

SURGIDAS COMO PARTE
ESSENCIAL DO PROCESSO
DE PRIVATIZAÇÃO
POR QUE PASSARAM
DIFERENTES SEGMENTOS
DA ECONOMIA
BRASILEIRA DURANTE
OS MANDATOS DE
FERNANDO HENRIQUE
CARDOSO, AS AGÊNCIAS
FORAM DESENHADAS
PARA ARBITRAR
OS INTERESSES DOS
DIFERENTES AGENTES
DE CADA SETOR E CUIDAR
PARA QUE AS REGRAS
QUE ORDENAM
OS MERCADOS

alvos de grande ingerência política. “As agências passaram a ser, nos últimos anos, órgãos de governo, e não de Estado”, diz Pires, que foi consultor da diretoria da ANP durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. Ele considera que questões como as nomeações políticas, principalmente na agência que cuida do setor de petróleo & gás, tem afetado profundamente o desempenho das agências. “A ANP ficou, no governo Lula, sob o comando do deputado federal Haroldo Lima, que jamais teve alguma relação com o setor”, lembra ele. Pires acrescenta que, ao longo da gestão de Lima, a agência foi aparelhada pelo seu partido, o PC do B. Para ele, é sintomático que desde 2008 não tenham sido realizados novos leilões de áreas de produção e exploração.

A assessoria de imprensa da ANP rebate as acusações, destacando que “desde a

gestão do diretor-geral Haroldo Lima, tem ampliado o conhecimento do potencial petrolífero brasileiro em bacias sedimentares terrestres e que houve grande redução nos índices de não conformidade dos combustíveis comercializados no País, que caíram de mais de 10% em 2001 para cerca de 2% em 2011”. A ANP considera também que “a filiação política não é critério para contratação ou demissão de servidor da ANP, o que importa é a capacidade do profissional. Por isso, a ANP realizou em 2005 e 2008 os primeiros concursos públicos para a contratação dos 530 servidores do seu quadro permanente”. Em relação à paralisação dos leilões, a ANP diz que cabe à agência “propor as áreas a serem licitadas e realizar as rodadas de licitações autorizadas pelo CNPE com aprovação da Presidência da República”.

Para fontes do setor elétrico, o mesmo ocorre, porém de forma menos intensa, na Aneel. O atual diretor-geral da agência, Néelson Hubner, é um técnico com reconhecimento no setor. “Mas ele é muito vinculado à presidente Dilma Rousseff, o que faz com que ele não atue com a independência necessária”, diz um executivo da área. Ele lembra que, por conta de uma postura mais independente em diversas questões, o mandatário anterior, Jéerson Kelman, não foi reconduzido ao cargo, quebrando uma tradição na Aneel. Procuradas, ANP e Aneel não se manifestaram.

Neste ano, com a nomeação e posse de Magda Chambriard para o comando da ANP substituindo Haroldo Lima, a expectativa de Pires é de que possa ocorrer uma mudança no que se refere às indicações de apadrinhados políticos para as agências. Sem filiação partidária, Magda já vinha atuando na agência desde 2002.

Mediação

Talhadas para funcionarem como mediadoras dos interesses entre concessionárias de serviços públicos e consumidores, as agências reguladoras são, com frequência, acusadas de parcialidade e de penderem, principalmente, para o lado mais forte. Para Maria Inês Dolci, coordenadora institucional da Pro Teste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidor), a defesa dos direitos dos consumidores não tem sido prioridade em pelo menos duas agências reguladoras: a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) e Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). “Temos notado uma grande ingerência das empresas junto a esses órgãos reguladores”, diz Maria Inês.

Segundo ela, alguns problemas decorrentes de falhas e deficiências recorrentes na atuação das concessionárias provocam dissabores frequentes para os consumidores e não são resolvidos pelas agências. “Mesmo com o Código do Consumidor já bastante assimilado pela sociedade brasileira, as empresas não respeitam e não são punidas pelas agências”, afirma a coordenadora da Pro Teste. “A prova disso é que as empresas de telefonia estão encabeçando há anos as listas de reclamações dos consumidores”, diz ela.

A saída para boa parte das demandas não atendidas dos consumidores tem sido os tribunais. Nas agências, diz Maria Inês, o trâmite das queixas dos consumidores obedece a um ritual moroso, iniciado com a instauração de um processo administrativo. Se o processo resulta em punição para as concessionárias, diz ela, as empresas com frequência recorrem à Justiça como prática protelatória.

A Anatel rebate as afirmações. Por meio

de posicionamento encaminhado pela sua assessoria de imprensa, a agência ressalta que “atua no sentido de incentivar a melhoria na prestação dos serviços, a valores razoáveis. Há várias medidas para auxiliar o consumidor no seu dia a dia, como demonstram iniciativas recentes adotadas pela agência”. Como exemplo, cita determinação, anunciada em 30 de abril último, para que as “concessionárias de telefonia fixa Brasil Telecom S.A. e Telemar Norte Leste S.A. (Grupo Oi) adotem medidas necessárias para que o número total de interrupções na prestação do serviço seja reduzido, no mínimo, em 67% nos Estados da Bahia, Pará e Maranhão e em 53% nos Estados do Ceará, Minas Gerais, Piauí, Paraná e Amazonas”.

Segundo informações da empresa, “a quantidade de reclamações sofreu redução significativa no exercício de 2010 (últimos dados disponíveis) nos principais serviços.

Na área de energia elétrica, segundo Maria Inês, uma prova de que a balança se inclina desfavoravelmente para os consumidores foi a decisão da Aneel de não devolver aos clientes das concessionárias de distribuição um montante de R\$ 7 bilhões pagos a mais na conta de luz, no período entre 2002 e 2010, por conta de erros na metodologia de cálculo nos reajustes das tarifas. O problema, que veio a público em 2009, fez com que a Aneel produzisse um aditivo aos contratos de concessão que passou a vigir a partir de 2010. Mas não houve retroatividade na correção da distorção.

Uma fonte que acompanhou todo o processo relata que a deficiência nas normas que originou a celeuma era de conhecimento da agência e das concessionárias. O problema

“ MESMO COM O CÓDIGO DO CONSUMIDOR JÁ BASTANTE ASSIMILADO PELA SOCIEDADE BRASILEIRA, AS EMPRESAS NÃO RESPEITAM E NÃO SÃO PUNIDAS PELAS AGÊNCIAS. À PROVA DISSO É QUE AS EMPRESAS DE TELEFONIA ESTÃO ENCABEÇANDO HÁ ANOS AS LISTAS DE RECLAMAÇÕES DOS CONSUMIDORES ”



Maria Inês Dolci, coordenadora da Pro Teste

vinha sendo resolvido por meio de compensações realizadas pela agência nas revisões tarifárias periódicas, que ocorrem com intervalos de 4 anos, quando vinham sendo aplicados descontos nos percentuais de reajustes das tarifas definidos para as empresas. Com a comção criada pela exposição do problema na mídia, e diante, mais tarde, da interferência do Tribunal de Contas da União (TCU) na questão, a Aneel resolveu realizar o aditivo. O caso está sendo analisado pelo TCU, diz Maria Inês, da Pro Teste. Tramitam na Justiça ações judiciais movidas pelos consumidores contra a decisão da agência. Segundo a assessoria da Aneel, a agência somente poderá se pronunciar a respeito após uma decisão do TCU.

No raio de ação da Agência Nacional da Saúde Suplementar (ANS), que regula e fiscaliza os planos de saúde, também sobram queixas de favorecimento ao lado mais forte. De acordo com Cid Carvalhaes, presidente da Federação Nacional dos Médicos (Fenam), a postura da ANS em relação às operadoras é, com frequência, de omissão. Ele exemplifica: “a ANS não estabelece coberturas para os planos, o que faz com que a Justiça esteja cheia de processos de pacientes que se sentem prejudicados em relação a procedimentos e medicamentos de alto custo”, diz ele. Ele considera também que ocorre complacência da agência ao não atuar de forma coercitiva para que as operadoras incorporem novos procedimentos.

“Há complacência da ANS ainda no tocante à metodologia de reajustes anuais adotados para os planos das operadoras, que se baseiam em uma inflação setorial. Enquanto a inflação do país encontra-se sob controle, a inflação da saúde segue em trajetória ascendente”, acrescenta o dirigente. Todas essas questões, lembra ele, tendem a prejudicar os pacientes. Procurada, a ANS não se manifestou.

A Aneel vive uma situação curiosa, no que se refere ao seu papel de árbitro do setor elétrico. Se sobram queixas dos consumidores de favorecimento às empresas, não faltam, também, críticas na mão inversa. Em conversas reservadas, alguns executivos do setor costumam atribuir os índices decepcionantes de reajustes das últimas revisões tarifárias a um alinhamento automático da Aneel à defesa da modicidade tarifária, um dos pilares do modelo do setor elétrico introduzido no primeiro mandato de Luiz Inácio da Silva, quando Dilma Rousseff comandava o Ministério de Minas e Energia. Para um executivo, a postura resvala no populismo, tendo como efeito colateral o comprometimento dos investimentos das companhias. A Aneel não se pronunciou a respeito.

“Não houve surpresa entre os agentes em relação às mudanças na metodologia da revisão, mas, sim, com os resultados do processo”, diz João Carlos Mello, presidente da Andrade & Canellas, empresa de consultoria especializada no setor. Mello lembra que várias concessionárias receberam percentuais negativos de reajuste para suas tarifas. Segundo um ex-funcionário da agência reguladora, que também prefere manter-se no anonimato, “a medida de isenção nas agências se dá com frequência desta forma: por meio do descontentamento dos dois lados”.

A ANEEL VIVE UMA
SITUAÇÃO CURIOSA,
NO QUE SE REFERE AO
SEU PAPEL DE ÁRBITRO
DO SETOR ELÉTRICO.
SE SOBRAM QUEIXAS
DOS CONSUMIDORES
DE FAVORECIMENTO
ÀS EMPRESAS,
NÃO FALTAM,
TAMBÉM, CRÍTICAS
NA MÃO INVERSA.
EM CONVERSAS
RESERVADAS, ALGUNS
EXECUTIVOS DO
SETOR COSTUMAM
ATRIBUIR OS ÍNDICES
DECEPCIONANTES
DE REAJUSTES DAS
ÚLTIMAS REVISÕES
TARIFÁRIAS A UM
ALINHAMENTO
AUTOMÁTICO DA ANEEL
À DEFESA DA
MODICIDADE TARIFÁRIA,
UM DOS PILARES DO
MODELO DO SETOR
ELÉTRICO INTRODUIDO
NO PRIMEIRO
MANDATO DE LUIZ
INÁCIO DA SILVA



Caos aéreo

Mesmo administrações de agências reguladoras consideradas exitosas podem ser alvos de críticas. É o caso da gestão de Solange Vieira à frente da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). Solange, que havia comandado a Secretária de Previdência Complementar (SPC) na gestão de Fernando Henrique Cardoso, assumiu a agência em 2007 com a missão de colocar ordem no setor aéreo, abalado por episódios frequentes de paralisia nos aeroportos brasileiros em feriados. Ao longo do ano anterior, a agência foi acusada de não providenciar as soluções necessárias para o gargalo enfrentado pelos aeroportos com o crescimento da movimentação de aeronaves. O caos do setor aéreo culminou no acidente com o voo TAM 3054 no Aeroporto de Congonhas, em julho de 2007, no qual morreram as 187 pessoas que estavam a bordo e outras 12 em terra. Os problemas viraram, então, tema de CPI.

Milton Zuanazzi, então diretor-geral da ANAC, que tinha a expiração de seu mandato prevista para 2011, pediu demissão sob a

enorme pressão política que foi criada, assim como ocorreu com Denise Abreu, presidente da agência na época, e com os outros diretores. Solange assumiu e, na opinião de fontes do setor, conseguiu endereçar as principais questões do setor aéreo e imprimir uma gestão mais moderna na agência. Mas, na opinião de Elton Fernandes, professor de engenharia de produção da Coppe/UFRJ, o que houve na realidade foi uma gestão “atrilhada”, resultado da falta de experiência de Solange e dos demais diretores e do processo de renovação dos quadros da agência. “A Solange Vieira não era do setor e, portanto, não tinha a experiência necessária”, diz Fernandes. Soma-se a isso, segundo ele, o fato de ter ocorrido uma substituição de funcionários da ANAC, provenientes da Infraero e do Departamento de Aviação Civil (DAC), por um pessoal concursado também sem atuação na área.



Consultor Adriano Pires, diretor do CBIE: o problema da ingerência política nas agências reguladoras

“ AS AGÊNCIAS
PASSARAM A SER,
NOS ÚLTIMOS
ANOS, ÓRGÃOS
DE GOVERNO, E
NÃO DE ESTADO.
A ANP FICOU, NO
GOVERNO LULA, SOB
O COMANDO DO
DEPUTADO FEDERAL
HAROLDO LIMA,
QUE JAMAIS TEVE
ALGUMA RELAÇÃO
COM O SETOR ”

Fragilidade

O episódio da troca de comando da Anac evidenciou, ainda, quão frágil pode ser o mandato dos diretores das agências reguladoras. A comoção popular causada pelos problemas enfrentados no setor aéreo e catalizada pelo acidente com o voo da TAM eclipsou as pressões políticas que resultaram no pedido de demissão dos diretores da ANAC, violando o princípio da estabilidade do cargo.

Quando deixou o cargo, Zuanazzi afirmou, ao comentar as acusações de leniência dirigidas à agência: “Eu não faço lei, eu cumpro lei. Eu não posso ser criticado pelo que não posso fazer. E foi isso o que a gente mais sofreu nesse tempo, crítica de leniência e coisa do tipo”, disse o ex-dirigente, conforme noticiaram os jornais na época.

Este não é um episódio isolado. Também não consiste em um fenômeno exclusivo das administrações petistas instaladas no Planalto. José Mário Abdo, primeiro diretor-geral da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), também fora vítima de gigantescas pressões políticas para renunciar ao cargo em meio à caça às bruxas que se instalou após a eclosão da crise energética que manteve o país sob um racionamento de energia em 2001 e 2002. Elo mais frágil da corrente política instalada na área energética do segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso, Abdo foi responsabilizado, em um primeiro momento, pelas falhas que resultaram no apagão. Sofreu pressões explícitas para renunciar ao cargo do próprio governo que implementara o modelo de agências reguladoras e que definira como regra básica a autonomia da agência e a blindagem dos mandatos de seus dirigentes a ingerências políticas. Mais tarde, uma apuração isenta diagnosticou que, entre os motivos da crise, estavam a desmontagem da estrutura de planejamento energético e o fracasso na implementação de um programa de estímulo à geração térmica – iniciativas que não estavam sob a responsabilidade da Aneel. Diferentemente de Zuanazzi, Abdo resistiu às pressões e somente entregou o cargo no término de seu mandato. ■



Hora de mudar

Proposta da FecomercioSP de fomentar o debate em torno de toda a cadeia de remuneração do País já surte efeito na poupança **Por Thiago Rufino**



O Brasil vive hoje um momento de forte crescimento econômico impulsionado, sobretudo, pela expansão do poder de consumo da denominada classe C. Mesmo propenso a maiores gastos, e com a facilidade de acesso ao crédito e a financiamentos mais longos, o brasileiro mantém o hábito de investir em caderneta de poupança, que tem como principal atrativo a liquidez e a segurança. Dados do Banco Central (BC) mostram que a média anual de aporte na poupança saltou de R\$ 86,4 bilhões para R\$ 104,7 bilhões entre 2009 e 2011. No entanto, é preciso uma análise reflexiva sobre a viabilidade e necessidade de alteração nas regras de rendimento da poupança. Foi o que fez a FecomercioSP ao realizar, por meio de seu Conselho de Tendências Empresariais, o seminário “O cálculo da poupança precisa mudar para o bem do Brasil”. Todo o conteúdo analítico desta reportagem foi extraído do encontro realizado em 20 de março na sede da entidade, na capital paulista.

O evento debateu o tema com a apresentação do estudo inédito “Uma nova estrutura de remuneração de capitais”. A proposta da Federação visa mudanças em toda a cadeia de remuneração do Brasil para adequá-la à nova realidade econômica global. O foco é na regra da caderneta de poupança, que passaria a ser remunerada pela Selic – taxa básica de juros do País (*ver box com as novas regras de rendimento da poupança*). Na opinião do diretor-executivo da FecomercioSP, Antonio Carlos Borges, “o cálculo da caderneta de poupança não se justifica mais”, afirma.

De acordo com o economista e ex-ministro da Fazenda Antônio Delfim Netto, não alterar o atual modelo de poupança significa impor uma barreira no desenvolvimento econômi-

co do País. “É preciso enfrentar esse problema que, aparentemente, poderia lesar os menos favorecidos. Ao contrário da atual situação, a proposta é para o benefício geral da sociedade brasileira”, diz Delfim Netto. Borges corrobora ao lembrar que “não estamos ‘tramando’ contra as famílias com baixa renda. As pessoas estão vivendo uma ilusão com o atual rendimento da poupança”, explica.

