

VEM AÍ O REAL DIGITAL

Banco Central abre período de inscrições para empresas de tecnologia e do setor financeiro criarem projeto de moeda on-line oficial do País

A MODA QUE VESTE USADOS

Plataformas como Troc e Oportunidade do Bem, de Ana Eliza Setúbal, unem roupas e ESG em mercado que movimentava bilhões



3
ISS

ISTO É Dinheiro

"A empresa vive um momento extraordinário. Vamos crescer e inovar nos próximos dez anos o que avançamos em 100"

EDUARDO COLI
CEO da Lorenzetti

BRASIL REVISTAS

O centenário aquecido da Lorenzetti

Empresa que é sinônimo de chuva elétrica chega aos 100 anos com o melhor resultado de sua história ao superar R\$ 2,2 bilhões em faturamento — valor 67% acima do pré-pandemia. O plano agora é investir mais de R\$ 1,5 bilhão nos próximos dez anos com foco em design, novas tecnologias e aquisições

CLUBE COMPLETO COM A QUALIDADE JHSF E PISCINA DE SURF COM ONDAS DE ATÉ 22 SEGUNDOS E TECNOLOGIA PERFECTSWELL®.

O MEMBERSHIP DO CLUBE É INDEPENDENTE
DOS EMPREENDIMENTOS RESIDENCIAIS.



FOTO REAL DA PISCINA PARA PRÁTICA DE SURF DO BOA VISTA VILLAGE, A MESMA TECNOLOGIA DA PISCINA DE SURF DO SÃO PAULO SURF CLUB.



ASSISTA AO
VÍDEO DA
CAMPANHA.



BAIXE O APP
JHSF REAL ESTATE

membershipsurfclub@jhsf.com.br

+55 11 97202.3702



SÃO PAULO
SURF CLUB



CLUBE DE SURF EXCLUSIVO PARA MEMBROS
COM A QUALIDADE E A EXCELÊNCIA JHSF

COMPLETA ESTRUTURA DE SURF, REUNINDO ESPORTE,
LAZER E GASTRONOMIA

PISCINA COM TECNOLOGIA PERFECTSWELL®

SURF CLUBHOUSE COM RESTAURANTE

SPA COMPLETO E ACADEMIA COM EQUIPAMENTOS
DE ÚLTIMA GERAÇÃO

QUADRAS DE TÊNIS COBERTAS E QUADRAS
DE BEACH TENNIS



MAPA DA LOCALIZAÇÃO DO SÃO PAULO SURF CLUB



PIB SURPRESA

Há um lampejo de esperança no fim do túnel para o PIB brasileiro. Os primeiros números foram positivos e os prognósticos do ano revistos para cima. Um certo entusiasmo toma conta inclusive da equipe econômica e do ministro Fernando Haddad. O titular da Fazenda tem garantido em conversas reservadas que o crescimento maior já em 2023 deverá acontecer. O que pesa na expectativa do ministro? Para ele, os ajustes fiscais em andamento e a disposição de parte do Congresso de aprovar a Reforma Tributária trarão um clima positivo que irá reverberar na produção, gerando por consequência mais investimentos. Seria a clássica receita de um ciclo virtuoso. Naturalmente, ainda longe de se confirmar na prática. Haddad alega que diversas instituições financeiras já fizeram projeções otimistas sobre o PIB apostando em um afrouxamento da taxa de juros, que precisa vir. Essa parece ser mesmo a pedra de toque. Com o custo alto do dinheiro nada vai adiante. De um modo ou de outro, é promissor que o Produto Interno Bruto ao longo do ano tenha saído de uma expectativa de menos de 1% para algo perto da casa dos 2%. Foi uma virada que se deu com o resultado do primeiro trimestre acima do esperado. Somente em fevereiro último, segundo informou o Banco Central, o seu índice de atividade econômica IBC registrou crescimento de 3,32% em relação ao mês anterior. O desempenho representa a mais elevada taxa de expansão desde junho de 2020. Foi um grande ponto fora da curva que empolgou. Dois outros componentes macroeconômicos podem auxiliar na retomada em curso neste momento: a eventual queda do desemprego e o câmbio, cada dia mais favorável ao real. O mercado de trabalho tem demonstrado que a economia se encontra aquecida. As vagas

abertas somaram mais de meio milhão no primeiro trimestre. Além do emprego, varejo e serviços superaram previsões. Os lances financeiros da banca também geraram uma valorização inesperada do real. Ainda faltam algumas informações setoriais relevantes, mas os tropeços de percurso no plano do endividamento público e do rombo de caixa montados lá atrás podem ser superados a partir da disposição parlamentar em apoiar a proposta do governo que está na Casa. A ministra do Planejamento, Simone Tebet, já fala em déficit zero para o ano que vem. Caso se confirme, será uma virada e tanto, capaz de mudar por completo o humor dos investidores. A euforia, contudo, deve ser contida. O Brasil não anda nada bem, caso comparado aos demais países em termos de desempenho. A economia nacional perdeu relevância — inclusive com o fechamento de inúmeras indústrias e redes de varejo — e passou a ter a menor participação no PIB global em mais de 40 anos, respondendo por uma fatia de 2,3% apenas. Não se via nada igual desde os primórdios dos anos 80, quando teve início a série histórica do FMI e o País amargava uma recessão demolidora. Lula quer e tenta recolocar o Brasil entre os grandes players globais. É uma obsessão sua. Não conta a favor do intento a mediocridade de desempenho do PIB que virou marca desses últimos dez anos, sempre na faixa de 1% a 2% que mal cobrem a carestia. Sair da inércia conjuntural não será tarefa nada fácil.

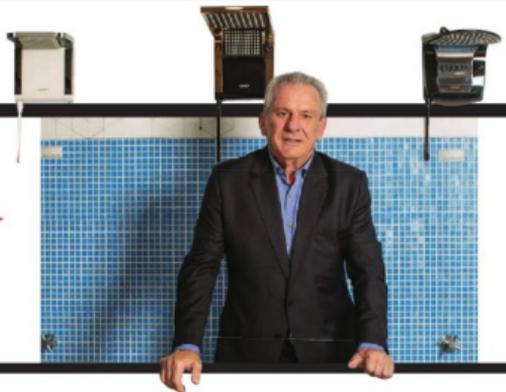
Carlos José Marques
Diretor editorial

Índice

CAPA

Lorenzetti, comandada por **Eduardo Coli**, chega aos 100 anos com o melhor resultado da história: R\$ 2,2 bilhões em receita, 67% acima do pré-pandemia. Agora vai investir mais de R\$ 1,5 bilhão em dez anos

→ **pág. 34**



ENTREVISTA

Marco Aurélio Nazaré, da Abla, diz que se fabricantes fizerem fortes planos comerciais, as locadoras consumirão 30% da produção

→ **pág. 12**



TECNOLOGIA

Segundo estudo da DocuSign, cujo VP Latam é **Gustavo Brant**, trabalho remoto adicionará US\$ 19 trilhões à economia do planeta até 2030

→ **pág. 48**



ESG

Luanna Toniolo, fundadora da Troc, vendida ao grupo Arezzo. Universo Second Hand deve movimentar R\$ 24 bilhões até 2025 no Brasil

→ **pág. 56**

SEMANA

PF faz devassa em Bolsonaro e grupo próximo para apurar fraude em cartão de vacina

pág. 06

MOEDA FORTE

Embalado pela alta no Brasil, laboratório Galderma troca comando e planeja expansão

pág. 10

SUSTENTABILIDADE

Alimentos em extinção: dos 6 mil em todo o planeta, 130 são brasileiros

pág. 18

DINHEIRO EM BITS

Pesquisa mostra que em 2022 brasileiros fizeram menos downloads de apps de compra

pág. 46

COBIÇA

Coroação de Charles III: inspire-se nas joias da realeza britânica

pág. 52

ARTIGO

O que o PL 2.630 tem a ver com a economia, por Edson Rossi

pág. 66



CASO DE POLÍCIA
PF INVESTIGA BOLSONARO, FAMILIARES E ASSESSORES
 Frequentar a Polícia Federal (PF) para prestar depoimentos passou a ser a nova rotina do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro. Depois de depor duas vezes em abril — sobre as joias presenteadas pela Arábia Saudita e sobre os ataques virtuais às eleições —, na quarta-feira (3) ele teve um depoimento agendado, mas decidiu não aparecer. Ainda assim, a PF fez buscas na

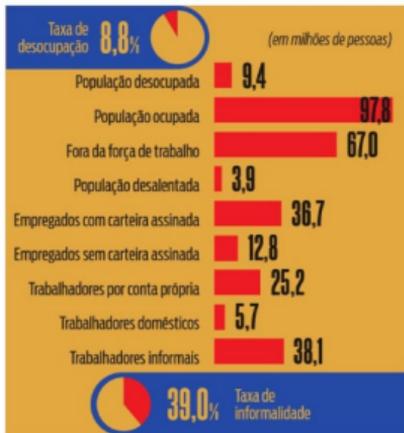
DESEMPREGO
Taxa tem alta no trimestre, mas é menor índice desde 2015

No trimestre móvel encerrado em março, a taxa de desocupação no Brasil alcançou 8,8% da força de trabalho, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, divulgada sexta-feira (28) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O número ficou 0,9 ponto percentual acima do trimestre outubro-novembro-dezembro de 2022 (7,9%), mas é o menor índice para o mesmo período (janeiro-fevereiro-março) desde 2015, quando fechou em 8%. No mesmo trimestre de 2022, a taxa era de 11,1%. Ainda assim, o número de desocupados aflixe 9,4 milhões de pessoas — 860 mil a mais sobre o trimestre encerrado em dezembro.



GUERRA
Rússia acusa Ucrânia de tentar matar Putin

Na quarta-feira (3), a Rússia acusou a Ucrânia de atacar o Kremlin, a sede do governo em Moscou, com drones durante a noite. A tentativa seria de matar o presidente **Vladimir Putin**. Segundo Moscou, dois drones foram usados na ação que mirava a residência oficial de Putin. Ambos teriam sido desativados por defesas eletrônicas. Fontes ucranianas disseram que o país nada teve a ver com o suposto ataque. O Kremlin afirmou que a ação cria pressupostos de retaliação — o que sugere que Moscou pode usar o tal incidente para amplificar as ações na invasão da Ucrânia.



EUROPA
Inflação sem curva de queda

Segundo estimativas preliminares da Eurostat divulgadas na terça-feira (2), a inflação anual na Zona do Euro referente ao mês de abril subiu para 7%. De acordo com o relatório, a alta da taxa foi de 0,1 ponto percentual sobre março (+6,9%). O grupo alimentos, álcool e tabaco puxou os preços (13,6% em abril), mesmo que tenha ficado abaixo da alta de março (15,5%).

casa de Bolsonaro e prendeu seis pessoas — entre eles o tenente-coronel Mauro Cid Barbosa, auxiliar altamente próximo do ex-presidente. A operação foi autorizada pelo ministro Alexandre de Moraes (STF) dentro do inquérito das ‘milícias digitais’. Para a PF, o grupo fraudou cartões de vacinação de Bolsonaro, familiares e assessores. A fraude nos cartões do ex-presidente e da filha de 12 anos aconteceu em 21 de dezembro passado, pouco antes de viajarem para os Estados Unidos. Os dados depois foram retirados do sistema, no dia 27 do mesmo mês. Segundo apurou a TV Globo, os sistemas do Ministério da Saúde

indicam que duas doses de vacinas contra Covid teriam sido aplicadas em Jair Bolsonaro. O ex-presidente nega que ele e a filha tenham se imunizado. Além de Mauro Cid (com quem a PF encontrou e apreendeu US\$ 35 mil e R\$ 16 mil em dinheiro, em casa) foram presos outros quatro militares e o secretário municipal de Governo de Duque de Caxias (RJ), João Carlos de Sousa Brecha, que teria inserido os dados de vacinação no sistema. O que disse JB sobre tudo isso: “Não existe adulteração da minha parte”. Atenção ao detalhe da declaração: “não existe” ... “da minha parte”.

REDES SOCIAIS

Lula ironiza no twitter

Lula acordou cedo para postar “bom dia e boa quarta-feira” em sua conta oficial no Twitter. A mensagem foi lida por seus apoiadores como pura ironia, já que no mesmo momento ocorria operação da Polícia Federal contra Jair Bolsonaro, familiares e auxiliares próximos. O humor nível 5ª Série C de Lula III poderia ficar para sua intimidade. Porque sobre o número de 9,6 milhões de desempregados, divulgado na sexta-feira (28), houve silêncio. Nas dezenas de postagens entre sexta e quarta-feira (3), ele falou do reajuste de 9% a servidores federais, do aumento do salário-mínimo, do aumento da faixa



de isenção do IR, mas sobre os desempregados... Apenas um genérico “Vamos trazer de volta a geração de empregos. Já fui para EUA, China, Portugal, Espanha, Argentina, Uruguai. E estamos dialogando com empresários estrangeiros para voltar a investir e gerar empregos no Brasil.”



“ANTES QUE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) POSSA TOMAR TODOS OS SEUS EMPREGOS, ELA CERTAMENTE PODERIA CAUSAR MUITOS MAIS DANOS NAS MÃOS DE SPAMMERS, PESSOAS QUE QUEREM MANIPULAR AS ELEIÇÕES”

MICHAEL SCHWARZ economista-chefe e VP da Microsoft na quarta-feira (3), em Genebra (Suíça), durante painel sobre IA no Fórum Econômico Mundial



SERVNAC SEGURANÇA E FACILIDADES

Deixe a segurança da sua família em nossas mãos e aproveite a tranquilidade e os momentos felizes com quem você mais ama!

ONDE ESTAMOS
CE | RN | PB | PE | SP





LIDE BRAZIL INVESTMENT FORUM

9 DE MAIO | 8h às 12h

HARVARD CLUB
NEW YORK, NY

INICIATIVA

APOIO INSTITUCIONAL

BRASIL REVISTAS®
LIDE



TRANSMISSÃO MUNDIAL PELA TV LIDE:
AOVIVO.LIDE.COM.BR

TRANSPORTADORA OFICIAL

OPERADORA OFICIAL

INFORMAÇÕES

American Airlines 



PATROCÍNIO

BANK OF AMERICA 

 bradesco

 CEDAE 

REDE *L'OR*

 FEBRABAN

INVEST.Rio 

JHSF

 PAPER
EXCELLENCE

WALD
EST. 1978

KEYNOTE SPEAKERS



ARTHUR LIRA
DEPUTADO FEDERAL (PP-AL)
PRESIDENTE DA CÂMARA
DOS DEPUTADOS



MICHEL TEMER
PRESIDENTE DO BRASIL (2016 - 2018)
EX-PRESIDENTE DA CÂMARA
DOS DEPUTADOS



CIRO NOGUEIRA
SENADOR (PP-PI)



DANIELLA RIBEIRO
SENADORA (PSD-PB)



AGINALDO RIBEIRO
DEPUTADO FEDERAL (PP-PB)
RELATOR DA PEC 45



ISAAC SIDNEY
PRESIDENTE DA FEBRABAN
(FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS)

GUEST SPEAKERS



CLÁUDIO CASTRO (PL)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
RIO DE JANEIRO



ROMEU ZEMA (NOVO)
GOVERNADOR DO ESTADO DE
MINAS GERAIS



RATINHO JÚNIOR (PSD)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
PARANÁ



WILSON LIMA (UNIÃO BRASIL)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
AMAZONAS



EDUARDO LEITE (PSDB)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
RIO GRANDE DO SUL



HELDER BARBALHO (MDB)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
PARÁ



MAURO MENDES (UNIÃO BRASIL)
GOVERNADOR DO ESTADO DE
MATO GROSSO



RENATO CASAGRANDE (PSB)
GOVERNADOR DO ESTADO DO
ESPÍRITO SANTO



EDUARDO PAES (PSD)
PREFEITO DA CIDADE DO
RIO DE JANEIRO



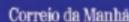
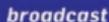
RICARDO NUNES (MDB)
PREFEITO DA CIDADE DE
SÃO PAULO

BRASIL REVISTAS

APOIO



MÍDIA PARTNERS





A BELEZA BRASILEIRA DA GALDERMA

O laboratório suíço Galderma, criado em parceria pela L'Oréal e Nestlé, está empolgado com o desempenho da empresa no mercado brasileiro — segunda maior operação do grupo, depois dos Estados Unidos. Puxadas pelo Brasil, as vendas globais da empresa especializada em cuidados com a pele atingiram US\$ 3,7 bilhões no ano passado, um crescimento de 13,9% na comparação com o ano anterior. Os destaques foram estética injetável, como ácido hialurônico e toxina botulínica (botox), com alta de 22,3%, e de cuidados dermatológicos, como hidratantes e protetor solar, com aumento 30,7%. No embalo do bom desempenho, a companhia está rejuvenescendo sua cúpula no País. A executiva **Ligia Santos**, antes responsável pela unidade de negócios de estética injetável, acaba de assumir o comando de toda a operação. “Estou animada com esse novo passo e tenho certeza de que ainda conquistaremos muitos outros resultados importantes”, afirmou Ligia, que começou na Galderma como representante de vendas 20 anos atrás.



EXECUTIVOS ESTÃO MAIS INFIÉIS

Um estudo da consultoria Russell Reynolds, gigante global em recrutamento de altos executivos, constatou que 48% dos profissionais em nível sênior estão propensos a sair de suas empresas em busca de melhores oportunidades. No setor de finanças, o fenômeno da Grande Renúncia (demissão voluntária em massa de milhões de trabalhadores em meio à pandemia) também tem aparecido em cargos de altos executivos. Cerca de 74% dos executivos do setor de Serviços Financeiros relataram aumento na rotatividade de talentos nos últimos 12 meses, o maior índice entre os setores consultados.

A INDÚSTRIA DO FUTEBOL BRASILEIRO

ESTUDO DA CONSULTORIA SPORTSVLUE CONSTATOU QUE AS RECEITAS DOS CLUBES DE FUTEBOL DO PAÍS BATERAM RECORDE NO ANO PASSADO. CONFIRA OS NÚMEROS

R\$ 7,5 bilhões

foi a receita dos clubes no ano passado.

9%
de crescimento
contra 2021



R\$ 1,1 bilhão

foi arrecadado apenas com bilheteria e sócio-torcedor



R\$ 3 bilhões

fojam direitos de TV



R\$ 1,2 bilhão

foi o total de receitas de marketing



Os times que mais faturaram
(em milhões de R\$)

Fiamengo	1.177,0
Palmeiras	856,0
Corinthians	779,1
São Paulo	657,2
Internacional	466,6
Atlético-MG	429,0
Athletico-PR	370,6
Red Bull Bragantino	350,2
Fluminense	347,2
Santos	341,8



Fonte: Sportsvlue

ONDE OS RECORDES SE HOSPEDAM

Um dos mais tradicionais grupos hoteleiros do interior de São Paulo, com unidades em Campinas e Indaiatuba, o Royal Palm Hotels & Resorts atingiu em março o maior faturamento de sua história. Turbinado pela retomada das viagens a negócios e dos eventos presenciais, a companhia contabilizou uma receita de R\$ 31 milhões, aumento de 54% na comparação com o mesmo mês do ano passado. Os 31 dias de março responderam por 75% das vendas do primeiro trimestre, segundo o diretor-executivo e herdeiro,

Antonio Dias.



A QUÍMICA DO OTIMISMO

A Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), que acaba de nomear como presidente do conselho diretivo a executiva **Daniela Manique**, CEO da Rhodia, está otimista com a decisão a aprovação na Câmara dos Deputados da Medida Provisória 1147/23 que dá sinal verde para o BNDES apoiar empresas com projetos de inovação por meio de financiamentos, cuja base de juros esteja vinculada à Taxa Referencial (TR), não mais à Taxa de Longo Prazo (TLP). O entendimento é que o custo de captação vai cair para projetos que exigem capital "paciente" e que têm como característica alto risco, como é o caso do setor químico.



"NINGUÉM DEVE
PRESUMIR QUE O FED
PODE PROTEGER A
ECONOMIA DOS
POTENCIAIS EFEITOS
DE CURTO E LONGO
PRAZOS DE UMA FALHA
EM PAGAR NOSSAS
CONTAS EM DIA"

JEROME POWELL
CHAIRMAN DO FED (BANCO
CENTRAL AMERICANO)

COWORKINGS PULVERIZADOS

Superada a pandemia, e com a retomada do trabalho presencial ou híbrido, o setor de coworkings voltou a crescer e a se espalhar. Números da Woba, maior marketplace de coworkings da América Latina, mostram que houve alta de 346% no número de bookings (check-ins, como registro na rede hoteleira) em 2022 na comparação com o ano anterior. O "Censo Coworking 2023 — Uma análise Woba do Mercado Brasileiro" revela que, além de voltar aos trilhos, os coworkings estão mais pulverizados. O número de aberturas de coworkings aumentou 63% entre 2019 e 2023, totalizando mais de 2,4 mil espaços no Brasil, com faturamento R\$ 305 mil por ano, em média. "O cenário não é negativo, e o setor está com uma gestão mais eficiente", afirmou **Roberta Vasconcelos**, fundadora e CEO da Woba.



EXPANSÃO DE NORTE AO SUL

Fundado em 2015 como uma plataforma de relacionamento e viabilização de negócios para profissionais do segmento design de interiores e construção civil, uma espécie de Tinder da arquitetura, o Club&Casa Design projeta atingir até o fim deste ano R\$ 1 bilhão em negócios em sua base. Com atuação em 20 regionais pelo Brasil e 950 empresas ativas, a plataforma está expandindo seus negócios para Manaus, Belém, Balneário Camboriú e Joinville, além de iniciativas no Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, segundo o CEO Thiago Sodré.

