

TECNOLOGIA

QUAL O VALOR DO DINHEIRO? HÁ MENOS DE 10 ANOS PAGAR CONTAS PELO CELULAR ERA ALGO RARO

▶▶▶ [Leia na página 6](#)



Planejamento estratégico flexível é aprendizado para o pós-pandemia

Atualmente, é possível encontrar uma grande quantidade de materiais produzidos que abordam o futuro pós-COVID-19 e como as empresas deverão se comportar.

Ainda é cedo para indicar parâmetros concretos, mas poucos estão destacando uma parte fundamental dessa discussão, igualmente fruto do dinamismo ocasionado pelo vírus: os planos de contenção, de modo geral, conseguiram suportar as consequências do distanciamento e os efeitos decorrentes do período?

Considerando a gestão em sua totalidade, bem como a condução de atividades operacionais, é ponto passível de entendimento que as organizações precisam adotar uma nova concepção quanto à efetividade de seus planejamentos.

Claro, há de se considerar o choque para o quadro empresarial proporcionado pelo contágio em massa da doença. O tempo hábil para se sustentar um terreno concreto de resposta à pandemia foi extremamente curto, dado o tamanho da emergência que inúmeros países ainda têm de enfrentar.

Nesse sentido, coloco como prioridade transformar os aprendizados dos últimos meses em oportunidades para se potencializar os resultados de um negócio.

1 - Planejamento de curto, médio ou longo prazo? - Estabelecer planos capazes de surtir resultados satisfatórios a longo prazo. Até lá, a empresa deverá cumprir etapas previamente alinhadas e esperar que os esforços mantenham o status das atividades em plena harmonia operacional.

Você certamente já se deparou com essa noção estratégica, que prioriza a obtenção de conquistas lá na frente. Não há nada de errado no ato de se apoiar em uma visão ampla do cenário em que se está inserido, mas essa não deve ser a única válvula de escape do gestor.

Independente do segmento ou do tamanho da empresa, o mercado sempre se encontrará suscetível à influência de fatores externos que fogem do poder de decisão de cada um. O que fica a cargo e sob a responsabilidade das figuras de liderança são os modelos propostos para minimizar os estragos e garantir que, internamente, as atividades continuem caminhando de forma adequada, sem grandes traumas.

Portanto, é fundamental discutir alternativas para se consolidar um planejamento flexível. Isso nos leva ao próximo tópico.



“ Não é exagero nenhum afirmar que do ponto de vista estratégico, soluções inovadoras mostraram-se indispensáveis.

2 - Cultura humanizada é condicional para qualquer estratégia - Pessoas movem empresas. É inconcebível construir qualquer tipo de planejamento estratégico sem colocar em pauta esse componente tão importante. Querendo ou não, os profissionais são as maiores armas de resposta a crises momentâneas, e tal protagonismo deve ser levado em consideração. Essa mentalidade é compatível com o que se espera de uma cultura interna humanizada.

Em outras palavras, artifícios inovadores servirão para potencializar as atividades conduzidas por pessoas, atribuindo o devido valor operacional. Uma empresa que enxergue esse requisito com a atenção necessária não só facilita a criação de uma filosofia de trabalho assertiva e simplificada, como abre espaço para novos ganhos de engajamento e produtividade.

Evidentemente, os motivos por trás da obrigação de se readequar procedimentos não foram os melhores, mas expuseram a fragilidade de companhias que por muito tempo ignoraram a chegada de novidades positivas.

O futuro pós-pandemia passa, sem sombra de dúvida, pela autoanálise profunda de líderes e gestores. Como auxílio técnico e fundamental nessa equação estratégica, podemos direcionar o artigo para a presença tecnológica.

3 - Tecnologia é aliada operacional e deve ser implementada - Até o início de março, mês no qual os primeiros casos de coronavírus foram identificados e as autoridades responsáveis passaram a sancionar medidas mais contundentes, a transformação digital dominava o debate empresarial como uma tendência irrefreável. No entanto, por mais que o foco tenha sido redirecionado, com razão, para o combate à COVID-19, a tecnologia não foi deixada de lado.

Com a urgência de se transportar métodos de trabalho ao ambiente remoto, não se pôde almejar qualquer tipo de manuseio das atividades sem o auxílio da máquina. Não é exagero nenhum afirmar que do ponto de vista estratégico, soluções inovadoras mostraram-se indispensáveis.

