

CONSELHOS |

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO
DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS
E TURISMO DO ESTADO DE
SÃO PAULO | 35 | FEV/MAR 2016

SAÍDA PARA O CRESCIMENTO

Renato Alves Vale, presidente do **Grupo CCR**, acredita que o setor de infraestrutura poderá promover a retomada do desenvolvimento do País

Análises:

Elizabeth Farina, Gaudêncio Torquato, Ives Gandra da Silva Martins, Paulo Roberto de Almeida, Roberto Luis Troster, Roberto Rodrigues, Vivianne Martins

R\$ 18,90

ANUÁRIO Nº 35 Fevereiro/Março 2016

ISSN 2178-1583



00035
188005

A photograph of a woman with blonde hair, wearing a purple and white striped sleeveless top, sitting on the grass and smiling broadly. Behind her, a young boy in a blue shirt is also smiling. To the right, another person's face is partially visible, also smiling. The background is a soft-focus green field.

Histórias que passam

O Grande Hotel Campos do Jordão traduz o equilíbrio entre conforto, alta gastronomia e natureza, com serviços personalizados para você viver grandes histórias com a gente.

Grande Hotel Campos do Jordão – Campos do Jordão/SP – Av. Frei Orestes Girardi, 3.549
Reservas: 0800 7700 790 – www.grandehotelsenac.com.br – facebook.com/ghsenac



de geração para geração.

Desde 1944
GRANDEHOTEL

CAMPOS DO JORDÃO • HOTELESCOLA SENAC

DESTAQUES

Aspas desta edição



NA CRISE, AS VIAGENS
TÊM UM ORÇAMENTO
MAIS ENXUTO, REFLETINDO
DIRETAMENTE EM PASSAGEM
AÉREA E HOTELARIA

VIVIÂNNE MARTINS,
DA FECOMERCIO-SP [pág. 58]

DE 1990 PARA CÁ, A ÁREA
PLANTADA DE GRÃOS
CRESCEU 53%, ENQUANTO
A PRODUÇÃO SUBIU 251%

ROBERTO RODRIGUES,
EX-MINISTRO DA AGRICULTURA
[pág. 30]

A SOCIEDADE VAI QUERER
RENOVAR A BASE DO
EDIFÍCIO POLÍTICO, QUE É
O MUNICÍPIO, POR MEIO DE
SEU ALCAIDE, O PREFEITO

GAUDÊNCIO TORQUATO,
CONSULTOR DE MARKETING
POLÍTICO [pág. 92]

EXPEDIENTE

FECOMERCIO-SP

PRESIDENTE Abram Szajman
SUPERINTENDENTE Antonio Carlos Borges
CONSELHO EDITORIAL Ives Gandra Martins,
Jorge Duarte, José Goldemberg, Renato Opice Blum,
José Pastore, Pedro Guasti e Antonio Carlos Borges

TUTU

DIRETOR DE CONTEÚDO André Rocha EDITOR Carlos Ossamu
REPÓRTERES Filipe Lopes, Rachel Cardoso e Raíza Dias
ESTAGIÁRIA Priscila Oliveira REVISÃO Flávia Marques, Luciano
Munhoz e Luisa Soler FOTOS Rubens Chiri

JORNALISTA RESPONSÁVEL André Rocha MTB 45 653/SP

COLABORAM NESTA EDIÇÃO Deise Marques, Guilherme
Meirelles, Ives Gandra da Silva Martins, Marcos Troyjo, Paulo
Roberto de Almeida, Roberta Prescott e Roberto Luis Troster

DIRETORES DE ARTE Clara Voegeli e Demian Russo
EDITORA DE ARTE Carolina Lusser DESIGNER Laís Brevilheri,
Maria Fernanda Gama e Paula Seco ASSISTENTES DE ARTE
Cintia Funchal e Vitória Bernardes ESTAGIÁRIO Yuri Miyoshi

IMPRESSÃO Pancrom Indústria Gráfica
TIRAGEM 15 mil exemplares

FALE COM A GENTE publicacoes@fecomercio.com.br

REDAÇÃO Rua Santa Cruz, 722, 5º andar
Vila Mariana – CEP 04122-000 São Paulo/SP | tel.: (11) 3170-1571

Senac Sesc FECOMERCIO SP

Aqui tem a força do comércio

SUMÁRIO

RENATO ALVES VALE

Entrevista com o presidente do Grupo CCR

08

QUANDO TODOS GANHAM

Lei de Mediação, método para resolver conflitos sem recorrer à Justiça

16

SALVADOR DA PÁTRIA

O agronegócio já responde por 23% do PIB brasileiro

26

A ASCENSÃO DO "TALENTISMO"

Marcos Troyjo

36

MÃO DE OBRA ESPECIAL

O Estatuto da Pessoa com Deficiência reafirma a Lei de Cotas

40

PENSATA

Paulo Roberto de Almeida

48

EM COMPASSO DE ESPERA

Mercado de hotéis ensaia ano de ajustes

52

O POÇO CONTINUA SEM FUNDO

Ives Gandra da Silva Martins

60

JOSÉ ADALBERTO FERRARA

Entrevista com o presidente da Tokio Marine Seguradora

64

CINCO PERGUNTAS

Para Roberto Luis Troster

72

NOVO CAPÍTULO PARA A ARGENTINA

A vitória de Mauricio Macri e os reflexos na América Latina

78

COMO ESTÁ A CABEÇA DO ELEITOR?

A descrença nos políticos e as novas regras eleitorais

88





O BRASIL ALÉM DA CRISE

Abram Szajman,
presidente da Federação
do Comércio de Bens,
Serviços e Turismo do Estado
de São Paulo, entidade gestora
do Sesc-SP e do Senac-SP

Passado o período de festas e o Carnaval, o País começa a voltar à normalidade. O ano de 2015 foi muito difícil para a maioria das pessoas, principalmente o segundo semestre, quando a crise política se agravou. Esperamos que o período de recesso do Congresso Nacional tenha dado tempo para uma reflexão, pois as dificuldades econômicas pelas quais passa o País são agravadas pela crise política – sem uma solução nessa área não há como a economia encontrar saídas para se recuperar, pois falta um fator essencial para o crescimento, que é a confiança.

Sabemos que o primeiro semestre ainda será de muitas dificuldades. O governo federal tentará aprovar o retorno da CPMF, a maneira mais fácil e rápida de aumentar a receita, já que não conseguiu equilibrar suas contas cortando despesas.

Mesmo com a economia em recessão, alguns setores estão “salvando a pátria”, como diz o título da matéria sobre o desempenho do agronegócio brasileiro, publicada nesta edição. A receita desse setor, no ano passado, teve uma leve queda de 0,6% em comparação a 2014, mas a sua participação no PIB brasileiro subiu de 21% para 23% no período. O agronegócio brasileiro é exemplo no mundo: mesmo com secas em algumas regiões e excesso de chuvas em outras, temos batido recordes de safras ano após ano. Se por um lado a China desacelerou e está comprando menos na área, por outro abrimos novos mercados para exportação, como Arábia Saudita, Iraque, África do Sul e Japão.

Outro setor que tem resistido à crise é o de seguros. Em entrevista, o presidente da Tokio Marine Seguradora diz que o faturamento cresceu 17%, mas o lucro se manteve estável. Ele desabafa: “Aumentei o faturamento em R\$ 500 milhões, mas o lucro ficou igual. Como explicar isso aos japoneses?” É que o governo ficou com tudo. [&]

“O PROGRAMA DE CONCESSÕES MODERNIZOU O PAÍS”

A **CCR** foi a primeira companhia a administrar um ativo rodoviário do governo federal, a Ponte Rio–Niterói, cujo contrato terminou em maio do ano passado, após 20 anos. Para o presidente do Grupo **CCR**, Renato Alves Vale, o contrato foi cumprido integralmente por ambas as partes, na mais absoluta normalidade, o que demonstra que o Programa de Concessões de Rodovias funciona bem. “A segurança jurídica que pode ser vista no contrato da Ponte Rio–Niterói precisa ser garantida em todos os contratos de concessões”, diz o executivo. Nesta entrevista, Vale se mostra confiante quanto ao setor de infraestrutura, que poderá promover uma retomada no crescimento econômico.

TEXTO **CARLOS OSSAMU**
FOTOS **FERNANDO NUNES**



ENTREVISTA

Renato Alves Vale, presidente do Grupo CCR

O Programa de Concessões de Rodovias completou 20 anos em 2015. A CCR foi a primeira companhia a administrar um ativo rodoviário do governo federal, a Ponte Rio–Niterói. O contrato terminou no ano passado, a CCR participou do novo leilão, mas perdeu – a vencedora foi a Ecorodovias. “Não ficamos tristes por isso. Claro, participamos e fizemos uma oferta com o objetivo de ganhar, mas não deu. Particularmente, não fiquei triste. Temos a consciência tranquila de que modernizamos a ponte e a entregamos para o novo concessionário muito melhor do que a recebemos”, declara Renato Alves Vale, presidente do Grupo CCR, nesta entrevista. Segundo o executivo, ambas as partes, CCR e governo federal, cumpriram o contrato à risca, o que demonstra que o Brasil amadureceu e que o programa de concessões funciona bem. Para Vale, 2016 será um bom ano para o grupo. A companhia administra uma carteira de investimento em projetos que vão mudar o País. Entre os projetos relevantes do ano estão o início da duplicação da BR-163, em Mato Grosso do Sul, com a CCR MSVia; a conclusão da Linha 1 e o início da Linha 2 do sistema de metrô de Salvador, com a CCR Metrô Bahia – uma obra que, antes da entrada da CCR, ficou muito tempo parada –; o início da modernização e expansão do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, com a BH Airport; e as participações nos projetos para os Jogos Olímpicos Rio 2016 do VLT Carioca, instalação do Veículo Leve sobre Trilhos no centro do Rio, e da ViaRio, a construção da via expressa também conhecida como Transolímpica.

SEGUNDO A AVALIAÇÃO DA REVISTA NORTE-AMERICANA HARVARD BUSINESS REVIEW, O SENHOR FIGURA NA 50ª POSIÇÃO DOS CEM PRESIDENTES DE EMPRESAS COM MELHORES DESEMPENHOS DO MUNDO, E ENTRE OS QUATRO MELHORES DO BRASIL. O QUE O MUNDO EMPRESARIAL EXIGE HOJE DE SEUS LÍDERES? QUAIS AS CARACTERÍSTICAS DE UM LÍDER EMPRESARIAL DE SUCESSO?

Um líder precisa ser capaz de ouvir e de ser um conciliador. Tenho, como presidente do Grupo CCR, buscado fazer as duas coisas. Avalio que isso tenha contribuído muito para o avanço da companhia, com responsabilidade, solidez e compromisso com nossos acionistas e usuários. Obviamente que fico muito feliz por esse reconhecimento, mas isso ocorre pelo esforço de todo o Grupo CCR. Somos uma companhia jovem, completando 16 anos em 2015, mas muito certa do que quer e como pretende executar seus projetos. E isso tem sido muito legal. Portanto, o nosso crescimento – que resultou em nosso reconhecimento – tem o apoio de todos os 13 mil colaboradores do Grupo CCR. É muita gente envolvida nessa história toda.

NO ÂMBITO DO GRUPO CCR, QUAL BALANÇO O SENHOR FAZ DE 2015 E QUAIS AS EXPECTATIVAS PARA 2016?

O ano de 2015 foi um ano com muitos desafios. O País passa por um momento particular, mas avaliamos que essa etapa será superada e vamos retomar o crescimento econômico. Avaliamos que o Programa de Investimento em Infraestrutura, lançado pelo governo e que será tocado em 2016, terá um papel fundamental para a recuperação da economia brasileira. O Grupo CCR avalia que 2015 foi um ano positivo. A companhia administra uma carteira de investimento em projetos que vão mudar o País. Entre os relevantes do ano estão o início

da duplicação da BR-163, em Mato Grosso do Sul, com a CCR MSVia; a conclusão da Linha 1 e o início da Linha 2 do sistema de metrô de Salvador, com a CCR Metrô Bahia – uma obra que, antes da entrada da CCR, ficou muito tempo parada –; o início da modernização e expansão do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, com a BH Airport; e as participações nos projetos para os Jogos Olímpicos Rio 2016 do VLT Carioca, instalação do Veículo Leve sobre Trilhos no centro do Rio, e da ViaRio, a construção da via expressa também conhecida como Transolímpica. O grupo tem grande expectativa para 2016, parte em razão da conclusão de algumas dessas obras, parte em razão de novos projetos que deverão ser leiloados neste ano.

NA ÁREA DE CONCESSÕES DE RODOVIAS, QUAIS FORAM OS DESAFIOS ENFRENTADOS EM 2015 E COMO FORAM SUPERADOS?

O setor de concessões de rodovias enfrenta desafios iguais àqueles enfrentados por outros setores da infraestrutura. A segurança jurídica dos contratos é um tema que avançou no Brasil, mas há, às vezes, algum recuo. Para investimentos de longo prazo, como os aplicados em infraestrutura, é fundamental que o País tenha regras claras e uma regulação perene. Só assim será possível atrair investimentos privados. Embora haja desafios nesse campo, o Programa de Concessões completou 20 anos em 2015 com resultados muito positivos para o Brasil, com a modernização da infraestrutura do País.

AINDA EM RELAÇÃO AO BALANÇO DE 2015, O QUE O SENHOR DESTACARIA NA ÁREA DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS (VIAQUATRO, CCR BARCAS E CCR METRÔ BAHIA)?

Mobilidade urbana é uma área estratégica para o Grupo CCR. Somos uma companhia com grande experiência na gestão de rodo-

vias, mas como prestadores de serviços em infraestrutura temos todo o interesse em investir em aeroportos e mobilidade urbana. Por isso o projeto da ViaQuatro, que foi a primeira PPP (Parceria Público-Privada) do País, é estratégico para nós, e está indo muito bem, com altos níveis de satisfação dos usuários. A CCR Barcas, responsável pelo transporte aquaviário de passageiros no Rio, segue cumprindo com seus objetivos. A CCR Metrô Bahia é um dos projetos de maior investimento do grupo neste momento. Todos sabem do longo período que o projeto ficou parado, mas a companhia assumiu a administração do metrô de Salvador em outubro de 2013 e colocamos tudo para rodar. A Linha 1 está praticamente concluída e a Linha 2 avança com obras a todo o vapor. Recentemente, o BNDES liberou o financiamento de longo prazo no valor de R\$ 2 bilhões, de forma a garantir as condições de financiamento para termos mais de 40 quilômetros de metrô em Salvador até o fim de 2017. Esse projeto mostra o nosso compromisso com o negócio de mobilidade urbana. Somos uma companhia de prestação de serviço em infraestrutura e esse negócio se encaixa muito bem na vocação do grupo.

COMO AS CRISES ECONÔMICA E POLÍTICA TÊM AFETADO OS NEGÓCIOS DO GRUPO?

O Grupo CCR tem construído uma história de sucesso com a gestão responsável e diligente que adota. Obviamente os momentos econômico e político do Brasil criam desafios importantes para qualquer organização. Projetos de infraestrutura exigem planejamento de longo prazo, necessitam de muitos recursos financeiros e humanos. É necessário, portanto, termos cautela em cada passo. A gestão da companhia está atenta a tudo isso e toma decisões amparadas em premissas como a disciplina de

ENTREVISTA

Renato Alves Vale, presidente do Grupo CCR

capital e a governança. Não somos uma companhia aventureira – aliás, dizem que somos muito conservadores, e somos mesmo. Isso é verdade. Mas é essa prudência que tem permitido ao grupo um crescimento sólido, com excelentes resultados para os usuários para os quais prestamos serviços e para nossos acionistas. Crises vêm e vão, mas ao pensar e planejar a ação de uma companhia que olha para o longo prazo, temos que tomar decisões com prudência. Crises criam desafios, mas também oportunidades. Então estamos sempre atentos a isso.

A ÁREA DE CONCESSÕES NATURALMENTE TEM UMA INTERVENÇÃO FORTE DO GOVERNO. POR EXEMPLO, QUANDO DA GREVE DOS CAMINHONEIROS, O GOVERNO ISENTOU DE PEDÁGIO OS EIXOS SUSPENSOS DE CAMINHÕES VAZIOS, O QUE IMPACTOU NA RECEITA DOS CONCESSIONÁRIOS. COMO O SENHOR VÊ ESSE FORTE INTERVENCIONISMO?

Felizmente, o Brasil tem vencido o debate, que tinha muito de ideológico, acerca dos programas de concessões. O País percebeu que o Programa de Concessões de Rodovia, que acaba de completar 20 anos, conseguiu mudar a realidade de muitas estradas. Ocorre que a malha concedida hoje representa apenas 10% do total de rodovias pavimentadas no Brasil, que é de 200 mil quilômetros. Logo, temos condições de avançar muito com novos programas de concessões, que começaram a ser lançados tanto pelo governo federal quanto pelos governos estaduais. Enxergo esse movimento como algo muito positivo, mas esses movimentos dos governos, todos eles, precisam ter como princípio a segurança jurídica dos contratos, o respeito ao marco regulatório e a garantia da ação isenta das agências reguladoras. A intervenção do Estado em um contrato de 20 ou

30 anos é um golpe na confiança de qualquer investidor. Qual deles terá a disposição de alocar seu capital em um projeto de 30 anos, sabendo que o governo seguinte pode mudar as regras apresentadas e acordadas no primeiro momento de uma concessão? É saudável para o Brasil avançar nesse campo, sobretudo agora que o embate político-ideológico sobre concessões parece ter ficado no passado. O Brasil veria avanços ligeiros se essas condições regulatórias estivessem equacionadas.

A CCR NASCEU EM 1999 PARA ADMINISTRAR CONCESSÕES DE RODOVIAS FEDERAIS E ESTADUAIS. DE LÁ PARA CÁ, COMO EVOLUIU O SETOR DE CONCESSÕES? EXISTE SEGURANÇA JURÍDICA? AS CONDIÇÕES SÃO ATRATIVAS PARA OS INVESTIDORES?

O Programa de Concessões de Rodovias completou 20 anos em 2015. Fomos a primeira companhia a administrar um ativo rodoviário do governo federal, a Ponte Rio–Niterói. Cumprimos o contrato integralmente, modernizamos a ponte, fizemos a manutenção desse ícone da engenharia brasileira. Depois, participamos de um leilão para a disputa de um novo ciclo de concessões, agora por 30 anos, e perdemos. Não ficamos tristes por isso. Claro, participamos e fizemos uma oferta com o objetivo de ganhar, mas não deu. Particularmente, não fiquei triste. Temos a consciência tranquila de que modernizamos a ponte e a entregamos para o novo concessionário muito melhor do que a recebemos. O contrato foi cumprido por nós e pelo governo federal. Isso demonstra que o Brasil amadureceu e que o programa de concessões funciona, e bem. Digo que, se houve um projeto que começou e terminou com absoluta normalidade, podemos ter outros que também sejam iniciados e concluídos dentro da normalidade. A segurança jurídica que



“A INTERVENÇÃO DO ESTADO EM UM CONTRATO DE 20 OU 30 ANOS É UM GOLPE NA CONFIANÇA DE QUALQUER INVESTIDOR. QUAL DELES TERÁ A DISPOSIÇÃO DE ALOCAR SEU CAPITAL EM UM PROJETO DE 30 ANOS, SABENDO QUE O GOVERNO SEGUINTE PODE MUDAR AS REGRAS APRESENTADAS E ACORDADAS NO PRIMEIRO MOMENTO DE UMA CONCESSÃO?”