“As locadoras foram a tábua de salvação das montadoras”

BRASIL REVISTAS

Para o executivo à frente da Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis, o potencial para que as empresas do segmento continuem a ser o maior canal de venda de veículos novos só dependerá das condições comerciais dos fabricantes

Angelo VEROTTI

O mercado automotivo brasileiro comercializou 1,95 milhão de unidades em 2022. Do total, 590,5 mil (30,1%) foram parar nos pátios das 17,7 mil locadoras de carros do País. Um investimento de R\$ 55,2 bilhões. Em 2021, do 1,97 milhão de veículos vendidos, 441 mil (22,5%) tiveram o mesmo destino. O aumento de quase oito pontos percentuais em um ano mostra a dependência atual da indústria automotiva em relação às empresas sob o guarda-chuva da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla). Um cenário que, segundo Marco Aurélio Nazaré, presidente da entidade, pode se repetir este ano. A expectativa é que até 600 mil veículos sejam comprados pelas locadoras, num negócio que pode movimentar cerca de R\$ 60 bilhões.

DINHEIRO—As locadoras têm hoje papel fundamental nos negócios da indústria automotiva. O que levou a isso?

MARCO AURÉLIO NAZARÉ— Houve uma grande transformação no poder de compra das pessoas, processo que teve início com a pandemia. No mundo todo ocorreu o mesmo. O carro subiu muito de preço e o custo do dinheiro ficou mais alto por causa da inflação. As pessoas se recolheram em casa, começaram a fazer contas e, como a crise sanitária foi mais extensa, muitas resolveram vender o veículo. Tudo isso, evidentemente, abriu espaço para o negócio de aluguel de carros.

Esse comportamento se mantém?

Ocorreu uma mudança cultural importante com relação à posse versus o uso.

Por quê?

Porque faltou carro. Inicialmente, as montadoras tiveram dificuldade para comprar componentes. Depois, a rotina começou a voltar ao normal, mas como as pessoas

não deixaram de precisar de um veículo, procuraram as locadoras, que acabaram se tornando o suporte para que a mobilidade acontecesse de forma segura. Em vez de usar transporte coletivo, as pessoas passaram a alugar carros.

Como está o segmento agora?

As montadoras aumentaram gradualmente a produção, retomaram os turnos, o que fez com que tivessem que buscar no mercado quem pudesse comprar os veículos, apesar do baixo poder aquisitivo de parte da população, por causa da perda de trabalho, da perda de renda, e com custo do capital alto. Todas essas situações mudaram muito o posicionamento das pessoas em

“Prevemos [comprar este ano] 450 mil carros. Mas se houver inflação menor e política comercial mais adequada poderemos chegar perto dos 600 mil”



relação a sobre como consumir. As locadoras foram a tábua de salvação das montadoras, porque precisavam renovar a frota.

Qual foi o tamanho dessa renovação?

Tínhamos uma frota com cerca de 1 milhão de veículos em 2020. Atingimos mais de 1,4 milhão em 2022. Isso correspondeu a 30,1% de participação das locadoras em relação ao total de carros licenciados no ano no Brasil. Uma representatividade expressiva.

Alguma razão específica para esse movimento das locadoras?

Precisamos reduzir a idade média da frota que está próxima de 23 meses. Temos que chegar perto do que era antes da pandemia, na faixa de 18 meses. Então temos um espaço grande de demanda de cota para renovação. E simultaneamente temos demanda para o crescimento da frota.

Qual o crescimento previsto para 2023?

Tenho falado com as montadoras que agora depende muito da vontade, da necessidade e da determinação estratégica de serem mais agressivas na política comercial de venda para as locadoras. Nos idos de 2019 havia uma política comercial ofensiva. Depois, com a falta de carro, as montadoras praticaram a lei do mercado: oferta e procura. A oferta era pequena e a procura, grande. Com isso, elas reduziram os descontos. Inclusive, não quiseram mais continuar vendendo em grande escala para as locadoras.

Mas neste ano haverá a continuidade, não?

O que eu posso dizer é que vamos manter a faixa acima dos 30% [de participação]. Em 2022, as locadoras adquiriram 590 mil veículos. Destes, 300 mil unidades foram para ampliação da frota e 290 mil para a renovação.

Além da política comercial das montadoras, o que irá determinar o volume de compras?

Vai depender muito da política econômica do novo governo. Porque existe demanda, e é grande. Prevíamos inicialmente 450 mil carros. Agora, se tivermos acomodação da economia, inflação menor, redução do custo do capital e política comercial mais adequada poderemos chegar perto de 600 mil, porque precisamos renovar rapidamente a frota e ao mesmo tempo temos demanda para ampliação.

Em volume financeiro chegaria a quanto?

Foram R\$ 55 bilhões em 2022, com ticket médio de R\$ 93 mil aproximadamente por carro. Se comprarmos 500 mil veículos, vamos investir de R\$ 45 bilhões a R\$ 50 bilhões. Se comprarmos 600 mil, iremos investir de R\$ 55 bilhões a R\$ 60 bilhões.

As locadoras enfrentam a concorrência das próprias fabricantes, que têm programas de locação. Como analisa essa tendência?

No ano passado, crescemos 17,8% no número de locadoras cuja atividade principal é locação de automóvel sem motorista. Temos crescimento mesmo sabendo que as montadoras estão entrando no negócio, a exemplo de alguns grandes grupos econômicos. Isso mostra a pujança do nosso mercado. Ainda assim, percebe-se que o número de micros, pequenas e médias locadoras vem crescendo. As montadoras estão atuando basicamente com o carro por assinatura, um espaço ainda pequeno dentro do negócio, mas com tendência de crescimento grande. Há espaço para todo mundo.

Existe concentração?

Temos menos de 50% do mercado na mão de três ou quatro locadoras. Nos Estados Unidos, 97% estão em seis empresas.

Há algum obstáculo para o segmento que seja típico da economia brasileira?

A legislação que cuida da questão ambiental e da segurança dos veículos exige a incorporação de ainda mais tecnologia, o que ocorre em etapas. Vamos chegar na L8 [Proconve L8], no ano que vem, com um aumento de custo. Então, temos aumento do preço do carro devido à legislação, um aumento do preço do carro devido ao au-

mento de custo por causa da inflação e ainda outro aumento do preço do carro devido à baixa produtividade da indústria, que, evidentemente, não consegue segurar os custos e tem que repassar.

O preço do carro é então o maior desafio?

O principal é o custo do capital, extremamente pesado por ser um negócio de capital intensivo. Ao mesmo tempo, o custo tributário. Tivemos uma arrecadação de tributos na compra de carros de R\$ 17,8 bilhões. E uma arrecadação na locação de

nomia mais estável. Precisamos ter uma política econômica que nos permita dar uma direção ao planejamento de médio e longo prazo. Hoje você acaba sem saber de fato o que vai acontecer no dia porque são muitas incertezas o tempo todo. A todo momento temos mudanças e isso preocupa muito, porque o investimento ocorre em função da vontade de se investir, do acreditar no País, do acreditar na economia. A vontade de investir está muito voltada para a segurança. Se você tem segurança, você investe.

"Nossas reivindicações passam por um custo de capital mais baixo e carga tributária mais justa, que seja incentivadora a um negócio de alto risco"



Segurança...

Segurança jurídica. Sempre digo o seguinte: uma vez assinado, o contrato foi feito para ser cumprido. Você pode ajustar evidentemente se houver um desequilíbrio. Mas sobre os demais pontos do contrato não tem o que discutir. Temos que cumprir. Mas como a legislação vem mudando com frequência e, inclusive, criando uma carga tributária adicional e um custo adicional para o negócio do aluguel de carros, isso nos preocupa muito.

Isso leva a uma gestão na base da incerteza?

Sim. Porque aumenta o

veículos de R\$ 4,7 bilhões. Outra preocupação da Abla é com relação à formação das pessoas, para atendermos à demanda. Tanto que estamos reformulando a Unifabla (Universidade Corporativa do Setor de Locação de Veículos) e fazendo um trabalho de formação.

Quais as reivindicações da Abla no âmbito do governo federal?

Passam por uma carga de custo do capital mais baixo, por uma carga tributária mais justa, mais adequada, que seja incentivadora para um negócio de alto risco e de grande capital investido e, também, por uma eco-

custo. E existe um limite de absorção. Veja o que aconteceu com a indústria automotiva. Ela segurou enquanto conseguiu, mas diante da improdutividade, mais o alto custo por causa da inflação dos componentes, teve de repassar. De 2019 a 2022, temos carro cujo preço subiu 100%. Ora, na indústria de locação, em que o carro é o único ativo, evidentemente teve aumento de preço. Então, quanto maior for o custo, seja tributário, seja financeiro, seja pela insegurança jurídica, seja pela tributação, o consumidor vai pagar essa conta. Em escala, isso segura e trava a economia de uma maneira geral. **✎**



AS MELHORES

DA DINHEIRO

2023

BRASILEIRAS

Vem aí o anuário **AS MELHORES DA DINHEIRO**, uma **Edição Especial** da revista **ISTOÉ DINHEIRO** que em 2023 chega à 20ª edição. Um reconhecimento aos êxitos das principais companhias que atuam no Brasil.

Cobrindo os setores mais relevantes da atividade empresarial do País, a publicação elege a **EMPRESA DO ANO** e as organizações que mais se destacaram em cinco dimensões: **Governança Corporativa, Inovação, Recursos Humanos, Responsabilidade Social e Sustentabilidade Financeira.**

A edição traz ainda o ranking das **Melhores Empresas** em cada setor. Os resultados são obtidos a partir das informações fornecidas por cada participante.

Para estar entre as melhores, basta acessar o site www.asmelhoresdadinheiro.com.br e seguir as instruções. Participe!

Inscrições abertas
www.asmelhoresdadinheiro.com.br



FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY
(1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY

ISTOÉ Dinheiro

DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
CELSO MASSON

TEXTOS

REDATOR-CHEFE: Edison Rossi
EDITORES: Ernani Fagundes, Hugo Cito, Lana Pinheiro
e Flávia Cristina
EDITOR-ASSISTENTE: Beto Silva
REPORTAGEM: Angelo Verotti, Anna França, Flávia Gianni, Jaqueline
Mendes, Lana Sant'Anna e Victor Marques

ARTE

DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Sara Spina
ILUSTRAÇÃO: Eduardo Rodrigues (Zehfel) e Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE

EDITOR EXECUTIVO: Ailton Seigman
WEB DESIGNERS: Airton Nascimento Souza e Thais Rodrigues

FOTOGRAFIA

Pesquisa: Sidinei Lopes
Arquivos: Eduardo A. Conceição Cruz

CT: Silvio Paulino e Wesley Rocha

APOIO ADMINISTRATIVO

Gerente: Maria Amélia Scarvalho Secretária: Terezinha Scarpargo
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LECTOR E LOGÍSTICA

Diretor: Edgardo A. Zabalá
Gerente Geral de Venda Avulsa e Logística: Yoko Lenie Tahar

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª
feira 10h às 18h20, sábado 9h às 12h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assin: www.assin3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE

Diretor nacional: Maurício Arêas
Secretária da diretoria de publicidade: Regina Oliveira
Diretora de marketing e projetos: Isabel Povinelli
Diretora Executiva: Andréa Pezzuto - Diretor de Arte: Pedro
Ciberto de Oliveira - Contatos: publicidade@istoed.com.br
ARACAJU - SE: Pedro Amargante - Gabinete de Mídia - Tel.: (79)
3245-4191 / 99978-8962 - BELEM - PA: Gilca Diocessano - Dandara
Representações - Tel.: (91) 3243-3367 / 49125-3751 - BELO
HORIZONTE - MG: Célia Maria de Oliveira - a Página Publicidade
Ltda. - Tel./Fax: (31) 3291-4259 / 99083-1763 - PORTALEZA - CE:
Leonardo Holanda - Negócios MPT Empresarial - Tel.: (33) 9632-
2367 / 3038-2038 - GOIÂNIA - GO: Paula Centuri de Faria - Centuri
Comunicação - Tel.: (62) 3624-5570 / (62) 99221-5575 -
PORTO ALEGRE - RS: Roberto Giamoni, Lucas Fortes - 100
Giamoni Comércio & Representações Ltda. - Tel./Fax: (51) 3388-7712/
99309-1626

Dinheiro (ISSN 1674-7643) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº1088, São Paulo-SP,
CEP 02067-100. Tel.: 3368-4200 - Fax de redação: 3368-4000.
Dinheiro não se responsabiliza por conteúdos enviados aos artigos assinados.
Comercialização e distribuição: Três Editora de Publicações Ltda.,
Rua William Speers, 1232 - São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: TRAVESTY Editora e Gráfica Ltda.,
Rua Osasco, 8066 - Guarulhos, CEP 07500-000 - Cajamar - SP



CARTAS, E-MAILS E REDES SOCIAIS

REPORTAGEM DE CAPA

O Futuro da Michelin muito além dos pneus

Tradição e inovação andando juntas.

Flávio Monteiro

Sensacional! Parabéns!

Carlos Gomes Cruz

A empresa que se reinventa e sempre encontra novos espaços.

Anderson Nascimento

Lula, o andarilho

Estadista faz assim.

Kleber Silva

Ele tem muita coisa a resolver por aqui.

Alê Oliveira

"Não se fala mais em corte de gastos do governo. Esse é o primeiro passo que deve voltar à agenda"

Entrevista com João Galassi
Corta os subsídios do agro. Liberal gosta de corte na conta dos outros.

Rafael Servantes

Tem que ter coragem para cortar gastos. Lula precisa enfrentar esse fantasma.

Marcela Franca

Falta também taxar grandes fortunas. Acabar com o rentismo e taxar bens de luxo. Ai o empresário chora, né?

Fernanda Melo Santos

Porque ninguém derruba a inflação?

Porque o Copom não quer.

Julia Lemos

Reino Unido mira o Brasil

Welcome to the jungle, Lula.

Denis Peterson Nunes

Depois do Brexit, vão precisar arranjar novos parceiros.

Suzana Lea



Há potencial dos dois lados. Espero que empresas e governos saibam aproveitar.

Francisco M. S.

Europa fecha o cerco contra o desmatamento

Países desenvolvidos querem controlar os subdesenvolvidos.

Wesley Rossi

Eles são a favor do reflorestamento da Europa?

Sidinei Lajos

Um gigante discreto

Parabenizo o grupo Mateus e cases assim me motivam a continuar lutando.

Pedro Canedo

De Balsas para o Brasil. Parabéns.

Edmar Rocha Jr.

Precisam ficar atentos aos direitos trabalhistas! Estão vacilando com os funcionários.

Isaías Nunes

Uma saída para a saída que todos conhecem

Exatamente! Incrível como sempre.

Vanessa Falsi

Fale conosco

Cartas para esta seção, com endereço, RG e telefone, devem ser remetidas para: Diretor de Redação, ISTOÉ DINHEIRO, R. William Speers, 1088, Lapa, São Paulo - SP, CEP 05065-011. Acesse o portal istoeddinheiro.com.br e comente os conteúdos nas páginas da ISTOÉ DINHEIRO nas redes sociais. Facebook: @istoeddinheiro; Instagram: @istoeddinheiro; Twitter: @istoeddinheiro; LinkedIn: ISTOÉ Dinheiro. Mensagens poderão ser editadas em razão de seu tamanho ou clareza.



CASHBACK OU RECOMPENSAS: SUA EMPRESA SABE QUAL ESCOLHER?



O cashback (dinheiro de volta, em português) consiste em um programa de recompensa ao consumidor, em que é possível ter de volta uma parcela do dinheiro investido em um produto ou serviço.

Além desse retorno, muitos programas de cashback contam com parceiros, permitindo que você compre algo (combustível, uso em aplicativos de comida, etc) com a quantidade acumulada do "dinheiro de volta". Mas isso também pode levar um tempo, ou seja, pode demorar para seu cliente sentir que "recuperou algo".

Para usar esses programas, é necessário se cadastrar em uma plataforma específica ou fazer download de aplicativos. Depois, basta fazer a compra do produto em um site parceiro e, antes de finalizar a aquisição, é só ativar a opção do cashback. O retorno do dinheiro pode variar em diferentes porcentagens.

Após a finalização, a loja parceira tem um prazo para avisar o intermediário sobre a compra, para que o dinheiro volte ao cliente ou fique disponível em forma de descontos, vouchers e cupons.

É bem comum que haja confusão entre ações de cashback e estratégias de marketing de recompensas. De fato, ambas têm semelhanças, como a oferta de uma experiência única de compra ao cliente. Porém, o marketing de recompensas trabalha com a oferta de algo diferenciado ao cliente no valor da compra, sem necessariamente requisitar um cadastro.

Além do mais, os programas de cashback tomam as relações entre marca e público puramente transacionais, tendo um impacto relativamente baixo no reconhecimento da sua organização. Por outro lado, o marketing de recompensas oferece opções personalizadas ao cliente, aproximando a sua empresa dos valores e necessidade de cada comprador, proporcionando a eles viagens, idas ao cinema e até assinaturas de streaming.

As recompensas instantâneas têm alguns pontos mais vantajosos, como a aproximação da marca com o cliente, sendo uma ótima estratégia para aumentar a conversão de leads (potenciais clientes).

Segundo uma pesquisa realizada pela SmarterHQ, cerca de 90% dos consumidores estão dispostos a oferecer seus dados de comportamento de compra, em troca de benefícios adicionais para melhorar a experiência de compra.

Conheça algumas ações do marketing de recompensas:

GRATIFICAÇÃO INSTANTÂNEA

As gratificações instantâneas são brindes que os clientes recebem na hora, após realizar alguma ação (compra de produto, cadastro em plataforma, etc.). Muitas empresas investem em brindes como infoprodutos, ou seja, trocam conteúdos de qualidade por dados de comportamento do consumidor. Assim, é possível realizar uma pesquisa de mercado mais assertiva.

CONEXÃO EMOCIONAL

O marketing de recompensas é capaz de gerar uma conexão emocional com os seus clientes, pois se sentem especiais e vão lembrar da sua marca sempre. Como efeito, além de aumentar as taxas de conversão, você também conquista a fidelização do público e maior índice de vendas.

MAIOR RETORNO DE VALOR

O maior retorno de valor depende fundamentalmente de boas estratégias de marketing. Com a oferta de recompensas instantâneas, muitos consumidores se sentem especiais, próximos da marca e não se importam tanto com o preço (ao contrário, eles dão importância à experiência de compra).

MAIOR ENGAJAMENTO DO PÚBLICO

Outro resultado positivo do marketing de recompensas em comparação aos programas de cashback é o maior engajamento do público. Isso porque as pessoas passam a ver a sua marca com mais carinho e afetividade quando recebem uma recompensa, especialmente se ela for instantânea.

RETENÇÃO DE CLIENTES

A retenção de clientes também aparece como uma vantagem competitiva do marketing de recompensas em relação aos programas de cashback. Muito disso deve-se à curiosidade do público em relação às recompensas instantâneas e porque o consumidor se sente valorizado pela marca.



ifoodCard CARTÃO-PRESENTE
FOOD

primepass INGRESSOS DE CINEMA
EM REDES CREDENCIADAS

NETSHOES CRÉDITOS PARA
COMPRA NO SITE

Faça parte dos maiores programas de relacionamento do Brasil.

Divulgue as suas ofertas com a Minu para milhões de pessoas.

ALIMENTOS EM EXTINÇÃO

Desmatamento, incêndios e extração sem controle estão provocando o extermínio de espécies de fauna, flora e, conseqüentemente, de alimentos — muitos deles somente conhecidos por povos originários da região. Sua extinção, portanto, leva consigo um pedaço da cultura e da história da qual fazem parte antes mesmo de chegarem à mesa de parcelas mais generosas da população. Para tentar preservar, ou ao menos registrar esses alimentos, o ativista alimentar italiano Carlos Petrini fundou o Slow Food, uma

associação enogastronômica com o objetivo de defender e apoiar a boa comida, o prazer da mesa e um ritmo de vida mais lento. Uma das maneiras encontradas foi a criação de um mapa interativo e colaborativo com exemplos de frutas, castanhas, hortaliças e mesmo pratos tradicionais que correm risco de desaparecer. Batizado de **Arca do Gosto**, o projeto já tem mais de **6 mil alimentos em risco de extinção em 151 países**. Do total, cerca de 130 são brasileiros. No infográfico, alguns exemplos.

6 MIL alimentos estão em risco de extinção no mundo



130 são brasileiros

Nome popular:
grandalilla doce ou maracujá doce
Nome científico:
Passiflora edulis Sims var. edulis
Vitaminas: A, C, E, K



Nome popular:
guaporiti ou baporeti
Nome científico:
Myrciaria rivularis
Vitamina: C



Nome popular:
abiu, abiurana
Nome científico:
Pouteria calmito
Vitaminas:
B1, B2, B5 e C minerais



Nome popular:
cacau-de-várzea do Amazonas
Nome científico:
Theobroma cacao L.
Vitamina: B2



BRASIL VISTO
Nome popular:
abricó da Amazônia
Nome científico:
Mammea americana
Vitamina: A



Nome popular:
bertalha-manteiga
Nome científico:
Anredera marginata
Vitaminas: A, C, cálcio e ferro



Nome popular:
juá-poca
Nome científico:
Physalis angulata
Vitamina: B1



Nome popular:
pimentão cumari do Pará
Nome científico:
Capsicum baccatum
Vitaminas: A, C e E





FERRAMENTA

PLATAFORMA DE MEDIÇÃO DE CARBONO

Com longa tradição em trabalhos de conservação e uso sustentável dos recursos naturais, o Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imafloresta) passa a usar seu conhecimento para ajudar na mensuração das emissões de gases de efeito estufa (GEE) com o lançamento do Carbon On Track Restauração. A ferramenta, disse **Marina Platto**, diretora-executiva da entidade, "é uma plataforma de monitoramento a distância voltada à gestão do carbono em propriedades agrícolas e áreas florestais restauradas." Nos dashboards do sistema ainda será possível verificar outros critérios socioambientais como recursos hídricos, diversidade de espécies e regeneração natural na área mapeada.

Escravidão Os 135 anos da abolição



Raphael Vicente, diretor-geral da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial

Um dos últimos países a abolir a escravidão, o Brasil rememora os 135 anos da abolição da escravidão no dia 13 de maio de 2023. Naquela data, encerrava-se formalmente um triste e longo capítulo da história brasileira, mas o estigma da escravidão e o racismo continuariam como elementos-chave para a estruturação da sociedade brasileira pós-escravidão. Nesses 135 anos caminhamos muito, mas, infelizmente, ainda estamos distantes do ideal.