Decisões respaldadas por análises preditivas, comunicação preservada apesar das adversidades impostas pelo vírus, gestão sustentada por softwares eficazes em assegurar o fluxo de informações, são alguns exemplos significativos e que apontam para um modelo de negócio promissor.

De um lado, a sensibilidade de uma governança humanizada, do outro, a base processual de plataformas automatizadas como garantia de segurança e otimização das tarefas realizadas. Dois caminhos acessíveis e que contribuem para a utilização de um planejamento estratégico flexibilizado em sua essência.

Qual é a sua opinião sobre a importância dos planejamentos no futuro pós-pandêmico? Participe do debate e faça essa reflexão!

(Fonte: Fernando Brolo é Sales Partner na logithink - <https://www.logithink.it/>).

Negócios em Pauta

Foto: mundodomarketing.com/Depositphotos



Presente do Dia dos Pais

De acordo com pesquisa da consultoria Conversion, a internet será o principal canal de compras de presentes do Dia dos Pais, que acontece próximo domingo (9), para metade dos consumidores. 49,8% dos entrevistados preferem o comércio eletrônico para adquirir os regalos a serem entregues na data comemorativa. As lojas físicas, por sua vez, fazem parte da escolha de 14,4% dos consumidores para a compra de itens na data. Mais informações: (www.conversion.com.br). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

AllFecomercioSP

Webinar Gratuito

FUTURO DO RH NO TRABALHO:

perspectivas, experiências e tendências

05 de agosto 16h30*
(Horário de Brasília)

Ludymilla Pimenta
Fundadora do RHlab

Especialistas discutem o Futuro do RH em webinar

@A pandemia acelerou drasticamente a transformação digital nas empresas e impulsionou diversas estratégias de inovação para o RH que estavam apenas no escopo dos projetos futuros. Mas será que as organizações estão conseguindo acompanhar essas mudanças? E mais, colocá-las em prática com efetividade? Com o objetivo de esclarecer essas e outras questões, a LG lugar de gente, líder em produção de tecnologia para gestão em RH, promove na próxima quarta-feira (5/8), às 16h30, o webinar “Futuro do RH no trabalho: perspectivas, experiências e tendências”. Felipe Azevedo, Vice-Presidente na LG lugar de gente, falará com Ludymilla Pimenta, fundadora do RHlab - Laboratório do Futuro do Trabalho, sobre como se preparar e estar à frente de concorrentes nesse tema (<https://bityli.com/wGUaP>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter

▶▶▶ [Leia na página 5](#)

Quais serão as tendências do varejo

A pandemia impactou o varejo de forma significativa e exigiu que as empresas se adaptassem para não perder espaço neste momento de crise. Considerando que o mundo pós-pandemia não será o mesmo que existiu, como entender quais serão os impactos futuros e as tendências do varejo? Para Patricia Cotti, diretora executiva do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (Ibevar), a transformação do mercado devido ao Coronavírus condiciona as marcas a se reinventar e proporcionar uma entrega ainda mais completa ao consumidor. ▶▶▶

Detetive particular e as redes sociais

Caro detetive particular, você já parou para pensar na sua estratégia de divulgação? Certamente que já, pensando em ser conhecido a partir do boca a boca feito por amigos e clientes, talvez em anunciar no jornal do bairro, criar uma página na internet. Essas são algumas das múltiplas possibilidades de divulgar uma boa empresa de investigação particular, tenha ela vários agentes ou apenas um detetive particular responsável. Mas, e a exposição nas redes sociais, você também já pensou? Se utilizadas de maneira correta, passam uma boa imagem sua e de sua agência de investigação, mas, se usadas de maneira errada, podem expor mais do que o necessário. ▶▶▶

Investir no exterior não é para mim. Será?

Todo investimento que você fizer deve depender de onde, quando e quanto você investe, além do seu perfil: suas circunstâncias, responsabilidades, objetivos de curto e longo prazos, renda, passivo circulante etc. Isso minimiza perdas, mas não exime de riscos. Portanto, antes de investir, pense com muito cuidado sobre esses fatores. Além disso, faça sua pesquisa e, se possível, analise fatores como proteção, diversificação e oportunidade. Afinal, investimentos bem-sucedidos são sobre gerenciar riscos, e não os evitar. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIROfaça a leitura do
QR Code com seu celular

OPINIÃO

Super Heróis precisam de olhar empático?