Atualmente, o descompasso entre os juros pagos por financiamentos e a remuneração dos poupadores é enorme e somente será reduzido se o Brasil enfrentar os entraves que travam a competitividade do mercado, como a diminuição das taxas de juros básicas e médias. “Se continuar dessa forma, vamos chegar a um problema crítico com o piso da caderneta de poupança. Se não resolvermos, não vamos avançar”, expõe Delfim Netto.

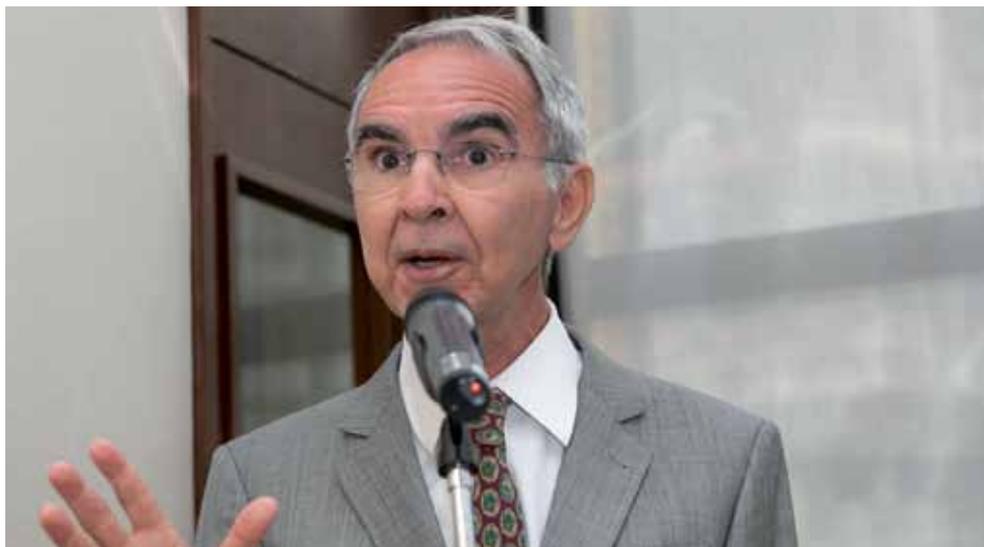
Para mexer na correção da caderneta – atualmente fixada em Taxa Referencial (TR) mais 6% ao ano – o governo precisa alterar a Lei nº 8.117, de 1991, que estabelece as regras de remuneração do investimento. Essa é a alternativa mais aceita pela equipe econômica entre as opções consideradas, já que serviria para evitar que o rendimento de poupança funcione como um empecilho à queda dos juros ou acabe provocando uma migração em massa de recursos para a tradicional aplicação financeira.

O novo modelo de remuneração não afetaria as regras das contas atuais, apenas a dos novos poupadores. A medida provisória deve enfrentar forte resistência no Congresso devido ao teor das mudanças em pleno ano eleitoral. Prova disso é que em 2009 o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva ensaiou a mudança na caderneta, mas en-

“ SE CONTINUAR
DESSA FORMA,
VAMOS CHEGAR
A UM PROBLEMA
CRÍTICO COM O PISO
DA CADERNETA
DE POUPANÇA.
SE NÃO
RESOLVERMOS,
NÃO VAMOS
AVANÇAR ”



Delfim Neto, ex-ministro da Fazenda, defende mudanças no cálculo das cadernetas de poupança



Antônio Carlos Borges, diretor executivo da FecomercioSP, critica antiga poupança

gavetou o projeto diante da reação negativa à proposta. O tema volta a ser debatido toda vez que a Selic se aproxima de um dígito, devido à percepção mais evidenciada de que o Brasil tem um piso para juros, dado pelas regras atuais de rendimento e tributação da poupança. “A caderneta tem uma remuneração básica e o Brasil é esquizofrênico nesse sentido. É o único País do mundo que tem um piso de 6,17% e o teto de 12% ao ano. Se o teto não é respeitado, também queremos que não haja piso”, diz o assessor técnico da FecomercioSP Fabio Pina.

De acordo com o projeto da Federação, caso a poupança continue sendo regida pelas regras atuais, em breve pode haver forte migração de outras aplicações para a caderneta – o que prejudicaria seriamente a economia do País. Por essa razão, o estudo

“ DISCUTIMOS
A NECESSIDADE
DA REDUÇÃO DOS
JUROS, POIS SABEMOS
A LIMITAÇÃO QUE
ESSE TIPO DE POLÍTICA
IMPÕE. PRECISAMOS
TORNAR O ASSUNTO
COM UMA QUESTÃO
DEFINITIVA ”

da FecomercioSP pretende trazer benefícios no longo prazo, uma vez que a redução de juros estimula a produção, o investimento e beneficia os estratos menos abastados com geração de mais emprego. “Algumas aplicações de fundos já estão rendendo menos do que a poupança. Mantidas as regras atuais, haverá uma migração muito grande e vamos perder grandes fortunas aplicadas em caderneta”, garante Pina.

Um país com juros baixos tem menor gasto financeiro, que pode ser revertido em queda de tributos e melhoria nas condições de serviços prestados ou da seguridade social. “Discutimos a necessidade da redução dos juros, pois sabemos a limitação que esse tipo de política impõe. Precisamos tornar o assunto com uma questão definitiva”, opina Borges. A visão é compartilhada por Pina: “nós não queremos reduzir a remuneração da poupança, mas sim a estrutura de juros em geral”, diz. Na prática, a diminuição da Selic, atualmente fixada em 9,00%, deve levar os fundos de investimento a cortar suas taxas de administração para se adequar aos rendimentos mais baixos do que a poupança.

O ex-ministro da Fazenda endossa que o maior desafio em relação à caderneta é convencer a população de que a mudança é essencial. “Estamos em um processo de redução de juros real e chegamos ao limite do piso de remuneração de poupança. Qualquer aplicação que seja a mais líquida e segura não pode haver taxa de juros superior, senão todos migram para lá”, reforça Delfim Netto. Segundo Pina, a hipótese apresentada pela FecomercioSP pode “mostrar que a sociedade tem muito a ganhar se desamarrar todos os entraves que o Brasil tem”, reforça.

A caderneta no Brasil

As regras vigentes de tributação e rendimento das cadernetas de poupança foram estabelecidas em 1991, quando as taxas de juros e a inflação eram excessivamente elevadas no País. Naquele período, os juros reais, muitas vezes, eram negativos por conta da aceleração inflacionária. Por outro lado, como as taxas nominais eram altas, o piso básico da poupança de 6% não chegava a chamar atenção. Havia também o fator segurança, uma vez que a poupança deveria render “apenas” 0,5% ao mês mais TR, que nos piores momentos mal cobria a inflação da época.

Em um passado não muito distante, a poupança era a opção disponível para aplicações de pequeno volume. Com o tempo, a caderneta ganhou concorrência. O Tesouro Direto, por exemplo, vende títulos com aplicações mínimas a partir de R\$ 100 e vai reduzir o investimento mínimo para R\$ 30. Aos poucos, o País também deixa para trás os momentos de taxa de juros básica e Certificado de Depósito Interbancário (CDI) superiores a 20%. A meta agora é de juros de um dígito ao ano. Não há motivo para que ainda vigorem regras tão restritas para essas aplicações. O estudo da FecomercioSP sugere que talvez seja este o momento de deixar o mercado trabalhar sozinho, com transparência, liquidez e garantia dos direitos mínimos dos aplicadores.

A proposta da Federação vai ao encontro da do governo, que pretende evitar a retração do mercado de fundos de investimento, os maiores compradores de títulos públicos e, portanto, financiadores dos gastos da União. Se os negócios com esses papéis fo-



COMO FICA O RENDIMENTO DA POUPANÇA

O governo anunciou, no dia 3 de maio, as novas regras de rendimento para a poupança. De acordo com a medida provisória, o cálculo para a remuneração da caderneta será atrelada à taxa básica de juros (Selic). Conforme o texto, quando a Selic estiver no patamar de 8,5% ou abaixo dele, a poupança será remunerada por TR + 70% da Selic. Dessa forma, o governo vincula a poupança a uma taxa mais próxima àquela formada pelos mercados e adequada a cada situação. Com isso, resolve o problema do piso da taxa de juros, sem mexer nas regras para antigos poupadores. A FecomercioSP já alertava em março para a necessidade de mudanças nos cálculos da poupança. Com a nova fórmula de rentabilidade, a Federação acredita que o País abre caminho para praticar taxas de juros mais condizentes com a realidade internacional.

Segundo a FecomercioSP, a fórmula tradicional de TR + 0,5% ao mês se mostra uma forte restrição à redução da Selic. A adoção de outra metodologia para depósitos novos em caderneta de poupança é justa para quem já tem recursos depositados, eficiente para evitar uma forte migração de recursos de outras aplicações para a poupança e essencial para a continuidade do movimento de queda dos juros do País.

rem reduzidos, o governo terá que seguir na contramão e aumentar os juros para torná-los mais atraentes.

O modelo atual da poupança garante remuneração semelhante às melhores aplicações, mas o formato perverte uma lógica de mercado praticamente imutável: não é possível aplicações seguras, rentáveis e líquidas ao mesmo tempo. Podem conter apenas dois desses itens, sob pena de criarem distorções alocativas significativas – sendo essa uma real probabilidade no Brasil, caso o caminho de redução de juros não seja trilhado na direção certa. No limite, os aplicadores vão escolher a poupança como destino de seus recursos, dado que ela começa a reunir todas as qualidades de um investimento, sem os riscos tradicionais. Para Delfim Netto, essa possibilidade seria catastrófica. “Se a taxa de juros real do sistema cair para 5%, os banqueiros deixarão de emprestar dinheiro para a população e vão aplicar na caderneta de poupança. Seria uma tragédia anunciada”, exemplifica o ex-ministro da Fazenda.

Poupança e seus efeitos

Dados recentes do BC mostram que o volume depositado no Sistema Brasileiro de Poupança (SBP) atinge mais de R\$ 400 bilhões. Mensalmente, a movimentação também é bastante significativa. No último ano, a média de saques mensais alcançou R\$ 104 bilhões e a de aplicações R\$ 105 bilhões. Porém, as regras atuais não devem impossibilitar a evolução natural das políticas públicas e econômicas que levarão o Brasil mais rapidamente ao futuro. O tema é delicado justamente por se tratar de algo sensível a milhões de pequenos poupadores.

Hoje, no Brasil, existem mais devedores do que poupadores e apenas esse motivo justificaria ações que culminassem na redução geral das taxas de juros. “A carga tributária elevada é ineficiência do governo”, afirma o ex-ministro da Fazenda. “Precisamos continuar perseguindo e insistir com o governo para mudar isso. Se não começarmos, não vamos chegar a lugar algum”, acrescenta.

Outro cenário que demonstra a necessidade de mudança na cadeia de remuneração do País é que boa parte dos pequenos poupadores está endividada com aquisições de longo prazo. De acordo com o material da FecomercioSP, muitos aplicadores da caderneta têm financiamentos de casa, automóvel ou eletrodomésticos. Segundo dados do IBGE, o nível de endividamento do brasileiro está em 49% do PIB, sendo que somente os recursos livres somam mais de 31% do PIB. Como o rendimento médio pago aos poupadores é inferior ao custo dos financiamentos, qualquer retração generalizada é bem-vinda. A redução de um ponto porcentual nos juros pagos e recebidos traria um alívio de quase R\$ 6 bilhões, conforme cálculos da FecomercioSP.

O debate em torno da remuneração de capitais no Brasil deve ser levado adiante, pois a agenda é essencial para desatar os nós que impedem o desenvolvimento econômico em plenitude no País. Hoje, apenas quem vive de renda deve se preocupar com a queda de juros, mas essa é uma parcela pequena da população. Os bancos terão que se ajustar às mudanças, com a liberação de mais recursos para as carteiras de empréstimos, favorecendo a maior parte da população com juros médios em patamares civilizados. “No estímulo certo, todos se beneficiarão”, finaliza Delfim Netto. ■



SESC
sescsp.org.br

FECOMERCIO SP

Aqui tem a presença do comércio



O novo mundo dos negócios é o mundo todo.

Quer expandir as fronteiras da sua empresa? A **Fecomercio Internacional** é um bom ponto de partida para os seus planos no exterior. 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@fecomerciointernacional.com.br ou ligue para (11) 3254-1760.



FECOMERCIO
Internacional



Representa muito para você.

“Nosso negócio será fazer com que a área de turismo e negócios mantenha sua imagem em alta”

CEO da Agência Nacional de Turismo da Grã Bretanha, Sandie Dawe, fala dos desafios enfrentados por Londres para organizar os Jogos Olímpicos e quais estratégias o Brasil pode adotar para melhorar o turismo **Por Enzo Bertolini**

Em poucos meses, Londres irá sediar os 30º Jogos Olímpicos da era moderna. Será a terceira vez que a capital inglesa receberá o evento (já organizou em 1908 e 1948) e desde 2005 se prepara para recepcionar turistas do mundo inteiro. Apesar da proximidade da data, Sandie Dawe, CEO da VisitBritain, veio ao Brasil para lançar a campanha institucional GREAT, que é focada em 14 cidades do mundo, entre elas Rio de Janeiro e São Paulo.

A campanha representa um aporte de £ 25 milhões do governo britânico, que soma recursos à campanha de quatro anos de duração e

£ 100 milhões que já está sendo promovida pela VisitBritain com parceiros comerciais. O objetivo da campanha, que atingirá um público global de cerca de 90 milhões de pessoas, é atrair para a Inglaterra, Escócia e o País de Gales um adicional de 4,6 milhões de turistas, o que representa um acréscimo de £ 2,3 bilhões em gastos internacionais. Atualmente, o setor de turismo e negócios representa 8,9% do Produto Interno Bruto (PIB) e movimenta £ 115 bilhões por ano. Durante a reunião do Conselho de Turismo e Negócios da FecomercioSP, Sandie conversou com a **Conselhos**.



QUAIS ESTRATÉGIAS DE TURISMO USADAS PELA VISITBRITAIN TÊM SIDO BEM SUCEDIDAS E PODERIAM SERVIR DE INSPIRAÇÃO PARA O BRASIL?

1

Ambos os destinos estão dividindo os desafios e oportunidades de organizarem os Jogos Olímpicos e o Brasil também recebe a Copa do Mundo. Nós esperamos que, assim como aprendemos com os países que receberam os Jogos antes de nós, como Austrália e Canadá, o Brasil possa aprender conosco. Esperamos que a grande campanha de imagem que estamos promovendo agora, aliada a como nós vamos lidar com as oportunidades de mídia durante as Olimpíadas, possam servir de inspiração. Nós também estabelecemos novos parâmetros em relação às parcerias comerciais público-privadas e isso pode servir de orientação ao País.

QUE LEGADO AS OLIMPÍADAS DEIXARÃO PARA A GRÃ-BRETANHA?

3

Londres é a cidade anfitriã, mas queremos um legado para todo o país. Do ponto de vista do turismo, estamos fazendo uma grande campanha e vamos apresentar a Grã-Bretanha para 4 bilhões de espectadores em todo o mundo. O governo está se planejando também para um legado social. Eles arregimentaram muitos voluntários para trabalhar ao redor das arenas. São pessoas que estão à procura de trabalho e que estão tendo a chance de serem treinadas e que nos ajudarão a receber nos próximos anos eventos esportivos ou conferências internacionais. Haverá também um legado esportivo ao inspirar jovens a praticarem esportes. E por fim terá um legado em nossa capacidade de construção de novos espaços e em nossa economia.

QUAL A IMAGEM QUE O BRASIL TEM NO EXTERIOR E QUAL SUA AVALIAÇÃO SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE TURISMO UTILIZADAS PELO GOVERNO BRASILEIRO?

2

Acredito que o Brasil tem uma boa imagem porque é uma economia que vem crescendo bem rápido. Os países estão acordando para as oportunidades de investimento que existem aqui. Há muito respeito por causa do que o Brasil conquistou nos últimos 10 anos em termos de mudanças políticas e sociais no atual estágio mundial. Há muito interesse e respeito, mas eu acho que essa imagem é superficial para a maioria das pessoas. Há um grande desafio aqui. A imagem do Brasil está ligada ao futebol, ao Rio de Janeiro e a floresta Amazônica. Acredito que eles não sabem sobre a sociedade multicultural que vocês têm, a vida das cidades. Há muito mais aqui do que as pessoas sabem, é só explorar melhor essas riquezas. Uma das coisas que é muito importante é ter uma estratégia e um plano de marca consistentes. Se nós olharmos para trás podemos aprender com os gregos, que ao receberem os jogos em Atenas não se organizaram muito bem no ponto de vista do marketing em nível internacional, nem no fortalecimento da marca pela Grécia. Acho que o desafio aqui será a consistência.

COMO MANTER O TURISMO EM ALTA APÓS GRANDES EVENTOS, PRINCIPALMENTE JUNTO A PAÍSES EM DIFICULDADE ECONÔMICA OU QUE TENHAM MOEDAS COM UM CÂMBIO DESFAVORÁVEL?