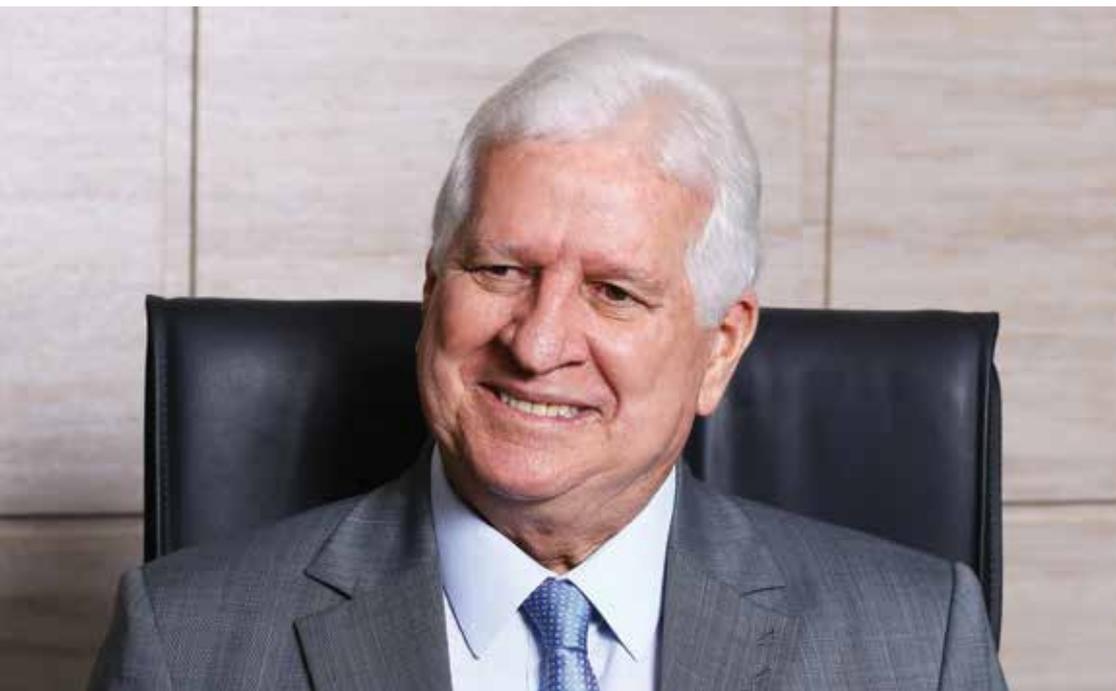
pode ser vista no contrato da Ponte Rio–Niterói precisa ser garantida em todos os contratos de concessões. Dessa forma, não tenho dúvidas do interesse em projetos no Brasil.

COMO ESTÁ O ANDAMENTO DO PROJETO PARA A CONSTRUÇÃO DE UM AEROPORTO EM CAIEIRAS? O QUE O SENHOR PODE REVELAR SOBRE ESTE PROJETO?

O NASP [*Novo Aeroporto de São Paulo*] é um projeto para longo prazo, mas que será muito importante para o atendimento da demanda futura. Esse é um projeto que pertencia aos acionistas Camargo Corrêa e Andrade Gutierrez e que foi assumido pelo Grupo CCR. É importante lembrar que não existe ainda legislação no Brasil para a implantação de um projeto privado com essas características, mas avaliamos que isso ocorrerá em algum momento. O projeto NASP demandará investimentos de R\$ 7 bilhões e terá capacidade para receber pelo menos 40 milhões de passageiros por ano. É algo que terá de ser feito frente aos limites que já existem hoje no Aeroporto de Congonhas e à saturação que deve ser alcançada pelo Aeroporto Internacional

ENTREVISTA

Renato Alves Vale, presidente do Grupo CCR



de Guarulhos. É preciso uma alternativa, e o NASP tem tudo para ser essa alternativa para quem parte ou chega a São Paulo.

RECENTEMENTE, A CCR ADQUIRIU A EMPRESA NORTE-AMERICANA DE SERVIÇOS AEROPORTUÁRIOS TAS E QUE NÃO DESCARTAVA NOVAS AQUISIÇÕES NO EXTERIOR. A EMPRESA JÁ ATUA EM EQUADOR, COSTA RICA E CURAÇÃO. COMO O SENHOR COMPARA OS AMBIENTES DE NEGÓCIOS NO BRASIL E EM OUTROS PAÍSES QUE A CCR ATUA?

Desde 2011, o Grupo CCR tem investido no segmento aeroportuário. A nossa última aquisição foi precisamente a TAS, uma empresa que presta serviços em aeroportos, alguns inclusi-

ve dos mais movimentados dos Estados Unidos, como o Los Angeles International Airport, o Chicago O'Hare, o San Francisco International, o Atlanta Hartsfield e o Newark Liberty. Além do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, administrado pela BH Airport, a companhia administra os Aeroportos de San Jose [Costa Rica], Quito [Equador] e Curaçao. Cada país tem suas características, mas avalio que o Brasil tem avançado positivamente, melhorando o ambiente de negócios. Há momentos mais críticos, mas, se observarmos em uma perspectiva mais ampla, há avanços reais no Brasil. Será benéfico se avançarmos mais, mas é justo dizer que o ambiente de negócios no País amadureceu.

“SOMOS UMA COMPANHIA COM GRANDE EXPERIÊNCIA NA GESTÃO DE RODOVIAS, MAS COMO PRESTADORES DE SERVIÇOS EM INFRAESTRUTURA TEMOS TODO O INTERESSE EM INVESTIR EM AEROPORTOS E MOBILIDADE URBANA. POR ISSO O PROJETO DA VIAQUATRO, QUE FOI A PRIMEIRA PPP (PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA) DO PAÍS, É ESTRATÉGICO PARA NÓS, E ESTÁ INDO MUITO BEM”

COMO O GRUPO CCR TEM ATUADO NAS ÁREAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE? O QUE O SENHOR DESTACARIA NESSAS ÁREAS?

Os projetos da CCR – próprios ou apoiados por meio de leis de incentivo nas áreas de saúde, educação, cidadania, meio ambiente, cultura e esporte – beneficiam milhares de crianças e adultos. Já levamos mais de 500 projetos a 120 cidades, beneficiando desde 2003 aproximadamente 7 milhões de pessoas, período no qual investimos R\$ 165 milhões em projetos estruturados.

Quero destacar que nossa estratégia com a sustentabilidade vai ser ampliada cada vez mais, com a criação do Instituto CCR, que passou a atuar efetivamente em 2015. É uma organização privada, sem fins lucrativos, uma *Oscip [Organização Social da Sociedade Civil de Interesse Público]* a partir da qual serão gerenciados os projetos e programas sociais do Grupo CCR, próprios e incentivados. Com o Instituto CCR, a companhia deve ampliar sua atuação nas comunidades nas quais está presente em quatro áreas de atuação: saúde e qualidade de vida; educação e cidadania; cultura e esporte; e meio ambiente e segurança viária. Alguns exemplos: o programa Estrada para a Cidadania, que já levou conceitos de educação de trânsito, cidadania e meio ambiente a mais de 1,5 milhão de alunos do ensino fundamental de escolas públicas; o programa Estrada para Saúde, que oferece aos caminhoneiros serviços de saúde em pontos instalados às margens das rodovias; o Cine em Cena, projeto itinerante que promove exibições de filmes brasileiros em cidades e comunidades onde não existem salas de cinema; e o Rugby para Todos, com aulas para crianças e jovens de 7 a 17 anos. [&]

QUANDO TODOS GANHAM

A Lei de Mediação, método para resolver conflitos sem recorrer à Justiça, acaba de entrar em vigor e encontra no Brasil um terreno amplo a ser explorado e solidificado, a exemplo do que ocorre nos Estados Unidos e na Europa. Para as empresas, que ainda se mostram iniciantes no tema, esse meio alternativo pode economizar tempo e dinheiro, bem como preservar relações comerciais.

TEXTO **RAÍZA DIAS**



Em vigor desde o fim de dezembro do ano passado, a Lei nº 13.140/2015, conhecida como Lei de Mediação, normatizou este meio de solução de conflitos que evita o acionamento de um processo judicial. A medida não só pode desafogar a Justiça – hoje com aproximadamente 10 milhões de ações em curso –, como, para as empresas, mostra-se uma alternativa que economiza tempo e dinheiro, segundo especialistas.

A base da mediação é resolver conflitos entre as partes sem determinar um “culpa-do” e um “inocente”. A medida visa, na verdade, aproximar os envolvidos para que, com a ajuda de um mediador, seja encontrada a melhor solução, a fim de que todos saiam ganhando. “Essa é uma tentativa de resolução sem que haja a necessidade de um conflito em si. Sempre que se busca a mediação, há a elasticidade para tentar equacionar um conflito futuro”, explica o presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP, Ives Gandra da Silva Martins.

A mediação já era utilizada no Brasil mesmo antes dessa legislação específica. No entanto, o método ainda engatinha por aqui, seja por barreiras culturais diante do costume do litígio, seja por falta de profissionais do ramo preparados para conduzir o processo de forma satisfatória.

Ainda assim, esse cenário pode, agora, ser desenvolvido, como cita a consultora jurídica do Instituto Internacional para Prevenção e Resolução de Conflitos (CPR Institute, na sigla em inglês), Angelica Walker: “A lei da mediação incentivará a utilização dos mecanismos auto-compositivos e privados de resolução de conflitos com maior relevância. Ela tornará a mediação mais conhecida, estudada, incentivada e disciplinada. A sociedade brasileira começará a perceber a importância dessa ferramenta para apoiar o empreendedorismo e a competitividade”.

“O GANHO ECONÔMICO DA
MEDIÇÃO É A ELIMINAÇÃO
DA DURAÇÃO DO PROCESSO
JUDICIAL. O GANHO ESTÁ
TAMBÉM NA COMPOSIÇÃO
DE AMBAS AS PARTES
PARA CHEGAR AO ACORDO,
DIFERENTEMENTE DO PROCESSO
JUDICIAL, EM QUE UMA
GANHA E A OUTRA PERDE”

**IVES GANDRA DA SILVA MARTINS,
DA FECOMERCIO-SP**



MEDIAÇÃO NO CORPORATIVO

Para o empresariado, os especialistas apontam que a mediação deve ser vista com mais afinco. “O ganho econômico da mediação é a eliminação da duração do processo judicial. O ganho está também na composição de ambas as partes para chegar ao acordo, diferentemente do processo judicial, em que uma ganha e a outra perde”, aponta Martins, da FecomercioSP.

Na mediação, o tempo para resolver a controvérsia é menor que o gasto ao longo de um processo judicial, que pode levar anos para ser concluído, como explica o sócio-fundador do escritório Straube Advogados e especialista em arbitragem e mediação, Frederico Straube. “Na mediação, há solução do problema de uma forma mais rá-

pida e barata do que no litígio judicial e na arbitragem.”

O especialista aponta, ainda, que o método de resolução de controvérsias mantém as relações comerciais. “A mediação contribui para serenar os ânimos e evitar o acirramento. Isso é positivo para o empresário que, por vezes, entra em disputa com o cliente, mas quer resolver o problema sem perdê-lo. O processo busca, na medida do possível, preservar o relacionamento comercial”, afirma Straube.

A consultora do CPR Institute, experiente no mercado americano, acredita que, para as empresas, adotar uma postura menos litigiosa é uma estratégia essencial. “Líderes empresariais não estão interessados na sentença decidida na frieza da lei ou na interpretação de quem decide. Os efeitos podem ser devas-

TENDÊNCIA

Quando todos ganham

tadores para a parte que perde. Líderes empresariais querem resolver seus conflitos rapidamente e seguirem em frente”, diz Angelica.

EXEMPLOS DE SUCESSO

A empresa MercadoLivre entendeu essa importância e há anos tem incluído a mediação na cultura interna, como indica o diretor do departamento jurídico da companhia no Brasil, Ricardo Lagreca. “Como o nosso logotipo demonstra, gostamos do acordo, não somos uma empresa focada no litígio. Se temos qualquer problema de compra e venda, na própria plataforma possibilitamos a conciliação entre as partes. Esse é o primeiro passo quando há algum tipo de descontentamento. Se este não for resolvido, então passamos para a mediação.”

A própria companhia decidiu disponibilizar para vendedores e compradores a figura do mediador que, quando acionado, tenta encontrar um acordo, evitando que a controvérsia chegue aos tribunais ou ao Procon. “A nossa base de processos judiciais ativos relacionada a consumidor vem caindo ano a ano. Hoje temos menos processos ativos de consumidor do que tínhamos em 2011, sendo que a empresa cresceu de cinco a dez vezes de lá para cá.”

Para complementar esse trabalho, recentemente a empresa aderiu ao programa Empresa Amiga da Justiça, do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP). O projeto tem por objetivo incentivar que as companhias resolvam conflitos sem recorrer a processos judiciais. “Vamos cumprir ou superar a meta de reduzir em 5% a entrada de processos e daqueles ativos. A meta é calculada semestralmente e acompanhada trimestralmente”, afirma Lagreca.

Com a prática, o MercadoLivre tem sentido impactos positivos no negócio. “Hoje, com a justiça atolada de processos para questões



Foto: Divulgação

“A MEDIAÇÃO CONTRIBUI PARA SERENAR OS ÂNIMOS E EVITAR O ACIRRAMENTO. ISSO É POSITIVO PARA O EMPRESÁRIO QUE, POR VEZES, ENTRA EM DISPUTA COM O CLIENTE, MAS QUER RESOLVER O PROBLEMA SEM PERDÊ-LO”

FREDERICO STRAUBE,
ADVOGADO ESPECIALIZADO
EM ARBITRAGEM E MEDIAÇÃO

relativamente simples, conseguir solucionar de forma barata, rápida e fácil é muito importante. Foi uma ótima decisão implementar a mediação dentro de casa, com pessoas da empresa. Estamos percebendo tanto em números absolutos quanto na diminuição de reclamações ano a ano, enquanto a empresa cresce a dois dígitos”, assinala o executivo.

A TAM também aderiu ao programa do TJSP e disponibiliza nos aeroportos de Congonhas e Guarulhos, em São Paulo, totens para que os clientes resolvam problemas relativos a viagens sem recorrer à Justiça. A tecnologia permite que o passageiro entre em contato com um advogado da companhia e, em menos de uma hora, tenha uma solução.

Segundo a companhia, a maior parte dos processos resolvidos com a tecnologia diz respeito a questões operacionais, sendo mais de 80% relacionados a atrasos e cancelamentos de voos. No acordo firmado com base no programa Empresa Amiga da Justiça, a TAM se comprometeu a reduzir em 20% o estoque de processos no Estado de São Paulo e em 10% a entrada de novas ações.

O Walmart E-commerce é outra empresa no Brasil a ver com bons olhos o método. No fim de 2014, inclusive, a empresa assinou o Pacto da Mediação, proposto pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), para dar vez a esse tipo de resolução de controvérsia, conforme indica a vice-presidente de assuntos jurídicos e institucionais, Laura Fragomeni. “Assinamos o Pacto de Mediação conforme nossa postura de sempre apoiar medidas que venham a dar maior transparência e dinâmica a nosso mercado – como é o caso da medida em questão, que busca acordo entre as partes por meio de mediador. Esse é um mercado dinâmico, em constante evolução. Daí nossa expectativa ser de que as novas leis

TENDÊNCIA

Quando todos ganham



venham incentivar ainda mais um ambiente favorável à resolução de conflitos.”

Para o especialista Frederico Straube, as empresas deveriam, a partir de agora, tornar a mediação uma prática interna. “Assim como se estabelece uma política de vendas, é preciso instaurar uma política de relacionamento com o cliente e dizer que, preferencialmente, se escolherá a mediação em casos de controvérsias. Para isso, a empresa pode colocar uma cláusula específica nos contratos informando que, em caso de desentendimento, buscará preferencialmente a solução amigável por meio da mediação”, sugere.

MEDIAÇÃO NA EUROPA

Parte dos países europeus está bem à frente do Brasil quando o assunto é mediação. Apesar de não estar consolidada como nos Estados

Unidos, a resolução de controvérsia fora do litígio ganhou força na União Europeia (UE) após 2008, quando uma normativa estabeleceu que, quando houver conflitos entre os países pertencentes à região, a mediação deve ser prioritária, como explica a especialista, coordenadora de projetos na Fundação Getúlio Vargas e professora de Arbitragem e Mediação no Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais, Juliana Loss. “Isso teve impacto grande na legislação nacional dos países europeus que, aproveitando a oportunidade, melhoraram ou inseriram normativas para mediações cível e comercial.”

Para incentivar a mediação localmente, algumas nações optaram por beneficiar aqueles que a utilizassem ou, ainda, penalizar quando não. No entanto, Juliana explica que a legislação não basta. “A mudança não vem

“A NOSSA BASE DE PROCESSOS JUDICIAIS ATIVOS RELACIONADA A CONSUMIDOR VEM CAINDO ANO A ANO. HOJE TEMOS MENOS PROCESSOS ATIVOS DE CONSUMIDOR DO QUE TÍNHAMOS EM 2011, SENDO QUE A EMPRESA CRESCEU DE CINCO A DEZ VEZES DE LÁ PARA CÁ”

RICARDO LAGRECA,
DIRETOR JURÍDICO DO MERCADOLIVRE

só por meio de uma lei. É preciso ir além, com o exercício prático desse método com qualidade, o que depende da existência de profissionais, investimentos e estrutura.”

A especialista explica que a Justiça europeia se assemelha por vezes à brasileira, o que pode contribuir para que, agora, a mediação se consolide por aqui. “Os países da Europa estão mais avançados por razão dessa diretiva da UE. Mas o Brasil anda muito rápido e, se tudo caminhar bem, acho que em breve o País terá um sistema de mediação bem moderno.”

SUCESSO AMERICANO

A maior potência econômica mundial confirma ser forte, também, na mediação com números. “A utilização de mecanismos privados para resolução de conflitos comerciais se tornou extremamente popular nos Estados Unidos nos últimos dez anos. Uma pesquisa conduzida em 2011 reportou que 97% dos advogados que trabalham em empresas têm usado mediação na resolução de disputas”, indica Angelica Walker, do CPR, instituto que, ao lado das Universidades de Cornell e Pepperdine, entrevistou 368 empresas da Fortune 1000 Companies para chegar a esse resultado.

Os dados relevantes não param por aí. Segundo a consultora, em 2005, 56% dos juízes federais entrevistados eram a favor do uso de mecanismos alternativos; 55% dos advogados da área do contencioso aconselhavam seus clientes a resolver suas disputas extrajudicialmente; e aproximadamente 97% dos processos judiciais em andamento terminam em acordo antes da decisão do tribunal do júri. “O alto custo dos processos judiciais nos EUA permitiu um desenvolvimento fenomenal dessa ferramenta de solução de conflitos”, cita Angelica.

Principais pontos da mediação

A mediação é um tipo de solução de controvérsias que pode ser utilizada tanto por pessoas físicas quanto jurídicas. Apesar de o método não ser aplicável a qualquer assunto, é extensa a lista de possibilidades, sendo válido para questões empresariais, civis, trabalhistas, bancárias, educacionais, entre outras.

MEDIAÇÃO AD HOC: feita por um profissional independente, contratado por ambas as partes.

MEDIAÇÃO INSTITUCIONAL: conta com o apoio administrativo de uma entidade, que faz a gestão do processo.

O procedimento é caracterizado por ser dinâmico e mais rápido se comparado a um processo judicial. Geralmente, a resolução de conflitos feita com base na mediação leva de 30 a 60 dias para ser concluída. Apesar de a presença do advogado não ser obrigatória, é recomendável que as partes participem do processo para esclarecer questões técnicas e jurídicas, orientando o cliente e revisando os termos a serem assinados.