Elisa Leão (*)

O mundo muda, as descobertas apresentam novas formas de viver e abrem possibilidades em diferentes esferas, inclusive nos relacionamentos.

As inovações estabelecem métodos, mostrando que o tempo passa e deixa marcas de aprendizados que são incorporados pela cultura das sociedades. Falando em cultura, é possível incluir as organizações que buscam aperfeiçoamento e renovação para se manterem competitivas no mercado. O passar do tempo revelou para as companhias a importância do respeito pelos sentimentos e também formas de como melhor trabalhar com as diferenças individuais.

As pesquisas de clima organizacional são parte de ferramentas que viabilizam a investigação da realidade, necessidades e novos direcionamentos que podem ser dados para uma melhor administração das pessoas. A modernidade deixou claro que os atestados médicos, a depressão, a ansiedade são gritos barulhentos de pessoas manifestando seus limites, muitas vezes ultrapassados pela urgência da performance. Incontestavelmente, esse mundo teve que mudar e respeitar um ritmo que é diferente para cada pessoa.

Depois das ferramentas de pesquisa e busca para melhor compreensão da dinâmica atual da sociedade trabalhadora, ficou claro que o aprendizado do momento é a empatia. Empatia significa a capacidade humana de estar com a outra pessoa tentando entrar no mundo dela, empenhando para melhor compreender as necessidades, o ponto de vista, as experiências e sentimentos. Todos apresentam seus mundos internos com emoções sentidas de maneiras peculiares e únicas. Seria injusto pensar ou dizer:

- Mãe, você fica nervosa com seus filhos?
- Claro! Ou - Nossa, você tem inveja?
- Sim! Inveja é um sentimento normal do ser humano. Ou
- Nunca imaginei que, às vezes, você gostasse de ficar sozinha!!
- Por que não?

O processo empático envolve o não julgamento, mesmo porque, até os super heróis mostram suas fragilidades e precisam de olhares empáticos e não só de expectativas. O Super Homem, com sensibilidade à criptonita, possui conflitos pessoais envolvendo a condição de "humano". O homem e super-herói Batman, que contraditoriamente tem medo de morcegos, o que justamente lhe dá mais poder.

Seja Marvel ou DC Comics, os super heróis, também evidenciam seus reveses. Com a missão de salvar a humanidade todos carregam conflitos e demonstram reflexões intra e interpessoais. A gestão de

pessoas das empresas é salvadora das cabeças pensantes que trabalham? Será que significar o super herói das organizações? Pode ser, mas cuidado com as expectativas, porque na vida real não é diferente, forças e fragilidades aparecem, como também a necessidade de serem compreendidas em muitos e diferentes momentos da vida.

Todos vivem tristezas, alegrias, tensões, ansiedades, medos. Até super heróis precisam ser compreendidos. Talvez a grande dificuldade de ver que outras pessoas têm um mundo próprio, esteja na comunicação. Conversar ouvindo o que o outro está dizendo é complicado e muitas vezes é mais fácil dizer "não" e impor demarcações de territórios e não precisar refletir ou perceber o sentimento alheio.

Mas, o processo empático está em alta, colocando em cheque dificuldades de relacionamento. Querendo ou não, é momento de pensar no próximo. De tentar buscar a essência e alegrar-se com as conquistas do vizinho. As organizações, o mundo dos resultados, as grandes e pequenas corporações já entenderam que o colaborador precisa ser ouvido.

Em 2019, a consultoria Businessolver divulgou uma pesquisa que realizou com 1850 trabalhadores profissionais de RH de empresas americanas. O resultado mostrou que 79% das empresas reconhecem o processo empático como sucesso dentro das companhias. A capacidade de ouvir o lado do outro tem sido benéfica para gestores e colaboradores.

Outro bom exemplo de pesquisa que comprova resultados favoráveis da empatia, foi realizada pela empresa de consultoria The Empathy Business, que analisou 170 empresas americanas, indianas e europeias. As dimensões foram referentes ao clima organizacional e liderança e demonstraram que as empresas que investiam em desenvolvimento de empatia lucravam 50% mais do que aquelas que os líderes não conseguiam se conectar com os colaboradores.