Ainda assim, é importante pontuar que nesse caminho bons projetos estão sendo pensados; novos modelos, elaborados e executados. Muitos, tão bons que podem servir de inspiração. Assim, a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial realiza, no dia 12 de maio de 2023, a 2ª edição do Reconhecimento das Melhores Práticas de Diversidade, uma ação que pretende dar visibilidade às práticas antirracistas e de promoção da diversidade que tiveram impacto significativo e resultados relevantes de transformação. Este ano o evento será realizado na Amcham, a partir das 9h. Participe e seja parte dessa transformação.

Conteúdo produzido em parceria com a



"A HUMANIDADE TEM UM GRANDE RESPEITO POR BIBLIOTECAS DE SUAS OBRAS. HÁ VÁRIOS MOTIVOS PARA TRATAR A BIBLIOTECA VIVA DA NATUREZA COM O MESMO RESPEITO E CUIDADO"



MODA

O AFRICAN FASHION WEEK É AQUI

Em sua 13ª edição, o African Fashion Week desembarca pela primeira vez no Brasil. "Acessível, diverso e sustentável são valores que constituem os pilares da African Fashion Week Brasil", disse **Silvana Saraiva**, presidente do Instituto Feafro. O tema será os 135 passos da diáspora africana, em referência aos 135 anos da promulgação da Lei Áurea no País. O evento gratuito acontecerá de 25 à 27 de maio, no Expo Center Norte, na cidade de São Paulo.

1.236 multas

por desmatamento e outras infrações contra a flora na Amazônia foram registradas pelo Ibama no primeiro trimestre do ano. O volume, segundo a entidade, representa aumento de 219% em relação à média do mesmo período nos quatro anos anteriores.

DIVERSIDADE

NEM NA PUBLICIDADE, NEM NAS AGÊNCIAS

Ainda que de alguns anos para cá tenha crescido o esforço para incluir grupos minorizados na publicidade, o caminho para uma representatividade justa está longe do ideal. E o que aparece nos anúncios é um reflexo do perfil das lideranças do setor. Segundo o estudo *Publicidade Inclusiva: Censo de Diversidade das Agências Brasileiras* — Observatório da Diversidade na Propaganda 2023, realizado pela Gestão Kairós, os gestores da comunicação no Brasil são em sua maioria homens (50,2%) e brancos (88%). Do total, somente 16,2% se declaram LGTB e apenas 0,7% são PC.D.

— Observatório da Diversidade na Propaganda 2023, realizado pela Gestão Kairós, os gestores da comunicação no Brasil são em sua maioria homens (50,2%) e brancos (88%). Do total, somente 16,2% se declaram LGTB e apenas 0,7% são PC.D.



THOMAS LOVEJOY
BIÓLOGO AMERICANO ESPECIALIZADO EM BILOGIA TROPICAL (1941-2021)



Construção modular otimiza a produção e reduz impactos ambientais na construção civil

A construção modular – sistema em que as estruturas são fabricadas em um ambiente controlado, dentro de uma fábrica em escala industrial e, depois, transportadas e montadas em local definitivo – vem ganhando espaço na construção civil em todo o mundo. De olho nesse mercado em franca expansão, a ArcelorMittal, líder em aços no Brasil, anunciou investimento na construtech Modularis Offsite Building. O aporte, realizado por meio do fundo de gestão Açolab Ventures, potencializa o plano de crescimento da Modularis, que tem planta industrial em Itupeva, no interior de São Paulo, e mais de 12 anos de atuação no mercado brasileiro.

Os investimentos serão direcionados para a inauguração de uma segunda fábrica em 2023, que vai viabilizar projetos residenciais e hoteleiros em negocia-

“O protótipo que desenvolvemos comprova que é possível alcançar níveis de exigência e conforto com eficiência, velocidade e escala que só a construção modular é capaz de entregar”

Paulo Salvador, CEO da Modularis

ção. Eles também irão para as áreas de pesquisa e inovação, contribuindo para a popularização desse sistema construtivo no Brasil. A construção modular permite entregar obras definitivas pela metade do tempo, com mais qualidade e menor impacto ambiental, resultando em menos desperdícios, controle de custos e alta produtividade no canteiro.

A técnica está relacionada a quatro

sistemas construtivos: o aço estrutural, o concreto armado pré-fabricado, os sistemas híbridos, que combinam aço e concreto, e a madeira engenheirada. “O investimento na Modularis, quarto realizado pelo fundo Açolab Ventures, está alinhado à nossa tese de fortalecer o ecossistema da construção no Brasil, por meio de soluções inovadoras e que agreguem valor para os nossos clientes e para a estratégia da ArcelorMittal”, conta Rodrigo Carazolli, gerente-geral de Inovação, Novos Negócios e Açolab Ventures da ArcelorMittal.

A parceria entre a ArcelorMittal e a Modularis Offsite Building foi iniciada um ano e meio antes do anúncio do aporte, por meio de um acordo de cooperação técnica e comercial para desenvolvimento de processos e aplicações industrializadas no segmento residencial e de hospitality. “No que diz respeito ao segmento residencial, o protótipo que desenvolvemos em Itupeva comprova fisicamente que é possível alcançar níveis de exigência e conforto de hotéis, residências e apartamentos de alto padrão com a eficiência, a velocidade e a escala que só a construção modular é capaz de entregar. A concepção é fruto de centenas de horas de estudo, experimentação e projetos de engenharia da nossa empresa em conjunto com o time de engenharia e produtos da ArcelorMittal”, explica Paulo Salvador, CEO da Modularis.

Outro atributo importante, é a sustentabilidade, já que neste tipo de construção praticamente não há desperdício de matérias-primas e de insumos. “Nossos projetos e investimentos visam alavancar materiais inovadores, pesquisas sobre produtividade e soluções com melhor desempenho técnico, econômico e socioambiental. A principal missão é gerar resultados sólidos para todo o ecossistema da construção industrializada, incluindo os ambientes colaborativos e associações represen-



tativas em que estamos inseridos”, segundo Antonio Paulo Pereira Filho, Gerente de Inovação e Desenvolvimento de Produtos para Construção Civil da ArcelorMittal.

Desafios e gargalos para o desenvolvimento do setor

A construção modular vem sendo objeto de estudos, iniciativas e novos investimentos no Brasil e no mundo. Só entre 2020 e 2021, a ArcelorMittal registrou um acréscimo de quase três vezes das vendas direcionadas para o sistema construtivo modular. “Estamos atuando com proatividade e protagonismo em ações para estimular as expectativas e o crescimento do setor”, explica Antônio Paulo Pereira Filho.

Para que o setor avance, é necessária a colaboração de toda a cadeia. “A economia da solução pode ser resultado do desenvolvimento de produtos com propriedade mecânica superior, do uso de elementos com alguma geometria específica ou mesmo da utilização de produtos com maior taxa de serviço agregado”, de acordo com Pereira Filho.

Mercado em franca expansão no Brasil

A ArcelorMittal tem se estruturado para elevar ainda mais o patamar de atendimento ao cliente, de acordo com suas necessidades e expectativas. No âmbito da construção civil, por exemplo, vem trabalhando no desen-

“O investimento realizado, em 2022, por meio do Açolab Ventures, é uma evolução dessa parceria e permitirá o aproveitamento de sinergias de negócios, gestão e governança com foco no crescimento”

Roberto Carminelli,
da Inovação, Inovação Negócios
e Açolab Ventures da ArcelorMittal Aços Longos

volvimento de produtos inovadores e soluções construtivas que tragam ganhos ambientais e financeiros para o mercado. Ações que revelam uma maneira diferente de encarar o negócio, com a lógica de racionalizar, ou seja, vender melhor, pensando na aplicação dos produtos e na análise de cada obra com o foco do cliente.

Um exemplo, é o ArcelorMittal 50 S – AR (CA50/S AR), primeiro vergalhão de alta resistência do mercado brasileiro, lançado em 2021 em parceria com o Centro de Inovação em Construção Sustentável (CICS), da USP, a partir do convênio Cátedra Construindo o Amanhã da ArcelorMittal com a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (Poli-USP). Um produto com resistência mecânica superior, cerca de 40% maior quando comparado com o CA50 padrão e que, em algumas aplicações, permite reduções de custos de 10% a 15%.

Já em 2022, o principal lançamento foi o Vergalhão ArcelorMittal 50 S XCarb®, produzido a partir de 100% matéria-prima metálica reciclada (sucata) e 100% de energia renovável, o produto ecoeficiente reduz as emissões de CO2 em mais de 60% comparado com o vergalhão padrão da empresa. Outra frente que atua diretamente na busca por soluções construtivas mais sustentáveis e eficientes, é o emprego da metodologia Stelligence®, que analisa projetos básicos, compara possibilidades construtivas e propõe soluções mais competentes, indicando oportunidades de ganhos financeiros, ambientais e sociais.

O Stelligence® traz benefícios como menor prazo de execução, maior controle da qualidade e redução no percentual de perdas, comparando os principais métodos construtivos do mercado com as soluções de produtos e serviços agregados da ArcelorMittal, considerando todas as etapas construtivas. ■



Foto: divulgação

A LUTA CERTA DA FORMA ERRADA

Paula CRISTINA



Discutir a regulação da internet é uma necessidade mundial, mas a forma atabalhoada e caótica como o Parlamento tende a mover discussões pode ser um tiro no pé que prejudica todo mundo



Todo grande marco nas relações sociais precisa vir acompanhado de normas e diretrizes que ditem suas regras. E quem comprova isso é a história. É na revolução industrial que as primeiras noções do direito do trabalho e do consumidor surgem na Europa. No século 15 o surgimento da prensa exigiu a construção de diretrizes para nortear como a nova ferramenta seria usada. Agora, com furacão da internet guiando boa parte das relações humanas, é natural (e mundial) a necessidade de impor limites e traçar caminhos de uso. Mas essa não é uma discussão simples e o Parlamento brasileiro (que versa desde a criação da capital do boné até bitributação em exportações), transformou o espaço para o diálogo sobre os limites da internet e das gigantes tecnológicas donas das plataformas em um grande (e virtual) espetáculo. Há muita coisa importante no Projeto de Lei 2.630, mas tudo isso se perde numa inócua briga do bem contra o mal, uma forte pressão empresarial dos dois lados da corda e uma grande probabilidade de, independentemente de quem vencer essa queda de braço, todo mundo sair perdendo.

Essa conclusão começa na semântica. Chamar o projeto de PL das Fake News é tão exato quanto chamar a reforma trabalhista de PEC do Regime Intermitente. Há muito mais no PL do que sugere esse nome criado pela imprensa e adotado pelo governo e pela oposição. Para se ter uma ideia, o texto apresentado pelo deputado Orlando Silva (PCdoB de SP) tem pelo menos nove diretrizes e nenhuma delas usa o termo Fake News em sua exposição primária. São discussões sobre relatórios de transparência das grandes empresas de tecnologia (como Alphabet-Google, Meta, Twitter, Telegram, TikTok), proteção de crianças e adolescentes, direitos autorais, aplicação de decisões judiciais, imunidade parlamentar, uso de robô, impulsionamento de conteúdo, remuneração de veículos jornalísticos e combate à desinformação. Nesse bolo de interesses só sobram antagonistas. A oposição ladra. O governo reage. Ou vice-versa. As big tech de um lado, a mídia de outro.

Mas no mundo ideal isso não seria necessário porque vários pontos tratados pelo PL 2.360 poderiam ser revisitados de outras formas. Os relatórios de transparência, aplicação de decisões judiciais, impulsionamento de conteúdo e uso de robôs, por exemplo, já ferem ou poderiam ser adaptados no Marco Civil da Internet, que trata diretamente sobre segurança, privacidade e neutralidade de rede. Raphael de Matos Cardoso, especialista em proteção de dados e sócio do Marzagão e Balaró Advogados, explica que até a polêmica envolvendo o conteúdo contrário ao PL que o Google fixou em sua página inicial já poderia

ser resolvido assim. Micaela Ribeiro, advogada da área de direito digital e proteção de dados do Medina Guimarães Advogados, concorda. "A prática abusiva do conteúdo viola tanto o Código do Direito do Consumidor quanto os artigos 3º, IV e 9º do Marco Civil, que trata da neutralidade da rede", disse.

OUTRAS PRÁTICAS A questão da proteção das crianças e adolescentes à exposição de discursos de ódio e conteúdo abusivo entra no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) por meio de uma modificação e adaptação no artigo 4, que trata sobre essa prática no âmbito físico. Jaqueline Flor, representante brasileira no Fórum Mundial pela Liberdade Infantil, da ONU, afirma que o ECA é uma referência mundial. "Ele só precisa ser adaptado aos novos tempos", disse.

Há ainda a parte que trata dos direitos autorais e a remuneração de veículos jornalísticos que tenham seu conteúdo publicado em sites e redes sociais. Nesse caso, o assunto seria parte da Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610, de 1998), mas que precisaria ser refeita. Desenhada antes da internet, a lei passa longe de ser adaptável aos tempos atuais e exige ampla negociação. Segundo o professor de tecnologias e comunicação digital da Universidade de Yale, Arman Cohan, os três pilares (imprensa, big tech e produtor de conteúdo digital) precisam olhar para a mesma direção. Em sua palestra no Fórum Econômico Mundial de 2022 ele afirmou que nenhum país no mundo achou a equação exata, mas ela não acontece sem "a mediação do governo, o diálogo entre as partes e uma lei que defina direitos e deveres de quem produz, quem divulga e quem consome". De acordo com ele, firmando este novo pacto, o ideal seria que se criassem gatilhos temporais para que todas as medidas decididas sejam revistas e adaptadas com o tempo, já que o ambiente digital vai se expandindo.

A imunidade parlamentar, enfiada dentro do projeto como algo menos importante, já integra o artigo 35 da Constituição Federal e poderia ser levada ao Supremo Tribunal Federal para criar-se um entendimento definitivo de quais os limites da liberdade de expressão de um político no ambiente digital. O mesmo vale para a propagação de notícias falsas, que são tratadas no artigo 287 A da Carta Magna e pode ser levada para a Corte deliberar sobre responsabilização em casos virtuais.

Esses são quatro caminhos diferentes (e poderiam ser tantos outros) para enfrentar de modo inteligente, duradouro e sem espetáculo um problema que é real, é grave, afeta diretamente a vida das pessoas e precisa ser regulado para que se possa montar um novo pacto social que acomode mais essa revolução na sociedade. **ES**

A DISPUTA DO JURO NEUTRO

Ao manter a taxa em 13,75%, Banco Central deixa claro que o governo precisa acordar e provar que é capaz de sustentar as próprias aventuras

Jaqueline MENDES

Juros altos ou baixos e seus efeitos sobre a economia já são mais do que conhecidos por economistas e sentido no bolso pelos brasileiros, mas nos últimos dias uma nova expressão ganhou os holofotes no cenário macroeconômico: juro neutro. O termo, que define qual seria o patamar em que a Selic não seria capaz de contrair ou expandir a economia, tem acirrado um novo debate. Enquanto o Banco Central avalia que o juro neutro no Brasil é de 4%, há quem defenda algo próximo a 0%, como em países desenvolvidos, ou em torno de 6% e 8%, para que a taxa não aqueça demais o consumo e nem baixe a guarda para a inflação.

Embora a chegada nesse número mágico pareça música para o governo, o fato é que estamos distantes dele. E por muitos motivos. Na avaliação do ex-ministro da Fazenda Gustavo Franco, ainda que não estejamos perto da neutralidade, tanto o patamar atual (13,75%) quanto aquele próximo de 2% do final do governo Michel Temer não são bons nem para expandir, nem para contrair a economia brasileira.



“Se a gente quer convergir para alguma taxa mais próxima da neutralidade já aviso que ela não está nem em um extremo, nem em outro”, disse, durante evento realizado pelo Instituto Millenium em São Paulo na terça-feira (2), um dia antes da reunião do Comitê de Política Monetária (Copom), do Banco Central, que manteve a taxa. “A Selic vai seguramente convergir para um patamar próximo do juro neutro, que eu não sei onde é. E se algum economista disser que sabe onde está o juro neutro, vai forçar um pouco a barra”, disse Franco, que também é sócio da gestora Rio Bravo.

Embora não se arrisquem em cravar números, o tal juro neutro precisa estar muito mais próximo de 0% do que flutuando na casa de dois dígitos, segundo a economista Ana Debiasi, CEO da Leonora Ventures. “Sem tempo de exceção, o patamar de juro neutro seria o mesmo dos países de primeiro mundo, próximo a 0%, mas só em economias estáveis onde o estímulo é pleno”, afirmou. O que, definitivamente, não é o caso da economia do Brasil.



Por aqui uma fala do presidente, uma decisão do Congresso, uma empresa varejista de grande porte que quebra já é mais do que o suficiente para bagunçar a casa. E tudo isso acontece, segundo Ana, porque nossas premissas de controle e segurança não são tão estáveis quanto se espera de um país que quer neutralidade. “Primeiro o governo precisa provar que pode controlar os gastos públicos”, disse. Esse hábito de jogar a culpa no Banco Central, que tem sido o tom do presidente Lula para explicar a economia ainda arrefecida, se tornou um alibi para que o governo coloque a própria responsabilidade nas costas apenas do mercado financeiro e do Banco Central. “E nesse aspecto eu acho que Campos Neto está certíssimo em manter os juros.”

E se ninguém hoje no Brasil é capaz de calcular exatamente qual seria o juro neutro ideal, há algumas figurinhas carimbadas do governo que podem elevar esse patamar hipotético. Aloisio Mercadante, presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), revelou que vai intensificar a política de empréstimos com juros subsidiados. Se esse plano sair do papel, a taxa de juros neutros do Brasil poderia subir em dois pontos percentuais. Segundo o ex-diretor de política econômica do BNDES e atual chefe da área de macroeconomia da ASA Investments, Fabio Kanczuk, cada alta de 1% do PIB nas concessões de crédito pelo banco de fomento eleva em 1,5 ponto percentual na taxa neutra de juros. A lógica é simples: se o BNDES dá crédito subsidiado em uma ponta, o BC tem de fazer mais esforço na outra ponta para reduzir a demanda. É como se o governo tivesse tirado do armário a discussão do juro neutro, mas ele mesmo trabalhasse para que esse patamar ficasse cada vez mais alto.

E se a discussão do juro neutro resulta em um diálogo equivalente ao sexo dos anjos a culpa é do próprio Brasil. Para Paulo Henrique Duarte, economista da Valor Investimentos, a taxa só é etérea nessa proporção pela frustração das expectativas e dos conflitos entre a política econômica, delimitada por Lula e Fernando Haddad, e a política monetária, de Campos Neto. “É bem difícil estimar o juro neutro real com as oscilações atuais da inflação”, disse. O economista Maurício Takahashi, professor de Finanças, Economia e Métodos Quantitativos na Universidade Presbiteriana Mackenzie, explica que tatear qualquer número para o juro neutro, na atual situação do Brasil, é caminhar por um terreno pantanoso, já que nem o governo nem o Banco Central parecem realmente interessados em perseguir essa cifra. “O recado que está posto hoje é que não adianta o BC fazer aperto monetário de um lado e governo irrigar a economia de outro. Assim não caminhamos.” Neutralidade (no Brasil de hoje) seria perseguir para valer a estabilidade, previsibilidade e credibilidade tão defendidas por Lula na campanha, mas que ainda parecem não ter convencido Campos Neto de que existam. **ES**



Se a gente quer convergir para alguma taxa mais neutra já aviso que ela não está nem em um extremo nem no outro”

GUSTAVO FRANCO
EX-MINISTRO
DA FAZENDA



VOCÊ TERÁ TRABALHO?

Relatório do Fórum Econômico Mundial mostra que 83 milhões de empregos devem desaparecer em cinco anos, mas a tecnologia e a transição verde podem agregar 69 milhões de novas ocupações

Flávia GIANINI

BRASIL REVISTAS

Sem carro voador, ou robô doméstico como a Rosie, do famoso desenho da década de 1960, Os Jetsons, à vista. O futuro imaginado por décadas no cinema está se mostrando menos tecnológico na aparência e mais apocalíptico nas previsões. O relatório *O Futuro do Trabalho 2023* aponta que em cinco anos 83 milhões empregos devem desaparecer do mercado, enquanto 69 milhões devem ser criados. Uma redução de 14 milhões, ou 2% do volume atual. Elaborado com dados de 673 milhões de vagas no mundo, o resultado evidencia o tamanho do desafio para os governos formularem suas políticas, para as empresas que dependem de mão de obra qualificada e para o profissional que lidará com a perspectiva de profunda modificação de uma em cada quatro ocupações.

As perspectivas positivas para o futuro do emprego se concentram em áreas que envolvem Inteligência Artificial (AI), sustentabilidade, inteligência de negócios e segurança da informação. Também have-



rá, à medida que as economias adotem energia limpa, um aumento na busca por arquitetos e agrimensores, engenheiros de energia renovável e engenheiros de instalação e sistema de energia solar. Mas quando olhamos para o volume de vagas, o maior crescimento é esperado em educação, agricultura e comércio digital. As mudanças são impulsionadas por avanços tecnológicos como o ChatGPT e big data, transformações nas cadeias de suprimentos, mudanças dos consumidores e pela transição verde, onde o Brasil se destaca.

As perspectivas fazem parte da 4ª edição do relatório elaborado pelo Fórum Econômico Mundial com informações de 45 países. No Brasil, foi feito em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC). O levantamento considerou ainda dados estatísticos fornecidos pelo LinkedIn, pela plataforma Coursera e por uma pesquisa de opinião com 803 empresas de 27 diferentes setores que, juntas, são responsáveis por mais de 11 milhões de postos de trabalho. Com base em organizações que participaram da pesquisa, os cargos mais almejados no País incluem analistas e cientistas de dados (31%), profissionais de desenvolvimento de negócios (25%), gerentes de operações e advogados (13% cada).