4

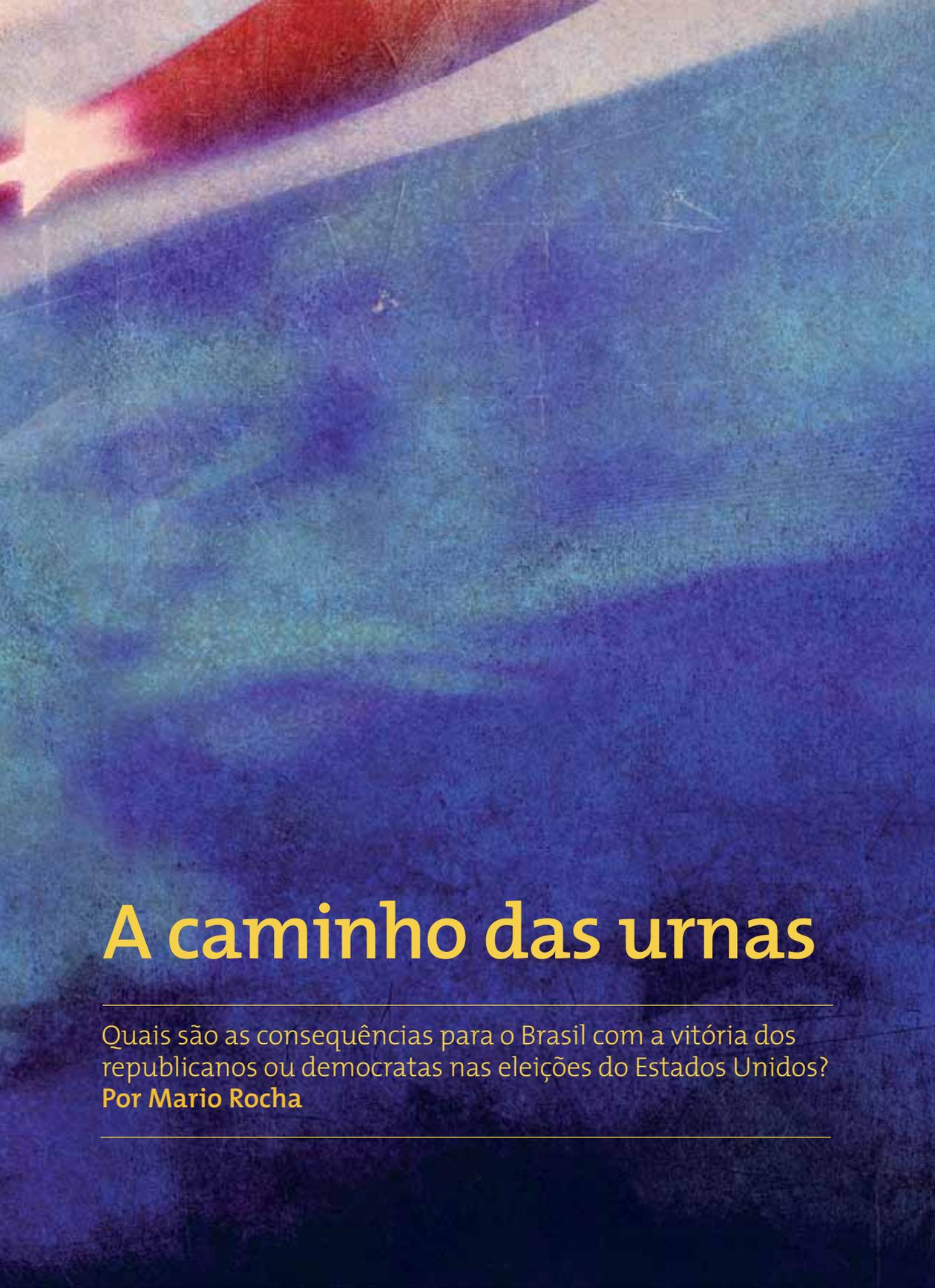
É realmente um desafio e estamos concentrados nisso. Nós tivemos um grande evento ano passado com o casamento real, que teve uma grande cobertura da imprensa em todo o mundo. Neste ano ainda teremos o Jubileu da Rainha, que fará 60 anos no trono e as Olimpíadas e as Paraolimpíadas. Em 2013, nós não teremos nenhum grande acontecimento, então teremos que trabalhar com o que esses eventos proporcionarão para nós em termos de publicidade e vender a Grã-Bretanha em cima disso. Queremos fazer as pessoas voltarem para o país para conhecerem esses novos espaços. Obviamente que não teremos nada do tamanho dos Jogos Olímpicos, mas ainda assim teremos os Commonwealth Games, que é extremamente importante para alguns dos nossos mercados por envolver Austrália, Canadá e Nova Zelândia. Somos bem flexíveis em nossas estratégias para atingir diferentes mercados. O mercado europeu é muito importante para nós, mas nesta campanha GREAT que estamos focados no momento há apenas dois representantes da Europa: França e Alemanha. Nós priorizamos Brasil, China, Índia e Austrália como mercados com potencial de crescimento e a economia está forte. A libra se mantém fraca há algum tempo. Mesmo frente ao dólar ou euro nós temos tido um excelente valor de câmbio. Nosso negócio principal será fazer com que a área de turismo e negócios mantenha sua imagem em alta.

QUAIS SÃO OS RISCOS A SEREM CONSIDERADOS EM UM EVENTO DO PORTE DAS OLIMPÍADAS DURANTE A FASE DE PLANEJAMENTO E COMO ENFRENTÁ-LOS CASO EFETIVAMENTE OCORRAM? POR FAVOR, COMENTE TAMBÉM SOBRE QUESTÕES DE SEGURANÇA.

5

Organizar em evento de escala mundial implica em uma série de riscos de reputação. Precisamos deixar as arenas prontas para serem utilizadas, nos preparar para a quantidade de profissionais de mídia que irão ao evento e não têm credenciamento para o Media Center - embora eles tenham direito e você não pode controlar se eles tiverem uma experiência ruim e isso pode gerar uma reputação ruim. Ainda há a preocupação com custos, serviços, transportes, tudo, afinal o mundo estará de olho em você. Haverá também alta segurança, porque terão muitos chefes de estado e primeiros-ministros presentes. Londres recebe eventos importantes que demandam alta segurança e tem feito isso muito bem. Temos nos preparado muito e a maioria das ações será feita em sigilo. Se fizermos tudo isso certo, será uma grande propaganda do país para as pessoas.





A caminho das urnas

Quais são as consequências para o Brasil com a vitória dos republicanos ou democratas nas eleições do Estados Unidos?

Por Mario Rocha

A democracia mais antiga do continente americano vai às urnas em novembro deste ano pela 57ª vez para eleger o presidente do país. O democrata Barack Obama tentará seu segundo mandato e tudo leva a crer que seu principal adversário será o republicano Mitt Romney. O pleito na maior economia do mundo, que é também o país com mais peso político na América Latina, merece uma observação atenta dos analistas brasileiros. Historicamente, o que acontece nos Estados Unidos tem reflexos na vida política e econômica do Brasil. O cenário deste ano tem um componente que chama a atenção. Enquanto os EUA lutam para superar uma forte crise econômica, o Brasil comemora o avanço para a sexta colocação entre as maiores economias do planeta e se coloca como uma referência política e econômica na região.

As relações entre Brasil e Estados Unidos também ganharam um terceiro participante de peso nos últimos anos. Quando se fala de política e economia internacional, é impossível deixar a China de lado. Os EUA foram tradicionalmente o principal parceiro comercial dos brasileiros. Mas há dois anos, perderam o posto para os chineses. Já os norte-americanos têm sido obrigados a conviver diariamente com a força econômica chinesa em seu radar. A questão que se coloca hoje para a Casa Branca é: a China é uma adversária ou uma parceira dos Estados Unidos?

O fato é que se o Brasil vem ganhando importância geopolítica, é na Ásia que se encontram as prioridades da política externa norte-americana. Isso, sem falar do Oriente Médio, que nunca saiu da área de influência dos Estados Unidos. “O Brasil é um interlocutor importante na América do Sul, mas a re-

“ O MOMENTO ATUAL DE DÉFICIT COMERCIAL DO BRASIL EM RELAÇÃO AOS EUA MERECE ATENÇÃO PRINCIPALMENTE NO QUE DIZ RESPEITO ÀS MEDIDAS PROTECIONISTAS LEVADAS A CABO PELOS NORTE-AMERICANOS. ROMNEY, MAIS LIBERAL NA ECONOMIA, TRARIA UM CENÁRIO PARECIDO COM AS RELAÇÕES DO BRASIL COM OS EUA NO PERÍODO BUSH FILHO ”

gião não é primordial para os Estados Unidos como é a Índia, por exemplo, que fica numa área turbulenta”, diz Maurício Santoro, cientista político e professor da FGV-RJ. Ele observa que a inserção brasileira na economia global se dá por produtos de baixo valor agregado, “bem diferente do que acontece com a economia chinesa”.

Para Santoro, a Venezuela preocupa muito menos do que o alarde que se faz em torno do presidente Hugo Chávez, um aliado a Cuba e opositor declarado à política norte-americana. “O que os americanos querem da Venezuela, eles têm, que é o petróleo. As refinarias venezuelanas estão nos EUA”, exemplifica. Nas eleições deste ano, os países latino-americanos que vão merecer a atenção dos candidatos à



Leandro Consentino, professor do Insper

Casa Branca são México e Cuba, diz Santoro. O primeiro, pelos problemas ligados ao tráfico de drogas, ao crime organizado e à imigração. Em relação a Cuba, trata-se de uma comunidade numerosa nos EUA e o país caribenho é um tema historicamente sensível para os norte-americanos. “Além disso, a preferência dos latinos se divide entre republicanos e democratas e eles já são 12,5% da população americana, a maior minoria entre os eleitores”.

Por outro lado, afirma Santoro, os Estados Unidos são estratégicos para a economia brasileira. “É a principal potência do planeta e disputa com a China para ser nosso principal parceiro comercial. As decisões que são tomadas lá têm influência aqui”, explica. Nesse sentido, o professor do Insper e bacharel em

Relações Internacionais, Leandro Consentino, observa que o momento atual de déficit comercial do Brasil em relação aos EUA merece atenção “principalmente no que diz respeito às medidas protecionistas levadas a cabo pelos norte-americanos”.

A maioria delas, lembra Consentino, está ligada ao setor agrícola, no qual o Brasil goza de grande eficiência. “Por isso, sofremos com barreiras tarifárias e não tarifárias”, afirma. Ele acredita que a eleição de um presidente republicano – Romney, no caso – pode trazer um incentivo maior à queda dessas barreiras. “Seu perfil mais conservador nos costumes e mais liberal na economia traria um cenário parecido com as relações do Brasil com os EUA no período Bush filho”, diz. Mas, dados os desafios colocados hoje pela economia norte-americana, “é difícil imaginar que uma nação em crise econômica abdique de alguns instrumentos que contêm a importação de produtos agrícolas estrangeiros”.

Já a eleição de um presidente democrata é vista por Consentino como de “caráter ambíguo”. Ele explica: “Se por um lado as posições em relação à segurança internacional e aos direitos humanos são historicamente mais afinadas, as questões acerca do comércio internacional merecem maior atenção por conta de os democratas serem mais protecionistas”. No caso específico do presidente Obama, o professor do Insper ressalta que ele e a presidente Dilma Rousseff mostram uma “disposição interessante ao diálogo que, contudo, não devemos superestimar”.

A relação amistosa entre Dilma e Obama não escapa de um processo de bom relacionamento entre os dois países que existe desde o governo Fernando Henrique Cardoso,



Paulo Kramer, consultor político e empresarial, acredita no favoritismo de Barack Obama

“
O PLEITO TROUXE
UMA IRREQUIETA LEVA
DE CONSERVADORES
RADICAIS, APOIADOS
PELO MOVIMENTO TEA
PARTY, FAVORÁVEL A
PROFUNDOS CORTES
DOS GASTOS PÚBLICOS
E DE IMPOSTOS. EM
DISPUTAS APERTADAS,
QUEM ESTÁ NO
GOVERNO TENDE
A SER FAVORITO”

passando também pela administração Luiz Inácio Lula da Silva, afirma Luiz Fernando Ayerbe, coordenador do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais da Unesp (Universidade Estadual Paulista). “FHC e Clinton (Bill Clinton, ex-presidente dos EUA) eram próximos da Terceira Via. E o Lula, embora seja de um partido de esquerda, conviveu muito bem com o conservador Bush (George W. Bush). Há uma contínua aproximação entre os dois países, com alguns ajustes pontuais como a Cúpula das Américas em 2005, quando a Alca foi enterrada por Brasil e Argentina, e também quando a Turquia e o Brasil agiram juntos na questão nuclear do Irã. Há divergências entre os dois países, mas não há atritos”, afirma Ayerbe.

Nesse sentido, ele acredita que, a exemplo de anos passados, as eleições de 2012 não terão grande influência na relação entre Brasil e Estados Unidos. Ayerbe destaca, no entanto,

que a continuidade de Obama na Casa Branca seria interessante ao Brasil porque os chefes de Estado dos dois países já avançaram em algumas discussões. “No caso de vitória de um republicano, será necessário recompor a agenda”, afirma.

Ayerbe também observa que o Brasil não figurou entre as prioridades do governo Obama até agora. O presidente norte-americano esteve – e continua – envolvido com sérios problemas internos, como a crise econômica, e externos, como as intervenções no Iraque e Afeganistão, além das mudanças políticas da Primavera Árabe e a questão nuclear que envolve o Irã. E, entre os desafios internacionais que os EUA têm pela frente, qualquer que seja o candidato eleito para o próximo mandato presidencial, tanto o Brasil não faz parte da estratégia norte-americana quanto as ações dos norte-americanos não afetam diretamente os interesses brasileiros.

Um dos três principais desafios da política externa dos EUA é redefinir seu poder internacional. Os norte-americanos contabilizam, hoje, os custos humanos e materiais das suas atuações no Afeganistão e no Iraque. “O Obama está começando a redefinir essa questão”, diz Ayerbe. O outro desafio é a projeção norte-americana no Pacífico, cuja interlocução na América Latina inclui México, Peru, Chile e Colômbia e, por motivos geográficos, exclui o Brasil. A questão principal nesse caso é a crescente força econômica chinesa. O terceiro desafio, afirma o professor da Unesp, é a crise europeia, onde a Alemanha lidera uma política de ajustes e cortes nos gastos governamentais que tornam ainda mais crítica a situação dos países da Zona do Euro. Ayerbe ressalta que esses desafios, que con-

tinuarão na pauta da Casa Branca, afetam muito pouco os interesses do Brasil.

O consultor político e empresarial Paulo Kramer chama a atenção para outra questão que vem desafiando o presidente Obama. Diante dos resultados das eleições legislativas em 2010 nos EUA, Obama teve que dar adeus à maioria democrata que havia na Câmara dos Representantes. “O pleito trouxe uma irrequieta leva de conservadores radicais, apoiados pelo movimento Tea Party, favorável a profundos cortes dos gastos públicos e de impostos”, afirma. A pressão conservadora foi uma reação aos pacotes de estímulo à economia promovidos pelo governo. Ou seja, não faltam problemas ao governo Obama.

Mesmo assim, o presidente norte-americano tem mais chances que seu principal adversário na disputa eleitoral deste ano, que promete ser acirrada. “Em disputas apertadas, quem está no governo tende a ser favorecido”, afirma Kramer. De acordo com ele, Obama tentará mostrar que o copo está meio cheio, enquanto o discurso de Romney será de que o copo ainda está meio vazio.

A principal diferença entre um governo democrata e um governo republicano, afirma o consultor, pode ser descrita por dois slogans. O lema dos democratas é “aid, not trade” (ajudar em vez de fazer negócio), enquanto que os republicanos defendem o “trade, not aid” (fazer negócio em vez de ajudar). De qualquer forma, dados os desafios que os EUA têm pela frente, Kramer não acredita que uma mudança de partido na chefia da Casa Branca deverá acarretar uma inflexão dramática na relação entre norte-americanos e brasileiros.