Fonte: "Cartilha da Mediação" – FecomercioSP



**A UTILIZAÇÃO DE
MECANISMOS
PRIVADOS PARA
RESOLUÇÃO
DE CONFLITOS
COMERCIAIS SE
TORNOU POPULAR
NOS ESTADOS
UNIDOS NOS ÚLTIMOS
10 ANOS. UMA
PESQUISA DE 2011
REPORTOU QUE 97%
DOS ADVOGADOS
QUE TRABALHAM
EM EMPRESAS TÊM
USADO MEDIAÇÃO
NA RESOLUÇÃO
DE DISPUTAS**

O sistema judiciário americano é diferente do brasileiro, o que evita comparações equilibradas entre os países. No entanto, a experiência de lá pode servir de exemplo aqui, já que, nos negócios, vale para as empresas adotar medidas que promovam o desenvolvimento sustentável.

Nos anos 1980, o instituto CPR reuniu advogados de grandes empresas americanas para promover a resolução de conflitos com um custo menor. “O pacto deu aos homens de negócios e seus advogados mais flexibilidade e independência. Levado a sério, tornou-se um sucesso. Assinado por mais de 4 mil empresas e escritórios de advocacia (a maioria da Fortune 1000), o pacto foi um grande instrumento de promoção da mediação nos Estados Unidos e no mundo”, explica a consultora do CPR.

A experiência deu tão certo que, hoje, o sistema americano é sólido. “Os mecanismos privados para resolução de conflitos são ensinados e incentivados em todas as universidades de Direito nos Estados Unidos, com programas intensos e especializados. Os escritórios de advocacia possuem profissionais treinados para oferecer a modalidade autocompositiva de resolução de conflitos. O advogado propõe ao cliente, quando contratado, a possibilidade da mediação como uma ferramenta importante para a resolução do litígio. Ele percebe o melhor momento para mediar, além de preparar, educar e incentivar o cliente para o procedimento”, conta Angelica.

Para a consultora, o Brasil deve adotar uma nova postura como lição de casa. “Se as empresas brasileiras não abraçarem a mediação como política pública, a exemplo dos colegas norte-americanos, europeus e asiáticos, haverá uma desvantagem de competitividade. As empresas precisam também garantir a sofisticação, a eficiência e a independência que fazem parte da natureza da mediação. O papel das empresas é demasiadamente fundamental”, finaliza. [8]

SALVADOR DA PÁTRIA

Em meio a tantas notícias ruins, como a volta da inflação de dois dígitos e a brusca recessão econômica nos grandes centros urbanos, o setor do agronegócio mais uma vez se manteve resiliente e fechou 2015 apenas com leve queda de 0,6%. Mesmo assim, o setor aumentou a sua participação no Produto Interno Bruto (PIB), de 21% para 23%. Para 2016, a expectativa é de cautela com os preços das *commodities*, mas também de otimismo pela abertura de novos mercados.

TEXTO **GUILHERME MEIRELLES**



A tempestade que assolou a economia brasileira em 2015 deixou seus impactos no setor do agronegócio, e nem poderia ter sido diferente. Mas os efeitos foram bem menos devastadores do que se observou em outras áreas, como no caso da indústria e do comércio, que apresentaram os seus piores resultados nos últimos anos. De acordo com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio (produção, insumos, indústria e serviços) fechou 2015 em R\$ 1,17 trilhão, volume 0,6% abaixo do registrado em 2014, que ficou na casa de R\$ 1,18 trilhão. A queda pode ser considerada suave se comparada com a performance do PIB nacional, que deve apresentar queda de mais de 3% em relação ao ano anterior. Dentro desse cenário, a participação do agronegócio no PIB passou de 21,4% em 2014 para 23% em 2015, quadro que não deve sofrer significativas alterações ao longo deste ano.

A resiliência do setor agropecuário pode ser explicada por três motivos: os fortes investimentos das grandes corporações nacionais e estrangeiras nos últimos anos, resultando em excepcionais índices de produtividade por hectare; os programas governamentais de apoio para modernização de frota e equipamentos; e o crédito generoso oferecido pelos agentes financeiros. No ano passado, colaborou ainda a forte desvalorização do real ante o dólar, que começou janeiro em R\$ 2,50 e encerrou o ano na casa de R\$ 4. A política de desvalorização do real compensou a queda de preços das principais *commodities* – soja, açúcar e café – no mercado internacional, mas causa preocupação às empresas que possuem contratos na moeda americana, como também onera a importação de fertilizantes.

“A CONTÍNUA APLICAÇÃO
DA TECNOLOGIA
GEROU UM MODELO
AGRÍCOLA SUSTENTÁVEL.
DE 1990 PARA CÁ, A
ÁREA PLANTADA
DE GRÃOS CRESCER
53%, ENQUANTO A
PRODUÇÃO SUBIU 251%”

ROBERTO RODRIGUES,
EX-MINISTRO DA AGRICULTURA



Há mais de 50 anos acompanhando o desenvolvimento do setor agropecuário, o engenheiro agrônomo Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura (2003-2006) e atual coordenador do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (FGV), classifica 2016 como um ano de ajustes, no qual os produtores deverão conviver com um mercado doméstico ainda em baixa e com uma economia global marcada pela desaceleração da China e pela incerteza no comportamento dos juros nos Estados Unidos. “O agronegócio será obrigado a trabalhar com margens

menores de lucro. O abastecimento não será afetado, mas os volumes exportados tendem a cair”, afirma.

O desaquecimento da economia se torna um desafio para os produtores no sentido de buscar novos mercados para escoar suas mercadorias. Apesar do fenômeno climático El Niño – alteração na temperatura da superfície da água do Oceano Pacífico – ter sido o mais rigoroso nos últimos 20 anos, com variações extremas de excesso de chuvas e longas estiagens no Sul e na Região Centro-Oeste, a safra nacional de cereais, leguminosas

e oleaginosas registrou recorde histórico de 209,5 milhões de toneladas, superando em 7,7% o volume alcançado em 2014, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A projeção para 2016 é de novo recorde, na faixa de 210,7 milhões de toneladas. Hoje, a área agricultável está em torno de 57,7 milhões de hectares, sendo que soja, milho e arroz correspondem a 86,3% da área. “A contínua aplicação da tecnologia gerou um modelo agrícola sustentável. De 1990 para cá, a área plantada de grãos cresceu 53%, enquanto a produção subiu 251%”, afirma Rodrigues, que destaca também a regulamentação das sementes transgênicas, em 2003, durante sua gestão, como um marco no crescimento da produção, especialmente da soja e do milho.

De acordo com o estudo “Perspectivas Agrícolas 2015-2024”, produzido em parceria entre a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e a Organização das Nações Unidas Para Agricultura e Alimentação (FAO), o País possui todas as condições climáticas e geográficas para se consolidar definitivamente como uma potência mundial no agronegócio. Hoje, o País é o segundo maior produtor mundial de soja, atrás apenas dos Estados Unidos, com uma produtividade média de 3.011/hectare. O Brasil ocupa ainda a primeira posição no fornecimento de açúcar, suco de laranja e café. No mercado doméstico, é capaz de suprir as demandas internas de milho, arroz, carne bovina e aves.

Contudo, peca pelo chamado “Custo Brasil”, que inclui uma excessiva burocracia na liberação de licenças ambientais e na ausência de investimentos no setor logístico, tanto nos transportes rodoviário e ferroviário, como na modernização dos portos. Hoje, praticamente toda a safra agrícola é escoada

pelos portos de Santos (principalmente a soja vinda do Centro-Oeste) e de Paranaguá, com a produção de aves e de grãos da Região Sul. Até dois anos atrás, eram comuns filas de caminhões de até 25 quilômetros ao longo da Via Anchieta e na entrada do município de Santos no período de safra da soja. O problema foi minimizado após a criação de um programa de agendamento de carretas, mas a deficiência no sistema viário permanece. “A logística é o nosso maior gargalo. Os investidores têm interesse pelo Brasil, mas não confiam no governo”, diz Rodrigues.

RECUPERAÇÃO

Além de atrair investidores externos, diz Rodrigues, o Brasil precisa revitalizar setores desgastados nos últimos anos em função de políticas públicas equivocadas, como é o caso do setor sucroalcooleiro. Em decorrência da política de preços administrados da gasolina e do diesel, o setor sucroenergético perdeu força, e somente agora emite sinais de recuperação. Segundo Elizabeth Farina, presidente da União da Indústria da Cana-de-Açúcar (Unica), entidade que representa mais de 50% da produção nacional de cana e de 60% de etanol, o ano de 2015 deu um alento ao setor. Com base em janeiro deste ano, a moagem de cana alcançou 594,08 milhões de toneladas, o que representa alta de 4,58% em relação ao igual período de 2015. No acumulado de abril de 2015 até 1º de janeiro de 2016, as vendas de etanol alcançaram 22,89 bilhões de litros – 21,21 bilhões destinados ao abastecimento doméstico e 1,68 bilhão ao mercado internacional. O volume total comercializado na safra 2015/2016 representa um aumento de 23,78% em relação aos 18,49 bilhões de litros comercializados no mesmo período do ciclo anterior.

**ATUALMENTE,
O SETOR
SUCROENERGÉTICO
CONTA COM
371 USINAS
PRODUTORAS E
GERA CERCA DE
900 MIL EMPREGOS
FORMAIS. O BRASIL
É O SEGUNDO
MAIOR PRODUTOR
MUNDIAL DE ETANOL,
PERDENDO SOMENTE
PARA OS EUA**

Segundo a presidente da Unica, o grande diferencial do etanol está no aspecto da sustentabilidade. “A produção de cana-de-açúcar no Brasil é uma das atividades mais sustentáveis do agronegócio mundial, e o etanol produzido é capaz de reduzir as emissões em até 90%, se comparado à gasolina”, diz Farina, por ocasião da 21ª reunião da Conferência das Partes da Convenção das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP21), realizada em novembro, em Paris. Atualmente, o setor sucroenergético conta com 371 usinas produtoras e gera cerca de 900 mil empregos formais. Mesmo sendo o segundo maior produtor global de etanol (perdendo apenas para os EUA), o setor registrou uma forte retração após a crise mundial de 2008, com o fechamento de cerca de 50 usinas no País.

FRUTAS

Sem a mesma visibilidade e ainda com pouca participação no agronegócio, a fruticultura tem despertado o interesse do mercado externo, principalmente dos países da União Europeia. Segundo dados da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas), o faturamento do setor cresceu 7%, alcançando cerca de US\$ 700 milhões em 2015. No mesmo período, o volume exportado aumentou 17%. “Queremos alcançar US\$ 1 bilhão até 2020”, afirma Luiz Roberto Barcelos, presidente da Abrafrutas. O carro-chefe das exportações é o melão, produzido nos Estados do Rio Grande do Norte e do Ceará, com crescimento gradativo na venda de mangas, limas e limões. Em torno de 85% da produção é direcionada ao continente europeu, principalmente Espanha, Inglaterra e Holanda. A maior demanda por melões se dá em função da mudança das estações – as maiores remessas acontecem durante o inverno euro-

“A PRODUÇÃO DE CANA-DE-AÇÚCAR NO BRASIL É UMA DAS ATIVIDADES MAIS SUSTENTÁVEIS DO AGRONEGÓCIO MUNDIAL, E O ETANOL PRODUZIDO É CAPAZ DE REDUZIR AS EMISSÕES EM ATÉ 90%, SE COMPARADO À GASOLINA”

ELIZABETH FARINA,
PRESIDENTE DA UNIÃO DA
INDÚSTRIA DA CANA-DE-AÇÚCAR



Foto: divulgação

peu, que coincide com a colheita no verão brasileiro. “Mas precisamos abrir novas frentes e entrar nos mercados de Estados Unidos, China e Japão”, diz Barcelos.

Apesar de elogiar o empenho do governo federal na divulgação das frutas brasileiras em eventos no exterior, Barcelos se queixa de políticas mais efetivas quanto ao seguro rural – que afeta principalmente o setor da maçã, concentrado em Santa Catarina, região sujeita às variações climáticas causadas pelo El Niño – e à entrada de pragas vindas de países vizinhos, principalmente da Argentina, como é o caso da mosca-das-frutas. No Brasil, o seguro agrícola contempla apenas perdas causadas pelo clima, enquanto que em países como os EUA, a cobertura se estende até mesmo às variações de preço.

No início do ano, a ministra da Agricultura Katia Abreu prometeu uma verba de R\$ 1 bilhão para o seguro agrícola voltado para 20 milhões de hectares, área considerada mais vulnerável às mudanças climáticas. A expectativa é que o El Niño ainda cause estragos neste ano. No ano passado, provocou prejuízos em regiões até então não atingidas, como o Estado de Mato Grosso, que sofreu uma estiagem de 35 dias e resultou na perda de 1 milhão de toneladas de soja. “O seguro rural foi insuficiente para os produtores, já que foram feitos investimentos em trato de solo, compra de fertilizantes e renovação de frota. Isso pode causar um aumento na inadimplência”, reclama Endrigo Dalcin, presidente da Associação dos Produtores de Soja e Milho de Mato Grosso (Aprosoja-MT).

CRÉDITO

No ano passado, o setor da soja foi o maior afetado pela falta de crédito de pré-custeio, que normalmente é liberado entre abril e maio e é voltado para a chamada “safrinha” do mi-

lho, antes do plantio da soja e para a compra de sementes e fertilizantes usados no plantio.

Em janeiro, a ministra Katia Abreu prometeu ao setor que esse problema não se repetirá em 2016 e garantiu a liberação de R\$ 10 bilhões de pré-custeio por meio do Banco do Brasil.

O governo ainda não anunciou o volume de recursos para o Plano Agrícola e Pecuário 2016/2017, o que deve ser feito apenas em meados do ano. Em 2015, o volume liberado pelo governo foi de R\$ 187,7 bilhões, sendo R\$ 149,5 bilhões voltados para custeio e comercialização, e R\$ 38,2 bilhões para investimentos. Os números incluíam financiamentos para grandes produtores e para o Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural (Pronamp).

Em função do quadro econômico, a expectativa é que as liberações do crédito agrícola se tornem mais caras e restritivas. Já em 2015, o governo federal priorizou as liberações para o custeio em função das altas dos preços dos combustíveis e da energia, reduzindo o volume para investimentos, o que é natural em momentos de baixa atividade econômica. No setor do agronegócio, o crédito rural representa 40% do capital de giro dos produtores. Segundo o diretor da Wedekin Consultores, Ivan Wedekin, a provável maior restrição ao crédito irá impactar em conjunto com os reflexos da desvalorização cambial, que contribuíram para o bom resultado dos exportadores em 2015, mas deve afetar os que dependem de insumos importados. “Será um ano com margens mais reduzidas de lucratividade. Mas lucro menor também é lucro”, afirma.

OTIMISMO

No campo da pecuária, há um otimismo maior em função da abertura de novos mercados em 2015. Após longas tratativas, o setor de carne bovina conseguiu atender às exigências

**APÓS LONGAS
TRATATIVAS,
O SETOR DE
CARNE BOVINA
CONSEGUIU
ATENDER
ÀS EXIGÊNCIAS
SANITÁRIAS
DOS MERCADOS
DOS ESTADOS
UNIDOS E DA
CHINA, ALÉM
E REABRIR AS
EXPORTAÇÕES
PARA ARÁBIA
SAUDITA, IRAQUE,
ÁFRICA DO SUL
E JAPÃO**



Foto: Fernando Nunes

“COM CRÉDITO E
DÓLAR VALORIZADOS,
QUE ENCARECEM OS
INSUMOS IMPORTADOS,
2016 SERÁ UM ANO
COM MARGENS
MAIS REDUZIDAS
DE LUCRATIVIDADE.
MAS LUCRO MENOR
TAMBÉM É LUCRO”

**IVAN WEDEKIN, DIRETOR
DA WEDEKIN CONSULTORES**

sanitárias dos mercados dos Estados Unidos e da China, além e reabrir as exportações para Arábia Saudita, Iraque, África do Sul e Japão. Segundo o presidente da Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (Abiec), Antonio Jorge Camardelli, a perspectiva é que o faturamento em 2016 atinja US\$ 7,5 bilhões, batendo o recorde de 2014. “Nossa estratégia é a busca por novos mercados nos quais o Brasil ainda não tenha acesso, como México, e países asiáticos, como Taiwan, Indonésia e Tailândia. Queremos também avançar nas negociações para a exportação de carne *in natura* para o Japão e miúdos e carne com osso para a China, que atualmente só importa carne sem osso”, diz. Até novembro de 2015, o volume exportado era de US\$ 5,4 bilhões.

Já a avicultura e a suinocultura foram afetadas por diversos eventos ao longo do ano, como alta nos preços domésticos do milho e da soja e greves de caminhoneiros e fiscais federais, mas o saldo no fim do ano foi positivo, segundo o presidente da Associação Brasileira de Proteína Animal (Abpa), Francisco Turra. “A carne de frango se consolidou como o quarto item da pauta exportadora nacional, abrimos novos mercados para aves e ovos e reabrimos outros para suínos”, afirma. Em 2015, as exportações de aves e suínos atingiram US\$ 8,7 bilhões. Segundo Turra, a expectativa para este ano é de crescimento entre 3% e 5% na produção de carne de frango, que foi de 13,136 milhões de toneladas em 2015. Já a carne suína deverá registrar alta de até 3% nos embarques, principalmente em função da demanda de países do Leste Europeu e da Ásia. A expectativa é a abertura de mercado em Coreia do Sul, Austrália, Nova Zelândia e União Europeia. O principal mercado da carne suína nacional em 2015 foi a Rússia, responsável por 45% das vendas. [&]

A ascensão do “talentismo”

MARCOS TROYJO

É PROFESSOR DA UNIVERSIDADE
COLUMBIA, ONDE TAMBÉM DIRIGE
O BRICLAB, E ESPECIALISTA
DO INSTITUTO MILLENIUM

Armas, recursos naturais, produção tecnoin-
dustrial e influência da cultura. Critérios tra-
dicionalmente elencados para estabelecer se
um país tem mais ou menos poder. Desponta,
no entanto, novo e determinante fator: conso-
lida-se uma nova “Era do Talento”.

Os sistemas educacionais das grandes po-
tências lançaram-se numa disputa cabeça a
cabeça (literalmente) por proeminência mun-
dial. Klaus Schwab, fundador do Fórum de Da-
vos, identifica no “talentismo” o sucessor do
capitalismo.

Não é recente a percepção de uma guerra
global por talento. Este, contudo, era tido como
sinônimo de vocação. Cabia desenvolver apti-
dões naturais ou nichos. Idealizávamos indi-
víduos “especialistas”, companhias com *core
business*, países com “vantagens comparativas”.

Em 2008, Malcolm Gladwell popularizou
em *Outliers*, seu best-seller de alta vulgariza-
ção sobre o DNA do sucesso, a “regra das 10 mil
horas”. O talento emergiria da devoção de tal
estoque de tempo a atividades tão distintas
como tocar violoncelo ou programar computa-
dores. Quanto mais cedo começar, melhor. Des-
sa disciplina surgiram Yo-Yo Ma e Bill Gates.

A reglobalização que agora chega prenuncia a pós-especialização. Há seis anos, computação em nuvem, tablets e seu ecossistema de aplicativos eram incipientes. Hoje, permitem um atalho da história. É possível compactar as 10 mil horas. Novas tecnologias catalisam talento.

Assim, pessoas, empresas e nações têm de ser multifuncionais e complexas. Engenheiros que escrevem bem. Agronegócio preocupado com design. Países produtores de petróleo transformando-se em *hubs* de entretenimento.

Já existem métricas para delinear essa nova Era do Talento. Harvard elaborou um *Atlas de Complexidade Econômica*, que avalia o impacto do talento (ali chamado de *know-how*) sobre renda e crescimento. Não importa o número de horas-aula a que foi exposto determinado aluno, mas o que consegue fazer pragmaticamente com o que aprendeu. É, portanto, umbilical a relação entre atitude empreendedora e talento no êxito de empresas e nações.

O Insead formulou o Índice de Competitividade do Talento Global. Na pesquisa, que envolve 103 países e 96% do PIB mundial, o Brasil ocupa a 59ª posição.