Atualmente, os gestores compreendem que, se verdadeiramente perceberem seus liderados, terão boas consequências, incluindo diminuição dos problemas de saúde mental. Muitas organizações já adotaram programas específicos para desenvolvimento do processo empático, o que tem sido favorável para colaboradores, gestores e organização.

Aprender a ouvir e ver, que a moeda tem sempre dois lados, tem sido tema de ações importantes que implicam envolver, inclusive, famílias dos integrantes das equipes. Se super-heróis tem fantasmas nos seus mundos internos e precisam de tempo e "colo" empático, imaginem os humanos!

(*) - Psicóloga clínica e palestrante, é professora doutora de Psicologia da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Brasília.

Brasil, o país do podcast

Já sabemos que podcasts estão em alta. São arquivos em áudio, disponibilizados em plataformas de streaming e em sites

Funciona de forma bem parecida com um rádio, mas com a possibilidade de ouvir na hora que quiser, e usando a internet ao invés das ondas do rádio. Além disso, podcasts são mais segmentados sobre um tema. É fato de que é o queridinho do momento. O próprio Spotify considera o Brasil como "o país do podcast", já que somos o segundo que mais consome o conteúdo em áudio, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, de acordo com a pesquisa Podcast Stats Soubdbites.

A grande novidade é que o Spotify, um dos streams líderes no ramo, agora está adicionando uma nova funcionalidade a seu serviço: os podcasts em vídeo, garantindo assim uma maior conexão entre o produtor e o consumidor de conteúdo. A funcionalidade ainda não está liberada para todos, apenas para produtores selecionados, mas em breve deve chegar para todos os assinantes.

É claro que, teoricamente, já existe podcast em vídeo, através do YouTube. Produtores de conteúdo gravam a produção do podcast e disponibilizam



no YouTube. Mas a ferramenta Google tem alguns pontos negativos para os usuários comuns, e o principal é não poder ver o vídeo em segundo plano (quando você pode alternar entre os apps, minimizar a tela, bloquear a tela e mesmo assim continuar ouvindo e vendo a imagem mesmo que em minia-

tura), funcionalidade que o Spotify contemplará. No YouTube, a visualização em segundo plano só é disponibilizada para assinantes Premium.

Para os produtores de conteúdo em podcasts, fica a dica: com os vídeos, não se esqueça de respeitar a característica de podcasts, que é fornecer um conteúdo mais despojado e espontâneo. Então, nada de vídeos superproduzidos, faça com que seu ouvinte se sinta próximo de você através de seus conteúdos.

Para gravar podcast, não é preciso muita estrutura, e com vídeos não é diferente. Mas, é claro, é preciso gravar em um ambiente sem ruídos externos, com boa iluminação, bom enquadramento de câmera, além de usar microfone e câmera de boa qualidade.

(Fontes: Maria Carolina Avis é professora do curso de Marketing Digital do Centro Universitário Internacional Uninter / Achiles Batista Ferreira Junior é coordenador dos cursos de Marketing e Marketing Digital do Centro Universitário Internacional Uninter).



Blockchain, a verdade que nunca foi dita

O blockchain nada mais é do que um banco de dados público mundial, onde podemos nos interconectar com todos os participantes de um documento, transação etc. Por meio do processamento múltiplo de servidores descentralizados, é garantido que a modificação de um dado seja praticamente impossível. Uma das antigas questões que nos levaram à democracia foi a centralização do poder acumulado por algumas empresas, pessoas e governos. Porém, continuamos a encontrar



problemas que já estavam presentes nas administrações anteriores, como a dificuldade dos governos em controlar e monitorar as informações de pessoas, fazendo com que os dados passassem a ser o ativo mais valioso do mercado.

Apesar dos bancos brasileiros serem considerados os mais seguros do mundo, as fraudes anuais superam um bilhão de reais, logo torna-se uma tarefa difícil destacar que um banco de dados públicos que registre com toda transparência qualquer transação bancária poderia ser de grande ajuda para as instituições financeiras, porque se por um lado o processamento descentralizado ofereceria proteção no combate à fraude, por outro, destacaria evasões offshore, sonegações, entre outras ações ainda muito subjetivas e pouco observadas pelo Banco Central.