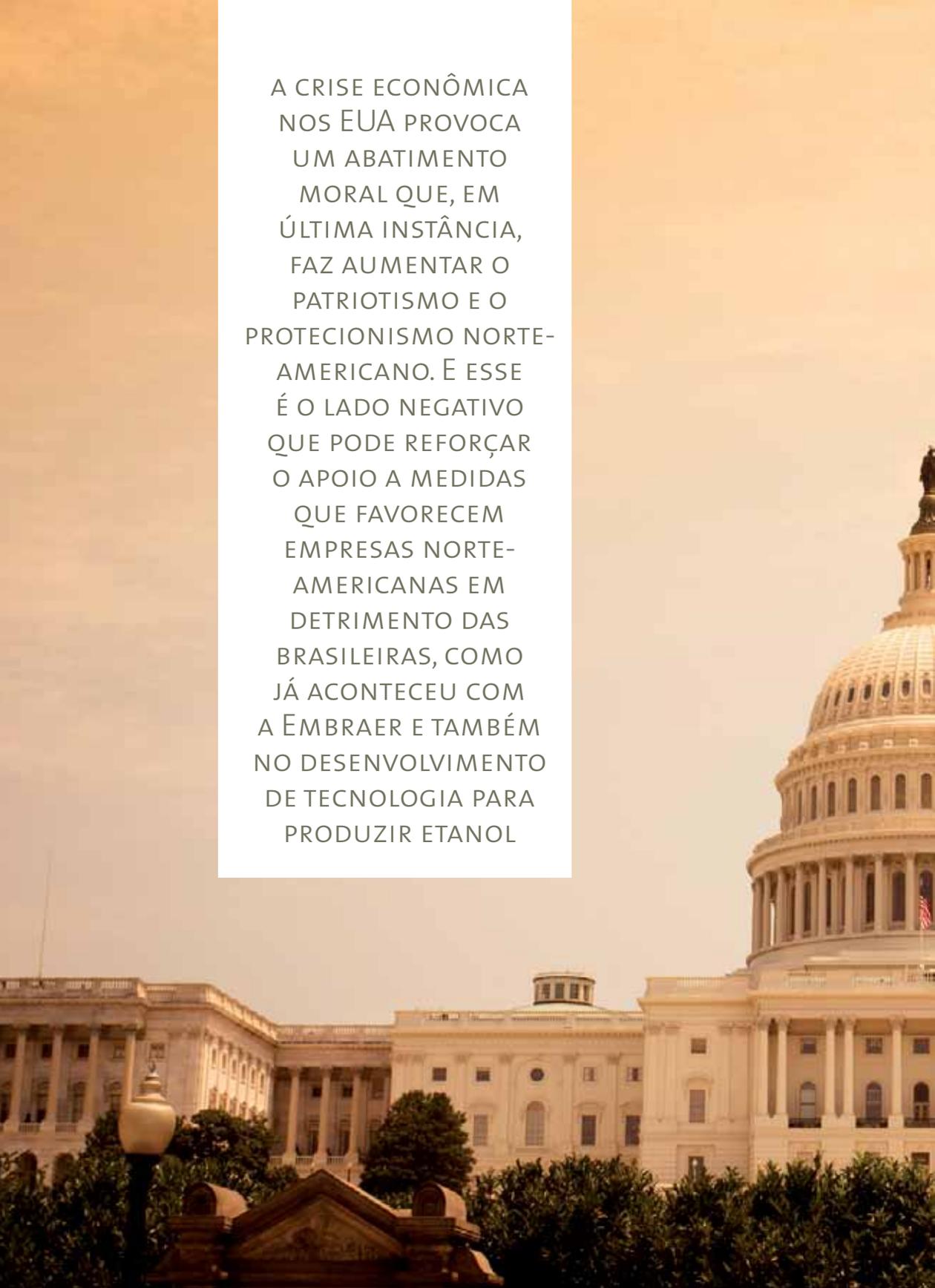
Ainda em relação à disputa eleitoral, Luiz Fernando Ayerbe vê uma posição mais favo-

rável à reeleição. “A disputa interna desgastou os republicanos. O Mitt Romney é visto como moderado pelos conservadores e o discurso dele é pouco popular. Se a situação econômica dos EUA melhorar - e já melhorou em relação ao ano passado -, aumentam as chances de vitória de Obama”, afirma. Mauricio Santoro, da FGV-RJ, também acredita numa vitória do atual presidente. “Obama deve vencer, mas sem muito entusiasmo”, diz.

Santoro, que voltou recentemente de um período de estudos nos Estados Unidos, diz que nos últimos anos aumentou consideravelmente a simpatia dos norte-americanos pelo Brasil. “Eles nos olham como um País de sucesso, que pode dar lições aos emergentes e também aos EUA”, diz Santoro. Os dois países apresentam características parecidas no que se refere à dimensão continental, ao caldeirão étnico, religioso e cultural e à disposição para mudanças. “E isso cria uma identificação”, afirma. A aproximação entre os dois países também se vê no turismo. “Os brasileiros são os que mais consomem em Nova York e são o sexto maior grupo turístico que visitam os EUA”, afirma.

Por outro lado, observa o cientista político, a crise econômica nos EUA provoca um abatimento moral que, em última instância, faz aumentar o patriotismo e o protecionismo norte-americano. E esse é o lado negativo que pode reforçar o apoio a medidas que favorecem empresas norte-americanas em detrimento das brasileiras, como já aconteceu com a Embraer e também no desenvolvimento de tecnologia para produzir etanol. “O Brasil deveria investir mais no lobby do Congresso americano, onde a presença brasileira é frágil. Deveríamos jogar o jogo político dos EUA”, sugere Santoro. ■

A CRISE ECONÔMICA
NOS EUA PROVOCA
UM ABATIMENTO
MORAL QUE, EM
ÚLTIMA INSTÂNCIA,
FAZ AUMENTAR O
PATRIOTISMO E O
PROTECIONISMO NORTE-
AMERICANO. É ESSE
É O LADO NEGATIVO
QUE PODE REFORÇAR
O APOIO A MEDIDAS
QUE FAVORECEM
EMPRESAS NORTE-
AMERICANAS EM
DETRIMENTO DAS
BRASILEIRAS, COMO
JÁ ACONTECEU COM
A ÊMBRAER E TAMBÉM
NO DESENVOLVIMENTO
DE TECNOLOGIA PARA
PRODUZIR ETANOL



A conta que nunca fecha

Expectativa de vida em alta, taxa de natalidade menor e informalidade no mercado de trabalho colocam o governo em xeque: ou muda as regras da aposentadoria ou compromete o crescimento do País **Por Patrícia Büll**





No momento em que a sociedade comemora a aprovação, na Câmara dos Deputados, do projeto que cria a Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal (Funpresp), para estancar o déficit do regime próprio de previdência do funcionalismo público, um estudo da FecomercioSP aponta que o mesmo não deverá ocorrer com a Previdência Social. No ano passado, o déficit público alcançou R\$ 56 bilhões, um avanço de 10% na comparação com o déficit de 2010. No social, o déficit em janeiro foi de R\$ 3 bilhões e alcançou R\$ 36,5 bilhões em 12 meses encerrados em janeiro. Valor altíssimo se comparado ao total de investimentos realizados pelo governo federal no ano passado, que chegou a R\$ 47,5 bilhões.

Segundo o estudo da FecomercioSP, a redução acelerada da taxa de natalidade e o aumento da expectativa de vida do brasileiro, que em 2010 chegou a 73 anos, 5 meses e 24 dias, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), só irão aumentar ainda mais esse déficit. Pelos cálculos da entidade, em 2010 o Brasil tinha 18 milhões de pessoas com mais de 60 anos, número que deve saltar para 22 milhões em 2015 e 26 milhões em 2020, ao passo que a arrecadação não deverá evoluir na mesma velocidade. Isso porque, o País terá que continuar a suprir recursos de uma parcela da população que não gera renda, seja pela informalidade do mercado de trabalho, seja pelo subemprego.

A projeção da Federação é que em 2020 a massa de pessoas em idade ativa atinja mais de 144 milhões de indivíduos, um incremento superior a 10% na força de traba-

lho potencial, que atualmente é de 130 milhões de pessoas. Já o percentual de idosos, atualmente em 10% da população, deverá triplicar nas próximas décadas, segundo projeções do Ministério da Previdência, o que dificulta ainda mais o equilíbrio entre arrecadação e pagamentos previdenciários.

Para a FecomercioSP, a única saída para equilibrar essa conta é uma nova reforma previdenciária, com mudanças econômicas e políticas que permitam, simultaneamente, maximizar o desempenho da massa de pessoas em idade ativa, ou seja, fazer com que permaneçam mais tempo trabalhando e conseqüentemente, contribuindo ao sistema previdenciário, minimizando o ônus previdenciário no País. “A aposentadoria por tempo de contribuição ou idade não comporta o crescimento atual e não aguentará no futuro. Temos que chegar a um denominador comum que seja funcional e viável”, afirma o presidente do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho da FecomercioSP, José Pastore.

Levantamento realizado pelo ex-ministro da Previdência José Cechin aponta que o Brasil gastou, em média, nos últimos cinco anos, o equivalente a 7% ao ano do Produto Interno Bruto (PIB) com pagamentos de aposentadorias e benefícios ligados ao Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). Ele lembra que em 1988 esse gasto era de 2,6% do PIB, saltando para 5% ao ano na década de 1990. “Em pouco mais de 20 anos o Brasil quase triplicou seus gastos com Previdência Social, chegando ao nível de gastos de países europeus, que têm uma população idosa muito maior proporcionalmente. Esse cenário não de-

verá mudar agora, quando a expectativa de vida aumentou”, diz.

Outro fator de pressão futura, segundo o ex-ministro, é a participação da mulher no mercado de trabalho, atualmente em 45% do total. Bom para as mulheres e para a sociedade, que ficam mais maduras. Mas ruim para a previdência, pois a ampliação significa uma pressão dupla sobre os gastos. Cechin destaca que a mulher pode se aposentar com menos tempo de contribuição e mais jovem do que o homem, mas como tem uma expectativa de vida maior, usufrui do benefício por mais tempo. “As mulheres que recebem benefícios são em sua maioria pensionistas, pois recebem por meio do marido, companheiro ou mesmo pais (militares) falecidos. Entretanto, como muitas delas estão em idade produtiva, no futuro essa massa de trabalhadoras jovens vai se aposentar e ainda se beneficiar de pensões, o que significa dupla pressão sobre as contas previdenciárias”, alerta Cechin.

Para o ex-ministro, o País precisa melhorar sua estrutura de gastos ou não terá como expandir o PIB acima dos 4% nos próximos anos, pois o financiamento do déficit da previdência significa menos investimento. “Ao equilibrar melhor a conta da previdência, as despesas diminuem e sobra mais dinheiro para investimento. Mas não dá para se iludir: a riqueza só vem com esforço e a aposentadoria não é um tema fácil. A Grécia não quis enfrentar o problema e agora é obrigada a fazer ajustes muito impopulares, como reduzir o valor das aposentadorias em vigor”, afirma Cechin.

A PARTICIPAÇÃO DA
MULHER NO MERCADO
DE TRABALHO,
ATUALMENTE
EM 45% DO TOTAL
É BOA PARA AS
MULHERES E PARA
A SOCIEDADE,
QUE FICAM MAIS
MADURAS. MAS RUIM
PARA A PREVIDÊNCIA,
POIS A AMPLIAÇÃO
SIGNIFICA UMA
PRESSÃO DUPLA
SOBRE OS GASTOS.
A MULHER PODE
SE APOSENTAR COM
MENOS TEMPO DE
CONTRIBUIÇÃO E
MAIS JOVEM DO
QUE O HOMEM, MAS
COMO TEM UMA
EXPECTATIVA DE VIDA
MAIOR, USUFRUI
DO BENEFÍCIO POR
MAIS TEMPO

NA CONTRAMÃO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

Ao contrário da previdência social, que necessita de financiamento do governo para fechar a conta entre arrecadação e pagamentos, a previdência complementar aberta vai muito bem. A melhora da economia nos últimos anos impulsionou o ingresso de mais pessoas nessa categoria de plano, alcançando 7,2 milhões de brasileiros em 2011, e um volume de arrecadação de R\$ 53,5 bilhões em novos depósitos, um aumento de 16% frente a 2010. Os ativos acumulados somaram R\$ 270 bilhões.

Nada mau para um setor que há pouco mais de dez anos ocupava a irrelevante participação de R\$ 2 bilhões. Segundo o vice-presidente da Federação Nacional da Previdência Privada e Vida (Fenaprevi), Renato Russo, o setor vem registrando expansão sucessiva de dois dígitos – em média de 16% ao ano – e deverá se manter nesse patamar na próxima década. “Esse crescimento tem se sustentado especialmente pelas classes de renda mais alta, que buscam mais proteção para o futuro, sem ficar dependentes apenas da previdência oficial”, explica.



Ele salienta que na medida em que a renda do brasileiro cresce, o número de potenciais participantes também aumenta. A previsão é que ao longo dos próximos anos aumente o ingresso da classe média, que hoje está desprotegida. “Embora muitas pessoas da classe média tenham hoje uma renda abaixo do teto da previdência oficial, elas veem na previdência complementar aberta uma forma de melhorar o patamar quando aposentadas”, diz.

Com o ingresso da classe média e a manutenção de expansão entre os mais ricos, a projeção da Fenaprevi é que em 2020 os ativos da previdência complementar aberta alcance entre R\$ 800 bilhões e R\$ 1 trilhão. “O brasileiro está descobrindo a previdência complementar e o valor que ela tem como mecanismo de proteção da longevidade. Na medida em que questões como o envelhecimento da população tornam-se rotineiras, passam a olhar para o produto com mais seriedade”, diz Russo.

Mal necessário

O professor da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (Ebape/FGV) Kaizô Iwakami Beltrão, especialista em população e políticas públicas, concorda sobre a necessidade de uma nova reforma, com a implementação de ações já discutidas, como a ampliação da idade limite para aposentadoria por tempo de contribuição e do tempo mínimo de contribuição por idade.

Outra sugestão seria mexer nas pensões. “Em alguns países, como a Inglaterra, o benefício é temporário para o cônjuge, ao contrário do Brasil, que não impõe limite.” Segundo Beltrão, a diferença de idade entre o gerador da pensão e o beneficiário pode ser grande, ampliando a

POR CONTA PRÓPRIA

Avanço do volume de ativos na Previdência complementar nos últimos 10 anos

| Ano | Volume de Ativos |
|------|-------------------|
| 2001 | R\$ 7,34 bilhões |
| 2002 | R\$ 9,43 bilhões |
| 2003 | R\$ 14,62 bilhões |
| 2004 | R\$ 18,79 bilhões |
| 2005 | R\$ 19,51 bilhões |
| 2006 | R\$ 22,89 bilhões |
| 2007 | R\$ 28,10 bilhões |
| 2008 | R\$ 31,85 bilhões |
| 2009 | R\$ 38,79 bilhões |
| 2010 | R\$ 46,00 bilhões |
| 2011 | R\$ 53,50 bilhões |

A EXPANSÃO DO EMPREGO FORMAL NOS ÚLTIMOS ANOS AJUDOU A DIMINUIR O DÉFICIT DA PREVIDÊNCIA, MAS NÃO RESOLVEU O PROBLEMA. NO CURTO PRAZO, A CONTA ENTRE ARRECADAÇÃO E GASTOS SÓ SERIA EQUACIONADA SE A FORMALIZAÇÃO DO EMPREGO DOBRASSE, AUMENTANDO A ARRECADAÇÃO E DIMINUINDO A NECESSIDADE DE FINANCIAMENTO POR PARTE DO GOVERNO

ROMBO SOCIAL

Evolução do déficit da Previdência Social X PIB desde 2006

| Ano | Déficit da Previdência Social (%) | PIB (%) |
|------|-----------------------------------|---------|
| 2006 | 11,9 | 3,7 |
| 2007 | 2,4 | 5,4 |
| 2008 | -19,3 | 5,1 |
| 2009 | 12,0 | -0,2 |
| 2010 | -4,5 | 7,5 |
| 2011 | -22,3 | 2,7 |

permanência do beneficiário no sistema previdenciário, muitas vezes sem contribuir. “Essas mudanças trariam melhora no médio e longo prazo, mas é preciso que o governo assuma a necessidade da reforma para que elas comecem o mais rapidamente possível”, diz o professor.

De acordo com Beltrão, a expansão do emprego formal nos últimos anos ajudou a diminuir o déficit da previdência, mas não resolveu o problema. Para ele, no curto prazo, a conta entre arrecadação e gastos só seria equacionada se a formalização do emprego dobrasse, aumentando a arrecadação e diminuindo a necessidade de financiamento por parte do governo. “Mas isso não ocorre por decreto. O custo da formalização ainda é muito alto no Brasil. Além disso, não há incentivos para a população de baixa renda contribuir, embora tenha a garantia do benefício no futuro”, afirma.

Para o vice-presidente da Federação Nacional da Previdência Privada e Vida (Fenaprevi), Renato Russo, equilibrar as contas da Previdência Social é mais uma questão de bom senso administrativo do que de adoção de medidas drásticas que modifiquem a vida das pessoas. “Nessa altura, com o envelhecimento da população brasileira, o que se deve discutir são medidas de longo prazo que possam reduzir ou eliminar o desequilíbrio que as mudanças demográficas vão trazer no futuro”, diz.

Arrecadação instável

Para o secretário de Políticas de Previdência Social do Ministério da Previdência Social, Leonardo Rolim, a expansão dos empregos formais nos últimos anos fez com que a arre-

cadação de previdência crescesse o dobro da expansão do PIB no mesmo período, reduzindo a necessidade de financiamento do regime geral da previdência. “Mas na análise de longo prazo não podemos imaginar que isso vá continuar eternamente, embora acreditemos que, mantidas as condições que garantem um crescimento sustentável, também manteremos o crescimento da arrecadação”, afirma.