As razões do fraco desempenho extrapolam o ensino deficiente ou o PIB destinado à inovação (apenas 1%). Estatismo, baixa conexão a mercados globais, predileção de jovens por concursos públicos e a mentalidade vigente na maioria das universidades brasileiras de não “se submeter à lógica do mercado” são inibidores de talento.

Surge assim um duplo desafio. Se falamos em parâmetros além das 10 mil horas, que dizer dos que, no início da idade adulta, nem sequer têm mil horas de foco em aptidões? Os brasileiros nascem com expectativa de viver 75 anos. Sem o potencial do talento, terão pouca utilidade à economia do conhecimento. Serão, contudo, “úteis” (e durante bastante tempo) ao tráfico de drogas, à pirataria e às manifestações mais virulentas do lumpesinato urbano.

E, na ponta mais sofisticada, o Brasil tem de alimentar sua elite de talentos para que ela própria não seja crescentemente marginalizada da redefinição dos rumos globais. Essa disputa vai além de conhecimento e capital – trava-se no âmbito de “ecossistemas institucionais” mais ou menos aptos a prover inovação – e, portanto, prosperidade e poder. [8]

*Quando você precisa
de um plano que une
qualidade e economia,
a Qualicorp
está do seu lado.*

Empregador do Comércio: só a Qualicorp oferece
o plano de saúde do jeito que você precisa.

São inúmeras opções com o melhor da medicina para
você escolher uma que atenda às suas necessidades.

Somos líder de mercado e administramos
os planos de milhões de brasileiros. Temos parceria
com a FECOMERCIO-SP e mais de 500 entidades
de classe para negociar o melhor para você.

*Planos
a partir de* R\$ **174**

(valor mensal aproximado por pessoa)¹



*Opção, qualidade
e credibilidade.*





FECOMERCIOSP

Qualicorp
Ampliar Benefícios:
ANS nº 417175

Sulamérica:
ANS nº 006246

Amil:
ANS nº 226305

Bredas Saúde:
ANS nº 005711

*R\$ 173,28 – Exato Adesão Trad. 15 F AHO QC COP (registro na ANS nº 473.988/15-4), da SulAmérica Saúde, faixa etária até 18 anos, com coparticipação e acomodação coletiva (Tabela de julho/2015 – SP).

Planos de saúde coletivos por adesão, conforme as regras da ANS. Informações resumidas. A comercialização dos planos respeita a área de abrangência das respectivas operadoras de saúde. Os preços e as redes estão sujeitos a alterações, por parte das respectivas operadoras de saúde, respeitadas as disposições contratuais e legais (Lei nº 9.656/98). Condições contratuais disponíveis para análise. Janeiro/2016.

Ligue agora e deixe a Qualicorp oferecer o melhor plano para você.

0800 799 3003

De segunda a sexta-feira, das 9h às 21h; aos sábados, das 10h às 16h.

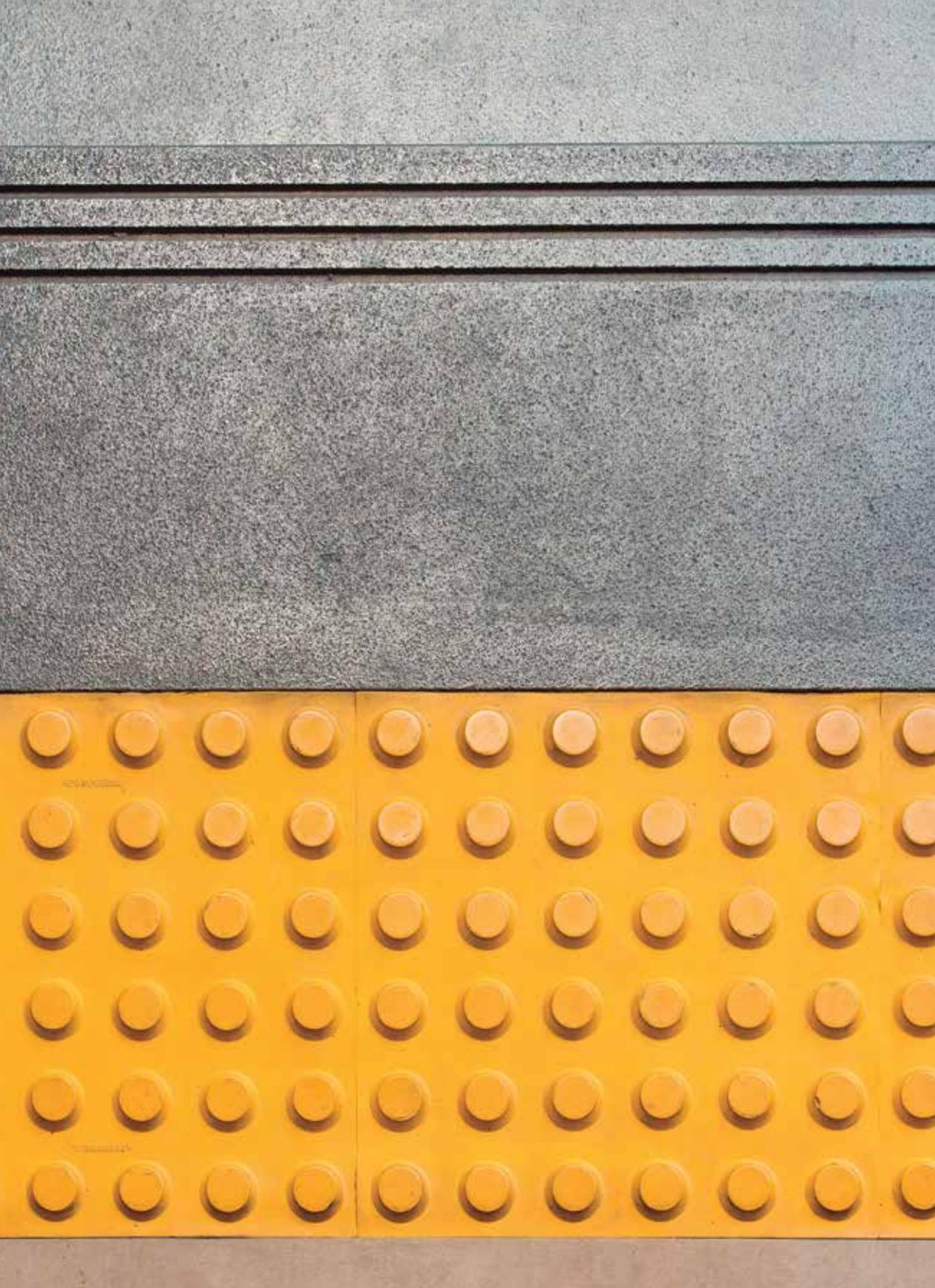
www.qualicorp.com.br/anuncio

 **Qualicorp**
Sempre do seu lado.

MÃO DE OBRA ESPECIAL

Lei de Cotas, que exige destinação de até 5% das vagas para deficientes em empresas com mais de cem empregados, completa 25 anos com muitos desafios, principalmente em relação à falta de qualificação da mão de obra.

TEXTO **FILIPE LOPES**



Segundo o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil existem 45,6 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência (física, visual, auditiva, motora, intelectual, entre outras), o que representa 23,92% da população brasileira. Em janeiro deste ano, passou a vigorar o Estatuto da Pessoa com Deficiência, que busca assegurar os direitos das pessoas com deficiência, promover a equiparação de oportunidades, dar autonomia a elas e garantir acessibilidade no País. O estatuto reafirma a Lei de Cotas (Lei nº 8.213/91), que, desde 1991, obriga as empresas com mais de cem funcionários a empregar pessoas deficientes (até 200 funcionários, 2%; de 201 a 500 funcionários, 3%; de 501 a mil, 4%; e acima de mil funcionários, 5%). Apesar dessa lei completar 25 anos neste ano, ainda existem desafios estruturais para vencer, como a qualificação da mão de obra e a acessibilidade nos ambientes de trabalho, para não apenas cumprir com a legislação, mas também tornar essas pessoas aptas a almejem construir carreiras.

Com relação aos adultos, os trabalhadores com deficiência representam 23,6% do total de ocupados, sendo que 40,2% dessas pessoas possuem carteira assinada. Segundo o assessor jurídico da FecomercioSP, Romeu Bueno de Camargo, a Lei de Cotas trouxe muitos avanços para as pessoas com deficiência e obrigou as empresas a respeitar a legislação. “Sem dúvida, a Lei de Cotas trouxe um relevante avanço no combate à discriminação de trabalhadores com deficiência, facilitando seu ingresso no mercado de trabalho. De acordo com o Ministério do Trabalho, 92% das pessoas com deficiência estão trabalhando em decorrência das regras estabelecidas na Lei de Cotas”, afirma.

Para o diretor-executivo da consultoria de gestão e planejamento de carreira Thomas Case & Associados, Vitor Cassio, durante o processo

“NO CASO DAS PESSOAS
COM DEFICIÊNCIAS,
CONTAMOS TAMBÉM
COM UMA PARCERIA COM
O SENAI, NA QUAL OS
FUNCIONÁRIOS REALIZAM
TREINAMENTOS VOLTADOS
AO NEGÓCIO
DA COMPANHIA”

ENIALE MAION,
DA MARTIN BROWER BRASIL



Foto: divulgação

seletivo, as empresas devem considerar competências e habilidades do profissional, em vez de focar unicamente em suas limitações. “Há que se ter o cuidado para que a deficiência do candidato não se transforme em entrave para a contratação. Sem dúvida, cada pessoa tem muito a contribuir com a empresa”, afirma. O processo seletivo para contratar pessoas com deficiência inclui uma série de particularidades que precisam ser levadas em conta. Além de compatibilizar competências e necessidades dos candidatos, identificadas em avaliações e testes psicológicos, são precisos laudos médicos que comprovem a inclusão do indivíduo na Lei de Cotas. Após a contratação, o colaborador com deficiência só pode ser demitido se houver admissão de outro deficiente para o mesmo cargo, pois, segundo a lei, o estoque de funcionários dessa categoria não pode ficar abaixo da exigência (até 5%).

Assim como ocorre com a população geral brasileira, a baixa qualificação é um dos entraves para a contratação de deficientes, o que aumenta a responsabilidade das empresas em realizar treinamentos e estimular esses profissionais a construir carreira na companhia. Entre os deficientes de 15 anos ou mais (42,1 milhões), aproximadamente 63,8% (25,7 milhões de pessoas) não têm nenhuma instrução nem ensino fundamental completo, de acordo com o Censo de 2010 do IBGE. Apenas 2,8 milhões têm ensino superior completo – em torno de 6,6% do total de deficientes com 15 anos ou mais.

“As empresas brasileiras têm dificuldades para cumprir a lei. Uma das causas é a baixa disponibilidade de profissionais qualificados. A expectativa é que esse quadro seja revertido com o crescimento constatado na oferta de cursos de qualificação oferecidos pelo governo e por organizações privadas. Várias empresas têm contribuído para a inserção dos deficien-

**ALÉM DE
COMPATIBILIZAR
COMPETÊNCIAS
E NECESSIDADES
DOS CANDIDATOS,
IDENTIFICADAS EM
AVALIAÇÕES E TESTES
PSICOLÓGICOS,
SÃO PRECISOS
LAUDOS MÉDICOS
QUE COMPROVEM
A INCLUSÃO DO
INDIVÍDUO NA
LEI DE COTAS**

tes no mercado de trabalho por meio de programas específicos e investimentos em treinamento e qualificação profissional”, afirma Camargo, da FecomercioSP.

LIDAR COM A DIVERSIDADE

A Martin Brower Brasil – detentora exclusiva da distribuição para McDonald’s, Bob’s, Subway e outras grandes redes de restaurante no Brasil – conta com 40 pessoas com deficiência em seu quadro de funcionários e investe em treinamentos oferecidos na sua própria universidade corporativa, a MB Academy, para qualificar todos os colaboradores, com necessidades especiais ou não. “No caso das pessoas com deficiências, contamos também com uma parceria com o Senai, na qual os funcionários realizam treinamentos voltados ao negócio da companhia”, afirma a diretora de RH e comunicação corporativa da empresa, Eniale Maion. A estrutura física da Martin Brower, segundo Eniale, também é totalmente adaptada e acessível, oferecendo um ambiente seguro e acolhedor à pessoa com deficiência.

O respeito à diversidade é a palavra de ordem na Martin Brower com todos seus funcionários, que são cobrados por seus desempenhos, independentemente da presença ou não de deficiências. “O que consideramos fundamental aqui na empresa é o desempenho que o funcionário apresenta em sua função, bem como nas competências de liderança da companhia. Isso são sinais que nos mostram que o funcionário está pronto para um próximo passo em sua carreira aqui dentro”, aponta Eniale. Ainda segundo a diretora de RH, a filosofia interna da empresa encara a diversidade como vantagem competitiva no mercado e julga que companhias formadas apenas por iguais, estão fadas ao insucesso.

**BOM SALÁRIO
E PACOTE DE
BENEFÍCIOS
SÃO PRINCIPAIS
ATRATIVOS EM
VAGAS PARA
PROFISSIONAIS
COM DEFICIÊNCIA
(PCD), SEGUNDO
PESQUISA
DIVULGADA
EM DEZEMBRO
PASSADO**

A Gemalto Brasil é outra empresa que aposta na diversidade como pilar para a gestão da empresa. A companhia emprega 25 funcionários deficientes, distribuídos nas sedes de Pinhais (17 pessoas) e Barueri (8 pessoas). Segundo a gerente de recursos humanos da empresa, Fabiana Quadros, o setor faz a preparação do ambiente antes mesmo da entrada do profissional na empresa, uma pré-integração com treinamento do RH com gestores e colegas de trabalho, para que ele se sinta confortável no dia a dia. “Após integração, mantemos acompanhamento próximo nos primeiros 90 dias por meio de apadrinhamento desses funcionários. Depois desse período, mensalmente fazemos reunião individual com esses profissionais”, aponta.

O Grupo Carrefour Brasil também investe em qualificação específica para pessoas com deficiência. Segundo a companhia, os treinamentos contemplam todos os colaboradores, com ou sem deficiência. A empresa realiza adaptação para que os profissionais com deficiência sejam incluídos e contemplados nesses treinamentos, como em casos de profissionais surdos, que pode exigir a contratação de um intérprete de libras. Além disso, o Carrefour elaborou uma cartilha de valorização à diversidade e orienta seus colaboradores, por meio de treinamentos e materiais didáticos, sobre características e demandas específicas das pessoas com diferentes tipos de deficiência para que todos, possuindo ou não deficiência, saibam lidar com colegas, clientes e consumidor. A empresa realiza ainda a formação continuada dos líderes e processos de sensibilização durante o ano e também na Semana da Diversidade, realizada anualmente.

“APÓS INTEGRAÇÃO,
MANTEMOS
ACOMPANHAMENTO
PRÓXIMO NOS PRIMEIROS
90 DIAS POR MEIO DE
APADRINHAMENTO
DESSES FUNCIONÁRIOS.
DEPOIS DESSE PERÍODO,
MENSALMENTE FAZEMOS
REUNIÃO INDIVIDUAL COM
ESSES PROFISSIONAIS”

**FABIANA QUADROS,
DA GEMALTO BRASIL**

O QUE ALMEJAM?

Bom salário e pacote de benefícios são principais atrativos em vagas para profissionais



com deficiência (PcD), segundo pesquisa divulgada pela Catho e pela i.Social – ambas empresas de recrutamento – em dezembro passado. De acordo com os dados da pesquisa, 60% dos PcDs acreditam que um bom salário é o que mais chama a atenção na hora de aceitar um novo cargo. O pacote de benefícios/plano de carreira aparece logo abaixo, tendo sido mencionado por 58% dos entrevistados.

As empresas de recrutamento de vagas ouviram tanto pessoas com deficiência quanto profissionais de RH para entender como esses dois grupos enxergam o setor e suas necessidades. O descompasso de percepções é grande: enquanto os deficientes valorizam salários, benefícios e oportunidade de fazer carreira, os profissionais de RH acreditam que a acessibilidade é o principal aspecto a tornar uma vaga de emprego atrativa para um PcD, sendo

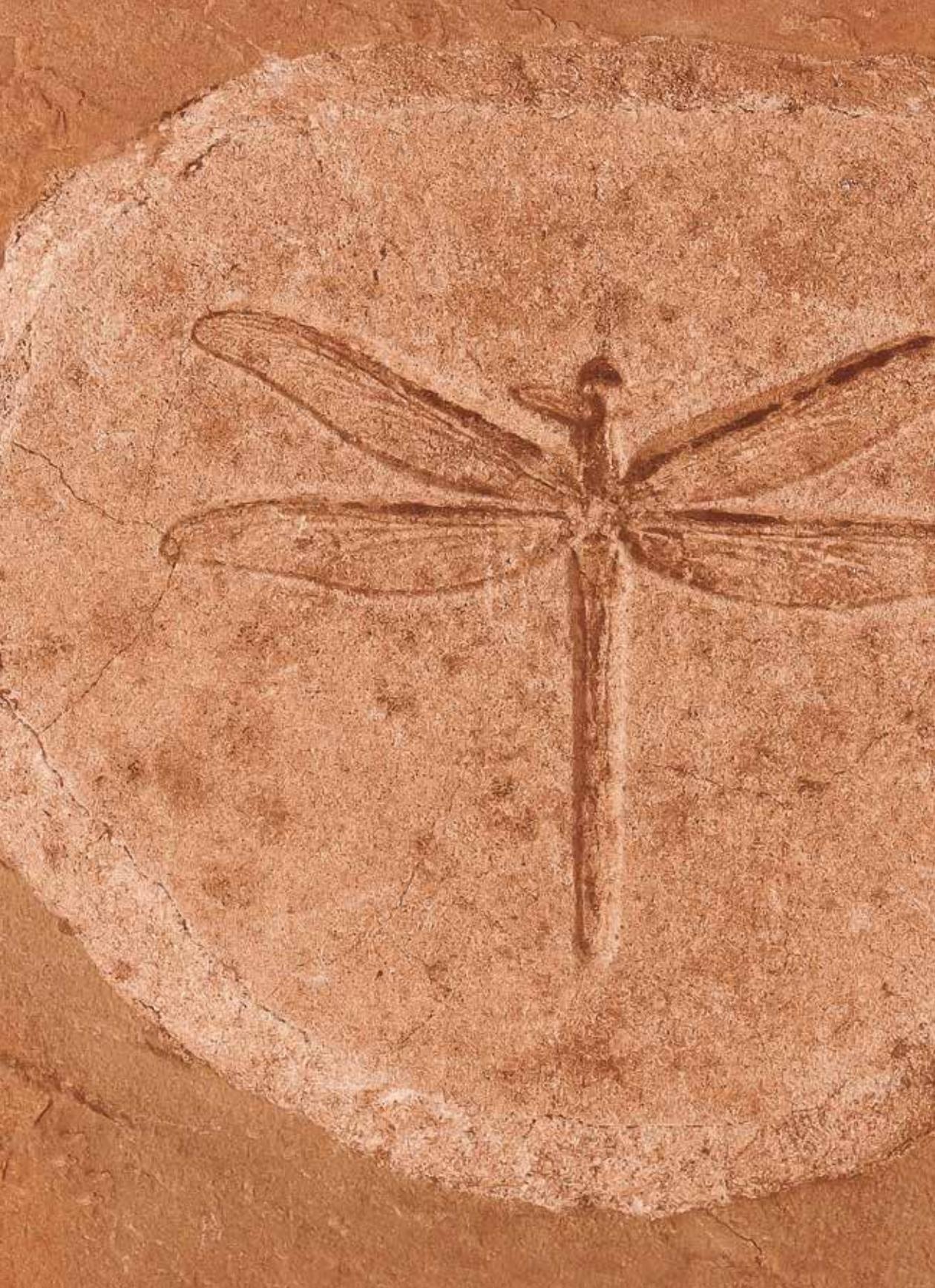
apontada por 63% deles. O ambiente de trabalho (colaboradores sensibilizados e informados sobre pessoas com deficiência) foi citado por 52% dos entrevistados do segmento de RH como segundo item mais importante.