Após casos escandalosos dos principais unicórnios americanos no uso indevido de dados pessoais, fato que incentivou uma evolução crescente nas leis de proteção de dados e, consequentemente, a abertura dos serviços bancários,

seguimos observando a luta do cartel do setor bancário e varejo queixando-se de um outro suposto cartel das transportadoras de valor que, prontamente reagiram com um poderoso lobby de investidores estrangeiros exigindo a criação de uma legislação que proíba os bancos de operar também neste mercado.

Outro excelente exemplo de que a "guerra dos cartões" está longe de acabar é o caso da Lava Jato no qual uma das empreiteiras condenadas comprou um banco em um paraíso fiscal para gerenciar e monitorar suas operações estruturadas avaliadas em cerca de 12,5 bilhões de reais. Com isso, é evidente que transparência e descentralização são palavras que não correspondem a esses modelos de negócios e somente com muita luta conseguiremos ter segurança quanto ao uso dos nossos dados financeiros.

Por isso, o blockchain é um direito à transparência que, assim como todo direito, existe para trazer proteção. A democracia no Brasil existe há apenas três décadas e hoje tem mais fintechs do que bancos, fenômeno que só levou três anos para acontecer. Assim, um novo lobby pode começar a existir e brigar pelos nossos direitos contra estes cartões, demonstrando que a tecnologia é um meio e não fim para cobrarem tanto em tarifas superfaturadas.

(Fonte: Leandro Rodrigues Dias é pós-doutor em economia e CEO da AkinTec, um Openbanking em Blockchain focado em transformar micro e pequenos negócios em agências bancárias).

News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

Câmara de Comércio Brasil-Canadá abre inscrições para o Elevator Pitch 2020

Já estão abertas as inscrições para a terceira edição do Elevator Pitch, ativação que seleciona startups brasileiras para imersão completa no ecossistema de inovação canadense. O evento, promovido

pela Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC) em parceria com a SP Negócios e Prefeitura de São Paulo, será realizada no dia 22 de novembro durante o festival São Paulo Tech Week 2020, na capital paulista. As inscrições podem ser realizadas até o dia 30 de outubro por meio do link <https://ccbc.org.br/sp-elevator-pitch/>.

Governo muda regras alfandegárias para incentivar as exportações

Segundo o Ministério da Economia, o regime aduaneiro auxilia a exportação de cerca de R\$ 50 bilhões anuais

Para estimular a economia e as exportações, o governo federal publicou portaria que revisa as normas de concessão, utilização e encerramento do regime aduaneiro especial de drawback – um mecanismo que permite a desoneração tributária de insumos aplicados na produção de bens exportados. “Essa decisão traz mais segurança jurídica, transparência, simplifica e reduz procedimentos burocráticos, possibilita a diversificação e o aumento do volume exportado do país”, assegura Arthur Achiles de Souza Correa, advogado especialista em Direito Aduaneiro, Empresarial e Internacional que atua no setor há 18 anos.

Dentre os segmentos de negócios que utilizam a modalidade de drawback, destaque para a cadeia de minérios de ferro, cobre e



Essa decisão traz mais segurança jurídica, a diversificação e o aumento do volume exportado do país.

seus concentrados; carne de frango congelada, fresca ou refrigerada; celulose; óxidos e hidróxidos de alumínio; automóveis de passageiros; embarcações; couros e pele; polímeros; produtos semimanufaturados de ferro ou aço, entre outros. Segundo

o Ministério da Economia, o regime aduaneiro auxilia a exportação de cerca de R\$ 50 bilhões anuais.

O regime aduaneiro especial de drawback foi criado em 1966, serve como um incentivo fiscal à exportação. Ele é concedido a empresas

e consiste na suspensão ou isenção de tributos incidentes sobre a aquisição de insumos utilizados na produção de bens, que serão exportados outros países. Ao longo dos anos, o drawback passou por modificações legais e tecnológicas para tornar o benefício acessível às companhias que vendem para o exterior e ajudam a equilibrar o saldo da balança comercial do país.