Rolim diz que o ministério busca alternativas para uma previdência equilibrada. Sabe que com o envelhecimento da população o sistema precisa de ajustes. Nas próximas décadas, o percentual de idosos vai atingir 30% da população. “Por mais que tenhamos um crescimento econômico e da formalização do emprego, não serão suficientes para garantir a sustentabilidade da previdência no longo prazo. Nós precisamos preparar a previdência do futuro e estamos trabalhando nisso”, diz ele, sem antecipar quais medidas estão sendo estudadas.

O secretário destaca a importância da aprovação do projeto que cria o fundo de previdência complementar dos servidores públicos, lembrando que ele irá reduzir substancialmente o déficit do regime previdenciário próprio da União, trazendo mais equilíbrio às contas públicas. “O recurso capitalizado será fonte importante de poupança pública para investimentos, especialmente em infraestrutura, que é hoje o nosso maior risco para mantermos os níveis de crescimento dos últimos anos.”

Já o professor Beltrão, da FGV, embora reconheça a aprovação do projeto como uma conquista, lembra que isso não traz reflexos na Previdência Social. “No curto prazo o fundo até amplia os gastos do governo, responsável por uma parcela da contribuição da entidade.” ■

HOSPITAL SÍRIO-LIBANÊS E SENAC. UM DOS MAIS IMPORTANTES HOSPITAIS DA AMÉRICA LATINA E A REFERÊNCIA EM HOTELARIA AGORA JUNTOS.

“A parceria Hospital Sírio-Libanês – Senac une as experiências de um dos mais importantes Centros de Educação do país à de um Hospital que prima pela excelência no atendimento com calor humano, em prol de especializar profissionais que estarão prontos para ocupar as melhores posições desse mercado em franca expansão.”

Ivana Lucia Correa Pimentel de Siqueira

Superintendente de Atendimento e Operações do Hospital Sírio-Libanês

SENAC E SÍRIO-LIBANÊS. UMA PARCERIA MAIS DO QUE ESPECIAL.

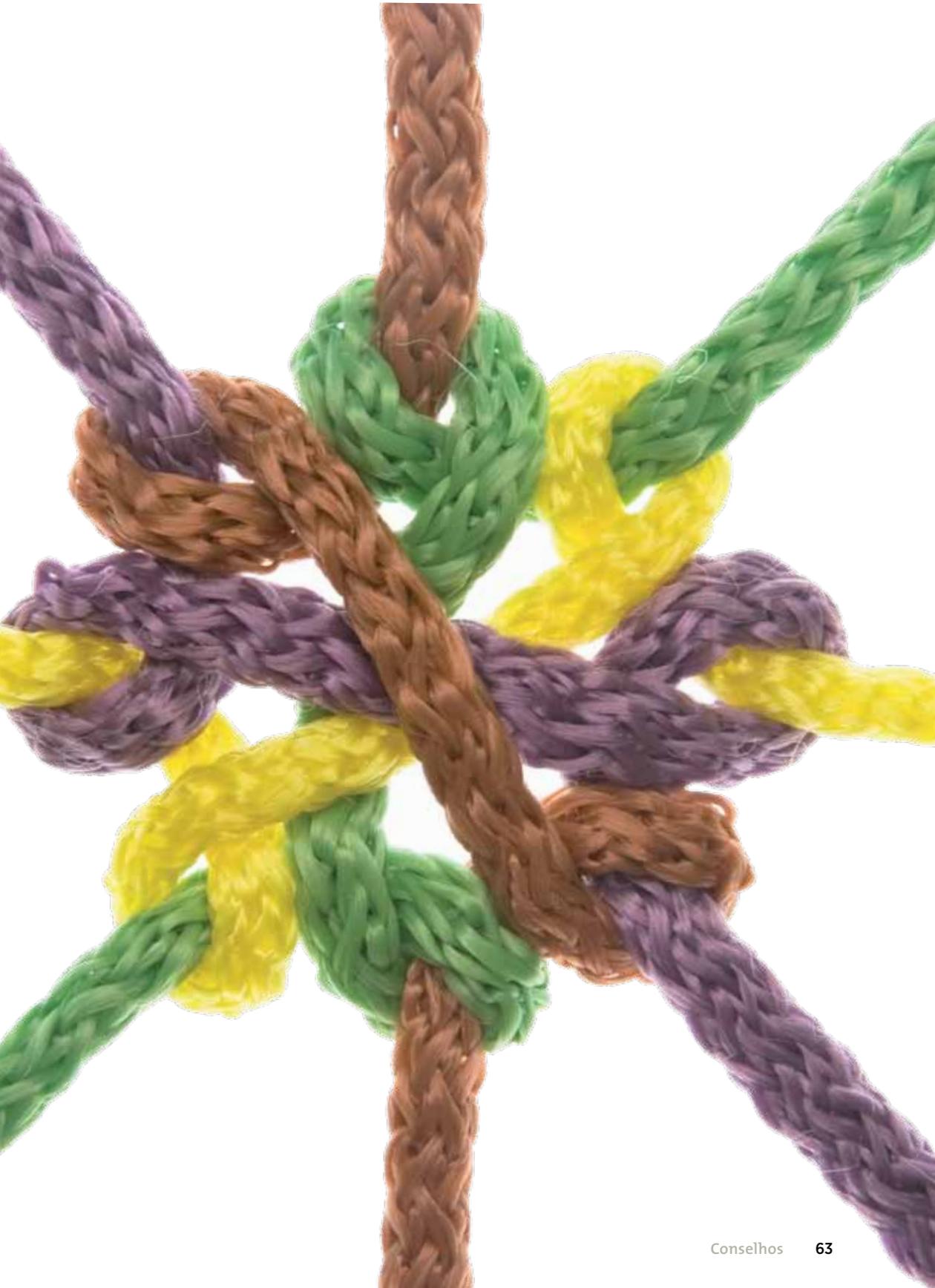
Todo mundo sabe que o Senac é referência em hotelaria. Por isso, ele continua buscando alternativas para sempre formar profissionais de qualidade. Dessa vez, uma parceria foi firmada com o Hospital Sírio-Libanês para que os alunos do Senac Aclimação possam desfrutar de toda sua infraestrutura. Eles terão exclusividade para vivenciar o dia a dia de um dos maiores hospitais da América Latina e se tornar especialistas em Hotelaria Hospitalar. Faça como os milhares de alunos que já vieram para o Senac e garanta sua vaga no mercado de trabalho. **0800 883 2000** www.sp.senac.br



Conexão forçada

Relatório de conectividade da América Latina, produzido pela BRAiN, motiva debate sobre a internacionalização de empresas brasileiras e as barreiras enfrentadas por elas

Por Raphael Ferrari



O empresário brasileiro não olha para o exterior por necessidade, mas, sim, em busca de oportunidades. Paulo Oliveira, diretor-presidente da Brasil Investimentos e Negócios (BRAiN), resume desta forma a diferença entre o comportamento dos empresários brasileiros de hoje para os de 20 anos atrás. “O empresário já não precisa olhar para fora, porque o Brasil tem um mercado consumidor muito forte”, explica. “Quando o brasileiro se internacionaliza, é porque viu uma bola pingando e não quis perder a oportunidade.”

A internacionalização das empresas brasileiras e as barreiras enfrentadas por elas foi o tema do seminário “Multilatinas: Internacionalização e Inovação”, realizado pela BRAiN, no dia 15 de maio, na sede da FecomercioSP em São Paulo. Durante o evento também foi apresentado o relatório “Conectividade para um Polo de Investimentos e Negócios no Brasil”, produzido pela BRAiN com o apoio do The Boston Consulting Group (BCG). Todo o conteúdo analítico desta reportagem foi retirado deste encontro.

“O Brasil de 1995 concentrava esforços na exportação pela necessidade de trazer dólares para a economia”, Luiz Carlos Mendonça de Barros, então presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) e atual Chief Executive Officer (CEO) da Quest Investimento, relembra o começo do Plano Real. “A liderança brasileira na América Latina, que hoje é óbvia, naquela época não passava de uma pretensão. Ainda me surpreendo ao ver o Brasil ao lado da Alemanha como um dos bons pagadores”, conta.

Hoje, segundo dados do BCG, o País representa 44% do Produto Interno Bruto (PIB) da América Latina e os países vizinhos já se perguntam se é mais interessante levantar capital em São

Paulo ou em Nova York. “Para uma empresa da América do Sul, certamente, o custo de buscar capital na BM&FBovespa é menor do que o de acessar a bolsa de Nova York”, avalia Guillermo Larrain, ex-presidente da Superintendência de Valores e Seguros (SVS) do Chile – equivalente à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) do Brasil.

A falta de poupança no Brasil e nos demais países da América Latina também não é problema. “A poupança, ou a falta dela não é um impedimento, visto que é possível conseguir financiamento externo”, explica Larrain. “Além disso, a maior parte dos países da região fez a lição de casa e alcançou o Grau de Investimento em ao menos uma das grandes agências de classificação de risco”, corrobora André Xavier, presidente do BCG. “O que tem atraído os investidores internacionais”, completa. Somente na última década, o Investimento Estrangeiro Direto (IED) na região cresceu mais de 530%. Entretanto, conforme destaca o relatório de conectividade da BRAiN, a América Latina recebeu somente 7% do IED global movimentado entre 2005 e 2009.

Um dos problemas nessa área é a falta de acordos bilaterais de investimentos. Enquanto países como Itália, França e Reino Unido têm, em média, 80 acordos deste tipo em vigência, Argentina, Chile e México têm, somente, 34,5. “O Brasil tem 14 acordos desse tipo assinados, mas nenhum em vigência”, lamenta Oliveira.

Na opinião de Larrain, uma das maneiras de ampliar o IED da região é a adoção de um passaporte latino-americano nos mesmos moldes do europeu. “Este passaporte permitiria um fluxo mais eficiente de capitais, tanto financeiros quanto humanos, entre as empresas e os países.”

Contudo, além da adoção de tal passaporte, seria preciso investir em logística. Uma vez que

a capacidade de movimentação de pessoas na região, fator essencial para a consolidação de um polo de negócios, ainda é muito baixa: são 5,9 voos por milhão de habitantes por dia, média bastante inferior a da Europa, que é de 53,4 voos por milhão de habitantes por dia.

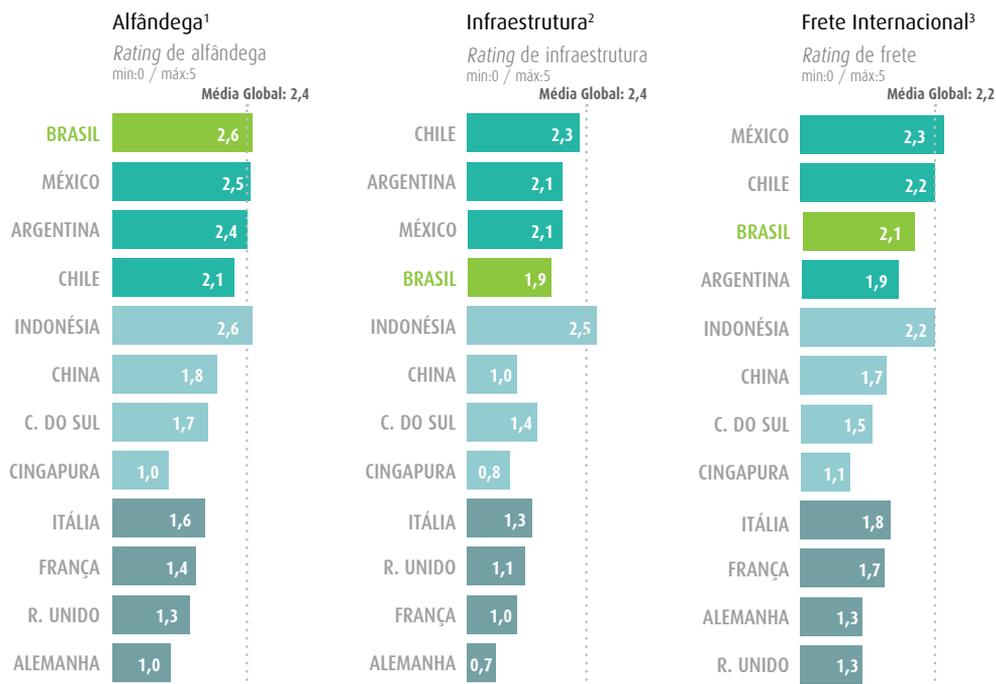
Os números também são negativos no que diz respeito à qualidade do transporte aéreo. Em uma escala que varia de 0 a 10, sendo 10 a pior nota possível, Argentina, Brasil e México têm notas de 5,7, 5,3 e 4,3, respectivamente, enquanto o Reino Unido, por exemplo, tem nota 2, e Alemanha e Coreia do Sul alcançaram 1,2. No Brasil, contudo, espera-se ver uma mudança relativamente rápida neste quesito, graças às concessões à iniciativa privada dos aeroportos Juscelino Kubitschek, em Brasília, Viracopos, em Campinas, e Internacional de São Paulo, em Guarulhos.

Mas não são somente os serviços oferecidos pelos aeroportos que precisam melhorar. Para ampliar o comércio intra e extrarregional, a América Latina precisa passar por uma modernização de todas as suas conexões modais logísticas. Focando nos portos, por exemplo, o relatório de conectividade da BRAiN demonstra que a região está fora de sincronia com o restante do mundo. Enquanto 65% do transbordo global está concentrado nos 25 principais portos do mundo, apenas 9% se concentra na Costa Leste da América do Sul. “A América Latina tem um grande dever no que diz respeito à logística”, pondera Leonardo Botelho, responsável pelo Departamento de Internacionalização do BNDES. “O Brasil é o País mais avançado da região, ficando com o 41º lugar no geral global.” E como a Conselhos vem destacando, gargalos logísticos não faltam no País.

SOMENTE NA
ÚLTIMA DÉCADA,
O INVESTIMENTO
ESTRANGEIRO DIRETO
(IED) DA AMÉRICA
LATINA CRESCEU MAIS
DE 530%. ENTRETANTO,
CONFORME DESTACA
O RELATÓRIO DE
CONNECTIVIDADE DA
BRAiN, A AMÉRICA
LATINA RECEBEU
SOMENTE 7% DO IED
GLOBAL MOVIMENTADO
ENTRE 2005 E 2009.
UM DOS PROBLEMAS
NESSA ÁREA É A FALTA
DE ACORDOS BILATERAIS
DE INVESTIMENTOS.
ENQUANTO PAÍSES
COMO ITÁLIA, FRANÇA E
REINO UNIDO TÊM, EM
MÉDIA, 80 ACORDOS
DESTE TIPO EM
VIGÊNCIA, ARGENTINA,
CHILE E MÉXICO TÊM,
SOMENTE, 34,5

PAÍSES LATINO-AMERICANOS APRESENTAM MAIS BAIXO DESEMPENHO LOGÍSTICO EM QUASE TODAS AS DIMENSÕES

América Latina Ásia Europa

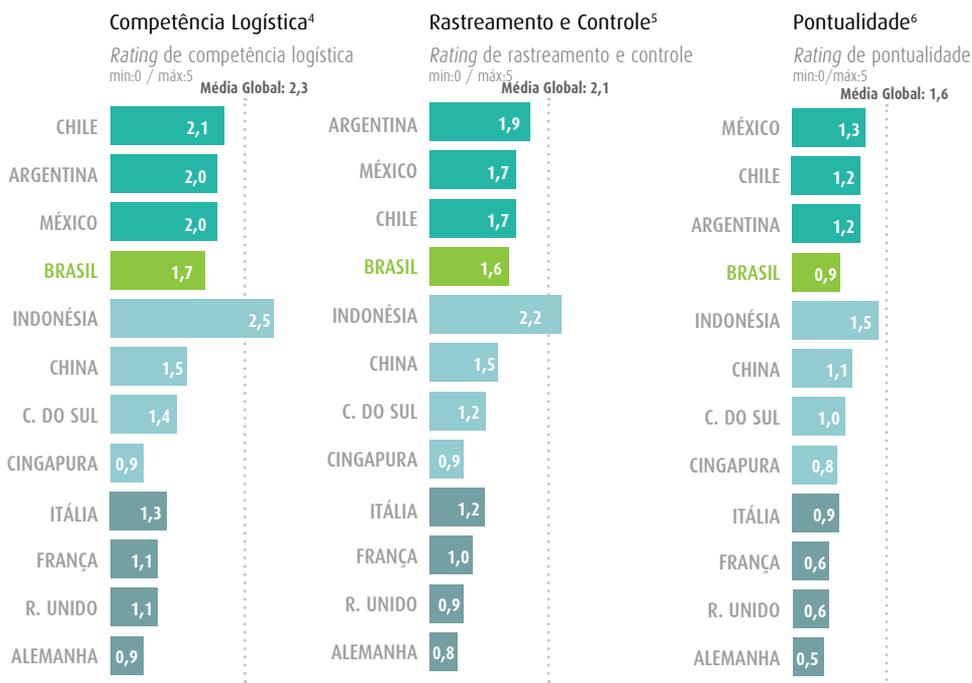


Barros avalia que a modernização dos modais logísticos da América Latina, principalmente da malha ferroviária, é fundamental para estimular a integração e o comércio intrarregional. Contudo, ele salienta que as mudanças também são necessárias para que a região se adapte a mudança no foco da economia internacional, que saiu do eixo Estados Unidos/Europa e concentra-se, agora, na Ásia. “O grande problema do Brasil é estar virado para o oceano errado”, brinca.