A pesquisa revelou também que os profissionais de RH enxergam o mercado para deficientes mais aquecido do que aponta a opinião dos deficientes. Segundo a pesquisa, 14% dos PcDs acreditam que o mercado para pessoas com algum tipo de deficiência está aquecido. Já para o departamento de RH, 41% dos entrevistados afirmaram ter essa percepção. “Essa diferença é algo preocupante pois indica uma necessidade de profissionais de RH estarem mais próximos a PcDs, buscando entender como esse profissional enxerga as oportunidades de trabalho que hoje são oferecidas a ele”, afirma o diretor de gente e gestão da Catho, Murilo Cavellucci. [8]

VELHOS PROBLEMAS ATUAIS

Os problemas atuais do Brasil parecem ser quase os mesmos de 165 anos atrás. As soluções também muito se parecem com as propostas do grande historiador. Mas parece que faltam estadistas, como Varnhagen...

PAULO ROBERTO DE ALMEIDA É DOUTOR EM
CIÊNCIAS SOCIAIS E DIPLOMATA DE CARREIRA



A data de 17 de fevereiro de 2016 marca o ducentésimo aniversário do nascimento do diplomata, homem público e patrono da historiografia brasileira Francisco Adolfo de Varnhagen, nascido nesse dia de 1816 em Sorocaba, SP. Filho de um engenheiro alemão, que veio ao Brasil logo após a transferência da corte portuguesa, ele se formou em Portugal, onde concluiu o curso de Engenharia Militar em 1834. Desde cedo se inclinou para os estudos de história. Suas pesquisas na Torre do Tombo lhe permitiram a identificação de Gabriel Soares de Sousa como o autor do até então anônimo “Roteiro do Brasil”, a primeira descrição dos domínios portugueses nas Américas, no século 16, o que lhe valeu ser aceito na Academia de Ciências de Lisboa, em 1838. Dois anos depois decidiu voltar ao Brasil, aceito no recém-fundado Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro. Em 1841, por decreto imperial foi designado para levantar documentos relativos aos tratados de limites da América Portuguesa, nos arquivos coloniais.

Antes mesmo de concluir a obra que o consagrou definitivamente, *História Geral do Brasil* antes de sua separação e independência de Portugal (Madri, 1854-1857), Varnhagen publicou, em 1849, na capital espanhola, um opúsculo não assinado, “dado à luz por um amante do Brasil”, pomposamente intitulado “Memorial orgânico que à consideração das assembleias geral e provinciais do Império apresenta um brasileiro”. Essa obra possui um enfoque diferente dos livros que o identificaram como o grande historiador da nacionalidade e da identidade do Brasil, mas ela apresenta as mesmas concepções: um entranhado patriotismo, o engajamento no processo de reformas tendentes a “civilizar” o Brasil e a consciência de que o Estado tinha um papel a cumprir como promotor de grandes obras de organização nacional. [¶]

Propostas de Varnhagen

O historiador Arno Wehling resumiu as seis propostas de Varnhagen para a “reforma do Brasil” [veja ao lado]. A metodologia foi: os problemas identificados (P), sua origem ou motivação (M) e as propostas de solução (S).

Inspirados no exemplo que Varnhagen nos legou, pode-se traçar um “memorial” para uma nova reforma da nação nos tempos atuais.

Como vemos, os problemas do Brasil parecem ser quase os mesmos de 165 anos atrás. As soluções também muito se parecem. Mas faltam estadistas, como Varnhagen...

Fonte: Arno Wehling, “O conservadorismo reformador de um liberal: Varnhagen, publicista e pensador político”, in: Lucia Maria Paschoal Guimarães e Raquel Glezer (orgs.), *Varnhagen no Caleidoscópio* (Rio de Janeiro: Fundação Miguel de Cervantes, 2013), p. 160-201, cf. p. 174.

passado

- 1 **P** Limites por definir com nove países;
M Indefinição das fronteiras;
S Negociações bilaterais.
- 2 **P** Capital litorânea;
M Deslocada em relação ao País, sem boas fortificações;
S Capital no interior do País.
- 3 **P** Escassez de comunicações e de mercado interno;
M Insuficiente ação provincial e inexistência de ação nacional;
S Articulação de comunicações e rotas comerciais (ferrovias).
- 4 **P** Divisão das províncias do Império;
M Desigualdades regionais, sem desenvolvimento nas províncias do interior, tributação irracional;
S Nova divisão territorial, com critérios de equilíbrio e equivalência (departamentos); reforma tributária.
- 5 **P** Fragilidade da defesa do País;
M Ausência de pensamento estratégico para a defesa;
S Maior alocação de recursos, identificação de pontos cruciais, territórios militares.
- 6 **P** Heterogeneidade da população;
M Extensão da escravidão africana, forte contingente de índios não aculturados;
S Colonizações indígena e europeia, proteção no cruzamento de raças.

presente

- 1 **P** Retrocesso econômico, desorganização produtiva;
M Desindustrialização, exportações de *commodities*;
S Esforço concentrado em ganhos de produtividade.
- 2 **P** Descolamento dos mercados internacionais;
M Perda de competitividade por excesso de tributação;
S Reforma tributária, redução da carga fiscal, globalização.
- 3 **P** Deficiências de infraestrutura;
M Inexistência de ação estatal por inépcia e falta de recursos;
S Privatização extensiva em todas as áreas de logística.
- 4 **P** Desigualdades regionais persistentes;
M Políticas de “desenvolvimento regional” baseadas em induções equivocadas;
S Atendimento das vantagens comparativas ricardianas nas especializações regionais.
- 5 **P** Fragilidade da defesa do País;
M Inadequações do pensamento estratégico para a defesa; autonomia sem base no PIB;
S Maior alocação de recursos, mas busca de sinergias na cooperação com aliados.
- 6 **P** Heterogeneidade da população em termos de capacitação profissional;
M Deficiências graves na qualidade da educação de base; professores ineptos;
S Reforma radical do ensino público; acolhimento de imigrantes.

EM COMPASSO DE ESPERA

O mercado de hotéis no Brasil passou por 2015 com dificuldades e ensaia um ano de ajustes ao longo de 2016. Para o setor, é hora de arrumar a casa e planejar para quando o mercado der sinais de aquecimento a médio e longo prazos.

TEXTO **RAÍZA DIAS**



HOTEL

HOTEL

HOTEL

9

10

11

HOTEL

10

HOTEL

11

HOTEL

24

25

26

24

25

HOTEL

26

HOTEL

MERCADO

Em compasso de espera

Um ano para esquecer. É assim que Manuel Gama, presidente do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) e da rede Travel Inn, refere-se ao período de 2015 para o mercado nacional de hotelaria. Pressionada pelo aumento dos custos, a receita do setor não teve força suficiente para ampliar a lucratividade, resultando em uma perspectiva de desempenho pior do que a esperada anteriormente pelo FOHB.

Os números de 2015 ainda não foram consolidados, mas, segundo uma prévia levantada pela entidade, a expectativa é de queda na ocupação em 15 das 16 localidades consultadas. A previsão para a diária média também é de retração no ano em questão, em dez dos 16 locais analisados. Com o desempenho desses dois indicadores, o RevPAR (“receita por quarto disponível”, em português), que une ambos, caiu em 15 cidades estudadas. Considerando as previsões nas cidades analisadas, o FOHB espera que o setor encerre 2015 com quedas de 6,9% na taxa de ocupação, de 7,2% na diária média e de 13,2% no RevPAR.

“Do ponto de vista hoteleiro, 2015 não foi um bom ano. Estamos muito prudentes com as expectativas, basicamente por causa da situação econômica, a instabilidade política e o aumento gradativo do desemprego. Isso faz com que as pessoas não consumam, as empresas não invistam e os bancos não emprestem, deixando o País estagnado”, comenta Gama.

Por outro lado, a diretora da Incortel, incorporadora hoteleira da Best Western no Brasil, Cecília Zon, aponta que, apesar do cenário instável, a companhia mostrou bons números no País em 2015. “A rede, que é internacional, captou nos hotéis do Brasil 30% a mais do que captava. No eixo Rio de Janeiro–São Paulo, tivemos uma queda muito pequena ou nenhuma alteração. Fechamos o ano principalmente

“ESTAMOS MUITO PRUDENTES COM AS EXPECTATIVAS, BASICAMENTE POR CAUSA DA SITUAÇÃO ECONÔMICA, A INSTABILIDADE POLÍTICA E O AUMENTO GRADATIVO DO DESEMPREGO. ISSO FAZ COM QUE AS PESSOAS NÃO CONSUMAM, AS EMPRESAS NÃO INVISTAM E OS BANCOS NÃO EMPRESTEM, DEIXANDO O PAÍS ESTAGNADO”

MANUEL GAMA,
PRESIDENTE DO FOHB



em função do RevPAR, com os hotéis mais ou menos equilibrados”, aponta.

Para a Incortel, o mercado hoteleiro do País continuou atrativo para os investidores, que seguiram de olho no Brasil. Já o segundo semestre demonstrou retração, a qual foi reduzida na reta final do ano. “Investidores estrangeiros começaram a querer apostar no País. Mas começamos o ano com uma interrogação.”

Segundo Gama, da FOHB, essa transição de períodos deve ser mais fria. “Recentemente soubemos de boas negociações que poderiam

ser feitas no fim de 2015 e primeiro semestre de 2016, mas que ficaram paralisadas. Ficamos inseguros com o que vai acontecer. Vamos esperar para ver qual o novo cenário, se tudo continuará na mesma ou se eventualmente vai piorar. Estamos todos em *stand by*.”

ANO DE PLANEJAR

Mesmo com 2015 marcado por pressão econômica e índices amargos, o mercado hoteleiro espera que, em 2016, o setor dê passos para, nos próximos anos, já recuperar o motor do crescimento. “Uma boa parte das aberturas

MERCADO

Em compasso de espera

[de negócios] deve acontecer em 2016. Pode ser um aquecimento mais lento (em vez de abrir em fevereiro, por exemplo, ser em novembro). Qualquer abertura feita nesse período será com muita cautela”, diz Gama. Já em relação a lançamentos de empreendimentos, o presidente do FOHB acredita que este ano não será o período ideal. “A não ser que haja uma mudança radical na parte política e um direcionamento econômico diferente”. O executivo reforça: “Os anos de 2016 e 2017 serão de ajustes”.

Manuel Gama explica que, no setor, os projetos não são de curto prazo. “Cada vez que fazemos planejamentos, imaginamos um prazo de cinco, dez, vinte anos e aí sim, temos excelentes expectativas de que o País vai sair desta crise, assim como saiu de outras. Agora é o momento de planejar para crescermos em dois ou três anos”, aponta.

No ano de 2000, o setor foi acometido por uma crise que, segundo o FOHB, durou 15 anos até a recuperação. “Esta crise atual é um pouco mais profunda do que as que tivemos até agora. No entanto, acredito que vamos retomar mais rápido que as outras. Isso porque existem demanda e dinâmica do turismo de negócios e de lazer.”

Para 2016, o FOHB espera um aumento na diária média dos hotéis, “Para compor a receita, são necessários dois ingredientes: taxa de ocupação e diária média. Se os preços baixarem muito e a taxa de ocupação aumentar, a probabilidade é de prejuízo. Manter os preços com queda na taxa de ocupação é a melhor opção dentro do caos, como o de hoje”, explica Gama. Para ele, o ideal é ajustar os valores, pelo menos seguindo a inflação.

EFEITOS DOS ESPORTES

Os jogos da Copa do Mundo no Brasil, apesar de terem sido positivos para dar visibilidade

“NA CRISE, AS EMPRESAS ANALISAM SUAS POLÍTICAS DE VIAGENS E DÃO UM *DOWNGRADE* EM TUDO, SEJA EM PASSAGEM AÉREA, SEJA EM HOTELARIA. O GERENCIAMENTO COMEÇA A SER FEITO COM LUPA”

VIVIÂNNE MARTINS,
PRESIDENTE DO CEVEC,
DA FECOMERCIO-SP



Foto: Fernando Nunes

de ao País e movimentar o turismo, deixou como reflexo, em algumas localidades, a oferta excessiva de hotéis. “Com a Copa, houve vantagens para as cidades-sede, o que entusiasmou um pouco mais os investidores, que captaram recurso e foram construindo hotéis, gerando superoferta em algumas praças”, explica Manuel Gama.

Algumas cidades estão, inclusive, com “sinal vermelho” para novos empreendimentos, segundo o presidente do FOHB, a exemplo de Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Manaus. Para outras, como Rio de Janeiro, a Copa se mostrou um importante evento para impulsionar os resultados financeiros de hotelaria.

Os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, que acontecem neste ano no Brasil, também devem gerar movimento no setor, estima Gama. “Tenho a impressão de que os Jogos Olímpicos respingarão mais no restante do País, mesmo sendo focado no Rio de Janeiro. Muita gente vai querer conhecer o resto do Brasil, a exemplo do Nordeste, que deve se beneficiar muito. São Paulo se beneficiará só um pouco. As Olimpíadas serão uma excelente experiência para o Brasil, sendo muito boa para o Rio de Janeiro e, também, para o interior”, comenta.

O IMPACTO DO CORPORATIVO

O maior cliente do mercado hoteleiro brasileiro é o corporativo, já que mais da metade das hospedagens em hotéis no País se dá por conta de viagens de negócios. Nos últimos anos, o crescimento do setor corporativo tem arrefecido, segundo a Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas (Alagev). A variação anual passou, por exemplo, de 13,86% para 9,20% entre 2013 e 2014.

MESMO COM O CENÁRIO ECONÔMICO RUIM, O EMPRESÁRIO PRECISA VIAJAR PARA FECHAR NEGÓCIOS

Apesar de os números de 2015 não estarem disponíveis até a data de fechamento desta edição, dados preliminares da Alagev apontam que a receita obtida pela cadeia de viagens corporativas caiu 2,97% no primeiro semestre de 2015. A estimativa global do crescimento nominal das receitas dos Indicadores Econômicos das Viagens Corporativas (IEVC) chega a 4,88% no período. Segundo o gerente-executivo da associação, Paulo Amorim, a inflação e o câmbio pressionaram o setor. “As empresas ficaram mais seletivas e seguraram o volume de viagens.”

De acordo com a presidente do Conselho Executivo de Viagens e Eventos Corporativos (CEVEC), da FecomercioSP, Viviânne Martins, se a economia vai mal, as viagens de negócios também diminuem. “Mesmo que o cenário econômico esteja ruim, o empresário precisa viajar. Se não tenho volume de vendas nem vou atrás de clientes, então não abrirei novos mercados e irei falir”, pondera.

Segundo Viviânne, o que muda é o gerenciamento dessas viagens. “Na crise, as empresas analisam suas políticas de viagens e dão um *downgrade* em tudo, seja em passagem aérea, seja em hotelaria. O gerenciamento começa a ser feito com lupa. As viagens têm um orçamento mais enxuto, refletindo diretamente em passagem aérea e hotelaria”, explica.

A presidente do CEVEC comenta que, a exemplo do que ocorre nas empresas em tempos de crise, em vez de enviar três funcionários para um evento, a companhia passa a mandar apenas um. Outra possibilidade é evitar que o executivo viaje um dia anterior à uma reunião marcada, agendando encontros de negócios em horários adequados para ir e voltar no mesmo dia. “A verba para viagens vem diminuindo e acho



“NOSSA PROPOSTA VEM NA CONTRAMÃO DA CRISE, PORQUE TRAZ UM DINHEIRO NOVO PARA OS HOTÉIS COM HÓSPEDES QUE NÃO IRIAM ANTES. É UMA FERRAMENTA COMPLEMENTAR DE VENDA PARA OS HOTELEIROS”

MAX CAMPOS,
CEO DO HOTELQUANDO.COM

que o gerenciamento de demanda é o que irá imperar. Não é hora de parar de viajar, mas viajar melhor e diferente.”

DINAMISMO NO SETOR

Para fazer esse gerenciamento de demanda, uma opção para as empresas tem sido garantir hotéis para os executivos conforme a real necessidade. Um exemplo é a hospedagem fracionada, com hospedagem de algumas horas. “Muitas empresas estão reduzindo o orçamento para viagens corporativas. Somado a isso, com o momento difícil, os hotéis nos fins de semana estão operando com aproximadamente 30% de ocupação, e 50% ao longo da semana. Nossa proposta vem na contramão da crise, porque traz um dinheiro novo para os hotéis com hóspedes que não iriam antes. É uma ferramenta complementar de venda para os hoteleiros”, explica o CEO do HotelQuando.com, Max Campos.

O site, no ar há pouco menos de um ano, mostra para o cliente quais hotéis vendem pacotes de hospedagem de três, seis, nove ou doze horas. A presidente do CEVEC, da FecomercioSP, vê com bons olhos a alternativa. “Essa é uma ótima oportunidade para gerenciamento de demanda na crise”, cita Viviãne.

Segundo o CEO da plataforma, a hotelaria brasileira opera, hoje, com uma média de 30% de ociosidade. Investir em alternativas para reduzir essa taxa se faz essencial em tempos de aperto econômico. “A hotelaria brasileira precisa absorver mais novidades e abrir as portas, porque estamos atrasados em novidades em relação ao mercados da Europa e dos Estados Unidos.”

O HotelQuando.com, hoje, conta 200 hotéis cadastrados. Para os próximos três anos, a meta é alcançar mil hotéis, consolidando o modelo no Brasil. [&]



O POÇO CONTINUA SEM FUNDO

IVES GANDRA MARTINS

PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR
DE DIREITO DA FECOMERCIO-SP

O Superior Tribunal de Justiça, em dois acórdãos (RE nº 816.193-MG e AgRg no AGRAVO DE INSTRUMENTO nº 1.375.364-MG, decidiu que a culpa grave pode constituir improbidade administrativa. No primeiro, de relatoria do ministro Castro Meira, declara ele que:

“Doutrina e jurisprudência pátrias afirmam que os tipos previstos no art. 10 e incisos (improbidade por lesão ao erário público) preveem a realização de ato de improbidade administrativa por ação ou omissão, dolosa ou culposa. Portanto, há previsão expressa da modalidade culposa no referido dispositivo.”

E, no segundo, de relatoria do ministro Humberto Martins, afirma ele: “a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça reconhece que o ato de improbidade administrativa não exige a ocorrência de enriquecimento ilícito, sendo a forma culposa apta a configurá-lo.”

Dessa forma, a culpa configura atos contra a probidade da administração. Apesar de, a cada dia que passa, ficar mais evidente que havia uma rede de corrupção monitorada pelos altos escalões do governo e figuras do partido da presidente, quero apenas lembrar que o *impeachment* já poderia ter sido declarado apenas por culpa da primeira mandatária. Por culpa, em direito, são consideradas as figuras de omissão, imperícia, negligência e imprudência.

Basta analisar-se o artigo 85 inciso V da Constituição (*impeachment* por atos contra a probidade da administração) além dos artigos 37 § 6º (responsabilidade do Estado por lesão ao cidadão e à sociedade) e § 5º (imprescritibilidade das ações de ressarcimento que o Es-

tado tem contra o agente público que gerou a lesão por culpa ou dolo. Esta é a única hipótese em que não prescreve a responsabilidade do agente público pelo dano causado.

O artigo 9º, inciso III, da Lei nº 1079/50, com as modificações da Lei nº 10.028/00, determina:

“São crimes de responsabilidade contra a probidade de administração:

[...]