Os empregadores estimam que 44% das habilidades dos trabalhadores serão alteradas nos próximos cinco anos e que 60% da atual força de trabalho irá demandar treinamento antes de 2027. Contudo, a expectativa é de que apenas metade terá acesso a um treinamento adequado. Mas para superar a escassez de mão de obra, não bastará apenas ajustar currículos escolares e investir na qualificação profissional. O desafio maior está na necessidade de que quase todos os postos exigem um trabalhador dotado de flexibilidade, criatividade e pensamento analítico. “Ser motorista de trator habilitado não garante mais o emprego. É preciso que o profissional saiba usar computador, operar sistemas de monitoramento por satélite e programar máquinas”, afirmou o professor da FDC e responsável pelo relatório no País, Carlos Arruda.

TURNOVER Some ao desafio que as companhias têm de investir em treinamento, o outro complementar: o de reter o funcionário. A rotatividade geral esperada nos próximos cinco anos no Brasil é de 21%. Entre as empresas pesquisadas, 80% planejam investir no capital humano, em automação de processos e para aumentar a produtividade de sua força de trabalho via satisfação profissional e melhoria das habilidades. Entre os funcionários 83% e 71% priorizam flexibilidade no horário e local de trabalho, respectivamente, e 33% não se veem na empresa em que trabalham nos próximos dois anos.

Apesar das mudanças estruturais, o trabalhador não precisa se desesperar. Na área de marketing, por exemplo, uma das mais impactadas pela automatização, o uso massivo de inteligência artificial vai tornar a função ainda mais estratégica. Chris Kneeland, CEO da Cult Collective, empresa de engajamento da América do Norte e com passagens na John Deere e da The Home Depot, explica a lógica dos tempos atuais. “Se eu costumo programar 100 ads (anúncios digitais), com inteligência artificial, eu poderei fazer mil, mas isso sobrecarregará a atenção do consumidor”,. Isso significa que, nas palavras dele, “haverá um grande impulso para os profissionais de mkt voltar a serem criadores de valor e não operadores de mídia”, disse.

Ou seja, ainda que a inteligência artificial entre na disputa por vagas, o bom e velho humano tomador de decisão e pessoas guiadas pelo bom senso continuarão relevantes. E isso valerá até naquele futuro desenhado pelos Jetsons na década de 1960. **ES**





REFAZENDO CONEXÕES

Governo Lula reabre diálogo com a África e quer entrar nas áreas de construção, serviços e comércio

Paula CRISTINA

O encontro em Brasília do presidente Lula com o primeiro-ministro de Cabo Verde, José Ulisses Correia e Silva, na terça-feira (2), teve toda pompa do rito solene de evento com líderes de Estado, mas com uma quebra de protocolo que evidenciou a forma como o Brasil quer se colocar nesta nova fase de relação com os países africanos. Durante a caminhada dos dois no Palácio do Itamaraty, antes da foto oficial de praxe, uma criança de pele preta acenou e gritou: "Lula, Lula, ele [apontando para José Ulisses] também é Silva!" Lula sorri, acena de

volta e completa. "Somos família. Assim tratamos os irmãos africanos agora." A descrição deste episódio foi dada por Correia e Silva à DINHEIRO, que definiu o encontro como o início de uma jornada promissora com povos separados pelo mar, mas unidos pela história.

E à parte toda a temática ideológica na reaproximação, o fato é que o reencontro entre Brasil e países africanos é mais do que mero episódio de união cultural ou compensação histórica. Envolve dinheiro. A África tem 1,4 bilhão de habitantes, 17,5% da população mundial. Mesmo assim, responde por



NA MIRA

Desenvolvimento de infraestrutura para tecnologia é uma das áreas que o governo Lula quer para empresas brasileiras

apenas 3% do comércio mundial, segundo dados da Organização Mundial do Comércio (OMC). Qual a forma de ler esse quadro? Como espaço para muito crescimento nos próximos anos, segundo a nigeriana Ngozi Okonjo-Iweala, que ano passado foi nomeada diretora-geral da OMC. O plano, de acordo com ela, é que o volume de negócios envolvendo os 54 países do continente triplice nos próximos anos. O primeiro passo é abrir a região para novos acordos econômicos e investir na aproximação de nações e empresas que encurtem caminhos. "Precisamos superar os desafios que se colocam à zona de livre comércio continental, como a falta de infraestrutura, baixa digitalização e alta burocracia", disse ela em evento da OMC no começo do mês.

E essa é a deixa de que o presidente Lula precisava para justificar a intenção de melhorar os laços e fazer parte da construção desse novo mercado consumidor. Em 2022 (dados consolidados de janeiro a outubro), o comércio Brasil e África movimentou US\$ 17,2 bilhões, valor aquecido pela lateralização das relações promovidas pelo governo de Jair Bolsonaro — o ex-presidente não viajou aos países africanos nenhuma vez durante sua gestão. Lula, por sua vez, já anunciou que fará ao menos duas viagens, ainda em 2023, para os países africanos. "Queremos reativar o comércio, a parceria e a troca", disse o petista.

Para o ministro da Agricultura e Ambiente de Cabo Verde, Gilberto Silva, o Brasil pode começar ajudando a abrir infraestrutura marítima para escoamento de pescado, além de parceria para estímulo da produção agrícola. "Negociamos o uso da expertise das empresas brasileiras no desenvolvimento de soluções para combater pragas no campo", disse. Hoje os países africanos compram, majoritariamente, açúcar, milho, carne bovina e carne de aves do Brasil, que por sua vez importa óleo bruto de petróleo, adubo e fertilizantes químicos da África.

FUTURO Além de garantir que visitará Cabo Verde ainda este ano, Lula prometeu que, quando for à Cúpula do Brics, na África do Sul, levará consigo novas oportunidades de negócios para essa relação. Mas para conseguir isso a comissão do presidente precisará envolver mais do que políticos. Serão necessários empresários, investidores, pesquisadores e comunidade científica embarcando na viagem. As áreas em destaque, segundo o presidente do Brasil, envolvem comércio, educação, tecnologia da informação, serviços e meio ambiente. "Apostamos na África porque sabemos do potencial da região e da nossa capacidade de promover trocas relevantes cultural e economicamente para os países envolvidos", disse Lula. Tudo excelente na teoria, mas que, segundo o presidente brasileiro, exigirá financiamento público para que as empresas brasileiras atravessem o oceano. E cuidados redobrados para que casos como os que envolveram as construtoras nacionais não se repitam. **✎**



17 BI

DE DÓLARES FOI O VOLUME NA RELAÇÃO BRASIL-ÁFRICA DE JANEIRO A OUTUBRO DE 22

3%

É A PARTICIPAÇÃO DAS NAÇÕES AFRICANAS NO COMÉRCIO GLOBAL

1,4 BI

DE PESSOAS VIVEM HOJE NOS 54 PAÍSES QUE INTEGRAM O CONTINENTE

APROXIMAÇÃO

José Ulisses Correia da Silva, primeiro-ministro de Cabo Verde, esteve em Brasília na terça-feira (2)



COOPERAÇÃO

O presidente argentino Alberto Fernández com Lula em visita ao Brasil. Plano de ajuda para socorrer a economia do país vizinho pode se beneficiar de um convênio criado há mais de 40 anos

MOEDA ÚNICA? O CCR PODE SERVIR

Enquanto se especula a criação de uma moeda única para o Mercosul ou a adoção de uma divisa que substitua o dólar em transações bilaterais, um engenhoso mecanismo de compensação de pagamentos para o comércio exterior que já existe pode ser a saída. Conhecido pela sigla CCR, ele foi firmado em agosto de 1982 por 12 países membros da Associação Latino-Americana de Integração (Aladi). Entre eles, Brasil e Argentina. O Convênio de Pagamentos e Créditos Recíprocos, como foi concebido originalmente, nasceu com o propósito de facilitar o intercâmbio comercial da região reduzindo as transferências internacionais num cenário de escassez de divisas, exatamente como ocorreu na década de 1980.

Mas o CCR serve também como garantia para financiamentos de longo prazo por meio do fluxo futuro de exportações intrarregionais para os países latino-americanos. Milhões de empregos foram criados ou preservados ao longo dos anos 1980 e 1990 pelo correto e providencial uso do CCR. Mesmo assim, o convênio ficou esquecido

BR Mecanismo firmado em 1982 para facilitar o intercâmbio comercial entre países da América Latina deveria ser usado para alavancar a derrocada economia argentina

nos últimos tempos. Agora, o momento parece mais que oportuno para trazê-lo de volta. E não apenas no âmbito da Aladi.

BRICS Em seu discurso no mês passado em Pequim, no qual propôs que China e Brasil passassem a utilizar um sistema de compensação de pagamentos de suas exportações recíprocas sem uso de dólares e sim de moedas locais, o presidente Lula estava se referindo, ainda que de forma implícita, àquele veterano mecanismo do CCR. Ele seria uma maneira de estimular os negócios bilaterais.

Pois na semana passada, durante a visita na qual o presidente argentino Alberto Fernández ao Brasil pediu socorro financeiro ao país vizinho, as peças se encaixaram. E alguém nos bastidores soprou para Lula que nada mais apropriado no momento do que buscar a indicação do banco do Brics (o New Development Bank, agora presidido por Dilma Rousseff) como o agente de garantia e compensação financeira dos créditos e débitos do CCR da Aladi, além da possível adesão da China, Índia, Rússia e África do Sul ao convênio de pagamentos e garantia de crédito.

Além de mitigar o risco Argentina para receber um urgente financiamento de curto prazo para importação de produtos de consumo como alimentos e matérias primas, o CCR abre também possibilidade de uma garantia multilateral para financiamento de projetos de infraestrutura para alavancar a derrocada economia argentina nesta fase tão crítica. O CCR só não resolve a hiperinflação do país vizinho, que se mantém acima de 100% ao ano. Para isso o remédio é outro. **■**

milk & mellow

gelato



ASSISTA AQUI A
NOSSA PRODUÇÃO



APONTE SUA
CÂMERA E PEÇA JÁ!



WWW.MILKMELLOWGELATO.COM.BR
SIGA-NOS: @MILKMELLOWGELATO

PEÇA NOSSAS DELÍCIAS
PELO IFOOD





BRASIL REVISTAS

Primeiros passos do real digital

Banco Central do Brasil abre inscrições até dia 12 de maio para participantes do projeto-piloto de nova moeda oficial com tecnologias DLT e EVM

Fagundes SCHANDERT

O novo sempre assusta, diz um velho ditado popular, mas governos, de tempos em tempos, tomam medidas para inovar. No caso das moedas digitais, bancos centrais de mais de 90 países – entre eles EUA, Reino Unido, China e Índia – estão adotando ações para continuar controlando a soberania financeira de suas divisas. Na terça-feira (2), o Banco Central do Brasil (BC) também deu os primeiros passos para um futuro próximo ter o real digital. A autoridade brasileira abriu inscrições até 12 de maio para o projeto-piloto da nova moeda oficial que passará por testes até o final de 2024.

Segundo regulamento estabelecido pelo BC, os candidatos a participarem da iniciativa devem ter experiência com a tecnologia de registro distribuído e com a máquina virtual Ethereum, cujas respectivas siglas em inglês são DLT e EVM. As exigências também incluem participação obrigatória na rede do Sistema Financeiro Nacional (SFN), histórico de implementações tecnológicas no SFN, e conhecimento de tipos

de transações a serem simuladas e enquadadas em modelos de negócios. Não é para qualquer um, possivelmente apenas grandes bancos associados com empresas especializadas nessas tecnologias. Inicialmente, o BC prevê apenas 10 consórcios no projeto-piloto, mas excepcionalmente poderá aumentar a quantidade de participantes nos testes do regulador.

Para o especialista no mercado digital Fabrício da Mota Alves, sócio do Serur Advogados, entre os desafios do BC e dos candidatos ao projeto-piloto está na adaptação dessas tecnologias de finanças descentralizadas para um modelo em que a autoridade monetária e regulatória terá controle de fiscalização, de supervisão e que cobrará o respeito ao sigilo bancário e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) que define a privacidade entre os direitos fundamentais. “Não estou tão otimista como o Banco Central com o prazo, essas tecnologias de finanças descentralizadas (DeFi) estão na contramão dos objetivos das autoridades monetárias”, disse Alves. “As transações de contratos inteligentes feitas em Ethereum são públicas, e os bancos centrais querem trazer esses contratos para dentro do sistema regulado”, afirmou. Ele diferenciou que o real digital não será uma criptomoeda como as que são negociadas em exchanges (corretoras) e plataformas de ativos digitais, mas terá segurança do blockchain, ou seja, até hoje, imutável e compartilhado para registrar transações. “A proposta do BC é no sentido da criação de elementos de integração com outras moedas digitais”, disse Alves.

CANDIDATOS A tecnológica Sinqia, que atende mais 800 instituições financeiras em mensageria para o Banco Central, está entre as empresas candidatas para participar do projeto-piloto. “A Sinqia atende todos os pré-requisitos do BC. Temos conhecimento em stablecoin e estamos montando um consórcio para participarmos das inscrições”, afirmou à DINHEIRO, o diretor de Inovação da Sinqia, Leo Monte. No último dia 25 de abril, a Sinqia, em par-



MERCADO REGULADO

Segundo especialistas em finanças descentralizadas, os bancos centrais querem trazer os contratos inteligentes para dentro das regras



O real digital será uma evolução do Pix, o sistema de pagamento instantâneo. O BC criará a estrutura, que depois terá novas camadas”

LEO MONTE
DIR. DE INOVAÇÃO
DA SINQIA

ceira com a Agrotoken, Microsoft e Visa ficou entre os nove finalistas do Lift Challenge, iniciativa desenvolvida pelo Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas (LIFT) em parceria com o Banco Central. “O real digital será uma evolução do Pix, o sistema de pagamento instantâneo”, afirmou Monte. Ele explicou que BC criará o alicerce, uma estrutura básica, onde poderão ser adicionadas camadas para serviços financeiros e de pagamentos.

Sobre o futuro, o CEO da BlockBR, Cássio Krupinski, disse que nova moeda oficial terá a capacidade de integração com outros ativos digitais e de comunicação com divisas de outros países. “Servirá como uma moeda transacional, isso permitirá a internacionalização de ativos e também trará mais liquidez para o mercado brasileiro”, afirmou. “Mas toda a transação vai ter comunicação com o Banco Central. Isso traz mais segurança e controle da origem do dinheiro”, disse Krupinski.

SEGURANÇA Mas nenhum modelo é infalível. O Brasil e o mundo terão que continuar a investir bilhões de dólares em segurança cibernética para dar garantia aos seus sistemas financeiros. Pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) realizada pela Deloitte mostrou que o orçamento das instituições para este fim em 2023 deve chegar a R\$ 45,1 bilhões, alta de 29% ante 2022, englobando segurança cibernética inteligente, tokenização de ativos, open finance, cloud, inteligência artificial, analytics, big data e CRM. “A segurança cibernética inteligente não depende de uma tecnologia, mas sim de vários métodos de verificação e autenticação. É essencial para que nossos clientes façam suas operações com total segurança”, disse o diretor do Comitê de Inovação e Tecnologia da Febraban, em nota. **FI**

“
CHUVEIRO
ELÉTRICO É UMA
JABUTICABA. UM
PRODUTO
BRASILEIRO.
POR ISSO,
AUMENTAMOS
MUITO NOSSAS
EXPORTAÇÕES,
PRINCIPALMENTE
PARA AMÉRICA
LATINA E ÁFRICA”

”

EDUARDO COLI,
PRESIDENTE DA
LORENZETTI

BRASIL REVISTAS



O banho de modernidade da Lorenzetti

BRASIL REVISTAS

Marca que se tornou sinônimo de chuveiro elétrico no País vive o melhor ciclo de seus 100 anos de história, com faturamento de R\$ 2,2 bilhões e plano de investimento de mais de R\$ 1,5 bilhão nos próximos dez anos

Hugo CILO

Tomar banho, segundo a ciência, é um imbatível tratamento antiestresse. Nessa prática de higiene pessoal, modalidade em que os brasileiros estão entre os campeões mundiais, o País tem aumentado em qualidade e recorrência. Nos últimos três anos, desde o início da pandemia, isso ficou mais evidente. Entre 2019 e 2022, as vendas de chuveiros elétricos da líder do segmento, a Lorenzetti, dispararam 54%. O faturamento da companhia atingiu R\$ 2,2 bilhões, alta de 67% no mesmo período de comparação. Por sorte ou capricho do destino, esses números levaram a companhia, comandada pelo CEO Eduardo Cili, ao melhor resultado de sua

história. Exatamente no ano de seu centenário. “A empresa vive um momento extraordinário”, afirmou o executivo, em entrevista à DINHEIRO. “Agora vamos crescer e inovar nos próximos dez anos o que avançamos em 100”, disse Cili.

O resultado recorde, que deveria ser motivo de melodia no chuveiro, fez o CEO dançar miúdo para suprir o aquecimento das vendas. As cinco fábricas da empresa no Brasil — quatro na capital paulista e uma na cidade mineira de Poços de Caldas — foram colocadas em velocidade máxima, em três turnos. Isso porque, em um cenário de isolamento social, a demanda por chuveiros, torneiras elétricas, purificadores de água, lâmpadas e acessórios de banheiros subiu em uma velocidade sem precedentes, segundo ele. “Colocamos em prática toda a nossa força de produção”, afirmou Cili. “Ao ficar em casa, os consumidores colocaram a gente para trabalhar. Afinal, passaram a tomar mais banho, a lavar mais louça e a investir mais no conforto do lar.”

CAPA



COM A FORÇA DA TRADIÇÃO

Fundada em 1923 no bairro paulistano da Mooca, a Lorenzetti se tornou sinônimo de chuveiro elétrico no Brasil e tem na sua marca um dos ativos mais valiosos

Diante dessa demanda repentina, a Lorenzetti — responsável por mais da metade do mercado interno de chuveiros elétricos — investiu pesado para expandir sua capacidade de produção. Em 2019, ao comprar por R\$ 300 milhões as instalações da antiga Arno, no bairro paulistano da Mooca, a empresa conseguiu expandir em 37% sua capacidade instalada de produção. No pico da pandemia, o número de funcionários chegou a 5,5 mil, quase 1,5 mil pessoas a mais do que o número atual.

Tão importante quanto ampliar suas fábricas e aumentar o número de empregados foi, segundo Coli, a estratégia de investir no lançamento de produtos e agregar valor em itens com mais tecnologia embarcada. Desenvolvida por uma equipe de 40 engenheiros, a Lorenzetti lançou a linha Acqua Century, em comemoração aos 100 anos da marca. São duas versões, Acqua Century Digital e o Acqua Century Eletrônico, que chamam a atenção pelo design e pelas funcionalidades incomuns para um chuveiro, como timer e regulação de temperatura por um painel touch. O sucesso do produto, afirma o CEO, garantiu a encomenda de quase toda a produção de 2023.

Nesse ritmo, a ordem é acelerar os investimentos. Para os próximos dez anos, a Lorenzetti vai investir 6,5% do faturamento anual em modernização das linhas de produção e desenvolvimento de novos produtos. Em cifras, o percentual representa cerca de R\$ 150 milhões por ano — ou R\$ 1,5 bilhão em uma década. O que já está definido é que a Lorenzetti vai se dedicar a expandir a capacidade de produção de todas as suas unidades. A unidade em Minas Gerais, voltada exclusivamente à fabricação de acessórios para banheiro e louças sanitárias, recebeu investimento de R\$ 200 milhões para dobrar a capacidade produtiva até o primeiro semestre de 2024. E se houver oportunidades de aquisições, Coli afirma que a empresa está disposta a fazer investimentos adicionais. “Estamos numa encruzilhada, em que analisamos entrar, talvez, em novos segmentos”, disse. Ar-condicionado, bicicletas? “Tudo é possível”, afirmou Coli.

MERCADO Antes de pensar em pedalar ou estrear em climatizadores, a Lorenzetti tem um imenso mercado a ser explorado. Pelas contas da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), a indústria eletroeletrônica encerrou 2022

POR DENTRO DA LORENZETTI

Fundação

1923



Opera 5 fábricas:

1

EM POÇOS DE CALDAS
(MG)

4

EM SÃO PAULO
(Mooca)



4.186

funcionários

R\$ 2,2 BILHÕES

de faturamento em 2022

37%

foi o aumento da capacidade de produção de chuveiros, purificadores de água, metais sanitários e lâmpadas da fábrica da Mooca, na capital paulista, com a compra de galpões vizinhos

67%

de crescimento na comparação com 2019 (antes da pandemia)

O plano da empresa é dobrar a capacidade produtiva até o primeiro semestre de 2024

R\$ 200 MILHÕES

foram investidos na expansão da fábrica de Poços de Caldas para o segmento de louças sanitárias

com faturamento de R\$ 220,4 bilhões, um crescimento de 4% na comparação com 2021. Em unidades, o setor registrou idênticos 4% de alta. Para o presidente da entidade, Humberto Barbato, o resultado só não foi melhor porque a indústria ainda enfrenta dificuldades na compra de componentes, como semicondutores, em razão de lockdowns na China e guerra na Ucrânia. “As vendas de eletrônicos tiveram aumento acima da média em razão do home office e do ensino a distância, mas o desempenho deste ano tem sido menos expressivo porque houve antecipação de compras,” disse Barbato. O setor, no entanto, segue otimista. A mais recente sondagem reali-

zada com os associados da Abinee indicou que 58% das empresas projetam crescimento nas encomendas neste ano. Outros 33% preveem estabilidade. Apenas 9% acreditam em queda.

Seja qual for o desempenho do setor, a Lorenzetti parece estar mesmo é com foco no longo prazo. Na avaliação do especialista em marcas Eduardo Tomiya, sócio-fundador e CEO da TM20 branding, a companhia tem tudo para continuar forte e relevante pelas próximas décadas. “Assim como a marca Bombril para a categoria palha de aço, a Lorenzetti é referência no segmento em que atua e tem seu nome como um grande ativo”, afirmou Tomiya. Para ele, continuar se concentrando no produto no qual se consagrou parece uma estratégia interessante, principalmente se não perder o timing da inovação, como ocorreu com a Kodak. “Como chuveiro elétrico é um item que continuará relevante por muito tempo, a Lorenzetti também deverá ser uma marca valiosa por muito tempo.”