Mas qual o tamanho do comércio intrarregional na América Latina? Em 2009, segundo números da BRAiN, apenas 17% das exportações e 15% das importações de bens realizadas

pelos países da região tiveram como destinação final outro país do mesmo bloco. Na Ásia, estas proporções sobem para 42% e 48%, e na Europa, para 67% e 50%. No mesmo ano, a América latina foi responsável por 7% do PIB mundial, mas somente por 5% do comércio global de bens, enquanto Europa e Ásia responderam, respectivamente, por 29% e 13% do PIB e por 37% e 22% do comércio internacional de bens. Da mesma forma, a participação da região no comércio de serviços é muito baixa, não chegando a 4% do volume de serviços importados e exportados no mundo.

Os acordos de livre comércio de serviços (GATS) são uma das oportunidades a ser ex-



ploradas para promover as importações e exportações no setor, uma vez que a quantidade de compromissos deste tipo assinados por países da América Latina ainda é relativamente baixa: são somente 21 GATS. A Ásia, por sua vez, conta com 32 GATS e a Europa, com 39.

A baixa conectividade regional também impacta diretamente no crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) dos países. Um estudo realizado pelo Banco Central do Chile aponta que um acordo de integração entre países pode aumentar em 0,055 ponto porcentual (p.p.) o crescimento do PIB de um país para cada 1% de participação do país parceiro no PIB mundial. Ou seja, um acordo

de integração com o Brasil, que tem 2,57% de participação no PIB global, implicaria em 0,14 p.p. de aumento na taxa de crescimento de um parceiro.

Além do comércio intrarregional de bens e serviços representar um universo muito pequeno do total global, a presença de empresas nacionais nos demais países da região ainda é tímida. Há companhias brasileiras atuando em apenas 20% dos países da América Latina, enquanto as europeias estão presentes, em média, em 43% dos países de seu continente.

O cenário, entretanto, está mudando. Prova disso é o crescente aporte de capital bra

EM 2009, SEGUNDO NÚMEROS DA BRAIN, APENAS 17% DAS EXPORTAÇÕES E 15% DAS IMPORTAÇÕES DE BENS REALIZADAS PELOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA TIVERAM COMO DESTINAÇÃO FINAL OUTRO PAÍS DO MESMO BLOCO. NA ÁSIA, ESTAS PROPORÇÕES SOBEM PARA 42% E 48%, E NA EUROPA, PARA 67% E 50%

sileiro nos países vizinhos. Entre 2002 e 2011, o Investimento Direto Brasileiro (IDB) saltou de US\$ 2,8 bilhões para US\$ 15,8 bilhões, um aumento de 460%. “Temos 1009 empresas brasileiras internacionalizadas que buscam financiamento no BNDES. Quase metade delas (47,1%) na América Latina”, conta Botelho. O responsável pelo departamento de Internacionalização do BNDES destaca, ainda, que o foco das empresas nacionais que exportam bens e serviços também é a região. “Em 2011, 60,8% do total desembolsado pelo BNDES para a exportação de bens e serviços brasileiros foi destinado para operações na América Latina”, informa.

E o montante movimentado por essas empresas é bastante significativo. Segundo dados do BNDES, nos últimos dez anos, aproximadamente 150 empresas internacionalizadas já contaram com financiamento de mais de R\$ 10 milhões cada. “Há 115 empresas multilatinas com investimento internacional de mais

de US\$ 500 milhões cada”, informa Xavier, do BCG. Destas, 37 são de origem brasileira, 36 são mexicanas e 23, chilenas, entre outras. A contagem não inclui empresas do setor financeiro.

A crescente presença de empresas brasileiras no exterior também alavancou a internacionalização de entidades financeiras, que estão acompanhando a expansão de seus clientes. “Antes, somente o Itaú e o Banco do Brasil tinham uma estratégia de internacionalização. Hoje, todos os bancos estão somando-se a este grupo com estratégias muito claras”, relata Larrain. Outros setores também tiveram um “crescimento forçado”. É o caso, por exemplo, das empresas de Tecnologia da Informação (TI). “Muitas empresas de TI estão se internacionalizando porque o cliente dela aqui, no Brasil, está saindo e pergunta se a empresa fornece o serviço em outros países”, afirma Oliveira.

Barros, da Quest Investimentos, explica a internacionalização das empresas brasileiras com uma metáfora. “As empresas estão deixando a casa da mãe para ganhar o mundo.” Xavier, por sua vez, pondera que “antes de explorar o mundo, as empresas brasileiras estão indo para a casa da tia”, ganhando experiência perto de casa para, depois, galgar novas fronteiras.

Xavier aponta, ainda, que o movimento vem acompanhado de uma série de vantagens, como reduzir as barreiras protecionistas de certos mercados. “A partir do momento que você está produzindo naquele mercado, ele se torna menos resistente a seus produtos.” O presidente do BCG afirma, também, que a internacionalização possibilita reduções de custo, à medida que a empresa ganha escala, e acesso a novas tecnologias e conhe-

cimentos. “Além disso, a empresa que trabalha com mais de um mercado reduz o risco de volatilidade a que fica sujeita caso haja uma crise no país onde atua, por exemplo.”

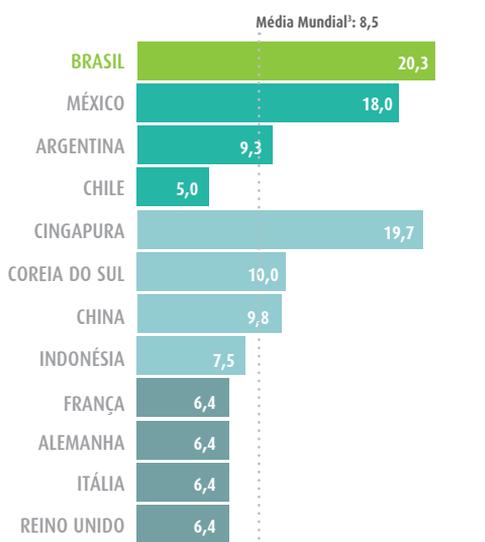
Condições econômicas, políticas e sociais para internacionalizar existem. Linhas de crédito para financiar a expansão também.

Só falta o governo trabalhar a conectividade do País com o restante da América Latina, ou, além de não aproveitarmos as oportunidades em nosso quintal, perderemos a chance de alcançar o mundo. “O processo de internacionalização é irreversível”, assegura Oliveira. Mas até onde iremos? ■

RESTRIÇÕES COMERCIAIS SUPERIORES À MÉDIA GLOBAL LIMITAM A CONECTIVIDADE COMERCIAL LATINO-AMERICANA DE BENS

Tarifas equivalentes de importação são mais baixas na Ásia e na Europa

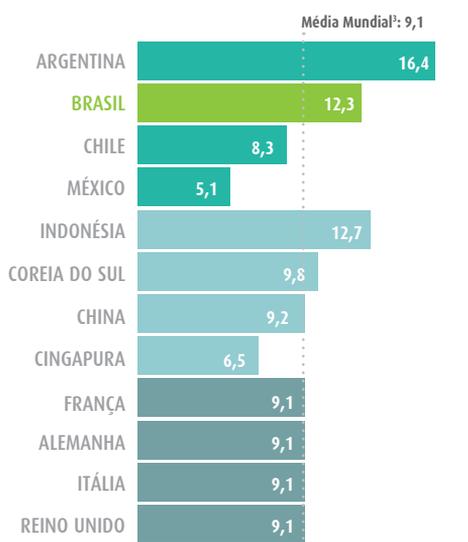
Restrição à importação de bens (06-09)



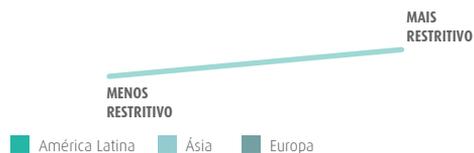
Tarifa equivalente a tarifas + restrições não-tarifárias às importações¹

Tarifas impostas a exportações latino-americanas também são mais altas

Restrição de acesso a outros mercados (06-09)



Tarifa equivalente a tarifas + restrições não-tarifárias às exportações²



A agenda legislativa desceu a Cachoeira

O presidente da Câmara dos Deputados, Marco Maia, visitou a FecomercioSP e expôs o grande volume de votações pretendidas para este ano, mas pouco deve evoluir após instauração da CPI e início do processo eleitoral **Por Enzo Bertolini**

Em 23 de março, às 23h, a presidente Dilma Rousseff embarcou com uma comitiva de cerca de 60 empresários para Nova Délhi, na Índia, onde foi participar da quarta reunião de representantes dos Brics (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). Na mesma data, o vice-presidente da República, Michel Temer, estava na Coreia do Sul em um encontro para tratar de segurança nuclear. Durante alguns dias, o presidente da Câmara dos Deputados, Marco Maia, foi o presidente interino do Brasil.

Ele chegou à FecomercioSP no dia 4 de abril para participar de uma reunião do Conselho Superior de Direito. Antes do encontro,

alguns se perguntavam se a presidente Dilma Rousseff e o vice-presidente Michel Temer já haviam retornado de suas viagens ao exterior, pois não estavam certos se chamavam o parlamentar de “presidente” ou “deputado”. A opção escolhida, e acertada, foi deputado.

Natural de Canoas (RS), Marco Maia está em Brasília desde 2005, quando assumiu mandato como deputado federal pelo Partido dos Trabalhadores. Em meados do segundo semestre de 2010 assumiu a Presidência da Câmara dos Deputados, quando Michel Temer (PMDB/SP) se licenciou do cargo para participar como vice da campanha eleitoral vitoriosa da presidente Dilma Rousseff. Em



fevereiro, Maia foi eleito por seus pares presidente da Casa para o triênio 2011-2013, com ampla maioria e apoio de 21 dos 22 partidos com representação na Câmara.

Pela posição que possui, ele está acostumado com os caminhos de Brasília, quando é preciso fazer conversões ou buscar atalhos para chegar ao destino desejado. Infelizmente seu conhecimento não lhe foi de grande utilidade em São Paulo, pelo menos para desviar do trânsito, o que o deixou preso no típico congestionamento paulistano de segunda-feira.

O ilustre parlamentar adentrou à sala de reunião da Diretoria Plena da FecomercioSP, no terceiro andar da sede da entidade, às 10h26, quase uma hora depois do programado. Após dar bom dia a todos, foi apresentado pelo presidente do Conselho Superior de Direito, Ives Gandra Martins, que fez uma apresentação das atividades do Conselho, bem como os temas ali debatidos.

A sala estava cheia: além dos habitués do Conselho Superior de Direito, visitantes de distintas áreas foram atraídos pela discussão da agenda legislativa em 2012. A CPI do Cachoeira, que agora investiga o relacionamento do contraventor Carlinhos Cachoeira com parlamentares, era só uma hipótese, naquele instante ainda desacreditada por eleitores e eleitos. Por isso, pairou no ar a expectativa de uma real possibilidade de a agenda legislativa ser, minimamente, levada à cabo no primeiro semestre deste ano. A aposta era no pragmatismo de Dilma e o desejo de Maia em apresentar resultados.

Ele começou lembrando sua história na militância sindical no Rio Grande do Sul, onde foi torneiro mecânico, passando pelo

O BALANÇO DE
2011 REGISTRA 637
PROPOSIÇÕES VOTADAS –
144 EM PLENÁRIO E 493
EM COMISSÕES COM
CARÁTER CONCLUSIVO.
AS VOTAÇÕES MAIS
IMPORTANTES
ENVOLVERAM O
PROGRAMA BRASIL
MAIOR,
O SUPERSIMPLES,
A SEGUNDA PARTE
DO PROGRAMA MINHA
CASA, MINHA VIDA E A
POLÍTICA DE REAJUSTE
DO SALÁRIO MÍNIMO.
ATÉ MARÇO DE 2012,
47 MATÉRIAS FORAM
APROVADAS EM
PLENÁRIO

cargo de Secretário Nacional da Confederação Nacional dos Metalúrgicos até o início do curso de Direito, que começou em 2003 e interrompeu em 2005 para assumir a cadeira de deputado federal. Promete voltar um dia, da mesma forma como políticos sempre prometem realizar as reformas política, tributária, trabalhista e tantas outras a empernar o desenvolvimento brasileiro. Mas, como no caso de Maia se trata de uma reforma

para o desenvolvimento pessoal, não há por que duvidar que ela vá acontecer, diferentemente das demais.

Se era para falar sobre o futuro, nada como analisar o passado, ensina o mantra sagrado da política. E foi o que o convidado fez. O balanço de 2011 registra 637 proposições votadas – 144 em plenário e 493 em comissões com caráter conclusivo. “Essa é uma característica do parlamento brasileiro. Votamos muito em relação aos parlamentos do mundo”, afirmou, orgulhosamente. As votações mais importantes envolveram o programa Brasil Maior, o Supersimples, a segunda parte do programa Minha Casa, Minha Vida e a política de reajuste do salário mínimo.

Até março de 2012, 47 matérias foram aprovadas em plenário. Maia gastou um tempo especial explicando sobre o Fundo de Previdência Complementar para os servidores civis da União, aprovado recentemente pelo Congresso e sancionado pela presidente Dilma. Outros assuntos que ganharam alguns minutos extras foram a Lei Geral da Copa, especialmente os tópicos sobre liberação de bebida alcoólica nos estádios, ingressos com preços populares, e destinação de 1% das entradas para pessoas portadoras de necessidades especiais, o novo Código Florestal e a nova Lei Seca.

Durante toda sua apresentação, o deputado estava acompanhado de sua cola e a lia por completo, seguindo os *slides* da apresentação. De acordo com ele, estão previstos para este ano ainda as votações do novo Código de Processo Civil (PL 6.025/2005), do projeto de lei com princípios do uso de internet (PL 2.126/2011), do novo Código Comercial (PL 1.572/2011) – o atual, incrível, é de 1850 –, além

da regulamentação do trabalho terceirizado (PL 4.330/2004), entre outros.

Para a parte final da apresentação, o deputado falou dos projetos que estão em debate na Câmara, entre eles o PL 8.052/2011, que trata de crimes cibernéticos e agiliza o combate à pirataria. Segundo Maia, só os principais bancos brasileiros têm prejuízos de US\$ 1,3 bilhão ao ano com fraudes. Ao abordar a divisão dos *royalties* de petróleo, Maia gerou risos na audiência e contou com a intervenção do presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP, Ives Gandra, que acredita que haverá necessidade dos juristas darem parecer sobre o assunto.

Às 11h08, Marco Maia terminou sua apresentação e Martins retomou a palavra. Elogiou o projeto do aviso prévio proporcional e criticou o Supremo Tribunal Federal (STF). Também lhe agradou o projeto do Fundo de Previdência Complementar do funcionário público. “Foi um extraordinário avanço”, disse o jurista.

Enquanto Martins falava, Maia olhava suas anotações e bebia bastante água. Parece que a apresentação lhe deixou com a boca seca. Na mesa, Marco Maia tinha consigo uma caneta branca de pena, com detalhes em dourado.

Um relógio estava sobre a mesa junto do presidente do Conselho para controle do tempo da apresentação e das perguntas. Martins teceu outros comentários acerca de PLs que serão votados este ano e deu ao deputado a edição nº 9 da **Conselhos**, destacando reportagem sobre o projeto da reforma tributária elaborado pelo ex-secretário da Receita Federal Everardo Maciel e que conta com o apoio da FecomercioSP. São 20 itens a serem aplica-



NA PAUTA, ASSUNTOS
FERVILHANTES
EM BRASÍLIA: CRISE
ENTRE A BASE
E O GOVERNO;
VOTAÇÃO DO CÓDIGO
FLORESTAL (JÁ VOTADO
E AGUARDANDO
SANÇÃO OU VETO
PRESIDENCIAL),
E, CLARO, O CASO
CARLINHOS
CACHOEIRA
(A “CAIXA DA
PANDORA” AINDA
NÃO HAVIA SIDO
ABERTA), ENTRE
OUTROS

dos individualmente, e que poderão dar ao Brasil uma maior fluidez para a realização de novos negócios e aplicação de leis.

Muitos outros participantes fizeram perguntas ou pontuações. O parlamentar anota feito taquígrafo. Que rumo terão, nunca saberemos. A reunião chega ao fim e o presidente da Câmara dos Deputados cumprimenta algumas pessoas, enquanto se dirige à sala VIP para atender à imprensa.