3 - não tornar efetiva a responsabilidade de seus subordinados, considerada manifesta em delitos funcionais ou na prática de atos contrários à Constituição.”

Se acrescentarmos os artigos 138, 139 e 142 da Lei das S/As, que impõem, principalmente no artigo 142, inciso III, responsabilidade dos Conselhos de Administração na fiscalização da gestão de seus diretores, com amplitude absoluta deste poder fiscalizatório, percebe-se ter incorrido S. Exa. em crime administrativo por culpa.

Há, ainda, a considerar o § 4º, do artigo 37, da CF, que cuida da improbidade administrativa e o artigo 11 da Lei nº 8429/92, que declara: “constitui ato de improbidade administrativa que atente contra os princípios da administração pública ação ou omissão que viole os deveres de honestidade, imparcialidade, legalidade e lealdade às instituições” (grifos meus).

Ao interpretar o conjunto dos dispositivos citados, entendo que a culpa é hipótese de improbidade administrativa, a que se refere o artigo 85, inciso V, da Lei Suprema, dedicado ao *impeachment*.

Ora, tal omissão permitiu a destruição da Petrobras, nos anos de gestão da presidente

Dilma como presidente do Conselho e como presidente da República, a qual não combateu a corrupção ou concussão, durante oito anos, gerando desfalque de bilhões de reais, por dinheiro ilicitamente desviado, e por operações administrativas desastrosas.

A própria presidente da República declarou que, se tivesse melhores informações, não teria aprovado o negócio de quase 2 bilhões de dólares da Usina de Pasadena, à evidência, restou demonstrada ou omissão ou imperícia ou imprudência ou negligência, ao avaliar o milionário negócio. E a insistência, no seu primeiro e início do segundo mandatos, em manter a mesma diretoria, caracteriza improbidade por culpa continuada de um mandato ao outro.

À luz desse raciocínio, entendo, independentemente das apurações dos desvios que estão sendo realizadas pela Polícia Federal e pelo Ministério Público (hipótese de dolo), que há fundamentação jurídica para o pedido de *impeachment* (hipótese de culpa).

Não deixo, todavia, de esclarecer que o julgamento do *impeachment* pelo Congresso é mais político que jurídico, lembrando o caso do presidente Collor, que afastado da presidência pelo Congresso, foi absolvido pela Suprema Corte.

O certo é que analistas brasileiros e estrangeiros, hoje, estão convencidos que, se não houver o *impeachment*, o Brasil continuará afundando, como mensalmente os índices econômicos estão a sinalizar numa pátria de nove milhões de desempregados: o poço continua sem fundo nesta queda livre. [8]

“A crise brasileira é na origem ética. Há muito assalto aos recursos públicos. Parece até que existe um gosto mórbido de enriquecer às custas do erário.”

CARLOS AYRES BRITTO, EX-MINISTRO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL (STF)



CANAL FECOMERCIO.SP. ASSISTA, ASSINE, OPINE.
DISCUTIR O BRASIL É FUNDAMENTAL.

WWW.YOUTUBE.COM/FECOMERCIO.SP



mtm



Senac Sesc FECOMERCIO SP

Aqui tem a força do comércio

FECOMERCIO SP

Representa muito para você.

“DECIDIMOS NÃO PARTICIPAR DA CRISE”

O Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro caiu mais de 3%, colocando o Brasil oficialmente em recessão, mas alguns setores da economia parecem imunes a ela. É o caso do mercado segurador, que cresceu no ano passado. Nesta entrevista, o presidente da **Tokio Marine**, José Adalberto Ferrara, afirma que 2015 foi o melhor ano dos 56 anos de presença no Brasil. O faturamento cresceu 17%, mas o lucro líquido permaneceu estável. Como explicar isso aos dirigentes da multinacional japonesa? O governo ficou com tudo, esclarece o empresário.

TEXTO **CARLOS OSSAMU**

FOTOS **RUBENS CHIRI**



ENTREVISTA

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine

A Tokio Marine Seguradora é subsidiária da Tokio Marine Holdings, o mais antigo conglomerado securitário japonês. Fundada em 1879, possui operações em 38 países e tem sua matriz mundial localizada em Tóquio, no Japão. No Brasil desde 1959, a Tokio Marine Seguradora atua no segmento de seguros de propriedade e vida em grupo. No ano passado, o seu faturamento foi de R\$ 3,8 bilhões, um crescimento de pouco mais de 17% sobre 2014. Apesar disso, o lucro líquido se manteve estável em R\$ 130 milhões. A explicação é que, em setembro, o governo aumentou a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL). “Aumentei o faturamento em R\$ 500 milhões para praticamente obter o mesmo lucro. Difícil explicar isso para os meus amigos japoneses. Eles perguntam: ‘Como vocês aumentam em 17% a produção e o lucro não sobe?’ Aí eu explico que quem fica com o lucro é o governo”, observa o presidente José Adalberto Ferrara.

Mas como explicar que, com o PIB caindo mais de 3%, o setor ainda apresente crescimento? Ou as vendas de carros novos terem caído quase 23% em 2015 e a Tokio Marine tenha vendido 19% a mais de seguros para automóveis? Para Ferrara, ainda há muito espaço para crescimento. “No Japão, esse mercado movimenta 11% do PIB, enquanto no Brasil não chega a 4%”, diz. Contudo, talvez o pessimismo seja um fator que contribua para o crescimento. Quem teria coragem, após a duras penas fazer economia, de sair da concessionária com um carro zero-quilômetro sem seguro? Vai que...”

QUAL O BALANÇO O SENHOR FAZ DE 2015 PARA A TOKIO MARINE NO BRASIL?

No ano de 2015, a Tokio Marine completou 56 anos de presença no Brasil e eu diria que foi o nosso melhor ano em termos de tudo, em produção, em resultado, em índice combinado, que são as principais métricas de medição de eficiência de uma seguradora. Tivemos um crescimento de 17,3% no faturamento e fechamos com índice combinado de 99,5%, que é a relação entre despesas e receitas de uma seguradora. Normalmente, uma empresa de seguros bem administrada tem um índice combinado inferior a 1, quando se divide despesas por receitas. Estamos com 0,995. O mercado em que operamos, que é o de seguros gerais e vida em grupo, deve crescer 4,5%, e a Tokio Marine cresceu 17,3%. Ou seja, crescemos quase quatro vezes mais do que o mercado.

E COMO SE EXPLICA ESSE BOM DESEMPENHO, JÁ QUE A ECONOMIA ESTÁ EM RECESSÃO E O PIB DEVE CAIR MAIS DE 3%?

Atuamos no segmento de seguros elementares, que são seguros de propriedades. Estou falando de carteira de automóvel, residência, condomínio, riscos empresariais e riscos de engenharia e de petróleo, mais o seguro de vida em grupo. Esse é o ramo que a Tokio Marine opera. Temos investido fortemente na melhoria de nossas operações internas, com muita automação em processos, o que gera qualidade nos produtos e serviços que entregamos aos nossos clientes e corretores. Eu diria que são dois os grandes motivadores do crescimento da companhia: as pessoas, ou seja, os nossos colaboradores, e os processos automatizados que temos. Tudo isso resulta em maior satisfação.



“NOS EUA, O MERCADO DE SEGUROS MOVIMENTA 7,5% DO PIB. NO JAPÃO, ESSE NÚMERO É DE 11%, ENQUANTO NO BRASIL NÃO É MAIS DO QUE 4%, CONSIDERANDO A INDÚSTRIA COMO UM TODO”

INSISTINDO AINDA NA QUESTÃO DA CRISE ECONÔMICA: SE A PESSOA OU ALGUÉM DA FAMÍLIA PERDEU O EMPREGO, ELA NÃO DEIXA DE FAZER O SEGURO?

O que a gente percebe é que há alguns setores que continuam crescendo mesmo com a crise. Na carteira de automóveis, crescemos 19%, apesar de o mercado ter vendido menos carros novos ao longo de 2015. Eu diria que nós, do mercado segurador, ainda temos muito espaço para crescimento. A importância do seguro ainda está caindo na cultura das pessoas. É

ENTREVISTA

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine

um fator cultural, de conscientização da população e dos empresários sobre a importância do seguro. Aumentar essa conscientização é um desafio constante para seguradores, corretores, assessorias e órgãos reguladores. São eles que têm a missão maior de aculturar o brasileiro da importância do seguro. Nos EUA, o mercado de seguros movimentava 7,5% do PIB. No Japão, esse número é de 11%, enquanto no Brasil não é mais do que 4%, considerando a indústria como um todo. Se pegarmos somente o ramo de seguros elementares, o segmento movimentava apenas 2% do PIB.

EM RELAÇÃO A SEGUROS DE AUTOMÓVEIS, JÁ EXISTE UMA CULTURA DO BRASILEIRO, DIFICILMENTE ALGUÉM SAI DA CONCESSIONÁRIA COM UM CARRO ZERO-QUILÔMETRO SEM SEGURO. QUAIS OUTROS PRODUTOS TERIAM CHANCES DE SE TORNAREM POPULARES NESSE MERCADO?

Há uma gama enorme de seguros para oferecer à população, levar informação e criar cultura às pessoas. O seguro residencial, que é um produto barato, ainda é pouco conhecido pela população. No Brasil, menos de 10% das residências estão seguradas, lá fora são de 35% a 40%. Existe um espaço para aculturar o brasileiro da importância do seguro residencial. Outro exemplo é o microsseguro, que vem surgindo no mercado brasileiro. Nos últimos dez anos surgiu uma nova classe consumidora no Brasil, que veio de uma classe menos assistida, mas que soma cerca de 120 milhões de pessoas. Elas estão consumindo produtos de seguro de baixo tíquete, que chamamos de microsseguros (é o seguro-desemprego em contratos); de diária hospitalar, se a pessoa ficar doente, ela tem direito a sete diárias hospitalares ou a alguns dias de UTI; e seguro de acidentes pessoais com coberturas de assistência funerária.

O VAREJO TAMBÉM VEM SE TRANSFORMANDO EM UM CANAL DE VENDAS DE SEGUROS, NÃO É MESMO?

O varejista olha o seguro como mais uma fonte de receita. Ele pode obter uma receita adicional vinculada aos produtos que vende, seja na linha branca, seja na linha marrom, comercializando a garantia estendida e outros seguros, como seguro prestamista – caso o cliente deixe de pagar o carnê, a seguradora paga. Temos parceiros varejistas com atuação nacional, como a C&A, que vende seguro de residência básico. Entendo que este é outro mercado grande de distribuição para os microsseguros.

QUAIS OUTRAS MODALIDADES DE SEGUROS COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO?

Há seguros mais complexos, que chamamos de “grandes riscos e transportes”. Essa área depende fundamentalmente do crescimento da economia, da iniciativa de novas obras, porque há riscos de engenharia e de responsabilidade civil. O mais conhecido é o seguro de transportes, que, para nós seguradores, mede a pulsação do mercado. Se começa a ter um aumento de base segurada de transportes, isso significa que a economia voltou a crescer. Um contador pode errar no cálculo e gerar multas ao cliente. Para tanto, existe o seguro de responsabilidade civil, que também pode ser usado por dentistas, médicos e escritórios de engenharia civil, caso ocorra alguma eventualidade. Tivemos no ano passado um exemplo de seguro de responsabilidade civil. Houve o desabamento de um prédio que ocasionou o falecimento de algumas pessoas que estavam na obra. Imediatamente, mandamos uma equipe ao local da nossa área de sinistros para checar em que poderíamos ajudar, pois a construtora era nossa cliente e havia contra-

“TEMOS A PLENA CONVICÇÃO DE QUE SE TIVERMOS FUNCIONÁRIOS MOTIVADOS COM A COMPANHIA, ELES ATENDEM MELHOR NOSSOS CORRETORES. E UM CORRETOR BEM INFORMADO, BEM ATENDIDO, ATENDE MELHOR OS SEUS CLIENTES”



tado um seguro de responsabilidade civil. Indenizamos todas as famílias dos funcionários que faleceram naquela obra.

HÁ UM PROJETO EM DISCUSSÃO, A PLS 559/2013, QUE QUER MUDAR A LEI DE LICITAÇÃO. SERIA OBRIGATÓRIO CONTRATAR O SEGURO-GARANTIA EM OBRAS PÚBLICAS. ISSO SERIA BENÉFICO PARA O SETOR?

O seguro-garantia é uma das nossas linhas de negócios que cresceu muito em 2015. Está havendo muita demanda por dois motivos: por conscientização do cliente final e do próprio prestador de serviço. Como funciona? Uma obra que está sendo feita, se tiver o seguro-garantia, a missão da seguradora, quando há um rompimento do contrato, é dar continuidade àquela obra. Então, ela procura colocar uma outra empreiteira para dar continuidade, só que ela está fiscalizando mensalmente, está acompanhando o cronograma físico-financeiro daquela obra, para ver se o prestador, que contratou o seguro, de fato está cumprindo o cronograma como prometeu. O seguro-garantia protege tanto o consumidor como o próprio empreendedor que venha a passar por dificuldades. É uma modalidade de seguro complexa, mas entendo que todo empreendedor deveria se informar mais sobre esse tipo de seguro. Já as pessoas físicas que querem comprar um apartamento darão preferência ao imóvel cuja construtora tenha seguro-garantia, pois terá certeza que a obra será concluída.

O SENHOR COMENTOU QUE A TECNOLOGIA FOI UM RECURSO IMPORTANTE PARA O CRESCIMENTO DA TOKIO MARINE NO ANO PASSADO. COMO A TECNOLOGIA TEM MUDADO ESSE SETOR DE SEGUROS?

A tecnologia exerce um papel fundamental na indústria financeira como um todo, no senti-



do de melhoria nos processos da companhia. Com o uso de alta tecnologia, uma seguradora consegue entregar produtos e serviços para clientes e corretores com mais qualidade. A Tokio Marine fechou 2011 com faturamento de R\$ 1,6 bilhão em prêmios emitidos. Quatro anos depois, em 2015, a nossa companhia fechou com R\$ 3,8 bilhões em prêmios, praticamente 140% de crescimento em quatro anos, quase duas vezes e meia o tamanho que éramos há quatro anos. No mesmo período, aumentamos o quadro de colaboradores de 1,6 mil para 1,7 mil funcionários. Ou seja, aumentamos sobremaneira a nossa produtividade com o uso de tecnologia.

A TOKIO MARINE TEM APARECIDO NAS LISTAS DAS MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR. QUE AÇÕES VOCÊS PRATICAM PARA OFERECER BEM-ESTAR AOS FUNCIONÁRIOS?

Trabalhamos fortemente com o que chamamos de “três Ps”: trabalhar bem as pessoas e

trabalhar bem os processos; e o terceiro “P” é colocar paixão naquilo que se faz. Temos a plena convicção de que se tivermos funcionários motivados com a companhia, eles atendem melhor nossos corretores. E um corretor bem informado, bem atendido, atende melhor os seus clientes, que também são clientes da nossa seguradora. São várias as ações que fazemos no sentido de ter os funcionários motivados, uma delas é a transparência em informar quais são os nossos planos e metas, e o quanto precisamos da ajuda deles para atingir os objetivos. O segundo ponto é motivá-los também a opinar, sugerir mudanças que visem melhorar os nossos processos, a nossa oferta de produtos. O funcionário tem a liberdade de sugerir, porque a sugestão dele será ouvida e haverá uma resposta, ninguém vai engavetar a sugestão. Terceira ação: programas internos associados à meritocracia, com promoção e plano de carreira para os 1,7 mil colaboradores.

“UMA OBRA QUE ESTÁ SENDO FEITA, SE TIVER O SEGURO-GARANTIA, A MISSÃO DA SEGURADORA, QUANDO HÁ UM ROMPIMENTO DO CONTRATO, É DAR CONTINUIDADE ÀQUELA OBRA”

NO ANO PASSADO, O FATURAMENTO FICOU EM R\$ 3,8 BILHÕES. E O LUCRO LÍQUIDO?

Estamos fechando ainda, mas deve ficar em torno de R\$ 130 milhões, praticamente igual a 2014, porque houve um aumento de impostos da CSLL em setembro do ano passado. Você está tocando exatamente num ponto interessante. Estou aumentando em R\$ 500 milhões o meu faturamento para, praticamente, obter o mesmo lucro. Todo esse lucro está indo para o governo por meio do aumento da CSLL. Difícil explicar isso para os meus amigos japoneses. Eles perguntam: “Como vocês aumentam em 17% a produção e o lucro não sobe na mesma proporção?” Aí eu explico que quem fica com o lucro é o governo.

EM RELAÇÃO A 2016, QUAIS AS PERSPECTIVAS E OS PLANOS?

Estamos vendo todo o movimento de desaceleração econômica, com a possibilidade de o PIB continuar tendo resultado negativo, o que afeta os negócios em todo o mercado, inclusive de seguradoras. Contudo, ainda temos espaço para crescimento. Então, apesar de a gente reconhecer a crise, a Tokio Marine decidiu não participar dela. Temos planos de continuar crescendo no mercado brasileiro, e a meta é um faturamento de R\$ 4,3 bilhões, quase 15% a mais sobre 2015. Para 2017, o objetivo é chegar a R\$ 5 bilhões, ou seja, queremos crescer 15% ao ano. Para isso, é preciso uma equipe de funcionários altamente engajada com essas metas da companhia, motivada, e isso não é uma coisa que se faz do dia para a noite, requer todas aquelas ações que comentei. Vamos lançar produtos para novos nichos de mercado, mas não posso dizer neste momento quais são por uma questão de sigilo, além de angariar novas oportunidades de mercado que existem no Brasil. [6]

“O dragão da inflação está de volta”

O ano começou com a notícia de que o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) fechou 2015 com alta de 10,67%, bem acima do limite de meta do governo, de 6,5%. É a prova do que todos já sentiam no bolso: a inflação voltou forte, corroendo o poder de compra da população. O economista Roberto Luis Troster explica como será o comportamento da inflação neste ano e o que ocasionou o seu aumento.

Há tempos o Brasil não registrava uma inflação de dois dígitos – a última vez foi em 2002 (12,53%), ano em que o petista Luís Inácio Lula da Silva ganhou as eleições presidenciais, trazendo desconfiança ao mercado e aumento do dólar. Mesmo o constante aumento das taxas de juros não conseguiu segurar a inflação.

A boa notícia é que, para o economista Roberto Luis Troster, a tendência para este ano é de queda. Para ele, apesar de o mercado prever uma inflação de 7% em 2016, poderá haver surpresas e ficar abaixo de 6%. Isso porque a recessão vem reprimindo a demanda e o desemprego faz com que os preços dos serviços caiam. Também os salários estão sendo reajustados abaixo da inflação. Por outro lado, a indexação da economia continua, com contratos sendo reajustados por índices como IGP-M, IPCA, INCC, e a política de metas de inflação do governo não vem surtindo efeito desde meados 2010.

TEXTO **CARLOS OSSAMU**

FOTOS **RUBENS CHIRI**



Em sua opinião, como deve se comportar a inflação neste ano?

A inflação deve apresentar uma tendência de queda. No ano passado, o reajuste das tarifas e a desvalorização cambial pressionaram e fizeram a inflação subir, todavia, sem repasse integral. Houve uma pequena compressão de margens. Os reajustes de salários apresentaram ganhos reais e houve baixa rotatividade de trabalhadores. Neste ano, os preços já estão praticamente realinhados e o câmbio aponta para uma estabilização, portanto, não devem pressionar os preços. A recessão deve reprimir a demanda, e o desemprego favorece para uma redução real dos preços dos serviços, bem como para dissídios sem ganhos reais e uma rotatividade maior – trabalhadores serão substituídos por outros com remunerações menores. As projeções mostram o IPCA a quase 7% no fim do ano, no entanto, pode haver uma surpresa positiva e fechar abaixo de 6%.

Mesmo com uma alta taxa de juros e o consumo em baixa, a inflação continua alta. Por quê?