É CHUVEIRO OU DUCHA?

A Lorenzetti aposta na popularização de seus recentes lançamentos, com mais design e tecnologia, para atrair novos clientes

ENTREVISTA EDUARDO COLI, PRESIDENTE DA LORENZETTI

“ASSIM COMO NOS AUTOMÓVEIS, A TENDÊNCIA É QUE OS CHUVEIROS A COMBUSTÃO SEJAM SUBSTITUÍDOS POR ELÉTRICOS”

DINASTIA REVISTAS



Pandemia e crise energética explicam esse crescimento da Lorenzetti?

Não só isso. Gosto sempre de comparar 2019 com 2022 e 2023. E a melhor comparação. Os anos de pandemia foram pontos muito fora de curva. Analisando o período pré e pós-pandemia, a empresa deu um salto extraordinário. Lançamos muitos produtos, compramos algumas áreas vizinhas para expandir em 37% a capacidade instalada da fábrica na Mooca e consolidamos nossa estratégia de permanecer com a produção em São Paulo, por questões de qualidade de mão de obra e logística.

Mas foi na pandemia que as vendas dispararam...

Sim. Mas quando a pandemia começou, estávamos bem preparados. Enxergando uma possível crise, fizemos um grande e estratégico estoque regulador. Aí, quando a pandemia causou um boom de consumo, nossas vendas cresceram violentamente. Como as pessoas tiveram de ficar em casa, tornaram mais banho, compraram mais chuveiros e torneiras elétricas. Investiram no conforto de casa.

Mas a concorrência não aumentou nesse período?

Muitos concorrentes não estavam preparados. Ocupamos vâcuos deixados por eles. Além disso, quase não temos competidores relevantes internacionais. Chuveiro elétrico é uma jabuticaba. Um produto brasileiro. Por isso, aumentamos muito nossas exportações, principalmente para América Latina e África.

Essa demanda estacionou?

Sim, 2021 e 2022 foram anos idênticos. Pousamos em um patamar alto. Mas a tendência é de crescimento nos próximos anos. Assim como nos automóveis, a tendência é que os chuveiros a combustão sejam substituídos por elétricos. É a substituição de combustíveis fósseis por fontes limpas de energia. E estamos na liderança.

Como a empresa está se preparando para essa projeção de alta?

Para os próximos dez anos, vamos investir 6,5% da receita em modernização e aumento da produção. Mas podemos investir mais se houver oportunidades.

Como ampliar as margens?

Com inovação, tecnologia e design, conseguimos oferecer um chuveiro premium com boas margens. A classe C está tendo acesso a um produto melhor e mais moderno, ao mesmo tempo em que temos opções a clientes que pagam R\$ 3 mil em uma ducha fria com design. Temos chuveiro elétrico com cara de ducha de arquitetura.

Qual o plano para os próximos 100?

O plano é se antecipar aos movimentos. O mundo está mudando. O varejo está diferente. Em algum momento vai respingar na gente. Vai respingar. Só precisamos estar prontos para reagir e nos adaptar.

ENERGIA QUE MOVE EURO

JLR, ANTIGA JAGUAR LAND ROVER, VAI INVESTIR 15 BILHÕES NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS PARA ACELERAR PLANO DE ELETRIFICAÇÃO

Angelo VEROTTI



BRASIL REVISTAS

Diante do crescimento da frota de veículos eletrificados e de metas governamentais variadas de descarbonização pelos continentes, as montadoras de automóveis têm acelerado o desenvolvimento de estruturas e produtos do segmento. Em março, a GM global anunciou investimento de US\$ 35 bilhões até 2025 para sua linha de elétricos. Em abril, a sul-coreana Hyundai revelou aporte de US\$ 18,2 bilhões até 2030. Agora, quem anuncia que também vai abrir os cofres para impulsionar o seu plano de eletrificação é a JLR (nova assinatura da Jaguar Land Rover). Ela vai aplicar 15 bilhões de euros nos próximos cinco anos.

O planejamento da JLR vai envolver plantas industriais, programas de veículos, tecnologias autônomas, inteligência artificial (IA), além de outros temas a serem implementados no Reino Unido, onde a companhia está sediada. A fábrica de Ha-



O investimento oferece nosso futuro elétrico, reafirmando o compromisso de zerar as emissões de carbono líquido até 2039**

ADRIAN MARDELL
CEO DA JLR

lewood se tornará totalmente elétrica. O centro de fabricação de motores em Wolverhampton foi renomeado como centro de fabricação de propulsão elétrica. A empresa também revelou que o primeiro de três modelos elétricos a serem lançados pela Jaguar será um GT de quatro portas que será construído em Solihull, e que neste ano serão abertos os pedidos de pré-encomenda do primeiro Range Rover totalmente elétrico, que será produzido em Halewood e chegará ao mercado em 2025.

As medidas reafirmam a estratégia Reimagine, anunciada em 2021 e que reposiciona a empresa britânica como uma montadora de luxo moderna e elétrica até 2030. Entre as principais propostas da Reimagine estão portfólio 100% elétrico da Jaguar a partir de 2025 e seis variantes puramente elétricas da Land Rover. “Desde que lançamos a estratégia Reimagine, há dois anos, fizemos grandes progressos”, afirmou Adrian Mardell, CEO da JLR. Mas o dinheiro recém-anunciado é que mudará o patamar. “O novo investimento oferece nosso futuro elétrico de luxo moderno, reafirmando o nosso compromisso de zerar as emissões líquidas de carbono até 2039.”

Segundo o executivo, com o Range Rover 100% elétrico disponível para pré-encomenda no final deste ano mais o primeiro dos modelos elétricos da Jaguar, a JLR entra em uma nova era elétrica. No Brasil, os novos movimentos da marca

ROS



ESTRELAS DA JLR

O Discovery (esquerda), na foto já na versão 2023, foi o carro mais comercializado pela britânica Land Rover no Brasil no ano passado, com 1,4 mil unidades. O Jaguar F-Pace também assegurou o topo do pódio em 2022 ao ser adquirido por 171 clientes



BRASIL REVISTAS

são comemorados pelo diretor de Marketing da JLR, Paulo Manzano. “Os clientes e a operação serão beneficiados com produtos e serviços alinhados às demandas mais atuais por tecnologia, sustentabilidade, conectividade e experiência com nossas marcas”, afirmou.

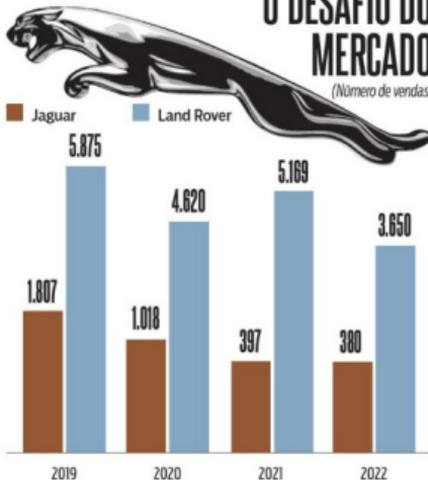
Um dos principais destinos de exportação da Land Rover, a empresa possui uma fábrica sustentável em Itaitiaia, no Rio de Janeiro. Na planta são produzidos o Discovery Sport e o Range Rover Evoque. “São modelos altamente tecnológicos”, disse Manzano, ao destacar o trabalho num plano de crescimento constante para os próximos anos, “incluindo foco na eletrificação, lançamentos, além de investimentos em ações para proporcionar uma experiência de luxo durante toda a jornada do cliente.”

A Land Rover teve dois modelos em destaque no ano passado no Brasil. O Discovery foi o mais vendido (1,4 mil unidades), seguido pelo Defender (708). Entre os carros da Jaguar brilharam o F-Pace (171 vendas) e o E-Pace (107). As duas marcas ainda buscam a recuperação no mercado nacional no pós-pandemia. A Jaguar vendeu no ano passado 380 carros, número ainda muito distante dos 1,8 mil de 2019. Já a Land Rover comercializou, em 2019, 5,8 mil exemplares, 60% acima dos 3,6 mil de 2022. Um choque de realidade em meio aos desafios do setor no País.



O DESAFIO DO MERCADO

(Número de vendas)



ELETRICIDADE NO POSITIVO

Beto SILVA

UM DE TRÊS

O E.CoCargo é ideal para quem busca performance e baixo custo. Completam o portfólio o E.CoDelivery e o E.CoTruck

EMPRESA DE COMPUTADORES INVESTE NA HITECH ELECTRIC, QUE SE TORNA MONTADORA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS PARA ATENDER MERCADO LOGÍSTICO



R\$ 29,9 bilhões

De 2017, quando foi fundada, até março deste ano, a paranaense Hitech Electric era uma desenvolvedora e importadora de veículos elétricos. A pesquisa e o desenvolvimento de projetos de mobilidade eram feitos no Brasil e os veículos montados na China, para posterior importação e customização feita por aqui novamente. Esse formato mudou e agora a companhia ganha o status de montadora automotiva, com uma fábrica na cidade de Campo Largo, a 30 quilômetros de Curitiba, com área total de 10 mil m². A planta possui capacidade para produção de 100 unidades por mês. Neste momento serão feitos 50 veículos mensalmente. O primeiro lote e boa parte do segundo já estão vendidos. Um bom início, comemorado pelo CEO Rodrigo Contin, que considera a atuação da empresa um marco para a indústria automobilística nacional. “É desafiador. Observamos uma oportunidade pela necessidade do setor logístico, que registra crescimento de entregas. Nossos produtos estão concentrados integralmente no transporte last mile”, disse.

A Hitech Electric alcança o patamar de montadora amparada por duas parcerias com gigantes em seus setores: a também paranaense Positivo Tecnologia, de computadores, que faturou R\$ 5,9 bilhões em 2022, e a Weg, empresa catarinense especializada em motores elétricos, transformadores, geradores e tintas, com receita de R\$ 29,9 bilhões em 2022. O envolvimento das duas parceiras é distinto no negócio da Hitech. A Positivo entra com investimento, desde 2019, por meio de seu programa de Corporate Venture Capital (CVC). É também uma relação estratégica no desenvolvimento dos veículos. Segundo Graciete de Lima, responsável pelo CVC da Positivo Tecnologia, a escolha da companhia de mobilidade elétrica segue a visão de democratizar o acesso à tecnologia no Brasil. “Trata-se de uma empresa brasileira muito promissora, com propósito alinhado ao nosso e que, assim como nós, compete em mercados com grandes concorrentes internacionais.” O aporte feito na Hitech não foi revelado. Mas no segundo semestre de 2022, entre joint ventures e investimentos em coligadas, a Positivo aplicou R\$ 269,4 milhões. Já a parceria com a Weg é comercial. Ela é a fornecedora de powertrain — termo que reúne motor, inversor e bateria com tecnologia Lítio Ferro Fosfato (LFP) não inflamável.

MODELOS São três modelos de veículos 100% elétricos disponíveis pela Hitech. O E.CoDelivery, um utilitário compacto e versátil para o transporte de cargas de até 400 quilos, ideal para mercados, entregas por aplicativos, empresas de e-commerce, distribuidoras e prestadores de serviços. O E.CoCargo, caminhão com baú customizável, para frotas que buscam performance e baixo custo de manutenção, com capacidade para até 800 quilos. E o E.CoTruck,

veículo de carga com capacidade para transportar até 1,2 mil quilos em sua caçamba. Segundo Contin, os tamanhos são os diferenciais, pois não são comuns no setor. Além do preço, compatíveis com os de modelos a combustão — no caso de veículos elétricos de passeio, os valores dos plug-in são bem mais caros. Os modelos da Hitech partem de R\$ 109.980,00. Entre os clientes da companhia estão iFood, Telhanorte e Unidas.

Apesar de estar focada nesse nicho, a ampliação ou alteração de portfólio pode ser feita de maneira rápida, característica de startup. “As grandes companhias têm uma rede enorme e estrutura para entregar em escala. Nós temos velocidade para adequar o produto”, afirmou o CEO, que se inspira na americana Tesla, de Elon Musk, para seguir com inovação para o setor. Inclusive, a Hitech foi a primeira empresa brasileira a lançar, em fevereiro de 2020, um veículo elétrico autônomo nível 4 (alto nível de automação na condução). Não é necessariamente para comercialização e venda, até porque não há legislação no País para esse tipo de carro, mas mostra o potencial da companhia.

No plano de negócio da Hitech Electric a relação com os clientes é direta, feita pela própria fábrica. Não há lojas, nem showroom. Por enquanto. A depender dos resultados, há possibilidade de uma unidade de vendas em São Paulo. A eletricidade se movimenta rápido. E está no positivo. **ES**

“ Observamos uma oportunidade pela necessidade do setor logístico, que registra crescimento de entregas **”**

Rodrigo Contin
CEO DA HITECH ELECTRIC



FOI A RECEITA DE 2022 DA WEG, EMPRESA PARCEIRA NO FORNIMENTO DE POWERTRAIN DA HITECH

R\$ 5,9 bilhões

FOI A RECEITA DE 2022 DA POSITIVO, QUE INVESTE NA EMPRESA

100

UNIDADES É A CAPACIDADE DE PRODUÇÃO DA HITECH

10 mil m²

É O TAMANHO DA FÁBRICA NO PARANÁ

PLATAFORMA DE
DELIVERY COLECIONA
BONS RESULTADOS E
VITÓRIAS RECENTES E
ABRE CAMINHO PARA O
CRESCIMENTO NO BRASIL

A próxima entrega do Rappi

Lara SANT'ANNA

BRASIL REVISTAS

DO BRASIL PARA O MUNDO

Tijana Jankovic foi promovida de CEO Brasil do Rappi para vice-presidente global de negócios

Difícil imaginar um mundo sem delivery. Os aplicativos revolucionaram a forma das pessoas consumirem alimentos e produtos e modificaram toda a indústria. Mas o mercado concentrado fez com que gigantes, como Uber e 99, parassem seus serviços de entrega de comida. No topo da cadeia permaneceram o iFood e o colombiano Rappi. Tendo o Brasil como mercado prioritário de desenvolvimento, o Rappi agora diversifica seu modelo de negócio, com a entrada nas entregas B2B e projeta mais clientes, desde que o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) decidiu restringir os contratos de exclusividade com o iFood. “O Brasil é hoje o mercado mais estratégico para nós e onde mais vamos investir, considerando melhores serviços, tecnologia e sortimento”, disse Tijana Jankovic, que assumiu o cargo de vice-presidente global de negócios no Rappi na quarta-feira (3). E de Brasil ela conhece bem, já que ocupava até então o cargo de CEO da empresa no País.

Parte do sucesso do modelo de negócios de entrega é a velocidade. Com esse pensamento, durante os últimos anos o Rappi estruturou melhor seu serviço Turbo, que garante entregas de alguns itens em até 10 minutos. Esse movimento foi orquestrado para permitir que as diferentes tecnologias que compõem as entregas rápidas sejam utilizadas em outras verticais da empresa. Com isso, houve diminuição de 11 minutos no tempo médio de entrega de restaurantes e de 1h40 nas entregas de supermercado.

Outro foco de desenvolvimento foi com o modelo de assinatura. Atualmente, 70% da base de usuários do Rappi são clientes Prime e em torno de 80% dos pedidos são feitos por esses clientes, que possuem maior recorrência de compra. Para atrair e manter a base, a frente é estruturada em três pilares de benefícios: fretes gratuitos, descontos e acesso a produtos exclusivos. Por fim, a empresa aposta também em parcerias externas, num ecossistema que inclui vantagens ao assinante Prime, que vão do plano de saúde Alice ao YouTube Premium passando pelo streaming HBO Max. A proposta é fazer com que o usuário não apenas pague a assinatura do Rappi. “Queremos que o Prime seja mais que uma assinatura transacional. Queremos que seja uma assinatura lifestyle, com benefícios em que o usuário se identifica”, disse Tijana.

A estratégia de crescimento também passa pela aquisição recente da startup Box Delivery, serviço de entrega last mile B2B. Oferecendo uma solução B2B, o Rappi cria uma diferenciação. “A gente quer se posicionar como um centro de soluções tecnológicas para os restaurantes”, disse Tijana. Para Fernando Moulin, sócio da consultoria Sponsorb, a aposta no B2B traz vantagens para o negócio, já que os clientes nessa frente são mais estáveis, além de poder garantir margens melhores. “A dinâmica de negócio muda, o fluxo de giro de caixa também muda e o negócio traz mais resiliência e penetração”, disse.

Em uma última boa notícia para o Rappi, entra a decisão do Cade de fevereiro de 2023 de restringir os contratos de exclusividade entre restaurantes e serviços de delivery, movimento capi-



ENTREGA RÁPIDA

Relação entre plataformas e entregadores ganhou novo capítulo com a criação de um grupo de trabalho para discutir propostas de regularização da profissão

taneado pela empresa em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). O acordo contempla diversas regras, como a proibição de contrato de exclusividade com redes de restaurantes que possuem mais de 30 unidades, e limite de 8% dos parceiros do iFood com regime de exclusividade em cidades com mais de 500 mil habitantes.

ENTREGADORES Impossível falar de serviços de entrega sem a base de trabalhadores que a realizam. Há tempos a relação das plataformas e dos entregadores é motivo de debate. Sem vínculo empregatício, direitos trabalhistas ou garantias de apoio, os trabalhadores de aplicativo têm se organizado para formalizar a profissão considerando as necessidades da classe. Ao longo de 2022 foram realizados greves e protestos. Com a chegada do governo Lula, o movimento ganhou novo capítulo com a criação de um grupo de trabalho para discutir a situação. No entendimento da Tijana, a questão ainda vai demorar para ter uma resolução, considerando todos os interesses presentes. “A gente acredita que os profissionais precisam de uma regulação que atende algumas necessidades deles, fornecendo segurança para exercer a função. Porém, essa atividade não se encaixa em nenhum dos formatos tradicionais que já existem”, disse. **FS**

70%
DOS CLIENTES DO RAPPI ASSINAM O RAPPI PRIME, QUE OFERECE BENEFÍCIOS COMO FRETE GRÁTIS E DESCONTO

A SACADA PÉ NA AREIA



BRASIL REVISTAS

DA SPEEDO

EM EXPANSÃO

Renato Hacker viu o número de praticantes saltar de 400 mil no início de 2021 para 1,1 milhão no final do ano passado

DE OLHO EM MERCADO DE R\$ 1 BILHÃO NO BRASIL, MARCA LANÇA LINHA DE PRODUTOS PARA BEACH TENNIS

Angelo VEROTTI

A Speedo é conhecida globalmente como referência em esportes aquáticos. Nos últimos anos, no entanto, a bandeira de origem australiana e seus fãs acompanharam de perto o crescimento do beach tennis — também chamado de tênis de praia — pelo mundo, especialmente no mercado brasileiro. E como parte das comemorações pelos 45 anos de atividades no País, celebradas em 2023, a marca aqui pertencente à Multisport e com atuação independente da internacional lançou uma linha de produtos para a prática da modalidade, a SpeedoBT. “A expectativa é que o mercado de beach tennis movimente pelo menos R\$ 1 bilhão este ano no Brasil”, afirmou o DINHEIRO Renato Hacker, diretor de Inovação da Speedo Multisport. O slogan do projeto é o ‘beach vibes only’, para destacar o espírito e a essência praiana do esporte.

Originário da cidade italiana de Ravenna, em 1987, o esporte chegou ao País em 2008, no Rio de Janeiro. Desde então, se espalhou por diversos municípios pelo litoral, mas sempre de forma orgânica. Apenas recentemente a prática explodiu, virando febre especialmente em grandes cidades do interior, com quadras montadas. O beach tennis é regulado no País pela Confederação Brasileira de Tênis e, segundo dados da entidade, o número de praticantes cresceu exponencialmente em apenas dois anos. No início de 2021, eram 400 mil praticantes. No final de 2022, já somavam pelo menos 1,1 milhão.

O incremento de 175% no número de praticantes — e potenciais clientes — faz a Speedo sacar forte no Brasil. A nova linha tem raquetes, viseiras, bonés, bolsas e bolas. São ao menos 30 itens que representam 10% do portfólio de produtos da marca. Eles são feitos de materiais premium como EVA Super Soft, Kevlar, Carbono 3k e 12k. No total, a SpeedoBT apresentou sete modelos de raquetes divididas em três categorias: easy play, performance e powerpro. Os preços variam de R\$ 600 a R\$ 2,5 mil dependendo da característica do produto. O material é importado da Ásia e a ideia é ampliar o portfólio com vestimentas para os atletas.

A maior parcela dos praticantes no Brasil, de acordo com Hacker, tem entre 20 e 60 anos. “E calculamos que mais ou menos 60% do público é feminino, o que traz a família para esse

convívio e facilita a expansão da modalidade”, disse o executivo. A inauguração de arenas em condomínios residenciais, além de em espaços que agregam spa, restaurante e áreas para crianças brincarem, por exemplo, é visto como outro importante impulsionador. “Acreditamos que em dez anos o beach tennis poderá se tornar um esporte olímpico.” Antes disso, porém, será preciso desenvolver a estrutura de lojas e arenas pelo restante do Brasil e encontrar um meio termo ao aliar tecnologia e preço dos equipamentos, por exemplo, para proporcionar um acesso mais democrático. “Esse é um dos nossos principais desafios.”

LOVE BRAND Na opinião do diretor-geral da Speedo Multisport, Roberto Jalonetsky, além do potencial de mercado diante do número crescente de praticantes e de quadras pelo Brasil, o beach tennis se adequa à estratégia atual da Speedo de ampliar a experiência e o contato do consumidor final com a marca, por meio de diversas práticas esportivas. “A ideia é buscar cada vez mais o status de *love brand*, reforçando que vendemos experiências, momentos e benefícios, e não apenas produtos simplesmente”, disse.