Os principais tributos que são isentos ou suspensos pelo regime de drawback são o IPI; Imposto de Importação (II); Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante e ICMS. “Essa condição torna os produtos feitos no Brasil mais competitivos no mercado internacional”, ressalta Arthur Achiles de Souza Correa, que mantém escritório comercial de trade law em Curitiba (Fonte: Redação AI/SI).

Petrobras reduz prejuízo líquido no 2º trimestre, mesmo com crise

A Petrobras registrou prejuízo líquido de R\$ 2,7 bilhões no segundo trimestre. Apesar do resultado negativo, em plena crise econômica global devida à pandemia e da queda no preço do petróleo, a companhia conseguiu reduzir o prejuízo registrado no trimestre anterior, que foi de R\$ 48,5 bilhões. A Petrobras se pronunciou sobre os resultados em nota, salientando outros indicadores financeiros positivos, apesar dos efeitos da crise econômica.

“Mesmo em um cenário desafiador como o segundo trimestre de 2020, a Petrobras conseguiu apresentar sólidos resultados em função de decisões ágeis tomadas logo no início da crise. A companhia fechou o trimestre com EBITDA recorrente de US\$ 3,4 bilhões e fluxo de caixa livre de US\$ 3 bilhões. Números que mostram que, mesmo com redução de 42% no preço do barril de petróleo (Brent) e queda na demanda interna por derivados no período, a companhia



A Petrobras apresentou resultados em função de decisões ágeis tomadas logo no início da crise.

seguiu firme em sua operação e com caixa para garantir sua liquidez.”

De acordo com a estatal, ambos indicadores são acompanhados atentamente pelo mercado como bons indicadores da

saúde financeira: “O EBITDA é importante porque retira o efeito dos juros, impostos, depreciação e amortização do lucro líquido, facilitando a comparação de resultado entre companhias. Já o fluxo de caixa livre é o saldo de caixa - resultante da diferença entre geração operacional e os investimentos do período - usado para fazer frente às obrigações financeiras e potenciais dividendos”.

O presidente da Petrobras, Roberto Castello Branco, destacou os efeitos negativos trazidos ao mercado de petróleo e gás mundial, notadamente com o achatamento no valor do barril. Também citou várias medidas de redução de custos como a diminuição da força de trabalho, através do (PDV). “Mais de 10 mil empregados se registraram no programa de demissão voluntária, cerca de 22% da nossa força de trabalho. Isso implicará em reduções de custo de quase US\$ 800 milhões por ano” (ABR).

Como engajar seus clientes nos dias de hoje

Luiz Antunes (*)

Estamos há meses em quarentena e, neste período, muita coisa mudou

Consumidores, empresas e instituições públicas estão estabelecendo uma forma diferente de comunicação e acelerando a digitalização de praticamente todos os setores do mercado. O que levaria anos, está sendo feito em semanas e isso, certamente, será um legado positivo da COVID-19. Mas o que tenho observado de perto é a (também) rápida mudança na relação entre clientes e empresas.

Entre o final de fevereiro a segunda semana de maio, houve um aumento de 35% nos pedidos de suporte das empresas brasileiras se comparado ao ano passado, devido ao agravamento da contaminação do vírus pelo país. Globalmente, esse número é de 20% e, na América Latina, de 31%. Como gerenciar esses altos volumes de solicitações sem perder a qualidade e agilidade no atendimento?

Com o uso de ferramentas escaláveis, como os canais de mensageria e a Inteligência Artificial, desde fevereiro, cresceu em 104% a interação das empresas com os clientes por meio do WhatsApp, além de outros canais não tradicionais de atendimento, como chat, mídias sociais, Facebook direct message e SMS, enquanto que o telefone e e-mail caiu em 4%. Por meio da mensageria, um único agente é capaz de conversar com até quatro pessoas simultaneamente e ainda prover uma experiência de atendimento muito mais personalizada e prática.

Já a Inteligência Artificial está em acelerada implantação por conta dos chatbots, que são robôs inteligentes preparados para responder as perguntas mais comuns dos clientes, e que criam repertório conforme interação com humanos. O uso dessa solução para apoiar as equipes de atendimento, principalmente nos primeiros estágios, cresceu 80% desde o final de fevereiro.

Com essa ajuda tecnológica, os agentes de suporte conseguem dedicar mais tempo a um atendimento humanizado, flexível, veloz e no canal de preferência do consumidor — e é isso que fará a diferença no final do dia. Um atendimento cuidadoso e com empatia irá gerar uma experiência positiva, que o cliente carregará após a pandemia.