Alguns fatores explicam por que a inflação continua alta. O primeiro é o déficit fiscal. Muita tinta é gasta analisando o déficit primário, que é a pressão do governo na economia sem incluir os juros, todavia, devem ser considerados ao analisar a pressão sobre os preços e já alcançam 8% do PIB. O segundo fator são os mecanismos de transmissão da política monetária que são emperrados no Brasil. Em razão de tabelamentos de juros, atrelamento de correções de taxas e composição de instrumentos financeiros, os juros básicos, apesar de serem os mais altos do mundo, têm um efeito fraco em reduzir a inflação. Isso foi agravado pela política monetária frouxa do primeiro mandato da presidente Dilma, que diminuiu sua credibilidade. O terceiro fator é a indexação de preços e salários – reajustes de aluguéis e serviços em contratos, bem como outros em que a inflação passada serve como parâmetro. Com isso, os preços têm uma resistência forte para baixar de patamar.



A inflação é ruim para todos ou há setores que se beneficiam com ela?

Há ganhadores com a inflação a curto prazo. A médio e longo, todos perdem. É insustentável um sistema [país] que transfere renda por um período longo sem um avanço na produtividade correspondente. O governo é beneficiário, pois arrecada o imposto inflacionário: emite papel-moeda, que perde valor nas mãos do público. Também há um efeito conhecido como “Oliveira-Tanzi”, que no Brasil é invertido. A cada alta da inflação, em função dos prazos curtos entre a geração e a arrecadação dos tributos, o governo tem um ganho. Empregadores, mesmo que reajustem a inflação passada, em termos reais, pagam um salário real médio menor aos empregados. Como há uma indexação em alguns ativos financeiros, e a taxa de juros real é maior quanto maior for a inflação, há um ganho para quem vive de aplicações financeiras.

A indexação da economia – reajustes do salário mínimo e do aluguel, mensalidades etc. – ajuda a manter a inflação alta?

Sim. A indexação faz com que a inflação passada sirva de patamar para a inflação atual. Por um lado, dificulta a redução, mas não impede a alta, quando há um choque, como um aumento de tarifas ou uma desvalorização cambial, como no ano passado. O problema é agravado por dois fatores. O primeiro é que há múltiplos índices de inflação (IPCA, IGP-M, INCC), além de medirem cestas de bens e serviços diferentes, eles não convergem. Alguns sobem mais do que outros em períodos diferentes. Isso faz com que a indexação informal seja muitas vezes pelo que estiver mais alto naquele período. Ou seja, na média, o reajuste é feito pelo maior dos índices na ocasião do reajuste. O segundo ponto é no mercado financeiro. A quase totalidade das aplicações é indexada, e a cada aumento de juros, há um ganho e não uma perda de riqueza para aplicadores, tirando potência da política monetária. A indexação teve um papel importante na época de inflação alta para proteger a moeda nacional e evitar a fuga de capitais e a desestruturação da economia. Não é mais o caso.



O governo deveria continuar com a política de metas da inflação ou tentar uma estratégia diferente?

O regime de metas de inflação no Brasil está, desde meados de 2010, capenga. O primeiro ponto é que um de seus pilares é a comunicação. O Banco Central produz todos os meses centenas de páginas e de tabelas com informações sobre a economia e detalha todos os pormenores das decisões do Copom: o comunicado após a reunião, a ata na quinta-feira seguinte, o relatório de inflação trimestralmente e a nota à imprensa de política monetária e operações de crédito do SFN todos os meses, além de pesquisas, apresentações e entrevistas. Analistas e jornalistas dissecam esse vasto material para avaliar o preço do dinheiro, seu custo e sua dinâmica ao longo do tempo. É uma tarefa importante para que todos possam fazer escolhas intertemporais mais seguras. Entretanto, o resultado é limitado, não por falha dos diagnósticos, mas em

razão de que informações fundamentais não são divulgadas com clareza. A mais essencial de todas é a meta de inflação, um mistério. Certamente não é 4,5% tal qual definido pelo Conselho Monetário Nacional. As estimativas não convergem para esse número nos próximos três anos. O regime de inflação funciona bem em outros países e poderia funcionar bem aqui, como funcionou nos primeiros anos que foi aplicado no Brasil. [S]

**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 e do exterior: a FecomercioSP, o Sebrae-SP, a Câmara de Arbitragem Internacional de Paris, a OAB-SP e o Sescon-SP. Além de contar 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 3254-1700
ou envie um e-mail para arbitral@fecomercio.com.br*



CÂMARA ARBITRAL DE PARIS



FECOMERCIOSP
Representa muito para você.

NOVO CAPÍTULO PARA A ARGENTINA

A vitória do opositorista Mauricio Macri para a presidência da Argentina levanta debates sobre os rumos da política na América do Sul e dos governos de esquerda. Mas ainda é cedo para cravar qualquer certeza de mudança.

TEXTO **ROBERTA PRESCOTT**



Uma mudança na Argentina pode mexer o jogo no tabuleiro político da América do Sul.

O opositorista Mauricio Macri venceu o candidato da base governista Daniel Scioli e pôs fim a 12 anos de kirchnerismo. Néstor Kirchner assumiu o poder em maio de 2003 e foi sucedido, em dezembro de 2007, por sua esposa (e mais tarde, viúva) Cristina Fernández de Kirchner, que liderou o país por dois mandatos consecutivos.

Antes de qualquer análise, deve-se considerar que a sociedade argentina está dividida. Macri teve uma vitória apertada, 51,4% contra 48,6%, com pouco mais de 700 mil votos em um país com 32 milhões de eleitores. Ademais, seu partido não detém a maioria de deputados nem de senadores no Congresso, o que pode impor um grau a mais de dificuldade para aprovar leis. “A rejeição da população argentina [à Cristina Kirchner] nos últimos anos não tem sido completa”, lembra Oliver Stuenkel, professor da FGV/CPDOC.

Enquanto para alguns setores da sociedade a vitória de Macri indica uma guinada à direita e uma maior abertura da Argentina, principalmente, para as importações e exportações, para outros ela pode colocar em xeque as conquistas sociais obtidas nos últimos anos.

Em 2014, o Produto Interno Bruto da Argentina cresceu 0,5% em relação ao ano anterior, quando o PIB avançou 2,9% comparado a 2012. A expectativa do Banco Mundial para 2015 aponta para aumento de 1,7% no PIB, acima, portanto, da média esperada para a região da América do Sul (de -2,1%), mas abaixo da média mundial (2,4%).

Alguns dos desafios levantados por especialistas incluem o comportamento do câmbio e as consequências da desvalorização do peso argentino frente ao dólar com a liberalização da trava (controle) cambial; o

juízo dos “fundos abutres”; a eliminação das barreiras protecionistas; os combates à inflação e ao desemprego; e o crescimento econômico sustentável.

Apresentar números fiéis à realidade também figura entre as tarefas mais importantes. Uma das críticas recorrentes em relação à Argentina diz respeito à veracidade dos dados oficiais, tais como inflação e desemprego. Se nos primeiros anos da presidência de Néstor Kirchner a inflação se manteve controlada, a partir de 2007 a Argentina entrou em um processo de alta nos preços. No entanto, pelos indicadores oficiais a inflação, ao longo dos últimos anos, ficou na casa dos 10% ao ano, o que tem sido desmentido pelas consultorias de mercado que calculam uma média anual de 24%. Para 2015, fala-se em inflação na casa dos 30%. Em entrevista à imprensa, o novo ministro da Fazenda e Finanças, Alfonso Prat-Gay, disse que espera uma inflação entre 20% e 25% em 2016, que seria um recuo entre cinco a dez pontos porcentuais em comparação com 2015.

Logo que assumiu a presidência, Macri colocou em prática promessas de campanha, sendo aplaudido por boa parte do empresariado argentino, como a eliminação do controle cambial, que levou a uma desvalorização do peso argentino frente ao dólar; e o fim da Djai (Declaração Jurada de Autorização à Importação), um procedimento burocrático tido como uma barreira à entrada de importados no país.

Contudo, o recém-assumido presidente foi duramente criticado pela oposição por tomar algumas medidas por meio de decretos presidenciais e pela indicação de juizes para vagas no Supremo Tribunal sem passar pelo Senado, o que foi visto como autoritarismo. Algumas mudanças não duraram muito. Em janeiro deste ano, juizes federais da Argentina restabeleceram os órgãos que aplicavam a lei de mi-

“TEM SIDO VONTADE BRASILEIRA ASSINAR MAIS ACORDOS A PARTIR DO MERCOSUL, MAS O BRASIL TEVE A ARGENTINA COMO ADVERSÁRIO NESSA QUESTÃO. AGORA MUDOU, PORQUE O MACRI SE MOSTRA MAIS ABERTO PARA OPERACIONALIZAR A GUINADA DE MAIOR ABERTURA”

OLIVER STUENKEL,
PROFESSOR DA FGV/CPDOC



Foto: divulgação

dia no país, deixando, dessa forma, sem efeito três decretos presidenciais.

Wagner Iglecias, doutor em Sociologia e professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades e do programa de pós-graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (USP), acredita que Macri deverá tentar rever uma série de medidas implantadas durante os últimos anos na Argentina – da lei que regulamenta a propriedade dos meios de comunicação aos processos que resultaram na reestatização de empresas privatizadas, e dos subsídios ao consumo de energia elétrica e gás ao orçamento dos programas sociais.

“Ocorre que a sociedade argentina hoje tem muita capacidade de mobilização para resistir a medidas governamentais que impliquem perdas de direitos ou de recursos públicos. Acredito que, se Macri quiser implantar uma agenda de reformas neoliberais mais duras, ele terá problemas sérios com setores populares, que deverão buscar resistir a isto”, destacou.

ABERTURA INTERNACIONAL

Ainda é cedo para cravar previsões certas do que, de fato, mudará na economia argentina. Contudo, existe praticamente um consenso no que se refere à reintegração da economia argentina no mundo, sobretudo na retomada de relações bilaterais com o Brasil. “Dá para ver uma vontade clara da Argentina para retomar o Mercosul. A eleição de Macri também aumenta a probabilidade de acordo entre Mercosul e União Europeia. Tem sido vontade brasileira assinar mais acordos a partir do Mercosul, mas o Brasil teve a Argentina como adversário nessa questão. Agora mudou, porque o Macri se mostra mais aberto para operacionalizar a guinada de maior abertura”, aponta Stuenkel, da FGV/CPDOC.

Também se espera que Macri retome aproximação com os Estados Unidos e a União Europeia e se afaste um pouco, em relação ao que vinha ocorrendo, de governos comandados por forças de esquerda na América do Sul, como Venezuela, Equador e Bolívia. Mas, salienta Wagner Iglecias, da USP, há dois parceiros dos quais a Argentina não tem como se distanciar: a China, pela crescente dependência da exportação de *commodities* agrícolas para o gigante asiático; e o Brasil, pelas tantas relações comerciais entre os dois maiores países da América do Sul.

Espera-se que o impacto econômico seja importante, uma vez que Macri tende a romper com a linha protecionista adotada por Cristina Kirchner e que originou problemas de relacionamento bilateral entre Argentina e Brasil. Rafael Duarte Villa, professor associado do Departamento de Ciências Políticas da USP, observa que os desentrelaçamentos das barreiras impositivas que imperaram nos anos anteriores vão impulsionar o fluxo comercial não apenas entre estes vizinhos, como também no Mercosul.

A maxidesvalorização do peso deverá aumentar a competitividade de alguns setores da economia argentina, já que os produtos ficarão mais baratos no mercado internacional. Ao mesmo tempo, os argentinos terão mais dificuldade em importar, dado que o dólar ficou muito mais caro para eles já nos primeiros dias do novo governo. “Por outro lado, a queda da tributação para o comércio exterior pode estimular novas parcerias entre empresas brasileiras e argentinas e ajudar a incrementar a relação comercial entre ambos os países”, aponta Iglecias.

Em sua empreitada, Macri terá de lidar com a difícil situação na queda nas reservas em dólares da Argentina. “Não temos números

O OPOSICIONISTA MAURICIO MACRI PÔS FIM A 12 ANOS DE KIRCHNERISMO NA ARGENTINA



claros, mas são baixas”, diz Francisco Panizza, professor de política latino-americana na Escola de Economia da Universidade de Londres (London School of Economics). Somado a isto, existe a dificuldade de conseguir crédito internacional. Uma das pendências para a retomada ao crédito começou na segunda semana de janeiro com as negociações com os “fundos abutres” para buscar um acordo para encerrar o litígio pela dívida em default não paga.

Panizza reconhece que não será fácil para Argentina, assim como para qualquer outro país da América Latina e dependente de

commodities, crescer nos próximos anos. Ele acredita que Macri deva buscar atrair investidores estrangeiros interessados no potencial da Argentina, que tem um mercado interno grande, principalmente em setores como energia, gás, petróleo e agroindústria.

Os desafios de Macri, acrescenta Peggy Beçak, professora de Economia, Relações Internacionais e Comércio Exterior da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), não serão fáceis, mas ressalta que, logo de início, ele mexeu no câmbio, o que dá competitividade à exportação. Ela aposta em uma revisão da poli-



Foto: Rubens Chiri

“LOGO DE INÍCIO ELE
MEXEU NO CÂMBIO, O
QUE DÁ COMPETITIVIDADE
À EXPORTAÇÃO.
PROVAVELMENTE HAVERÁ
UMA REVISÃO DA POLÍTICA
DE SUBSÍDIOS DE ENERGIA
ELÉTRICA, DEIXANDO CLARO
QUE, TANTO A INFLAÇÃO
QUANTO O DESEMPREGO
SERÃO ACOMPANHADOS
MUITO DE PERTO”

**PEGGY BEÇAK, PROFESSORA
DE ECONOMIA, RELAÇÕES
INTERNACIONAIS E COMÉRCIO
EXTERIOR DA FAAP**

tica de subsídios de energia elétrica, deixando claro que tanto inflação quanto desemprego terão de ser acompanhados muito de perto.

CONQUISTAS SOCIAIS

Uma das maiores preocupações da sociedade argentina é se Macri conseguirá fazer as mudanças na economia as quais ele se propôs sem comprometer os avanços sociais. Para o professor da FGV/CPDOC Oliver Stuenkel, é uma missão quase impossível o ajuste econômico não afetar os ganhos sociais, porque a economia argentina tem sido marcada ao longo dos últimos anos por intervenção sistemática do Estado, com serviços subsidiados. “Macri não é a replicação de governos neoliberais de anos atrás, que queriam terapia de choque. Vimos compromissos dele de manter a maioria dos programas sociais e não vender empresas que foram nacionalizadas, além de manter os avanços que foram alcançados na proteção das minorias, como o casamento homoafetivo”, reflete Stuenkel.

O “kirchnerismo” foi marcado por maior reconhecimento dos direitos dos mais pobres, dos desprotegidos e daqueles com menos possibilidades na sociedade argentina. Depois das crises de 2000 e 2001, o nível de pobreza aumentou muito na Argentina e, conforme lembra Rafael Duarte Villa, professor associado do Departamento de Ciências Políticas da USP, o desenvolvimento de políticas sociais da era Kirchner conseguiu, se não eliminar, atenuar o impacto da situação de empobrecimento.

Entre os programas mais importantes existem subsídios para moradia, facilitando o crédito, e para serviços públicos, como eletricidade e gás. Além disto, Néstor Kirchner promoveu a anulação das leis de perdão, que garantiam imunidade para muitos acusados de

**MAIS QUE QUALIFICAR
FRACASSO OU SUCESSO
DE POLÍTICAS SOCIAIS,
OS ELEITORES OPTARAM
PELA DESPOLARIZAÇÃO
DO PAÍS E POR MAIS
DIÁLOGO, O QUE
TAMBÉM PODE ESTAR
ACONTECENDO NA
VENEZUELA**

crimes contra humanidade no último período militar (1976-1983). E até agora, com maior intensidade nos governos de Cristina Kirchner, foram encontrados 119 netos sequestrados durante a ditadura.

No entanto, muitos dos programas sociais foram sustentados pela alta dos preços das *commodities*. “Sem crescimento econômico, não há como sustentar os programas de desenvolvimento social”, salienta Francisco Panizza, professor de Política Latino-americana na Escola de Economia da Universidade de Londres. Ele lembra que Macri disse que o objetivo é “pobreza zero”, mas não esclareceu como.

“A eleição refletiu mais o cansaço de uma parte da população argentina com a situação de conflito que se gerou nos últimos oito anos. As polarizações políticas e sociais atingiram nível de saturação e foi necessário colocar um ponto-final. Mais que qualificar fracasso ou sucesso de políticas sociais, os eleitores optaram pela despolarização do país e por mais diálogo, o que também pode estar acontecendo no caso da Venezuela”, completa Duarte Villa.

FIM DO MODELO

Mesmo que a eleição de Mauricio Macri tenha representado uma grande conquista da direita, não se pode dizer que estamos diante de uma nova onda, com governos mais conservadores liderando nações na região. Em países importantes ainda vigoraram governos esquerdistas, com forte cunho social. “O que podemos ver é fim de consenso de modelo de grandes programas sociais, financiados por exportação de *commodities*. Como o ‘boom’ das *commodities* acabou, os governos terão de buscar outra saída”, projeta Stuenkel, da FGV/CPDOC.

Os comportamentos político-eleitorais das sociedades sul-americanas têm de ser analisa-



Foto: Fernando Nunes

“A ELEIÇÃO REFLETIU
MAIS O CANSAÇO DE
UMA PARTE DA POPULAÇÃO
ARGENTINA COM
A SITUAÇÃO DE CONFLITO
QUE SE GEROU
NOS ÚLTIMOS OITO ANOS.
AS POLARIZAÇÕES POLÍTICAS
E SOCIAIS ATINGIRAM
NÍVEL DE SATURAÇÃO
E FOI NECESSÁRIO COLOCAR
UM PONTO-FINAL”

**RAFAEL DUARTE VILLA, PROFESSOR
DO DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS
POLÍTICAS DA USP**

dos caso a caso. “Hoje, temos uma Venezuela muito problemática, com situação econômica complicada, e os últimos resultados das eleições parlamentares projetam alguma mudança para o futuro. Mas olhando para outros casos, como Equador e Bolívia, vemos que seus presidentes têm popularidade bastante alta, e isso pode projetar que, nesses países, é menos provável a hipótese de que onda conservadora possa atingi-los. A mudança vai depender muito das condições de cada país”, pondera Rafael Duarte Villa, professor associado do Departamento de Ciências Políticas da USP.

“É importante notar que a direita argentina chegou ao poder desta vez pelas urnas, e não por meio de um golpe militar. Não é pouca coisa. Se ele foi eleito, obviamente seus apoiadores enxergaram nele qualidades, tanto como prefeito de Buenos Aires quanto como candidato. Mas é importante notar, também, que Daniel Scioli, candidato de Cristina, apresentou-se para a eleição sem defender com muita convicção o legado do ‘kirchnerismo’”, acrescenta Wagner Iglecias, da USP.