Quebra-queixo

Quando um político participa de um evento, dependendo de sua importância no governo, é natural atrair a atenção da mídia. Com o presidente da Câmara dos Deputados não foi diferente. Repórteres de mais de uma dezena de veículos estiveram presentes na reunião e se aglomeraram na sala VIP ao lado da plenária para o tradicional “quebra-queixo” pós-evento, quando há mais braços, cotoveladas, vozes dois tons acima e gravadores ávidos por uma resposta do que boca para se manifestar. Nesse momento, quem fala com mais firmeza, mais rápido e mais alto leva vantagem.

Na pauta, assuntos fervilhantes em Brasília: crise entre a base e o governo; votação do Código Florestal (já votado e aguardando sanção ou veto presidencial), e, claro, o caso Carlinhos Cachoeira (a “Caixa da Pandora” ainda não havia sido aberta), entre outros. Com habilidade digna do cargo que ocupa, responde a todos com tranquilidade, sem se comprometer. Os jornalistas se mostravam preocupados com a quantidade de projetos aguardando votações e o fato de no segundo semestre deste ano acontecerem as eleições municipais. “Sou um eterno otimista”, diz Maia. Se dissesse “positimista”, lembraria um Odorico Paraguaçu com sotaque gaúcho. Os projetos são bons, relevantes, fundamentais até para a continuidade do desenvolvimento do Brasil. E tramitaram de forma democrática, com amplo direito de debate, como bem apresentou Maia no encontro. Infelizmente, havia Cachoeira no caminho. E quando se trata de Congresso, não somos tão otimistas quanto o senhor, nobre deputado. ■

T-Mobile E 18:42

VOLTAR

Conselhos

CAPA

'POESIA ENGARRAFADA'



Para prosperar no País, vinho precisa enfrentar tributação, burocracia e logísticas. O maior entrave contudo, é a desunião do astor que se ocupa de brigas internas ao invés de ficar no consumidor

Por Raphael Ferrari



TOCCAS



LISTAS



FAVORITOS



BUSCA

Conselhos no iPhone

*Resolvemos dar um toque
para quem quer Conselhos:
leia a revista no seu
iPhone também.*

Macroeconomia, macropolítica, relações internacionais, sustentabilidade, desafios das megacidades, entrevistas com líderes e formadores de opinião, análises de especialistas consagrados, opiniões contundentes sobre o Brasil e o mundo. Com o *app* da Conselhos, você tem acesso a tudo isto no iPhone. Baixe agora: conteúdo gratuito e inteligente tem tudo a ver com seu *smartphone*.



Representa muito para você.

Poesia engarrafada

Para prosperar no País, o vinho precisa enfrentar tributação, burocracia e logística. O maior entrave, contudo, é a desunião do setor que se ocupa de brigas internas em vez de se ocupar no consumidor

Por Raphael Ferrari





O mercado de vinho no Brasil é imaturo, mas tem potencial para avançar. E muito. Este, contudo, parece ser o único ponto de consenso entre os profissionais que atuam no setor. Reunidos no 2º debate “O Vinho no Brasil”, realizado pela FecomercioSP em 24 de abril, produtores e exportadores de pequeno e grande porte, associações de *sommeliers* e aficionados pela bebida revelaram que harmonia mesmo, só à mesa.

Hoje no Brasil são consumidas 115 milhões de garrafas de vinho fino por ano, sendo que 80% destas custam até R\$ 20 e a produção nacional responde somente por 27% dos vinhos comercializados. Entretanto, o País tem 30 milhões de pessoas que recebem mais de cinco salários mínimos por mês e teriam condição de consumir uma garrafa de vinho por semana, o que daria um total de 1,56 bilhão de garrafas por ano. “O consumo *per capita* de vinho no Brasil hoje é de menos de dois litros, mas se conseguíssemos que cada família de quatro pessoas tomasse uma garrafa por semana saltaríamos para nove litros”, destaca Orlando Rodrigues, sócio-diretor da Premium Importação, Exportação e Comércio.

Apesar do potencial de crescimento, o setor tem encontrado dificuldades para se unir e atuar em conjunto para divulgar o vinho no mercado. O que tem deixado espaço para o crescimento rápido de outras bebidas. “O mercado de cerveja *gourmet* já representa dez vezes o mercado de vinho fino”, compara Didú Russo, fundador da Confraria dos Sommeliers e coordenador do Comitê do Vinho da FecomercioSP.

O pomo da discórdia, atualmente, são as salvaguardas que o governo anunciou para o vinho nacional em 15 de março deste ano. De acordo com o decreto veiculado no Diá-

rio Oficial da União, há “indícios suficientes de que as importações brasileiras de vinho aumentaram em quantidade, em termos absolutos e em relação à produção nacional, em condições tais que causaram prejuízo grave à indústria doméstica”, o que justificaria a adoção de barreiras tributárias para “proteger” o produto nacional. A medida, entretanto, não agradou a maior parte dos produtores – principalmente os de pequeno porte – e *sommeliers*. Isso sem mencionar os importadores, que são diretamente prejudicados pela medida. “O governo está tratando o importador como se ele não fosse brasileiro e não estivesse gerando emprego”, critica Russo. “Uma coisa é reduzir a tributação sobre o produto nacional, outra é aumentar a do importado”, completa.

A medida, porém, está gerando efeito inverso ao desejado pelo governo e, como uma forma de protesto, alguns restaurantes famosos, como o D.O.M. – eleito recentemente o quarto melhor do mundo –, retiraram os vinhos nacionais de suas cartas. Uma ação que, de acordo com o diretor-executivo do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), Carlos Raimundo Paviani, é fruto de “uma campanha velada para desmoralizar e incentivar os restaurantes a não oferecerem vinho nacional”.

Única voz a defender as salva-guardas no evento, Paviani afirma que elas são um recurso previsto na Organização Mundial do Comércio (OMC), e, portanto, legal. Além disso, ele argumenta que a medida não irá prejudicar a diversidade de vinhos no País – São Paulo é uma das poucas cidades onde é possível encontrar vinhos de todo o mundo. Paviani ponderou, ainda, que, justamente por limitar a atuação dos grandes importadores,

“talvez as salvaguardas sejam uma oportunidade para os pequenos importadores”. A resposta da plateia, no entanto, foi imediata. E oposta: “Só se for uma oportunidade de fechar os pequenos importadores”. A posição é corroborada por Russo. “Não tenho dúvida de que haverá uma concentração de vinhos nas mãos dos grandes importadores. Digo por experiência, quando o governo se envolve há caminhos que não são conhecidos por todos”, alerta. “A diversidade, certamente, irá cair. E muito.”

Outro ponto polêmico defendido pela Ibravin, mas criticado pelo setor de um modo geral, é a necessidade de selar as garrafas. A entidade defende que o selo é uma solução para evitar a sonegação de impos-

tos, aliás, “a única apresentada até agora”, segundo Paviani. Os pequenos produtores, por outro lado, reclamam da dificuldade, da burocracia e do custo para selar cada garrafa manualmente, uma vez que não possuem uma linha automatizada de produção como os grandes. Um levantamento da própria Ibravin aponta que nenhuma empresa fechou por causa do selo. Porém, entre 40 e 50 empresas deixaram de produzir e optaram por vender suas uvas para produtores de maior porte. O que, efetivamente, reduz a diversidade do produto.

O custo de se produzir vinho no Brasil e a carga tributária – excessiva, como em praticamente todos os setores da economia nacional – são outros entraves para o avanço



Bottega, diretor da Ibravin: A tributação do vinho nacional chega a 44,3% do preço da garrafa

“ A PRODUÇÃO EM PEQUENA ESCALA, COMO A QUE É FEITA NA AGRICULTURA FAMILIAR DA SERRA GAÚCHA, TAMBÉM ENCARECE O PRODUTO. EM SÃO PAULO, A PLANTAÇÃO TAMBÉM É EXPRESSIVA, MAS MAJORITARIAMENTE PARA O CONSUMO *IN NATURA* ”

“ O GOVERNO
ESTÁ TRATANDO
O IMPORTADOR
COMO SE ELE
NÃO FOSSE
BRASILEIRO E NÃO
ESTIVESSE GERANDO
EMPREGO. UMA COISA
É REDUZIR A TRIBUTAÇÃO
SOBRE O PRODUTO
NACIONAL, OUTRA
É AUMENTAR
A DO IMPORTADO ”



Didu Russo: críticas à intervenção do governo no mercado de vinho

da bebida no mercado interno. De acordo com Leorcir Bottega, diretor do Ibravin, em média, 44,3% do preço da garrafa de vinho nacional se deve aos tributos. No caso dos importados, o peso dos tributos é de 44,5%, ligeiramente maior. O grande vilão é o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) – principal fonte de arrecadação dos governos estaduais –, que pode chegar até a 25% do preço da garrafa, dependendo do Estado em que foi produzida e para onde foi vendida.

“A produção em pequena escala, como a que é feita na agricultura familiar da serra gaúcha, também encarece a produção”, avalia Bottega. Segundo dados da Ibravin, as regiões Sul e Sudeste concentram 99% da produção nacional de uvas, sendo que 60% da área cultivada está no Sul, que também produz 90% dos vinhos brasileiros. “A produção de uvas em São Paulo também é expressiva, mas estas são, majoritariamente para o consumo *in natura*. Ou seja, para comer e não para produzir vinho”, explica. Por outro lado, a região Sudeste é a que mais consome, sendo a destinação final de 50% dos vinhos no País. Acontece que os milhares de quilômetros entre o principal polo produtor e o principal consumidor também encarecem a bebida. “Realizamos um estudo logístico que apontou que o custo de transporte equivale a 18% do total da garrafa”, conta Bottega.

Rodrigues, da Premium, argumenta que a falta de escala é um complicador adicional nesse cenário. “Temos pouco volume em relação aos demais países, o que eleva o custo de transporte ao ponto de ser mais caro mandar uma caixa de vinho do Rio Grande do Sul para Minas Gerais do que da França para o porto de Santos.” Outro ponto levantado por Rodri-

gues é a burocracia. “Aqui, levamos um mês somente para liberar a carga. Em Londres, leva-se um dia”, compara. “E os tributos de lá só são cobrados quando você vende o produto.”

No computo geral, os custos com tributos, logística e burocracia acabam por dobrar o preço do vinho. “Os custos administrativos e tributários elevam o preço de um vinho “premium” que tenha custo de produção de R\$ 5,43, para R\$ 10,10. Já um vinho de maior valor agregado, que custe R\$ 15 para ser produzido, custará R\$ 30 para o consumidor”, conclui Bottega.

O preço final e os desentendimentos entre os diversos segmentos que atuam no setor, entretanto, não são as únicas barreiras que o vinho precisa enfrentar no Brasil. O problema também é cultural. O brasileiro tem o hábito de beber cerveja, cachaça e caipirinha. “O consumidor precisa ser o foco das ações do setor”, opina Luiz Toledo, publicitário sócio-diretor da Toledo Propaganda.

Toledo compara a situação atual do vinho no Brasil a do leite na década de 1990 nos Estados Unidos, quando o consumo da bebida, que estava muito baixo, foi impulsionado pela campanha “Got Milk?” (Tem leite?). “O vinho pode ser muita coisa, mas o setor precisa definir o que quer passar para o consumidor, o que quer vender. Afinal, se o setor não se posicionar, o mercado posicionará o setor.” O mercado nacional tem tantas nuances quanto sabores, e potencial tanto para um grande vinho, quanto para virar vinagre. Ou, como disse Robert Louis Stevenson, escritor de “O médico e o monstro”, entre outros clássicos, “um bom vinho é poesia engarrafada”. Só falta alguém sacar a rolha e ler essa poesia para o brasileiro. ■

O envelhecimento populacional e seu impacto econômico no Brasil

Por Luiz Augusto Carneiro, superintendente executivo do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS)

Há alguns anos já se tem anunciado o fenômeno do envelhecimento populacional brasileiro. O assunto já foi abordado por diversos artigos na mídia e é tema recorrente em seminários e congressos de diversos setores de nossa economia. Logo, o assunto em si não é novidade. Ele está razoavelmente bem assimilado por gestores e formadores de opinião dos setores público e privado.

No entanto, é preocupante o fato de que pouco se sabe sobre o impacto desse fenômeno sobre a nossa economia durante as próximas décadas. Ou seja, já se conhece

bem o diagnóstico, mas não o prognóstico. O ‘gato está subindo no telhado’, mas ninguém parece preocupado com que acontecerá depois de chegar lá. De fato, já são conhecidas as estimativas de população, ano a ano até 2050, por idade, feitas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Porém, em termos agregados para a nossa economia, ainda não se conhece o que resultará do envelhecimento de nossa população.

Os idosos (60 anos ou mais) passarão de 9,9% da população brasileira em 2009 para quase 30% em 2050. Ou seja: de 19 milhões



de pessoas em 2009 para 64 milhões em 2050. Isso equivale aproximadamente ao total da população da França hoje. Por outro lado, a população de zero a 14 anos passará de 51 milhões (28%) em 2009 para 32 milhões (14%) em 2050. Um decréscimo de 19 milhões de pessoas. Já a população na faixa etária intermediária, de 15 a 59 anos, não se modificará tanto: de 125 milhões de pessoas em 2009 para 123 milhões em 2050.

Muitos países desenvolvidos já passaram por esse processo, sobretudo os europeus. Porém, com uma diferença fundamental. Levaram muito mais tempo para envelhecer. Por exemplo, a França levou de 1865 a 1980 (115 anos) para que os franceses com 65 anos ou mais passassem de 7% a 14% da população. No caso do Brasil, o mesmo ocorrerá de 2011 a 2032. Em apenas 21 anos.

Há mais um fato. O fenômeno de rápido envelhecimento populacional, a ser enfrentado pelo Brasil, ocorrerá até 2050 também em outros países em desenvolvimento, como China, Chile e Colômbia. Mas a lista completa é longa, de forma que não estamos sozinhos.

Outra realidade separa os países desenvolvidos e já envelhecidos dos em desenvolvimento e com população mais jovem. Aqueles se tornaram ricos antes de envelhecerem.

Muito se fala do bônus demográfico, como se ele fosse um novo milagre brasileiro. Trata-se, sem dúvida, de um ganho econômico proporcionado ao País durante um certo período em que a maior parte da população está concentrada na faixa etária produtiva (por convenção, de 15 a 59 anos). O período de bônus demográfico no Brasil começou em 1995 e durará até 2043.

A fase mais favorável do bônus demográfico é a que vivemos hoje no Brasil. Durante esse período, até 2020, há uma “janela de oportunidade” para o País, além de produzir mais, poupar mais e investir mais. A ideia é que, durante esse período, com proporcionalmente mais pessoas em idade ativa e menos idosos e crianças, o País produza mais riqueza *per capita* e gaste proporcionalmente menos com serviços de educação e saúde e benefícios de previdência. Esse efeito positivo é chamado de “primeiro dividendo demográfico”. Ele é líquido e certo, mas é temporário e ocorre somente uma vez durante o processo de transição demográfica de um país.

O chamado “segundo dividendo demográfico” já não é garantido. Para ele vir a existir é necessário que durante a fase mais favorável as famílias, as empresas e o governo poupem e invistam em sua capacidade produtiva. Caso isso ocorra, o investimento feito resultará em mais capacidade produtiva para gerar riqueza no futuro. Caso isso não ocorra na medida necessária, pode ser que falte dinheiro no futuro para compensar os gastos crescentes relacionados à população idosa cada vez maior.

Alega-se, em teoria, que parte do segundo dividendo é resultado do maior número de pessoas em idade ativa, que se dariam conta de sua maior expectativa de vida e automaticamente passariam a poupar o suficiente para financiar seus gastos maiores durante a terceira idade. No entanto, isso não parece ser tão fácil de acontecer no Brasil, onde tradicionalmente a população poupa menos do que em outros países.

Mas mesmo em países em desenvolvi-

O TESOURO
AUSTRALIANO
EM 2002 PASSOU
A PUBLICAR O RELATÓRIO
INTERGERACIONAL,
EM QUE SÃO
APRESENTADAS
PROJEÇÕES DAS
CONTAS PÚBLICAS,
CONSIDERANDO
O IMPACTO DO
ENVELHECIMENTO.
A PARTIR DAS
ESTIMATIVAS,
O GOVERNO
AUSTRALIANO TRAÇA
UM PLANO DE AÇÃO
PARA ATENUAR AOS
POUCOS DÉFICITS
QUE PROVAVELMENTE
OCORRERIAM SE NADA
FOSSE FEITO

mento há problemas quanto a isto. A revista *The Economist*, em sua edição de 7 de abril de 2011, traz várias reportagens sobre o envelhecimento e seu impacto sobre os sistemas de previdência em diversos países. A revista relata que nos EUA e no Reino Unido, onde a maioria dos fundos de pensão migraram da modalidade de benefício definido para a de contribuição definida, os participantes em geral não estão poupando o suficiente para as suas aposentadorias.