Jalonetsky afirmou que a bandeira detém 80% de market share em esportes aquáticos. Sem abrir números, revelou a expectativa de crescimento de 30% no faturamento este ano na comparação com 2022, embalado por iniciativas em produtos, promoções e parcerias estratégicas. A fórmula de crescimento, segundo o diretor-geral, é complementada por um time de 20 atletas e embaixadores da Speedo, o que envolve desde o trabalho de base nos iniciantes, passando pelos que estão no auge da carreira e chegando ao máster. No caso do beach tennis, a promoção da categoria de forma geral deve consumir 30% de todo o orçamento promocional deste ano. Uma sacada de efeito na nova praia da marca. **ES**

30%

É A PREVISÃO DE AUMENTO DA RECEITA DA SPEEDO MULTISPORT

NESTE ANO NA COMPARAÇÃO COM A ÚLTIMA TEMPORADA



A IDEIA É BUSCAR CADA VEZ MAIS O STATUS DE LOVE BRAND, REFORÇANDO QUE VENDEMOS EXPERIÊNCIAS, BENEFÍCIOS E NÃO APENAS PRODUTOS

ROBERTO JALONETSKY,
DIRETOR-GERAL
DA SPEEDO
MULTISPORT





MENOS GENTE, MAIS IA NA IBM

A gigante IBM revelou a decisão de interromper as contratações e pretende substituir cerca de 7,8 mil empregos por inteligência artificial (IA), segundo entrevista dada pela CEO da companhia, Arvind Krishna, à Bloomberg News. A empresa está buscando uma reestruturação para se adaptar às demandas do mercado e impulsionar sua eficiência operacional. A iniciativa reflete tendência crescente no setor de tecnologia, onde as empresas estão cada vez mais explorando soluções baseadas em IA para otimizar processos e reduzir custos de mão de obra. A mudança da IBM pode ter implicações significativas para o futuro do trabalho e levanta questões sobre o equilíbrio entre automação e emprego humano no cenário corporativo.

“UM COMPUTADOR MERECERIA SER CHAMADO DE INTELIGENTE SE PUDESSE ENGANAR UM HUMANO FAZENDO-O ACREDITAR QUE ERA HUMANO”

ALAN TURING
INGLÊS
CONSIDERADO
PAI DA
COMPUTAÇÃO
CLÁSSICA
(1912-1954)



APLICATIVO PARA COMPRAR? TÔ FORA

Estudo da RankMyApp aponta que brasileiros fizeram 9,2% menos downloads de apps de compra em 2022, principalmente em datas importantes como Black Friday

DOWNLOADS EM DATAS
IMPORTANTES EM 2022
(ANO X ANO)



SEGMENTOS
COM MAIORES
ENGAJAMENTOS
NOS APPS

Saúde &
Belleza

Móveis &
Eletro



EVOLUÇÃO NO NÚMERO
DE DOWNLOADS DE
APPS DE E-COMMERCE
ENTRE 2018 E 2022
(em milhões)



MAIS INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, MAIS DINHEIRO



As empresas de inovações científicas e tecnológicas listadas na bolsa de valores de Xangai apresentaram em 2022 aumento tanto em receitas quanto em lucros. Segundo dados oficiais publicados pela agência de notícias chinesa Xinhua, a receita operacional combinada das empresas de tecnologia teve salto anual de 29%, totalizando 1,2 trilhão de yuans (equivalente a US\$ 174,7 bilhões). Já os lucros líquidos atribuíveis aos acionistas alcançaram 113,59 bilhões de yuans (cerca de US\$ 16,4 bilhões), representando crescimento anual de 6%. Além disso, os investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento dessas empresas cresceram 28%, totalizando 128,47 bilhões de yuans (perto de US\$ 18,6 bilhões). Com resultados como esse, a China continua a crescer sem surpresa para quem entende seu potencial e estratégia.

PADRINHO DA IA SAI DO GOOGLE (PARA FALAR SOBRE PERIGOS DA IA)



Geoffrey Hinton, amplamente conhecido como o Padrinho da IA, está preocupado com o tema e seus perigos associados. Por isso, o psicólogo decidiu sair do Google e seguir em uma saga de conscientização sobre o tema. Ex-executivo da big tech, ele tem comentado publicamente sobre os riscos de uma IA superinteligente que poderia ultrapassar a capacidade humana de controle e destacou a necessidade de se pensar em estratégias de segurança e controle para evitar o surgimento de um Deus da IA. Hinton mencionou a importância de desenvolver um modelo que seja mais parecido com o cérebro humano, argumentando que esse caminho poderia resultar em sistemas mais confiáveis. No entanto, ressaltou que ainda há muito trabalho a ser realizado antes que nós possamos atingir esse patamar de sofisticação.

PAPO DIGITAL



Antes mesmo de pensarmos em usar o ChatGPT na área tributária, Paschoal Naddéo e seus sócios já utilizavam do poder computacional para resolver problemas da área com o Busca Legal. O chatbot utiliza tecnologia cognitiva da IBM, bases legais, conteúdos e ferramentas, transformando-os em conhecimento para a tomada de decisões, resolvendo dúvidas tributárias. Confira as percepções de Naddéo sobre o novo chatbot da OpenAI no segmento fiscal e tributário:

O que você acredita ser o principal benefício do ChatGPT para a área fiscal e tributária?

Como são áreas de conhecimento muito específicas, muitas vezes os resultados são de certa forma complexos para leitura. Com as APIs do ChatGPT é possível fazer com que a IA leia os resultados gerados na linguagem tributária e entregue resultados com mais clareza e facilidade de leitura. Essas áreas recorrem muitas vezes ao Google para respostas como essas.

O ChatGPT vai acabar com isso?

O Google tem outra finalidade e maneira de exibir os resultados. Ele funciona melhor para quem quer, mais do que receber apenas uma resposta correta, o que é o caso do chat, escolher uma resposta. Muitas vezes a pessoa quer ver opiniões diferentes em vários sites.

Como isso muda as dinâmicas de trabalho?

Um trabalho que era feito antes por um analista com conhecimento intrínseco pode agora ser feito por um assistente, dado o uso de bases de dados confiáveis dentro das plataformas.

Vai substituir as pessoas?

Não vai substituir, mas as pessoas vão ter que aprender a usar essa ferramenta e isso deve virar um requisito para novas posições.



Artigos
Esportivos



21

2021

19

2022

PESQUISA DA DOCUSIGN APONTA QUE A ECONOMIA REMOTA VAI IMPULSIONAR PRODUTIVIDADE NA PRÓXIMA DÉCADA E ADICIONAR US\$ 19,4 TRILHÕES AO PIB GLOBAL ATÉ 2030

Victor MARQUES

A ERA DO HOME

Antes da pandemia, o home office era privilégio de poucos, principalmente de colaboradores de grandes companhias com programas extensos de RH. Assim que o vírus chegou, esse cenário teve de mudar e o isolamento mandatório fez com que empresas de todos os tamanhos aderissem ao modelo de trabalho remoto. Essa é com certeza uma das principais coisas que mantemos pós-pandemia. Por mais que muitos chefes ainda não acreditem que o regime funcione, os números já mostram que trabalhar de casa pode aumentar a produtividade dos funcionários em até 13%, segundo estudo da Universidade de Stanford, que entrevistou 16 mil trabalhadores. Apostando na continuidade desse cenário, a DocuSign encomendou a pesquisa global Anywhere Economy, que apontou que a economia remota irá impulsionar produtividade na próxima década, adicionando apenas no ano de 2030 US\$ 2,6 trilhões ao PIB combinado dos dez países (Brasil, Canadá, EUA, México, Alemanha, França, Irlanda, Reino Unido, Austrália e Japão). No período 2022-2030, o montante acumulado será de US\$ 19,4



“A confiança é a base dos relacionamentos na era digital, por isso precisamos criar sistemas digitais robustos”

GUSTAVO BRANT
GVP LATAM
DA DOCUSIGN



trilhões. “Esse estudo é instrumental ao avaliar as formas em que estamos nos adaptando a uma economia mobilizada pela transformação digital”, disse à DINHEIRO Gustavo Brant, GVP (vice-presidente global) da DocuSign para a América Latina.

A economia remota irá conduzir o crescimento econômico através do aumento da produtividade e inovação. É esperado que a produtividade aumente em todos os dez países considerados, numa taxa média de 10% de 2021 a 2030. Durante esse período, o crescimento anual médio do PIB impulsionado pela economia global deve variar em 3,1% em todos os dez países e 4,4% no Brasil. A digitalização também impactou a inovação, a dinâmica



OFFICE

dos negócios e atraiu mais investimentos. Nesse quesito, houve aumento em todas as regiões, sendo que a América Latina foi o continente com maior aumento, com crescimento de 46,7% nos gastos em digitalização no Brasil e de 56,5% no México. Individualmente, a Alemanha fica em segundo, depois do México, com 50% de aumento nos investimentos, seguida pelo Japão, com 48%. EUA e Reino Unido também tiveram resultados expressivos, na casa dos 41%.

Com a nova dinâmica, as organizações passaram — e continuarão — a ter gastos e investimentos com novas tecnologias antes negligenciadas. A inteligência artificial (IA), queridinha do momento, não ficou de fora. Organizações de todo o mun-

do expressaram mais chances de aumentar significativamente seu uso para automatizar processos. O aumento mínimo foi de 15,2%, nos EUA. “As inteligências artificiais podem contribuir incrivelmente na produtividade das empresas e na vida das pessoas”, disse o executivo. Outro forte investimento que deve aumentar com o teletrabalho é o de cibersegurança. Os países da Ásia-Pacífico expressaram as menores chances, com 20,4%. O Brasil lidera ambos os indicadores, com 33% para IA e 44% para cibersegurança. “A confiança é a base dos relacionamentos na era digital, e por isso precisamos criar sistemas digitais robustos capazes de monitorar e proteger informações”, afirmou.

TALENTOS Em paralelo, a economia remota continuará contribuindo com a resolução de um dos maiores problemas da tecnologia atualmente, a falta de mão de obra qualificada. Segundo o estudo, 77% dos executivos concordam que o trabalho a distância teve um impacto positivo na capacidade de contratar uma variedade mais ampla de candidatos. Neste indicador, o Brasil também lidera. O resultado chegou a 88%. Também foi apontado que horários flexíveis de trabalho tornaram as forças produtivas mais diversas e equitativas.

Além disso, a pesquisa mostra que o ganho para as mulheres é grande. É prevista a adição de 25 milhões de mulheres à força de trabalho somente em 2030, com a taxa média de participação feminina chegando a quase 60% — acima dos 55% de 2021. O comandante da DocuSign na América Latina afirma que para aproveitar ao máximo essa transformação, os líderes precisam entender as tendências da economia remota. “Nesse contexto, queremos ser um importante acelerador dos processos de inovação e crescimento”, disse Brant. **BI**

CRESCIMENTO REMOTO

us\$ 19,4 TRILHÕES
é quanto a economia remota deve
adicional ao PIB global até 2030



+10% de produtividade em
média globalmente até 2030



+46,7% aumento nos gastos em digitalização
no Brasil devido à economia remota



+33% aumento nos gastos com IA



+44% aumento nos gastos com
cibersegurança

TALENTOS



25 milhões

de mulheres devem se juntar à
força de trabalho mundial até
2030 devido à economia remota



DIVERSIDADE

Para especialista, modelo de negócio do Airbnb funciona no Brasil pela diversidade de oferta para diferentes bolsos

ESPECIALISTAS DO BED AND BREAKFAST

APÓS SEU PRIMEIRO ANO LUCRATIVO, AIRBNB APERFEIÇA EXPERIÊNCIA DE ALUGUEL DE QUARTOS INDIVIDUAIS E TRAZ PACOTE COM MAIS DE 50 MELHORIAS

Victor MARQUES

Crescimento por crescimento não faz parte da história do Airbnb. Diferentemente da trajetória de outras grandes startups, a plataforma que conecta anfitriões a hóspedes mostrou no fim de 2022 que tem um modelo negócio sustentável. Tudo bem que demorou. O ano passado foi a primeira vez que a empresa, criada em 2007, teve lucro: US\$ 1,9 bilhão, acompanhado de um faturamento de US\$ 8,4 bilhões e alcançando um Ebitda de US\$ 2,9 bilhões. O Airbnb nasceu quando dois anfitriões receberam três hóspedes em sua casa em San Francisco e hoje alcança números invejáveis, estando presente em mais de 100 mil cidades pelo mundo, com 4 milhões de anfitriões e mais de 1,4 bilhão de hóspedes recebidos.

Depois de um ano impecável, a companhia segura as rédeas dos negócios com mais firmeza e busca aperfeiçoar o modelo atual. Para o mês de maio, três mudanças aparentemente sutis se destacam: repaginou o segmento de quartos, focando em ajudar os hóspedes a conhecerem seus anfitriões antes de realizar as reservas; trazer mais visibilidade na plataforma entre as diversas categorias; e comunicar melhor as condições de privacidade durante a estadia.

Mas é no quarto privado que o Airbnb aposta mais fichas. “Esperamos ser uma ótima opção para os viajantes com orçamento limitado”, disse à DINHEIRO Jay Carney, diretor global de Políticas Públicas e Comunicação. “É uma experiência única em que você pode criar um relacionamento com seu anfitrião, o que pode ser realmente interessante para algumas pessoas.” Carney é uma fera em sua área — foi secretário de Imprensa da Casa Branca (2011-2014) durante parte do governo Barack Obama e depois vice-presidente na Amazon (2015-2022), até mudar para o Airbnb.

As estadias em quartos privados de que trata Carney cresceram 58% no Brasil em um ano. No primeiro trimestre de 2023, mais de 85% das estadias avaliadas nesse tipo de hospedagem receberam a avaliação mais alta, de cinco estrelas. Globalmente, no ano passado, mais de 80% das estadias em quartos privados ficaram abaixo de US\$ 100 por noite — a tarifa média de um quarto privado no Brasil ficou em R\$ 165 por noite. Mais de 47 mil cidades tiveram pelo menos um anúncio com preço médio inferior a US\$ 50 no ano passado. É para esse universo mais financeiramente democrático que Carney aponta.

Além da repaginação, a startup também lançou mais de 50 recursos e melhorias — que incluem checkouts mais transparentes, atendimento prioritário durante as viagens, crédito instantâneo para remarcações e outras melhorias de uso da plataforma. Os bons resultados do ano passado são também um aceno animador para os investidores. Somados à estratégia de melhorias e consolidação do modelo de negócios, o Airbnb deve continuar a surfar na onda de lucratividade, sobretudo com a latente demanda de viagens pós-pandemia. **ES**



Esperamos ser uma ótima opção para os viajantes com orçamento limitado*

JAY CARNEY
DIRETOR GLOBAL DE
POLÍTICAS PÚBLICAS E
COMUNICAÇÃO
DO AIRBNB

COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA VAI MUDAR O SEU TRABALHO NO FUTURO



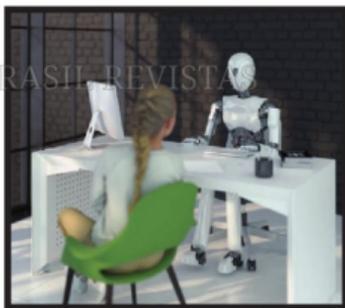
LUÍS GUEDES
É PROFESSOR
DA FIA
BUSINESS
SCHOOL E
COLUNISTA DA
DINHEIRO

O hype em torno da inteligência artificial vem crescendo há anos e atingiu um pico com o recente lançamento do ChatGPT-3 da OpenAI (e agora GPT-4). Talvez o lançamento de produto de maior sucesso da história, o GPT-3 em apenas dois meses atingiu 100 milhões de usuários. Vale lembrar que o Instagram levou mais de dois anos para ganhar a mesma base de usuários e o TikTok, nove meses.

Pode-se argumentar que estamos criando expectativas excessivas sobre o potencial real da tecnologia e que a IA generativa pode ser a mais recente tendência superestimada. No entanto, não há como negar que a IA tem o potencial de mudar significativamente a maneira como trabalhamos. De automatizar quase tudo que for repetitivo até fornecer insights e previsões, a IA pode nos ajudar a trabalhar de modo mais efetivo, somando eficácia (o que fazer) com eficiência (fazer rápido e barato). À medida que a tecnologia continua a evoluir para o campo de trabalho até então reservado aos humanos também precisamos ressignificar nosso espaço de trabalho.

Essa história, tal como tantas outras, não é novidade... a Revolução Industrial ampliou a capacidade humana muito além do que o corpo era capaz de fazer. Teares e motores, locomotivas e aviões destruíram centenas de empregos e, ao longo do tempo, criaram infinitas possibilidades. Nos dias que correm estamos sendo testemunhas de uma revolução tão grande quanto aquela, mas em outro campo de jogo: o nosso intelecto.

A Revolução Industrial mecanizou parte de nossas habilidades e hoje estamos digitalizando muitas outras, que até então tinham ficado num segundo plano. As novas habilidades digitalizadas são programáveis (viram instruções e linhas de código), combináveis (blocos individuais de código que se somam para solução de novos problemas) e atualizáveis — e a IA está levando tudo isso para outro nível.



Ainda fará sentido se tornar um especialista em um único campo do conhecimento?

Penso que o avanço da IA vá nos conduzir para sermos profissionais generalistas. Os melhores serão também criativos, bem articulados e socialmente competentes. Deve cair a demanda por conhecimento especializado (apesar de útil em algumas circunstâncias) e

crescer a relevância da experiência profissional abrangente em uma área do conhecimento.

Essa será uma resposta à IA que pode nos ultrapassar rapidamente em praticamente qualquer domínio do conhecimento técnico.

Irão se tornar profissionais requisitados aqueles e aquelas que tiverem experiência e profundidade em vários domínios do conhecimento, mas, além disso, tiverem também curiosidade e envolvimento emocional com o objeto do seu trabalho. A conexão genuína ajuda a fazer as perguntas que a IA vai responder. Produzir é antes um ato de vontade e de escolha. Muito depois, uma ação sobre o mundo... Vale a reflexão.

Profissionais requisitados serão aqueles que tiverem experiência e profundidade em vários domínios do conhecimento

Cobiça

POR CELSO MASSON



O NOVO MONARCA

Charles III assume o trono do Reino Unido em cerimônia para 2 mil convidados na Abadia de Westminster. Apesar de a realeza ter perdido o brilho de outrora, seus diamantes permanecem



A CORAÇÃO DE CHARLES III E AS JOIAS DA FAMÍLIA REAL BRITÂNICA

Ocupar o trono do Reino Unido não será fácil para Charles III. Aos 73 anos, ele se tornará o mais velho monarca da história britânica ao ser coroado em Londres, no sábado (6 de maio). Para boa parte dos súditos, a família real, com seus palácios, festas e guardas, custa caro demais — tanto que apenas 32% dos ingleses com idade entre 18 e 24 anos apoiam a monarquia, segundo pesquisa da BBC. Apesar da queda de popularidade, a realeza irá exibir parte de suas joias na cerimônia para 2 mil convidados na Abadia de Westminster. Algumas peças se tornaram clássicas e inspiram mulheres de todo o mundo. É o caso do anel de noivado da

princesa Diana. A joia foi herdada pelo príncipe William e passou para Kate Middleton quando ambos noivaram. Um anel similar, feito com safira e diamantes em ouro bicolor (1), pode ser adquirido por R\$ 4.491,00 no site de second hand Orit. Para quem estiver disposto gastar mais, é possível adquirir, por R\$ 44 mil, um colar de pérolas de quatro voltas (2) semelhante ao confeccionado pela grife Garrard para a rainha Elizabeth II. A empresa tem no portfólio ainda um bracelete gargantilha que lembra o que pertenceu à Queen Mary e também já foi visto no pescoço de Kate Middleton. Por R\$ 24.201 no site orit.com.br.



MOTO

TRIUMPH ANUNCIA FAMÍLIA TIGER COM CONDIÇÕES ESPECIAIS

Com preços que chegam a R\$ 114.450,00 (caso do modelo Tiger 1200 Tally, da foto ao lado), as motos da centenária Triumph são objetos de desejo acessíveis a poucos. Para aproximar o sonho da realidade, a fabricante de origem inglesa fundada em 1902 e que tem operações na Tailândia, na Índia e no Brasil está oferecendo alguns modelos com taxa zero, bônus ou descontos. As condições valem para maio nas 25 concessionárias em todo o Brasil e no site da fabricante, por meio do qual é possível também agendar test-ride.



PERFUME

A NOVA FRAGRÂNCIA DE ANTONIO BANDERAS

Depois do sucesso da linha de perfumes masculinos The Icon, a fragrância feminina com a assinatura do ator espanhol Antonio Banderas foi lançada em meados de abril com uma campanha internacional estrelada pela brasileira Agatha Moreira. Em um frasco que busca reproduzir a essência cromática de uma flor, traz aromas de bergamota e a groselha negra nas notas de cabeça, com jasmim e flor de laranjeira no coração e a base de baunilha e almíscar permanecendo na memória por mais tempo. À venda na Sephora por R\$ 259.



BEBIDA

O CHAMPANHE QUE UNE JAY Z E BERNARD ARNAULT

Idealizado pelo rapper e produtor musical Jay Z, o champanhe Armand de Brignac nasceu no ano 2000 com a missão de ser uma bebida que celebra o sucesso. Sua elaboração foi confiada à família Cattier, que há 13 gerações produz vinhos de qualidade no vilarejo de Rilly-la-Montagne, em Champagne, França. Em 2006, uma garrafa dourada de Armand de Brignac apareceu no clipe de *Show Me What You Got* e o sucesso foi imediato. Em 2021, 50% da marca foi adquirida pelo grupo Moët Hennessy, de propriedade do bilionário francês Bernard Arnault. Com isso, a bebida volta a ser comercializada no Brasil, mercado do qual estava fora havia alguns anos. Por enquanto a versão Brut Gold será vendida em bares e baladas de luxo, a um preço estimado entre R\$ 5 mil e R\$ 6 mil.