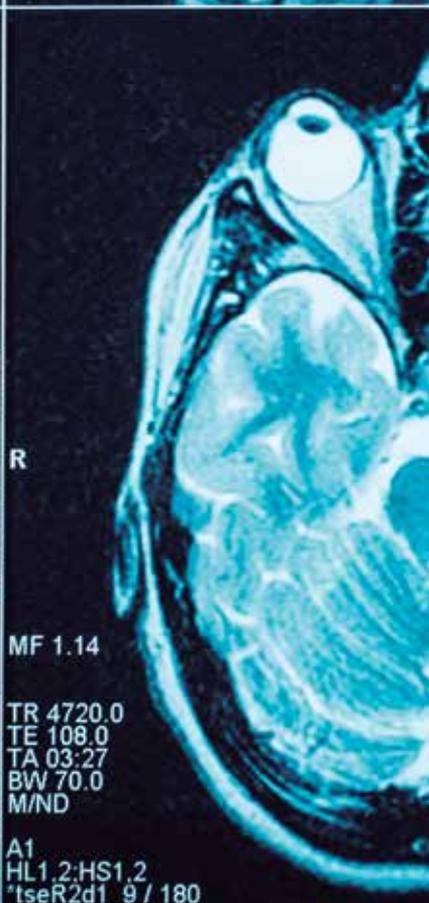
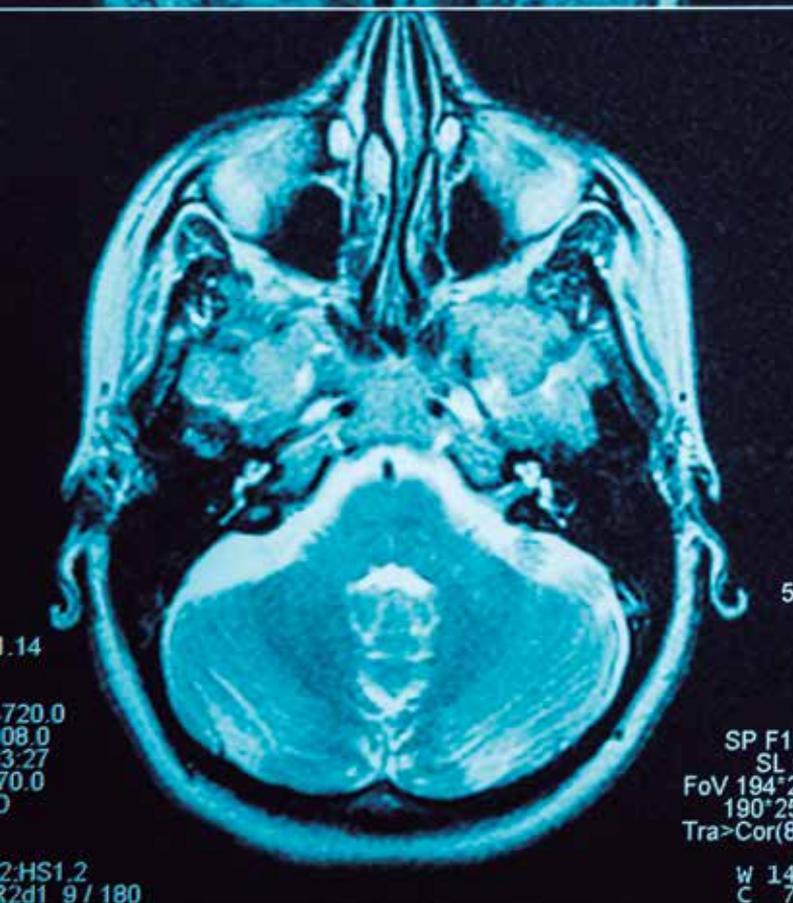
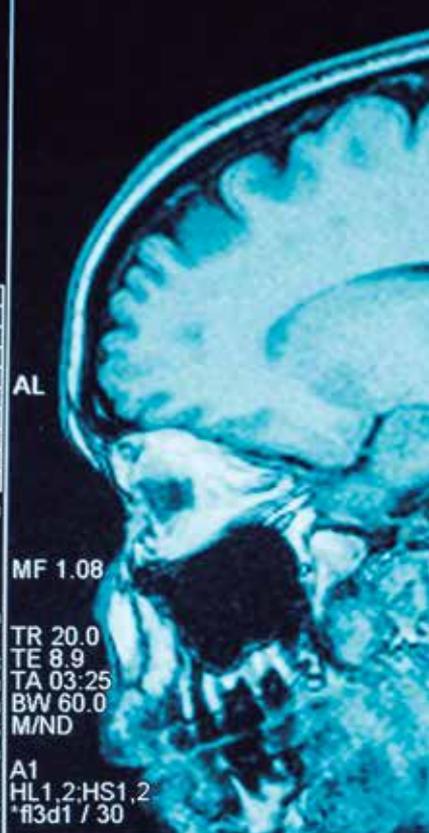
Há, sobretudo, um processo de alternância democrática, no qual a simples troca de poder já tem importante significado. Para Iglecias, a vitória de Macri representa, por um lado, a fadiga de setores da sociedade argentina com um projeto de poder que estava há 12 anos no comando da Casa Rosada, e por outro, uma bem-sucedida estratégia de comunicação, que conseguiu vencer metade do país de que um político tipicamente de direita como Macri poderia levar o país a melhores rumos, abraçando inclusive parte da agenda social de Cristina.

Do lado empresarial, Peggy Beçak, da Fundação Armando Alvares Penteado (Faap), acredita que a entrada de Macri marca a volta do livre-mercado e de trocas mais intensas de comércio, tanto agrícola quanto industrial. [&]

COMO ESTÁ A CABEÇA DO ELEITOR?

As eleições municipais deste ano serão as mais emblemáticas de todos os tempos: os eleitores estão descrentes com a política e há novas regras eleitorais. Para especialistas, há possibilidade de o Brasil sair melhor da crise, mais ético, mais racional, mais consciente e com participação política mais intensa.

TEXTO **DEISE MARQUES**



A largada da tradicional romaria dos “prefeitos com pires nas mãos” rumo ao Planalto Central começou cedo neste ano – e com São Paulo à frente –, ainda que pesem as monstruosas crises política, econômica e social pelas quais passa o Brasil. Se por um lado o vício das irrealidades permanece na aurora do ano novo nacional, por outro, vê-se que os brasileiros em geral não estão se perdendo em esperanças irreais. Ao contrário, estão cientes da triste condição do País, sentindo na pele a piora do bem-estar social e individual. A história mostra que não seria entusiasmo imprudente acreditar que a amargura de tal recessão e crise ética tende a gerar uma massa crítica mais racional para as eleições municipais de outubro de 2016, segundo opinião de alguns especialistas. Some-se ao cenário a nova Lei Eleitoral, que começará a vigorar no próximo escrutínio – uma das vitórias das grandes manifestações populares espontâneas de 2013.

“O voto está saindo do coração para subir à cabeça”, observa o consultor de marketing político Gaudêncio Torquato, diretor da GT Marketing Comunicação, que afirma de modo categórico: “Eu sou um crente no País, apesar das circunstâncias atuais. Estou esperançoso de que o Brasil sairá melhor da crise, mais ético, mais racional, mais consciente e com participação política mais intensa”, diz. Ele acredita que o drama político nacional vai influenciar fortemente o processo eleitoral de 2016 e que a escolha do candidato local se dará de modo mais acurado, agudo e consciente, pois, avalia ele, a ferida da crise na esteira dos escândalos dos últimos anos é profunda. “Nunca houve uma confluência tão grande de crises. Já tivemos crises econômicas no passado, mas neste momento o que estamos vivenciando é um ciclo de crises. Crises que confluem, imbricam e se cruzam:

“A SOCIEDADE VAI QUERER
RENOVAR A BASE DO
EDIFÍCIO POLÍTICO, QUE É O
MUNICÍPIO, POR MEIO DE
SEU ALCAIDE, O PREFEITO”

GAUDÊNCIO TORQUATO,
DIRETOR DA GT MARKETING
COMUNICAÇÃO



Foto: Fernando Nunes

A NOVA LEI ELEITORAL, QUE ENTRA EM VIGOR NA DISPUTA DE OUTUBRO, TAMBÉM DIMINUI A VERBA DE PUBLICIDADE DOS ÓRGÃOS PÚBLICOS EM ANO DE ELEIÇÃO

crise econômica, crise política, crise da gestão governamental e crise moral. Elas se cruzam e deterioram ainda mais a moldura institucional”. Segundo Torquato, com o voto mais racional, “a sociedade vai querer renovar a base do edifício político, que é o município, por meio de seu alcaide, o prefeito”.

No âmbito econômico é que os reflexos poderão ser mais sentidos nos municípios, salienta o economista e geógrafo François Bremaeker, gestor do Observatório de Informações Municipais (OIM). “Em razão das dificuldades econômicas do governo, menos recursos estarão disponíveis para as esferas estadual e municipal. Vivendo num ambiente de penúria financeira, os municípios terão maior dificuldade em prestar serviços de boa qualidade para a população.” Segundo ele, esse será também “o ponto fraco para os gestores municipais, pois deverá ser mais difícil para políticos que ambicionam uma reeleição ou fazer vitorioso um correligionário”. A nova lei eleitoral, que entra em vigor na disputa de outubro, também diminui a verba de publicidade dos órgãos públicos em ano de eleição.

Todavia, os prefeitos não estão perdendo tempo. Em 6 de janeiro de 2016, Fernando Haddad (PT) apareceu na imprensa cobrando dívida do governo federal e pedindo “mais casa e dinheiro”. Em síntese, de acordo com o jornal *O Estado de São Paulo*, o prefeito da maior metrópole do País cobra da União R\$ 400 milhões que a prefeitura teria desembolsado em 2015 para executar obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e pede ainda que o governo construa mais unidades habitacionais (Minha Casa, Minha Vida) na cidade, que dê prioridade à renegociação da dívida municipal e que o ajude a construir mais dois hospitais dos três que prometeu para a gestão 2013-2016, então alardeada como o “Arco do



“EM RELAÇÃO AOS
PREFEITOS, 4.219 PODERÃO
SER REELEITOS, CASO SE
CANDIDATEM. OS DEMAIS
1.349 JÁ CUMPREM UM
SEGUNDO MANDATO E NÃO
PODERÃO CONCORRER”

FRANÇOIS BREMAEKER,
DO OBSERVATÓRIO DE
INFORMAÇÕES MUNICIPAIS

Futuro”. Pela entrevista, o político paulistano saiu otimista. “Este é o ano dos prefeitos”. Este sim, talvez um entusiasmo imprudente, tendo em vista o tamanho da crise nacional e, principalmente, da desigualdade municipal que assola o Brasil.

Vale lembrar que estudos de Bremaeker realizados em 2011, na Associação Transparência Municipal (ATM), já apontavam que os municípios haviam gastado mais de R\$ 19 bilhões para oferecer serviços à população que, por lei, deveriam ser custeados pela União e pelos Estados. “Os maiores prejudicados são as cidades com até 10 mil habitantes”. Em outubro de 2016 serão eleitos 5.568 prefeitos

tos e aproximadamente 57 mil vereadores. “Em relação aos prefeitos, 4.219 poderão ser reeleitos, caso se candidatem. Os demais 1.349 já cumprem um segundo mandato e não poderão concorrer. Quanto aos vereadores, estes podem se reeleger quantas vezes desejarem”, esclarece o gestor do OIM.

PERFORMANCE ELEITORAL

Segundo Torquato – que aponta a economia como a “locomotiva do carro político” –, a situação do governo Dilma Rousseff tende a se deteriorar entre março e abril deste ano. “Nós poderemos ver mais adiante grandes manifestações pedindo o *impeachment*, com ruas tomadas também por parte da classe C, que está perdendo os ganhos adquiridos nos últimos anos e retornando para a classe D.” Conforme suas análises, “os escândalos de corrupção, como mensalão e petrolão, serão bastante impactantes nas eleições locais. O PT, por exemplo, pode ter um número muito menor de prefeitos eleitos e diminuir sua base. Talvez o PT esteja caminhando para um declínio bastante acentuado. Não digo que o partido vá desaparecer, mas terá que renascer das cinzas.”

Para o consultor, “esse ‘fundo do poço’ vai significar menos dinheiro no bolso das pessoas, o que costumava traduzir com a equação: BO BA CO CA. Bolso + Barriga + Coração + Cabeça. Quanto menos dinheiro no bolso, a barriga ronca, o coração se enfurece e a cabeça fica indignada. É possível que o processo de deterioração da economia se estenda ao longo do ano, inclusive entrando nas margens de setembro e outubro, um período intenso do ponto de vista eleitoral. Portanto, sob este aspecto, as eleições municipais do ano que vem serão as mais emblemáticas dos últimos tempos”, prevê.

Para o cientista político Rubens Figueiredo, diretor do Cepac – Pesquisa e Comunica-

ção, “o eleitorado está insatisfeito, desconfiado e estará, muito provavelmente, avaliando mal os atuais prefeitos. E quando um prefeito está mal avaliado, a chance dos opositores cresce”. As últimas pesquisas do IBOPE Inteligência sondaram que a popularidade dos prefeitos brasileiros já não estava nada boa em setembro de 2015 [40% disseram ruim/péssima e 30%, regular] mas que, por outro lado, 73% dos brasileiros acreditam que a democracia é o melhor sistema de governo. O executivo do Cepac explica que essa conjugação de governos mal avaliados e a ampla adesão à democracia são o que retrata claramente o amadurecimento da sociedade. “O recado nas próximas eleições é o seguinte: ‘Apoio o sistema político que eu defendo, independentemente da performance do governante’. Isso é espetacular”. Segundo ele, a população espera de prefeitos e vereadores bons serviços públicos e que as cidades se desenvolvam. “Mas não acreditarão em qualquer discurso. O candidato ‘promessinha’ dificilmente terá êxito. Os eleitores estão vivendo momentos difíceis e a credibilidade dos políticos nunca foi tão baixa. Os candidatos terão de estar próximos e conhecer, de fato, o que os cidadãos passam em seu dia a dia.”

NOVAS REGRAS

Torquato, da GT Marketing, concorda: “Os valores que vão permear essa campanha são: transparência, assepsia, verdade, rapidez, ética, moral, mais ação e menos discurso. Os candidatos que se identificarem com esses valores terão melhores condições do que aqueles que ficarão somente no campo das promessas. Os planos de marketing terão de ser redimensionados e reorganizados”. Inclusive para se adaptarem à nova Lei Eleitoral, que restringiu o tempo da propaganda para 45 dias e, em rá-

**DIFICILMENTE
HAVERÁ VIRADAS
“ESPETACULARES”
NAS DISPUTAS
ELEITORAIS E A
TAXA DE REELEIÇÃO
ESTE ANO DEVERÁ
DIMINUIR**

dio e TV, para 35 dias. Basicamente, sintetiza Figueiredo, os candidatos terão menos tempo e menos dinheiro para fazer campanha. “Isso quer dizer que dificilmente teremos ‘viradas’ espetaculares. Nomes bem conhecidos, de preferência sem problemas com a Justiça, serão os destaques.” Ele afirma que a taxa de reeleição deve cair. “Sem dúvida, a sociedade apoiará as mudanças, pois o tempo do horário eleitoral na TV – que representa uma invasão na vida das pessoas – vai diminuir, veremos menos parafernâlias nas ruas, menos cabos eleitorais e assim por diante. Para os empresários, será melhor, pois está proibido o financiamento de campanha de pessoas jurídicas. Enfim, a eleição envolverá menos, mobilizará menos e empolgará menos.” Para Torquato, o cenário de candidatos será “adensado e fortalecido” com novos atores, e as novas propagandas serão menos “espetacularizadas”, menos voltadas para “o engodo do marketing” e muito mais focada no discurso. “Vejo que os apoiadores de candidatos vão refluir em função da proibição de doações pelas empresas. A campanha será mais enxuta e objetiva, voltada para o enaltecimento das ideias. Teremos um marketing mais objetivo, apresentando comparação dos perfis.

DESIGUALDADE MUNICIPAL

Já Bremaeker, da OIM, acredita que nessa disputa ainda vai funcionar muito mais o protagonismo pessoal. “Praticamente deixará de existir a possibilidade de debate entre candidatos e o esclarecimento da população em relação aos seus planos para as cidades.” O gestor do Observatório de Informações Municipais duvida, também, de que o voto distrital poderia ser um caminho para mais autonomia nas cidades. “Municípios de menor porte demográfico já praticam o que seria



Foto: Miguel Schincariol

o voto distrital pela sua dimensão. Nos menores, apenas sedimentaria o que já existe: vereadores eleitos com maioria de votos em áreas específicas. A diferença é que as candidaturas seriam restritas ao distrito onde o eleito será o legítimo representante. Contudo, poderia provocar uma espécie segregação, pois o vereador tenderia a defender os interesses do distrito onde será cobrado pelos eleitores. Até que ponto ele se interessaria pelo todo, fica a dúvida.”

Para Bremaeker, o que de fato melhorará o bem-estar das pessoas nas cidades será a redistribuição dos recursos, via pacto federativo. “Aos poucos, foram repassados diversos encargos aos municípios sem o correspondente repasse de verbas. O ideal seria que os governos municipais tivessem um mínimo de recursos para atender, com qualidade, às demandas da população”. Cortar despesas e otimizar a administração também são recomendados desde já. “O último levantamento

“O CANDIDATO ‘PROMESSINHA’
DIFICILMENTE TERÁ ÊXITO. OS
ELEITORES ESTÃO VIVENDO
MOMENTOS DIFÍCEIS
E A CREDIBILIDADE DOS
POLÍTICOS NUNCA FOI TÃO
BAIXA. OS CANDIDATOS
TERÃO DE ESTAR PRÓXIMOS
E CONHECER, DE FATO, O
QUE OS CIDADÃOS PASSAM
EM SEU DIA A DIA”

RUBENS FIGUEIREDO,
DO CEPAC – PESQUISA
E COMUNICAÇÃO

do IBGE mostra que há 6,5 milhões de servidores municipais. No caso dos municípios, os comissionados representam, em média, 8,5% do total de servidores. O limite que está proposto em substitutivo (em pauta trancada no Congresso) para eles é de 30%, sob a alegação de que a falta de técnicos capacitados para o desenvolvimento de projetos requer mais comissionados nos municípios.” Segundo observa o especialista, à medida que aumenta o porte demográfico, aumenta o número médio de habitantes por servidor – ou seja, quanto menor o município, em termos relativos, mais servidores eles têm.

Dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), divulgados em dezembro do ano passado sobre o desenvolvimento municipal, também revelam um País dividido e muito desigual. A avaliação inclui aspectos econômicos, educacionais e de saúde. Entre os 500 piores municípios, dos 5.517 listados, 97,4% são do Norte e do Nordeste. Destes, 35,6% estão na Bahia. Por outro lado, 92,6% dos 500 mais bem colocados são do Sul e do Sudeste. Destes, 43% estão no Estado de São Paulo. O Ministério das Cidades – criado em 2003 para contribuir com investimento nas cidades, hoje dirigido pelo ex-prefeito de São Paulo Gilberto Kassab (PSD) – informou que a instituição também foi afetada pela conjuntura econômica. “Entretanto, a maioria dos projetos desenvolvidos é de longo prazo, assim, esse impacto pode ser compensado no futuro.” Mas, como ensinou o conhecido (e talvez mal-interpretado) economista John Keynes, falecido em 1946: “A longo prazo, todos estaremos mortos”. E o cidadão-eleitor do século 21 sabe o que isso significa, e tem deixado claro que quer desfrutar da vida hoje mesmo. Assim, ao que tudo indica, o ano de 2016 no Brasil será dos sufragistas. [&]

Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo e Secretaria da Cultura apresentam
Banco do Brasil Seguridade apresenta e patrocina

O Musical

MAMONAS



Texto
WALTER DAGUERRE

Direção Geral
JOSÉ POSSI NETO

Direção Musical
MIGUEL BRIAMONTE

Coreografia
VANESSA GUILLEN

ESTREIA EM **11/03**



Teatro Fecomercio Sala Raul Cortez

Quinta: 21h / Sexta: 21h30 / Sábado: 21h / Domingo: 19h



**COMPRE
INGRESSOS**

INFORMAÇÕES E VENDAS

11 2626.5282
compreingressos.com



Apresenta e Patrocina

Patrocina

Agência



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 – térreo
9h às 12h30 / 14h às 17h30*

Senac Sesc FECOMERCIO^{SP}

Aqui tem a presença do comércio

FECOMERCIO^{SP}

Representa muito para você.