Logo, o problema parece ser a falta de conhecimento sobre a provável necessidade de dinheiro no futuro para cobrir os gastos adicionais advindos do envelhecimento populacional e da maior longevidade das pessoas. Alguns países, como a Austrália, já realizaram esse cálculo. O Tesouro australiano em 2002 passou a publicar o relatório chamado *Intergenerational Report* (Relatório Intergeneracional), ou IGR, em que são apresentadas projeções das contas públicas, considerando o impacto do envelhecimento. A partir das estimativas, o governo australiano traça um plano de ação para atenuar aos poucos déficits que provavelmente ocorreriam se nada fosse feito. O relatório de 2007 (IGR 2007) apontava para déficits já em 2020. O relatório de 2010 (IGR 2010) aponta para déficits somente a partir de 2030, o que é provavelmente resultado de políticas fiscais adotadas preventivamente pelo governo australiano.

Algo parecido com o relatório intergeracional australiano ainda está por ser efetuado para o Brasil. Para isso, seria necessário pelo menos estimar as despesas mais afetadas pelo envelhecimento: sem dúvida os gastos com previdência e assistência à saúde.

Do ponto de vista do governo, as despesas com previdência e saúde podem crescer de forma bem mais rápida que a arrecadação de receita tributária. Do ponto de vista das famílias, pode haver maior necessidade de contribuir para a previdência complementar e também poupar para arcar com custos maiores com saúde no futuro.

Devemos torcer para essa conta ser fechada em breve. Se até a Austrália prevê déficits fiscais no futuro, devemos ao menos suspeitar que no caso do Brasil não será diferente. ■



CERTIFICADO DE ORIGEM FECOMERCIO-SP. MAIS PRATICIDADE E RAPIDEZ NA HORA DE EXPORTAR.

Siga o melhor rumo para os seus negócios no exterior. Obtenha seu Certificado de Origem na FecomercioSP de maneira prática, rápida e segura, com as melhores condições do mercado.

*Mais informações, ligue (11) 3254-1652/1653
ou envie e-mail para
certificado@fecomercio.com.br*

*Rua Dr. Plínio Barreto, 285 – Subsolo
9h às 12h30 / 14h às 17h30*



FECOMERCIO-SP
Representa muito para você.

Conselhos Polis



Receitas para a inovação na gestão pública

FecomercioSP lança Índice de Criatividade das Cidades e analisa os aspectos que podem levar um município a entrar na era da economia criativa **Por Andrea Ramos Bueno**

A economia criativa deixa para trás o conceito de carreiras tradicionais e as profissões demandadas por modismos ou necessidades urgentes de um setor ou um país. Esse modelo é mais amplo e mais inclusivo também.

Em tempos em que a inovação se tornou imprescindível para quem quer se destacar, seja na indústria, no comércio ou em serviços, a exigência desse conceito passa a valer também para a gestão pública.

Em 2002, o cientista político e especialista em planejamento urbano Richard Florida cunhou o termo classes criativas e fez o Índice de Criatividade das Nações, que conside-

rou os itens talentos, tecnologia e tolerância.

No último dia 29 de março, a FecomercioSP apresentou o “Índice de Criatividade das Cidades”, fruto de uma inovação. O estudo elaborado pela Federação, por meio do Conselho de Criatividade e Inovação, nos últimos 12 meses, tem parâmetros diferentes dos que foram utilizados por Florida e, por isso, mais próximos da realidade brasileira. Para chegar ao índice foram consideradas condições econômicas, sociais e o potencial criativo de cada local analisado.

O índice, inédito no Brasil, tem por objetivo reunir informações sobre o tema, que ainda são escassas, e ajudar no planejamem-

DIAGNÓSTICO DOS ESTADOS

O Distrito Federal se destaca entre as Unidades Federativas pelo alto nível de investimento econômico

| UF | ÍNDICE GERAL | | GERAL ECONÔMICO | | GERAL SOCIAL | | GERAL CRIATIVO | |
|----|--------------|-------|-----------------|------|--------------|------|----------------|-------|
| DF | 1 | 100,0 | 1 | 89,4 | 1 | 72,5 | 2 | 84,1 |
| RJ | 2 | 84,6 | 3 | 65,9 | 4 | 58,5 | 1 | 100,0 |
| SP | 3 | 77,0 | 2 | 65,9 | 2 | 62,9 | 3 | 61,5 |
| RS | 4 | 73,1 | 4 | 65,4 | 3 | 59,6 | 5 | 51,4 |
| SC | 5 | 72,3 | 5 | 61,9 | 5 | 56,6 | 4 | 61,4 |
| MG | 6 | 55,6 | 8 | 48,6 | 6 | 44,4 | 6 | 43,4 |
| ES | 7 | 52,8 | 6 | 51,6 | 8 | 34,0 | 7 | 39,8 |
| PR | 8 | 51,8 | 7 | 50,6 | 7 | 37,9 | 13 | 32,3 |
| MS | 9 | 47,3 | 10 | 46,8 | 9 | 32,1 | 15 | 31,7 |
| GO | 10 | 44,0 | 11 | 45,3 | 10 | 27,9 | 17 | 28,3 |
| MT | 11 | 43,0 | 9 | 46,9 | 11 | 18,9 | 11 | 33,5 |
| SE | 12 | 36,6 | 19 | 35,4 | 12 | 17,5 | 8 | 37,5 |
| RN | 13 | 35,9 | 17 | 36,0 | 14 | 14,9 | 9 | 37,2 |
| RO | 14 | 35,3 | 12 | 40,7 | 22 | 8,0 | 12 | 33,2 |

O ÍNDICE DE CRIATIVIDADE DAS CIDADES, INÉDITO NO BRASIL, TEM POR OBJETIVO REUNIR INFORMAÇÕES SOBRE O TEMA, QUE AINDA SÃO ESCASSAS, E AJUDAR NO PLANEJAMENTO DE MEDIDAS PÚBLICAS DIRECIONADAS À ECONOMIA CRIATIVA

to de medidas públicas direcionadas à economia criativa.

Para se ter ideia sobre como o tema tem se desenvolvido no Brasil foram analisados os 26 Estados e o Distrito Federal, destaque entre as unidades da Federação. Foram analisadas também as 50 maiores cidades do País. São Paulo encabeça a lista.

Mas é preciso cautela ao tentar mensurar cada um dos itens avaliados no trabalho. Os bons índices do Distrito Federal, por exemplo, se devem aos altos investimentos realizados, principalmente em Brasília, que, divididos pela baixa população do DF, resultam em um total geral elevado.

RANKING DAS CIDADES

A capital paulista lidera a lista pelos altos índices nos itens econômico e social

| ESTADO | CIDADE | GERAL ECONÔMICO | | GERAL SOCIAL | | GERAL CRIATIVO | | ÍNDICE GERAL | |
|--------|----------------|-----------------|--------|--------------|--------|----------------|--------|--------------|--------|
| | | ÍNDICE | CLASS. | ÍNDICE | CLASS. | ÍNDICE | CLASS. | ÍNDICE | CLASS. |
| SP | São Paulo | 6 | 69,3 | 1 | 75,0 | 9 | 48,0 | 1 | 100,0 |
| RS | Porto Alegre | 1 | 79,9 | 9 | 49,3 | 3 | 59,9 | 2 | 98,2 |
| MG | B. Horizonte | 10 | 61,8 | 2 | 61,3 | 5 | 54,3 | 3 | 90,2 |
| SP | Campinas | 7 | 63,8 | 16 | 40,4 | 1 | 76,0 | 4 | 88,3 |
| PR | Curitiba | 5 | 69,7 | 5 | 52,1 | 12 | 40,8 | 5 | 86,3 |
| RJ | Rio de Janeiro | 9 | 61,8 | 4 | 56,9 | 8 | 49,3 | 6 | 86,3 |
| DF | Brasília | 4 | 71,9 | 19 | 38,0 | 11 | 41,0 | 7 | 80,9 |
| SC | Florianópolis | 2 | 78,0 | 42 | 21,7 | 6 | 51,5 | 8 | 80,2 |
| PR | Londrina | 14 | 57,6 | 24 | 34,8 | 2 | 70,1 | 9 | 79,4 |
| PE | Recife | 24 | 48,8 | 8 | 50,4 | 4 | 56,3 | 10 | 76,7 |
| BA | Salvador | 29 | 44,7 | 3 | 60,4 | 14 | 37,7 | 11 | 72,8 |
| SP | S. B. do Campo | 13 | 57,8 | 12 | 44,5 | 15 | 35,3 | 12 | 72,8 |

“ SE VOCÊ SAI DE CASA
COM SEU CARRO,
TRAVA A PORTA, FECHA
OS VIDROS, ENFRENTA
UM TRÁFEGO DIFÍCIL,
É FECHADO POR OUTRO
MOTORISTA, XINGA...
APÓS TUDO ISSO,
QUANDO CHEGAR AO
TRABALHO VAI PRECISAR
DE UNS 30 MINUTOS
PARA BAIXAR
A ADRENALINA
E COMEÇAR A PENSAR
EM SOLUÇÕES PARA
AS TAREFAS DIÁRIAS ”



Ana Carla, da ONU: “Temos mais contato com quem está em Singapura do que com quem está em uma cidade do ABC”

Já a capital paulista tem altos índices nos itens geral econômico (69,3) e geral social (75), mas ficou com 48 no índice geral criativo. Nesse caso, novamente a taxa populacional influencia o resultado. Se feita uma divisão de empregos criativos pelo número de habitantes o índice fica realmente baixo.

Em compensação, a cidade de Campinas, que ficou em primeiro lugar no item geral criativo, ocupa a quarta posição no índice geral – resultado da soma dos aspectos econômico, social e criativo, divididos por três.

Por considerar que cada um dos três itens tem igual relevância, a assessora em economia criativa para a Organização das Nações Unidas (ONU), Ana Carla Fonseca Reis, lembra que “nem toda criatividade se converte em métricas econômicas e, ainda dentro das métricas econômicas, temos muitas que são bastante tradicionais”.

Para ela, a economia criativa em uma cidade compreende três itens: inovação, contato com a criatividade de outros espaços e aspectos culturais. A inovação está intimamente ligada à criatividade. Neste item, se encaixa a solução de problemas como o déficit habitacional, resolvido com materiais recicláveis. O contato com a criatividade de outros espaços se dá por meio da integração entre diferentes classes sociais, para que grupos heterogêneos possam conhecer soluções e criações de cada uma das partes. Ela cita São Paulo e outras metrópoles como exemplo dessa dificuldade de integração. “Muitas vezes tenho mais contato com quem está em Singapura do que com quem está em uma cidade do ABC

“ AÇÕES
MACROECONÔMICAS
E CRESCIMENTO
SUSTENTÁVEL PRECISAM
SER FORTEMENTE
CONSIDERADOS E
REVISTOS PARA QUE
O BRASIL NÃO CORRA
O RISCO DE AVANÇAR
EM CERTAS ÁREAS,
DEIXANDO PARA TRÁS
QUESTÕES ESSENCIAIS
PARA O BEM-ESTAR
E OS INCENTIVOS
PARA A INOVAÇÃO

”



Lidia Goldenstein, pesquisadora: economia criativa vai além de inovação, troca de experiências e cultura

paulista. Temos arquipélagos dentro da capital. Convivemos apenas com pessoas que pensam, fazem as mesmas coisas e vão aos mesmos lugares que a gente”, explica.

A estrutura oferecida pelas cidades está diretamente ligada a esse contato. Quando as pessoas têm facilidade para se locomover, maior segurança, essa integração é facilitada.

De acordo com Ana Carla, a cultura é a terceira lacuna a ser preenchida. Ela cita outro exemplo bastante simples e comum às grandes cidades. “Se você sai de casa com seu carro, trava a porta, fecha os vidros, enfrenta um tráfego difícil, é fechado por outro motorista, xinga... Após tudo isso, quando chega ao trabalho vai precisar de uns 30 minutos para baixar a adrenalina e começar a pensar em soluções para as tarefas diárias”, explica.

Se ao invés disso o trajeto for mais fácil e agradável, com situações, imagens e intervenções artísticas que remetam à criatividade, a produção no ambiente de trabalho também tenderá a ser melhor.

Para a economista e pesquisadora Lídia Goldenstein, a economia criativa vai além da inovação, da troca de experiências e da cultura. “Ações macroeconômicas e crescimento sustentável precisam ser fortemente considerados e revistos para que o Brasil não corra o risco de avançar em certas áreas, deixando para trás questões essenciais para o bem-estar e os incentivos para a inovação”, diz Lídia.

A dificuldade em fechar questão sobre quais itens refletem com maior precisão o índice criativo de uma cidade, estado ou país se deve à novidade do tema, não só no Brasil, mas também em outras nações.

O que realmente é consenso é a necessidade de investimentos em educação. Fator que possibilita inovação, cultura, tecnologia e retenção de talentos. Quanto maior o nível educacional da população de um local, cuja economia criativa for analisada, maior será o índice obtido.

O presidente do Conselho de Criatividade e Inovação da FecomercioSP, Adolfo Melito, faz uma reflexão sobre todos os aspectos tidos como necessários para o desenvolvimento dessa nova economia. Para ele, não basta haver um potencial criativo. “Costumo dizer que a gente pensa no *hardware* e não no *software*, ou seja, as pessoas. Tem-se que pensar na capacidade intelectual para desenvolver negócios, e para isso uma cidade tem que ter atrativos e condições para não só desenvolver mas também reter talentos”, explica.

Segundo Melito, além de viver um bom momento econômico o Brasil também tem outra condição bastante favorável à economia criativa: a Copa do Mundo, em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016. Ele lembra as ações adotadas por países pioneiros no assunto, como Inglaterra e Austrália, incorporadas todas a um único ministério, o da Cultura, do Esporte e do Turismo. Esses mesmos setores deverão ser incrementados e vão demandar uma série de produtos e serviços por conta dos eventos que o País irá sediar.

O presidente do Conselho de Criatividade e Inovação faz ainda uma análise sobre aspectos que podem impossibilitar uma cidade de obter um índice elevado na nova economia. “Ela não pode ter um alto grau de violência, deficiências em saneamento e em

serviços de saúde. Esses são fatores que não atraem atividades criativas e também não retêm talentos”, exemplifica.

Papel do cidadão

Uma gestão atenta ao potencial da cidade tem a influência direta do eleitor.

“Se tentarmos identificar entre administradores públicos quantos têm informação para poder dirigir uma cidade, e quais têm se dedicado a esse estudo ao longo do tempo, vamos chegar à conclusão de que menos de 1% dessas pessoas têm esse preparo”, ressalta Melito.

Mesmo que esse profissional esteja preparado ele não consegue administrar sozinho, precisa atrair os melhores talentos para gerir cada área como saúde, educação, finanças. No entanto, o que se vê são indicações de interesses meramente político ou financeiro. O eleitor precisa estar atento a isso. Afinal, segundo Melito, ele tem poder para impedir que os cargos públicos sejam ocupados por motivos que sejam diferentes dos interesses da população.

“As pessoas não conhecem todas as áreas, mas precisam se cercar de quem entende de setores específicos da administração,” destaca Melito.

Apesar de adotarem princípios distintos, tanto o índice criado pela FecomercioSP quanto o que foi idealizado por Florida convergem em mais um ponto, além da educação: o estímulo à criatividade. Isso não virá apenas na melhoria da qualidade dos estabelecimentos de ensino, mas também no acesso à saúde, bem-estar social, segurança, melhores condições econômicas e valorização do diferencial de cada cidade, estado ou país. ■

“ COSTUMO DIZER QUE A GENTE PENSA NO *HARDWARE* E NÃO NO *SOFTWARE*, OU SEJA, AS PESSOAS. TEM-SE QUE PENSAR NA CAPACIDADE INTELLECTUAL PARA DESENVOLVER NEGÓCIOS, E PARA ISSO UMA CIDADE TEM QUE TER ATRATIVOS E CONDIÇÕES PARA NÃO SÓ DESENVOLVER MAS TAMBÉM RETER TALENTOS ”



Adolfo Melito, presidente do Conselho de Criatividade e Inovação da FecomercioSP

**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 **FecomercioSP**, 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 arbitral@fecomercio.com.br*



CÂMARA ARBITRAL DE PARIS



UM NOVO MUNDO NÃO EXISTE COM VELHAS IDEIAS.



3º PRÊMIO FECOMERCIO *de sustentabilidade*



Novos comportamentos, novas tendências, novas possibilidades, novos caminhos e novas atitudes. Sem novas ideias nada disto acontece. Por isso, o 3º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade, desenvolvido em parceria com a Fundação Dom Cabral e o Centro de Desenvolvimento da Sustentabilidade no Varejo (CDSV), vai envolver participantes que criam e implantam práticas sustentáveis inovadoras.



CDSV

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO
DA SUSTENTABILIDADE NO VAREJO

**Categorias: Empresas, Entidades, Indústria,
Órgãos Públicos e Academia.**

Inscrições abertas. Para mais informações, acesse: www.fecomercio.com.br/sustentabilidade