US\$ 67,8 bilhões

FOI O VALOR MOVIMENTADO PELO MERCADO GLOBAL DE ARTE EM 2022. A CIFRA É A SEGUNDA MAIOR EM 15 ANOS, PERDENDO APENAS PARA 2014, QUANDO FORAM VENDIDOS US\$ 68,2 BILHÕES

MODA

MIMI LIBERTÉ, PARA A MULHER QUE AMA VIAJAR

A plataforma Iguatemi365 acaba de incorporar ao seu catálogo a grife francesa Mimi Liberté, liderada pelo estilista Michel Klein. A marca se autodefine como "um convite à libertação dos desejos" e sua proposta é vestir mulheres acostumadas a viajar sempre e que querem manter o estilo onde quer que estejam. A primeira coleção desembarcou no Brasil com peças entre R\$ 2.600 (camiseta) e R\$ 7.800 (blazer). O vestido wrap bordado da foto sai por R\$ 6.910.



FRANCIS

CASTELO SAINT ANDREWS

GRAMADO-RS
RESTAURANTE PRIMROSE

Viva esta experiência



Informações e reservas:

(54) 3295-7700

(54) 99957-4220

(ou seu agente de viagens)



MAIO MÊS DAS MÃES | JUNHO MÊS DOS NAMORADOS



O GRANDE PÁREO DO JOCKEY CLUB

BRASIL REVISTAS

Em busca de alternativas para aumentar e renovar o público frequentador das corridas, clube que ocupa área nobre de São Paulo restaura instalações e amplia oferta de serviços

Lara SANT'ANNA

Assim como outros hipódromos do País, o Jockey Club de São Paulo já viveu dias melhores. Por décadas, atraiu gente da alta sociedade que se trajava com esmero para apostar em cavalos de raça ou apenas assistir às corridas. Mas o tempo passou, crises financeiras dificultaram a manutenção do turfe e nem todo o glamour que envolve os Grand Prix foi suficiente para manter o interesse no esporte. Hoje, nas pistas que ocupam uma área nobre da capital paulista, na arborizada Avenida Lineu de Paula Machado, há páreos apenas uma vez por semana, aos sábados. E a atual direção da entidade busca formas de voltar a receber público e mostrar que o turfe tem muito a oferecer. Na estratégia, está a am-

pliação de serviços no clube, que já abriga bares e restaurantes, além de atividades para crianças. Para isso, está em marcha a restauração do conjunto de prédios de arquitetura art déco inaugurados na década de 1940. O investimento, de R\$ 200 milhões, foi captado por meio de leis de incentivo. "A ideia é tentar oferecer serviços e produtos atrativos para o público que hoje frequenta shopping centers e parques na cidade", afirmou à DINHEIRO o diretor-executivo do Jockey Club de São Paulo, José Carlos Pires.

Inaugurado em 1941 e ampliado em reformas que preservaram o estilo do projeto original nos anos seguintes, o conjunto foi tombado como patrimônio histórico em 2010 pelo Condephaat, órgão estadual. Na visão de Pires, "uma vez que o Jockey esteja completamente restaurado, isso vai refletir, com outras iniciativas, na recuperação de público". O faturamento anual, de aproximadamente R\$ 60 milhões, ainda depende das apostas, que respondem por 85%. O restante é obtido com o aluguel de espaço para eventos. Por isso, aumentar a circulação de pessoas — sobretudo apostadores — é imperativo.



JOCKEY CLUB DE SÃO PAULO

FRASIL REPORTAGENS

No quesito serviço, o clube oferece hoje três restaurantes, duas lanchonetes, além de atividades de lazer para as crianças. O carro-chefe das atrações é o trenzinho com um tour pelos bastidores, garantindo uma aproximação com os cavalos puro-sangue inglês e educação de como as atividades do turfe são conduzidas. Desde que as mudanças foram implementadas, houve aumento entre 20% a 30% de público nos finais de semana, garantindo a presença de 2 mil pessoas durante os dias de corridas normais. No final de semana entre sexta-feira (5) e domingo (7), quando acontece o Grande Prêmio São Paulo, o mais importante do hipódromo, a expectativa é que as tribunas recebam 15 mil pessoas.

HANDICAP Membro do comitê executivo do ranking mundial de cavalos, o especialista no esporte Ricardo Ravagnani afirmou que o turfe entrou em declínio na década de 1990 e desde então não foi capaz de renovar o interesse massivo. Segundo Ravagnani, que também é chefe dos handicappers sul-americanos (algo como um balizador de performance) as tentativas feitas até agora não tiveram o êxito esperado por falta de recursos financeiros ou de planejamento. “As pessoas precisam saber que existe corrida todo sábado e que é um programa legal”, disse. “Não adianta saber e no mês seguinte não ter mais nenhuma atividade complementar. Assim elas não voltam.”

Além das corridas, o hipódromo abriga uma área social destinada aos 400 sócios, cuja obtenção do título está sujeita a aprovação do Conselho. Atualmente, há 200 funcionários no complexo, que possui o único laboratório antidoping para cavalos no País, um hospital veterinário de equinos e estrutura de cocheiras que abriga 650 animais. Para formar futuros jôqueis, há a escola de aprendizes. Estima-se que a cadeia do turfe gere cerca de 5 mil empregos diretos e indiretos. Manter essa estrutura é um dos objetivos do projeto de restauro e ampliação do público. Mas ainda há obstáculos. O clube trava uma disputa com a prefeitura de São Paulo por uma dívida de IPTU estimada em R\$ 313 milhões.

Para o Jockey, o imposto é indevido, pois sua atividade é essencialmente rural, mesmo ele ocupando um espaço urbano. Enquanto não se chega a um consenso sobre a cobrança, há planos de desapropriação para que o espaço seja transformado em um parque. A ideia tem defensores e críticos. Entre os atrativos do Jockey de São Paulo está o fato de a entrada ser gratuita e aberta para a população. As apostas não são obrigatórias, e para quem quiser arriscar um palpite, o valor mínimo é de R\$ 2. Mesmo que mantenha a reputação de um esporte de elite, sobretudo devido aos custos da criação de cavalos, é uma forma de diversão acessível. **FS**

PRESENTE E PASSADO

Em seis tempos de glória, arquiabancadas do Jockey ficaram lotadas. Hoje, o clube se reestrutura e passa por um processo de reforma para voltar a atrair visitantes





A RESSIGNIFICAÇÃO DO

Alternativa mais acessível e sustentável para quem gosta de se vestir com roupas e acessórios da moda, mercado de peças de segunda mão já ultrapassa US\$ 100 bilhões no mundo e se institucionaliza no Brasil com aportes de grandes grupos e viés filantrópico

Lana PINHEIRO

Foi-se o tempo em que brechó era apenas uma lojinha de bairro com mercadorias amontoadas, cheirando a naftalina e movimento tão insignificante que era difícil imaginar como o negócio sobrevivia. Ainda existem brechós assim, claro. Mas nos últimos tempos a compra e venda de roupas usadas passou por uma transformação completa, desde o nome até os valores que movimenta. Rebatizado de Second Hand, esse mercado gera valores entre US\$ 100 bilhões e US\$ 120 bilhões no mundo, deve alcançar R\$ 24 bilhões no Brasil em três anos e está atraindo um público qualificado em busca de um modelo de consumo mais consciente.

Um mapeamento com detalhes relevantes para quem quer estudar melhor essa tendência de consumo está no relatório *A (Re) Descoberta da Moda Seminova no Brasil*, publicado pelo Boston Consulting Group. Além dos dados sobre o valor de mercado, o documento estima que esse segmento deve apresentar crescimento anual de 15% a 20%, o suficiente para que o mercado de segunda mão supere o de fast fashion até 2030. No Brasil, o negócio



DONAS DO NEGÓCIO

Ana Eliza Setúbal, criadora do Oportunidade do Bem (à esq.), optou pelo foco em filantropia enquanto Luanna Toniolo (abaixo) fundou a Troc, hoje parte do grupo Arezzo & Co

O IMPACTO DA MODA NO MUNDO



Second Hand. Há pouco mais de dez anos, quando trabalhava como trader do mercado financeiro, usava parte de sua remuneração para comprar o que gostava: roupas, sapatos, bolsas e acessórios de moda das melhores marcas nacionais e internacionais. Até que um dia se deu conta que seu closet estava repleto de itens que só havia usado uma vez. “Foi então que decidi que essas peças tinham que circular, tinham que voltar para o mercado”, afirmou. Assim fundou o Cansei Vendi. O que começou como um canal no Instagram ganhou espaço como plataforma digital e até loja física. O resultado veio em forma de receita. “No ano passado fechamos próximos a R\$ 11 milhões, neste ano vamos chegar aos R\$ 20 milhões”, afirmou. Cerca de 80% ainda por canais digitais.

Para ter diferencial nesse mercado, ela destaca a importância da curadoria. “Nós temos um rigoroso controle de autenticidade e trabalhamos somente com marcas de alta qualidade”, disse. Assim, segundo ela, cumpre o papel de minimizar ao máximo os riscos de vender produtos falsificados ao mesmo tempo em que estende o ciclo de vida útil do produto, atuando de forma mais responsável tanto do ponto de vista social como do ambiental. O último, um problema crônico: segundo a Boston Consulting Group, a cada minuto o equivalente a um caminhão lotado de roupa usada é jogado no lixo.

É aqui que reside a motivação para outra empreendedora trocar uma bem-sucedida carreira como advogada tributarista por um brechó, decisão que a levou a integrar um dos maiores grupos de moda do País, o Arezzo & Co. A história de Luanna e do brechó on-line Troc começou a se desenhar por volta de 2015, dois anos antes de fundar a empresa. Casada e terceira geração de uma família de advogados, comandava um escritório de advocacia em São Paulo quando precisou se mudar temporariamente para os Estados Unidos. Nos

BRECHÓ

ainda é incipiente, mas promissor. Entre as entrevistadas, 56% declararam já ter comprado ou vendido uma peça usada. A base é de apenas 3 mil brasileiras, mas para os analistas do estudo, “uma nova forma de se relacionar com as roupas tem impulsionado o forte crescimento de moda seminova no mercado brasileiro”. Na lista dos motivos, o mais citado foi a vontade de ‘passar roupas para frente’ (38%). Em seguida aparecem ‘liberar espaço no guarda-roupa’ (34%); ‘ser sustentável’ (29%); e, só depois, ‘ganhar dinheiro’ (27%).

Empreendedora, Leilane Sabatini não participou da pesquisa, mas se tivesse teria engrossado as estatísticas das principais motivações para entrar no mercado de





planos iniciais, um curso de LLM (Latin Legum Magister) em tributação internacional. “Quando cheguei na universidade, decidi que não queria aquilo e comecei a pensar no que eu realmente desejava fazer.” Entrou em um curso de marketing em Harvard e, durante uma breve estadia na Finlândia, se surpreendeu com o potencial do mercado de segunda mão. “Lá fora as plataformas de vendas de usados estavam abrindo capital, sendo avaliadas em mais de US\$ 1 bilhão”, disse Luana. “Já no Brasil, o segmento ainda era cheio de preconceitos.” Foi então que percebeu a chance de participar de uma profunda transformação cultural na sociedade brasileira. “Havia um espaço enorme para criarmos não só um negócio de vendas, mas sim uma plataforma de comunicação desse novo modelo de consumo.” Ela aproveitou.

De volta ao Brasil, aliou a bagagem da experiência internacional, sua vontade de reduzir o impacto da indústria da moda no planeta e a força que via na economia circular para fundar a Troc dentro de uma

NICHO MILIONÁRIO

Leilane Sabatini começou o Cansei Vendi no Instagram hoje tem uma plataforma digital, loja física e receita de mais de R\$ 10 milhões

filosofia de startup. “Temos um custo alto fruto da nossa experiência premium, mas o administramos usando uma base tecnológica muito robusta”, afirmou Luanna. No backoffice, o sucesso do trabalho é resultado de um banco de dados poderoso e de processos eficientes que entrega ao cliente o que ele deseja de forma ágil. A prova que funciona está na estatística. Peças de marcas consagradas como a própria Arezzo dificilmente ficam mais de 15 dias na plataforma. Foi essa governança que levou Luanna a sair do status de dona de um brechó digital para o de uma empreendedora que atraiu as atenções de um grupo de moda que lucrrou R\$ 424,7 milhões no ano passado, o que tornou irresistível a ela vender a operação para o Arezzo & Co. Com uma condição: “Eu continuo no comando das operações”.

PROJETOS SOCIAIS No segmento de roupas usadas, porém, há espaço para alternativas que buscam outros ganhos que não o lucro. Esse é o caso do Oportunidade do Bem, uma iniciativa fundada por Ana Eliza Setúbal. Em uma história que começa de maneira similar à de Leilane, do Cansei Vendi, Ana Eliza viu no seu próprio closet a oportunidade de fazer a economia circular e, ao mesmo tempo, ajudar outras pessoas. Assim, após uma curadoria das suas roupas e acessórios, os colocou à venda para arrecadar fundos para projetos sociais. No começo, tinha duas entidades parceiras, hoje são mais de dez. “Optei por um modelo de associação civil sem fins lucrativos”, afirmou. O projeto deu tão certo que virou uma plataforma de e-commerce, uma loja física em São Paulo e um grande bazar com duas edições no ano. O último foi realizado em abril e movimentou mais de R\$ 2 milhões. A próxima deve acontecer no início de dezembro com a meta de chegar a um novo recorde de vendas.

Ainda que o Oportunidade do Bem tenha foco em filantropia e não no lucro, o fato de movimentar cifras milionárias é mais uma demonstração de que o mercado de usados tem demanda. Limitar essa tendência a questões isoladas de sustentabilidade, ou de negócio de luxo ou de economia circular é apequenar um novo modelo de negócio que precisa ser avaliado de maneira holística para que todo o seu potencial transformador seja de fato aproveitado, ajudando consumidores, empresários e o planeta. **FI**

O PERFIL DO MERCADO BRASILEIRO

R\$ 24 bilhões

potencial do mercado de revenda em 2025

56%

entre 3 mil brasileiras declararam já ter feito ao menos uma transação de artigos usados

12%

é a participação média de produtos de segunda mão entre os compradores e vendedores de usados

AS CATEGORIAS MAIS COMPRADAS

Roupas

49%



Calçados

34%



Acessórios

33%



MOTIVAÇÕES PARA A REVENDA

38%

passar roupas para frente

34%

liberar espaço no guarda roupas

29%

ser sustentável

27%

ganhar dinheiro

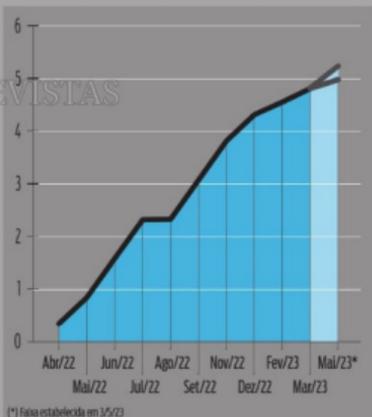
ÍNDICE INDUSTRIAL CAI PARA 44,3 PONTOS

O Índice Gerente de Compras (PMI) do setor industrial brasileiro caiu de 47 pontos em março para 44,3 pontos em abril, com ajuste sazonal. Segundo informações da S&P Global, houve uma deterioração acentuada na saúde do setor, uma das mais rápidas em três anos. A desaceleração industrial do Brasil se estendeu pelo sexto mês consecutivo, quando as empresas reduziram a produção devido a uma contração mais acentuada no índice de novos negócios, conforme nota da instituição. Além de relatar o adiamento das encomendas, as empresas indicaram como causas a redução do poder de compra das famílias, a fraca demanda subjacente e a incerteza em torno das políticas públicas, que pesaram no desempenho do setor.

FED ELEVA JURO E MERCADO VÊ PAUSA NO APERTO

O Federal Reserve (Fed), o banco central dos Estados Unidos, elevou a taxa de juros em 0,25 ponto percentual para a faixa entre 5,0% e 5,25% ao ano, a décima alta seguida desde março de 2022 e o maior patamar em 16 anos. Na interpretação dos analistas, o Fed sinalizou que deve começar a segurar novos aumentos daqui para frente. "Após a decisão e o comunicado, a curva dos Fed Funds recuou cerca de 0,25 ponto percentual refletindo a percepção de que o Fed em breve afrouxará sua política", disse o economista da XP Francisco Nobre, em relatório. O objetivo da autoridade é dar um tempo para avaliar a consequência das recentes falências de bancos. A medida marca uma nova etapa da gestão de recuperação pós-pandemia. Na conferência de imprensa, o presidente do Fed, Jerome Powell, disse que ainda vê a inflação como elevada e que as altas pressões de preços continuam a ser motivo de preocupação para o banco central. Por isso, ele acrescentou que ainda é cedo para dizer que o ciclo de alta acabou.

CICLO DE ALTA
Taxa efetiva de juros dos Fed Funds
(em % ao ano)



Fonte: Federal Reserve

ATIVIDADE CRESCER COM AGRONEGÓCIO

A atividade econômica brasileira cresceu 2,5% em fevereiro em comparação com janeiro, considerando-se dados com ajuste sazonal. Conforme levantamento do Monitor do PIB-FGV, na comparação interanual o crescimento da economia em fevereiro foi de 2,7% — mesma variação apresentada no trimestre móvel findo em fevereiro. Segundo a coordenadora da pesquisa, Juliana Trece, o forte crescimento se deve, principalmente, à atividade agropecuária. Embora a indústria e os serviços tenham crescido na comparação com janeiro, o expressivo desempenho agrícola, justificado pela safra recorde de soja e sua elevada participação no valor adicionado da agricultura, é o grande destaque da economia, na visão da coordenadora.

TESOURO POPULAR EDUCA +

B3 e STN planejam novo título público federal voltado para educação, além de novas funcionalidades como vale-presente, garantia de aluguéis e de empréstimos

Fagundes SCHANDERT

Depois do sucesso inicial do lançamento do Tesouro Renda+ Aposentadoria Extra dedicado para fomentar a previdência complementar para o longo prazo, a Secretaria do Tesouro Nacional (STN) estuda a criação de um novo título público federal, agora voltado para o financiamento da educação privada. A novidade foi contada à imprensa pelo secretário-executivo da STN, Rogério Ceron, no dia 27 de abril. Nos próximos dias, a STN deve discutir com a Bolsa (B3) como customizar o novo produto de investimento, ainda sem nome definido.

Similar ao Renda+, o futuro título público federal, que bem poderia chamar Tesouro Educa+ deverá ser utilizado por pais e estudantes para bancar o ciclo de estudos após um determinado período de acumulação de recursos. No exemplo, se a pessoa física acumular recursos por 10, 12, 15 ou 18 anos, poderá resgatar depois os recursos por 4 ou 5 anos, tempo semelhante a de uma graduação na faculdade no Brasil ou de um curso de intercâmbio de extensão no exterior.

Segundo o analista de renda fixa da Nord Research, Christopher Galvão, ainda não há mais detalhes sobre a nova aplicação finan-

ceira, mas ele considera a iniciativa como positiva. "Está no campo das ideias, mas se for bem implementada, será utilizada por famílias, escolas e empresas para fomentar a educação", afirmou. Galvão aponta que o governo pode contribuir com algum tipo de benefício para bolsas de estudos. "Isso seria para melhorar a evasão escolar e a formação educacional", disse.

Como o produto será semelhante ao Renda+, Galvão acredita que não haverá novidades em termos de indexadores. O Renda+, que é dedicado para a acumulação de recursos para aposentadorias no longo prazo, usa o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) com indexador além de uma taxa prefixada de juros por ano, um prêmio adicional aos investidores acima da inflação. "O Renda+ teve uma boa adesão inicial, mas pode ser impactado pela marcação a mercado dos títulos por ser de longo prazo", afirmou. Esse desafio da percepção de queda do valor dos títulos marcados pelo mercado só poderá ser superada com educação financeira. "Aos poucos, o Tesouro Direto tem avançado, mas ainda é uma parcela bem pequena da população que investe diretamente em títulos públicos", disse.

Os dados mais recentes da STN mostram que 23,7 milhões de pessoas físicas estão cadastradas no Programa de Compra e Venda de Títulos Públicos Federais pela Internet (Tesouro



IDEIAS EM ESTUDO
O secretário-executivo do Tesouro Nacional, Rogério Ceron, irá discutir com a Bolsa Brasileira (B3) como customizar os novos produtos financeiros do Tesouro Direto



PÚBLICO AMPLO

Perfil dos investidores por idade
(em % de cadastrados)

Até 15 anos

0,3

De 16 a 25

23,26

De 26 a 35

34,51

De 36 a 45

23,61

De 46 a 55

10,27

De 56 a 65

5,18

Mais de 66

2,88



Fonte: STN

Direto), mas desse total, apenas 2,1 milhões são investidores ativos, ou seja, apenas 1% da população brasileira possui posições diretas em papéis do governo. Essa baixa participação não está relacionada com o acesso para o varejo (pessoas físicas), pois a aplicação é acessível a partir do aporte de R\$ 30 de entrada.

Na visão de Heitor Martins, da Nexgen Capital, em termos de popularidade, o Tesouro Direto ainda perde de longe para a caderneta de poupança e os CDBs dos grandes bancos, mesmo rendendo bem mais. "É uma alternativa bem melhor que a poupança e os CDBs, e com a segurança do Tesouro. O desafio está na educação financeira", afirmou. Ele tem razão. Conforme informações do boletim de renda fixa da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro de Capitais (Anbima), o Tesouro Selic, por exemplo, rendeu 13,42% (bruto) em 12 meses até março, ante 12,41% da média dos CDBs (bruto) e de 8,19% da rentabilidade líquida da poupança no mesmo período.

GARANTIAS Entre as ideias contadas pelo secretário-executivo do Tesouro, Rogério Ceron, na entrevista coletiva, estão outras formas de tornar a aplicação mais popular. Entre as iniciativas estão a criação de produtos como vale-presente em títulos públicos ou caução para aluguel de imóvel. Outra possibilidade aventada é da utilização dos recursos nos papéis do governo como garantia em financiamentos de automóveis e empréstimos, com o objetivo de incentivar aportes, e ao mesmo tempo, proporcionar juros mais baixos aos tomadores. "Dá mais segurança para a instituição financeira. Com isso, você consegue taxas de juros menores", disse Ceron. **■**

PAPÉIS AVULSOS

BRADESCO BANK INAUGURA NOVA SEDE EM MIAMI, NA FLÓRIDA



O Bradesco Bank, antigo BAC Florida Bank, adquirido pelo Bradesco no final de 2019, inaugurou em 27 de abril sua nova sede no Plaza Coral Gables, novo empreendimento localizado na Ponce de Leon, em Miami, na Flórida. O Plaza Coral Gables é considerado um dos complexos comerciais mais modernos da cidade, com escritórios, lojas, restaurantes e hotel. A nova sede tem 4 mil m², distribuídos em dois andares. O projeto foi inspirado na sede do Bradesco na Avenida Faria Lima, na cidade de São Paulo. A nova sede foi concebida para fomentar colaboração dos funcionários e dar comodidade

para os 10 mil clientes do Bradesco Bank. O BAC Florida Bank era reconhecido por ser um banco especializado em operações de financiamento imobiliário para estrangeiros nos EUA. Desde a aquisição, o Bradesco Bank passou a oferecer solução completa de produtos e serviços, plataforma de

investimentos internacionais para clientes Private Wealth Management, produtos bancários como cartões de crédito e transferências, uma área dedicada aos segmentos corporative e institucional e uma plataforma de investimento totalmente digital chamada Bradesco Invest US, além de financiamento imobiliário.

INDICADORES ECONÔMICOS

PIB CRESCIMENTO (FONTE: BANCO CENTRAL)	4º TRI/22	3º TRI/22	2º TRI/22	1º TRI/22	2021
PIB (DESAZ)	-0,3%	0,2%	0,8%	1,4%	5,0%
PIB EM US DÓLARES *	1.919,9	1.837,3	1.783,7	1.698,9	1.648,8
ATIVIDADE **	FEV/23	JAN/23	DEZ/22	NOV/22	NO ANO
PRODUÇÃO INDUSTRIAL (IBGE)	-0,2%	-0,3%	-0,1%	0,1%	-1,1%
VOLUME DE VENDAS NO VAREJO RESTRITO (IBGE)	-0,1%	3,6%	-2,8%	-0,7%	1,8%
TAXA DE DESEMPREGO - PIAAD CONTÍNUA (IBGE)	8,6%	8,4%	7,9%	8,1%	8,6%
UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA (CNI) - DESSAZ	79,3%	79,5%	79,6%	80,0%	77,3%
INADIMPLÊNCIA ***	FEV/23	JAN/23	DEZ/22	NOV/22	MÉDIA EM 2021
PESSOA FÍSICA ATÉ 90 DIAS	4,5%	4,5%	4,2%	4,5%	4,5%
PESSOA F. ACIMA DE 90 DIAS	6,1%	6,3%	5,9%	5,8%	6,3%
PESSOA JURÍDICA ATÉ 90 DIAS	2,5%	2,4%	1,9%	1,9%	2,5%
PESSOA J. ACIMA DE 90 DIAS	2,4%	2,3%	2,1%	2,3%	2,4%

* Ajustado nos últimos 12 meses; ** Em relação ao mesmo período do ano anterior, exceto utilização de capacidade instalada e taxa de desemprego; *** Em proporção do volume de crédito concedido - Recursos Livres (A) Superávit (-) e Déficit (+) - conforme notas estatísticas do BACFIN

DESEMPENHO DAS EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE



MELHOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Sindustrial	-1,09	2,77
Seguros e Previdência	5,01	25,54
Transporte	9,10	6,11
Serviço Financeiro	8,29	3,65
Saneamento	-2,40	3,21



PIOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Alçúcar e Alcool	10,74	-28,40
Construção	-3,01	-34,71
Educação	9,87	-35,63
Alimentos	0,38	-38,97
Químico	-1,21	-40,87

Fonte: Austin Rating de 10/01/2023

PRINCIPAIS ÍNDICES

INDICADO	MAR/23	FEV/23	JAN/23	NO ANO	12 MESES
IPC - FIPE	0,39%	0,43%	0,63%	1,45%	5,75%
IGP-M (FGV)	0,05%	-0,06%	0,21%	0,20%	0,17%
IGP-DI (FGV)	-0,34%	0,04%	0,06%	0,05%	1,18%
IPCA (IBGE)	0,71%	0,84%	0,53%	2,09%	4,65%
IPCA - NÚCLEO MM SUFIZADO	0,36%	0,48%	0,49%	1,34%	7,51%
BIROSNAPLICAÇÃO	MAR/23	FEV/23	JAN/23	NO ANO	12 MESES
CDI	1,17%	0,92%	1,07%	3,25%	13,29%
TLP	0,50%	0,49%	0,49%	1,48%	5,72%
POUPANÇA	0,74%	0,58%	0,71%	2,05%	8,30%
TLP	0,59%	0,59%	0,59%	1,70%	7,01%
CDB/RDB - TAXA PREFIXADA MÉDIA	1,12%	0,80%	1,03%	3,02%	12,63%
CÂMBIO/PETROLIO	28/04/2023	NO MÊS	NO ANO	12 MESES	
REAIS/US\$ (COMERCIAL VENDA)	5,001	-1,57%	-4,36%	1,66%	
US\$/EURO	1,104	1,53%	3,43%	4,73%	
RENE/US\$	136,01	2,44%	3,35%	4,75%	
PETROLIO À VISTA BRETEL (US\$/BARRIL)	79,54	-0,29%	-7,41%	-27,25%	
MERCADOS FUTUROS 28/04/2023	MAI/23	JUL/23	SET/23	NOV/23	
CÂMBIO (R\$/US\$)	5,001	5,017	5,106	5,158	
DI DE 1 DIA (% A.A.)	MAI/23	JUL/23	SET/23	NOV/23	
	13,66	13,64	13,61	13,51	
IBOVESPA (PONTOS)	JUN/23	AGO/23	OUT/23	DEZ/23	
	105.753	107.886	109.930	111.691	
CAFÉ ARÁBICA (60KG - ICF)	MAI/23	JUL/23	SET/23	DEZ/23	
	228,50	230,55	224,45	221,75	

BRASIL REVISTAS

AS 10 MAIS NEGOCIADAS DA IBOVESPA

Ação	Cotação (R\$)	% mês	% ano	% 12 M	% Índice
Vale ON	72,40	-9,8	-16,8	-6,2	15,899
Itaú Unibanco PN	25,92	4,8	5,2	14,2	6,769
Petrobras PN	23,70	13,5	8,6	37,5	5,890
Petrobras ON	26,67	11,7	5,6	33,0	4,341
Bradesco PN	13,85	5,3	-4,4	-17,9	3,880
Eletrobras ON	33,85	2,4	-19,1	-15,8	3,719
B3 ON	11,68	12,9	-10,3	-9,2	3,644
Ambev ON	14,16	-1,2	-2,5	2,7	3,380
Brasil ON	42,86	9,6	27,0	44,5	3,314
Weg ON	41,12	1,4	7,5	38,9	2,821

Fonte: Economatica *28/04/2023

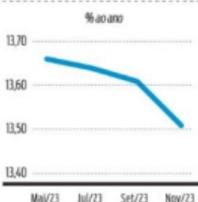
BOLSA NO MUNDO

28/04/2023		COTAÇÃO (MOEDA LOCAL)			VARIAÇÃO (US\$)		
Mercado	Índice	Pontos	% mês	% ano	% 12 m.	% mês	% ano
Brasil	Ibovespa	104.432	2,50%	-4,83%	1,47%	0,89%	-8,79%
Brasil	IbrX 100	43.994	1,93%	-5,48%	1,45%	0,33%	-9,41%
EUJA	Dow Jones	34.099	2,48%	2,87%	3,40%	2,48%	2,87%
EUJA	Nasdaq	12.227	0,04%	16,82%	-0,88%	0,04%	16,82%
Japão	Nikkei 225	28.856	2,91%	10,58%	7,48%	5,42%	14,06%
China	Shanghai	3.323	1,54%	7,57%	9,06%	2,7%	7,8%
Alemanha	DAX 30	15.922	1,88%	14,36%	12,94%	3,43%	18,28%
França	CAC 40	7.492	2,31%	15,72%	14,66%	3,87%	19,69%
Reino Unido	FTSE 100	7.871	3,13%	5,62%	4,32%	4,90%	10,44%

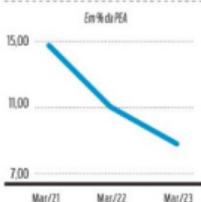
Fonte: Austin Rating

JUROS FUTUROS

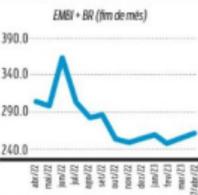
28/04/2023



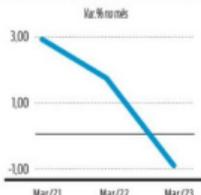
TAXA DE DESEMPREGO (IBGE)



RISCO-PÁIS



ÍNDICE GERAL DE PREÇO (FGV)



RENTABILIDADE DOS TÍTULOS PÚBLICOS (%)

*30/abr/23 (Inclui IS - Juros Semestrais)

TÍTULO	VENC.	INDEXADOR	Últim. 30 dias	ano *	12 MESES
Tesouro Selic 2024	01/09/2024	Selic	1,04%	4,22%	13,72%
Tesouro Prefixado (IS) 2025	01/01/2025	Prefixado	0,64%	4,94%	12,13%
Tesouro IPCA+ (IS) 2024	15/08/2024	IPCA	0,50%	5,07%	8,87%
Tesouro IPCA+ (IS) 2023	01/01/2031	IGP-M	-0,96%	1,88%	0,67%
Tesouro Prefixado 2024	01/01/2024	Prefixado	0,71%	4,62%	11,90%

MAIORES ALTAS DA SEMANA*

Ação	Sector	%
COTEMINAS	Têxtil	121,49
SPRINGS	Têxtil	76,71
SANTANENSE	Têxtil	65,00
LIGHT S/A	Energia Elétrica	54,81
PDG REALT	Imobiliário	38,50

TERMÔMETRO DO MERCADO

O IBOVESPA EM UM ANO *	PONTOS
Ibovespa	104.432
Mínima	95.267
Máxima	120.752

Fonte: Economatica *08/04/2023

MAIORES BAIXAS DA SEMANA*

Ação	Sector	%
PETROBRAS	Petróleo e Gás	-11,20
KEPLER WEBER	Industrial	-12,18
INFRACOMM	Serviço Especializado	-14,89
WETZEL S/A	Serviço Especializado	-15,46
RECRUSUL	Industrial	-21,62

Fonte: Austin Rating *28/04



*Abr 28/04/2023



"É OTIMISMO DE MAIS ACHAR QUE O FEDERAL RESERVE (FED, O BC DOS EUA) VAI CORTAR AS TAXAS DE JUROS EM BREVE"

RAGHURAM RAJAN
Professor de Finanças da Universidade de Chicago e ex-economista-chefe do FMI



+ 38,5%

Foi a alta das ações da PDG Realty na semana até 28 de abril de 2023, segundo dados da Austin Rating. Em comunicado à CVM no dia 26, a empresa relatou que desconhece qualquer fato relevante que justifique oscilações atípicas de suas ações. A companhia publicará seu balanço do primeiro trimestre de 2023 no dia 12 de maio.

US\$

US\$ 28,65 bilhões Foi a receita global da Meta (ex-Facebook) no primeiro trimestre de 2023, valor 3% maior na comparação com igual período do ano passado. Os custos subiram 10% na base anual e inclui as despesas com a reestruturação, com corte de 21 mil postos de trabalho anunciados. O lucro ficou em US\$ 2,20 por ação.

REVISTAS

- 11,2%

Foi a baixa das ações PN da Petrobras na semana até 28 de abril de 2023. Segundo analistas, a baixa foi puxada principalmente pela queda do preço do petróleo no exterior. A nova diretoria da estatal aprovada em assembleia no dia 27 reduziu o preço do diesel em R\$ 0,38 por litro e concedeu reajuste de 13,65% aos petroleiros.

R\$

R\$ 4,3 bilhões Foi o lucro antes de impostos, taxas, depreciações e amortizações (Ebitda) ajustado reportado pela Gerdau no primeiro trimestre de 2023, conforme balanço divulgado na quarta-feira (3). O lucro líquido ajustado alcançou R\$ 2,4 bilhões. A receita líquida atingiu R\$ 18,9 bilhões.

CRIPTO

A Bitso obteve licença de Sociedade de Crédito Direto (SCD), que autoriza o fornecimento de serviços de crédito no Brasil. Há poucas semanas também recebeu a licença de Instituição de Pagamento (IP) concedida pelo Banco Central. Fundada em 2014, com mais de 500 funcionários em 35 países, a Bitso chegou ao Brasil em 2021 e no seu primeiro ano de atuação no País conquistou mais de 1 milhão de usuários. Na América Latina, reúne 6 milhões de usuários e 1,5 mil clientes institucionais. "Ficamos muito felizes em sermos a primeira empresa do setor com licença para operar como IP e SCD. Trabalhamos para oferecer opções como pagamento, investimento e crédito", disse Thales Freitas, CEO da Bitso Brasil.

PALAVRA DO GESTOR

PEDRO VAN DEN BERG, CEO DA ZAGROS CAPITAL

Como a Zagros atua?

A gestora é independente e focada na gestão de ativos imobiliários. A casa tem mais de R\$ 2 bilhões em ativos sob gestão e é responsável pelo fundo imobiliário GGRC11, um dos mais negociados na B3. O FII tem patrimônio líquido acima de R\$ 1 bilhão e área bruta locável (ABL) de 370 mil metros quadrados, com foco nos segmentos industrial e logístico.

Como o GGRC11 funciona?

Ele mantém contratos de locação atípica, com mais prazo e garantia na comparação com a média do mercado. Além do fundo, a Zagros atua com gestão de patrimônio, consultoria e estruturação de negócios imobiliários. Os ativos ainda incluem sociedades de propósito específico e club deals.

Como sua experiência ajudou nesse trabalho?

Estou no mercado há uns 15 anos e traço o conhecimento tanto do mercado financeiro como imobiliário. A Zagros é focada na gestão de fundos imobiliários, patrimonial, e o investidor geralmente são pessoas físicas. Agora



QUEM É E O QUE FAZ

Formado em Administração pela FGV, desde cedo trabalhou no mercado financeiro

Trabalhou na Catusai, empresa de Londrina, que vendeu shoppings para BR Malls e foi para área de incorporação, onde atuou em empreendimentos imobiliários

Em 2016 percebeu o interesse de investidores, que preferem entrar em fundos e foi para a Zagros Capital

estamos criando um fundo para o investidor profissional, que vai ser multiestratégico. Garantindo segurança, mas com uma pitada de sofisticação para um retorno melhor.

O que está no radar da empresa?

Buscamos empreendimentos que tenham algum tipo de selo, de sustentabilidade e eficiência energética, etc. Para ter inquilinos melhores e rendimentos melhores também.

Quais os riscos do investimento?

Este é um mercado que oscila. Se o investidor quer ter uma fonte de aposentadoria, tem de pensar em diversificação, para reduzir o risco de quedas acentuadas. Mas a vantagem em relação a imóveis é a liquidez.

Como os fundos ajudaram o mercado imobiliário?

Participação do mercado financeiro no mercado imobiliário oxigenou o segmento e criou um ecossistema que une incorporadoras e investidores fazendo a roda girar, mesmo em momentos complicados. E ainda há espaço para crescer.

NOTAS

VECTIS INICIA LOCAÇÃO DO FUNDO VCCR11

Com 48 unidades em uma área estratégica da zona sul da capital paulista, o "House of Charlie Vila Mariana" iniciou as operações de locação e hospedagem para curta e média temporada em São Paulo. O empreendimento faz parte da estratégia do fundo imobiliário Vectis Renda Residencial (VCCR11), da casa de estruturação e investimentos Vectis Gestão. Atualmente, o VCCR11 é o maior fundo de investimentos de renda residencial do Brasil em termos de patrimônio líquido com mais de R\$ 257 milhões em ativos.

CILIA RECEBE APORTE DE R\$ 110 MILHÕES

A empresa goiana Cilia recebeu um aporte de R\$ 110 milhões, liderado pelo fundo Cloud9 Capital. A captação contou com a participação do Mercado Livre. Criada em 2012, a startup simplifica o trabalho de oficinas, fornecedores de peças, reguladoras e seguradoras na realização de orçamentos no setor automotivo. O sistema da Cilia fornece em tempo real o orçamento do reparo ou da manutenção de um veículo, processo que antes demorava dias. A sistema está integrado às seguradoras e a mais de 4,5 mil oficinas.

ITAÚ BBA LANÇA SOLUÇÃO DE GESTÃO

No evento Web Summit, no Rio, na quarta-feira (3), o Itaú BBA lançou a solução de gestão financeira em parceria com o Accountfy, empresa de tecnologia hospedada no Cubo Itaú. O Gestão Integrada por Accountfy é uma plataforma que consolida, automatiza e transforma dados operacionais em informações para tomada de decisões estratégicas. Por meio da organização de informações gerenciais e contábeis, o cliente passará a ter uma visualização mais fácil e transparente da saúde financeira de suas empresas.



O QUE O PL 2.630 TEM A VER COM A ECONOMIA

Brasil precisa urgentemente da melhor versão política de Lula III

Paz na Ucrânia e falta de dinheiro na Argentina são problemas lindos de resolver. Apenas não consigo enxergá-los como prioridade nacional. Porque dentro de casa o governo Lula III tem mostrado uma surpreendente incompetência. Algo caro demais a se pagar num lugar institucionalmente destruído pelo lúmpen-ex-presidente que nos desgovernou no quadriênio 2019-2022. Ele e sua grosseira, tosa, incivilizada e bem-remunerada turba. Agora, com o petista, o showzinho internacional vai bem, obrigado: viagens a Argentina, China, Estados Unidos, Espanha, Portugal, Uruguai. No ambiente doméstico... só fiasco. Nosso Soberano deveria parar imediatamente de fazer marolinhas na questão dos juros. E efetivamente começar a reinar, construindo a política da governabilidade. Porque já se passaram 125 dias e nada que aponte a um horizonte economicamente viável.

Lula é um político brilhante. Lula III, não. Parecem pessoas diferentes. Já escrevi neste espaço que não deve ser fácil separar sua persona pública da dor de um julgamento desleal — Sergio Moro, nunca será pouco repetir, foi julgado parcial (“houve suspeição”, afirmou o STF) e as condenações ao petista foram anuladas. Lula foi arrancado da corrida presidencial em que amassaria Jair Messias Bolsonaro. O porquê somente a História poderá narrar. Mas isso é um problema de Lula. Não do Brasil. Nem dos brasileiros. Mesmo da metade que odeia o ex-presidente e para quem ele não passa de ladrão solto.

Pois o Lula III precisa reencarnar os Lula I e II. E a maior prova disso foi dada na terça-feira (2) no Projeto de Lei (PL) 2.630. Nem a profissional e atuante ajuda de Arthur Lira tem sido o bastante. A derrota do governo — o relator do PL, deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), pediu que o tema fosse retirado da pauta porque, se votado, correria o risco de não ser aprovado — é sinal alarmante da fragilidade que o Executivo terá no jogo parlamentar. Resgatar e recuperar os estragos deixados pelo lúmpen-ex-presidente não é agenda fácil. De toda forma, é agenda inevitável, pois qualquer ser humano civilizado sabe o que precisa ser corrigido. Se haverá ou não recursos é outra conta, mas o que precisa ser feito é inercialmente óbvio. Onde o bicho pega mesmo é no Congresso.

E nele, efetivamente, ficou comprovado na terça-feira que não será fácil emplacar pelo menos três temas cruciais e urgentes à economia. O primeiro é o Arcabouço Fiscal. Apesar de ele ter nascido no Ministério da Fazenda, foi desfigurado pelo próprio Executivo. Incluíram cacarecos daqui, tiraram outros pontos dali. A velha safadeza de sempre que, dessa feita, causou reprimendas até de Arthur Lira. O presidente da Câmara já afirmou que a peça passará por mudanças para voltar a ficar perto do que saiu do Ministério da Fazenda, porque os deputados não permitirão “retrocesso”. Jogo que deve ser jogado em breve. Depois vem o Orçamento (LDO). A ministra do Planejamento, Simone Tebet, já adiantou que o bom andamento da LDO depende do bom andamento do Arcabouço Fiscal. Por fim, o terceiro tema crucial, e talvez o mais importante de todos, é a Reforma Tributária. A atual Peça de Resistência econômica deste esboço de Nação. O homem por trás dela, Bernard Appy, secretário extraordinário da Reforma Tributária do Ministério da Fazenda, sabidamente anda navegando em perfil baixo. Sabe que há ventania demais para colocar seu espinhoso tema na pauta.

Essa trinca de pautas depende como nunca de uma liderança política de envergadura e talento. Lula III tem a obrigação de ser esse cara. Porque o PL 2.630 mostrou que este governo não tem forças no Parlamento para aprovar nem distribuição de abraços no Dia das Mães. Como o atual presidente anda ostentando que “político é mais que técnico”, está na hora de mostrar. Vá aí. Prove que o senhor está correto. Porque do lado de cá, o lado do brasileiro comum, o que se espera é que dedique mais tempo aos problemas (gravíssimos) que temos do que ficar dizendo que “o FMI sabe como a Argentina se endividou, não pode ficar pressionando”. Por mais que o senhor tente depois se justificar, afirmando que ajudar a Argentina é ajudar os exportadores brasileiros, fará muito mais pelo Brasil olhando pra dentro de casa. Afinal, por aqui há Bad News demais para perder até PL de Fake News. **E**

**Edson Rossi é redator-chefe da DINHEIRO.*

O BTG potencializa a sua trajetória.

Seus sonhos
são nossa prioridade.

No mundo digital ou fora dele,
o BTG Pactual é o parceiro ideal
para potencializar a sua trajetória.
Tenha a excelência e a solidez
do melhor Banco do país* para
otimizar a sua vida financeira
e o seu negócio.

BRASIL REVISTAS

Mica Rocha
Empresária, Influencer e Cliente BTG

*Eleito Best Bank in Brazil pela Global Finance.



Abra sua
conta.

Dê um BTG na sua vida.
btgpactual.com