Nesse sentido, vejo uma oportunidade nesse cenário tão difícil que estamos vivendo: das empresas estabelecerem uma nova forma de comunicação com seus consumidores, com o objetivo de prover melhores experiências a eles. E quando isso passar, não iremos voltar ao ponto em que estávamos antes, estaremos diferentes. E a forma como as empresas se engajarem com seus clientes também será diferente.

Existe um horizonte a se pensar em novas maneiras de ajudá-los a resolver seus problemas e atingir seus objetivos, principalmente, no que diz respeito ao digital. Eu sou otimista e acredito que as empresas terão a capacidade de se adaptar a esse novo momento do mundo.

(*) - É diretor de Consultoria de Soluções da Zendesk na América Latina.

Incerteza da Economia cai em julho mas permanece elevada

O Indicador de Incerteza da Economia (IIE-Br) da FGV caiu 9,9 pontos em julho de 2020, para 163,7 pontos. Após a terceira queda consecutiva, o indicador permanece 27 pontos acima do recorde anterior à pandemia da Covid-19, de 136,8 pontos, em setembro de 2015. “A redução da incerteza em julho reflete o ambiente de reabertura gradual da

economia, adaptação de famílias e empresas ao momento e o conhecimento das medidas adotadas pelo governo para mitigação dos impactos da crise sanitária. Apesar disso, o nível do indicador, ainda a meio caminho entre o registro de fevereiro e o pico de abril, continua muito elevado e sob influência do sobe e desce da pandemia do Coronavírus. Há

muita preocupação com a possibilidade de que uma segunda onda prejudique a tendência de recuperação em curso”, afirma Anna Carolina Gouveia, Economista do FGV IBRE.

Em julho, os dois componentes do Indicador de Incerteza caminharam na mesma direção. O componente de Mídia, recuou 8,4 pontos, para 144,1

pontos, contribuindo negativamente em 7,3 pontos para a queda do índice geral no mês. Já o componente de Expectativas recuou 12,1 pontos, para 215,9 pontos - após acumular alta de 112,8 pontos entre março e maio -, com contribuição negativa de 2,6 pontos para o comportamento do IIE-Br.

O componente de expectativas,

ao permanecer acima de 200 pontos pelo quarto mês consecutivo, mostra como é difícil no momento se prever os rumos da economia no horizonte de 12 meses, uma vez que a fase crítica da pandemia será seguida por uma reabertura em que os estímulos fiscais serão gradualmente retirados”, acrescenta Anna Carolina (AI/FGV).



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A – Tecnologia para Professores

A Secretaria Estadual da Educação SP oferece o curso “Tecnologias na Prática” que prevê preparar os educadores para utilização de tecnologias no planejamento metodológico das aulas em diferentes formatos e possibilidades. A formação é direcionada a todos os professores, diretores de escola, vices, professores coordenadores, professores coordenadores e diretores de núcleo pedagógico de supervisores de ensino. Para participar, nesta segunda-feira (3), os profissionais podem acessar o ambiente AVA, em (<http://www.escoladeformacao.sp.gov.br>) e ter acesso ao conteúdo assim que clicar no termo de aceite.

B – Capacidade Produtiva

A Latinex, indústria de alimentos 100% nacional, decidiu manter o seu plano de expansão mesmo com a crise e com as perspectivas de retração do PIB. Acaba de investir R\$ 4 milhões para abrir a sua nova fábrica, localizada em São José dos Pinhais (PR), garantindo velocidade ao negócio. A planta, recém inaugurada, tem 3.200 m², duas vezes maior que a anterior, de 990 m², vai operar em três turnos. Serão 20 colaboradores capacitados para manusear as máquinas de alta tecnologia, que representam 75% do investimento total, e em sua maioria estão destinadas à produção de snacks, foco de sua atuação. Saiba mais: (www.latinex.com.br).

C – Modelo de Remuneração

A XP Investimentos, maior plataforma de investimentos do Brasil, anuncia mais um modelo de remuneração pelos serviços de assessoria de investimento. Agora, além do tradicional modelo de comissionamento por produto investido, clientes poderão escolher pagar uma taxa fixa pelos serviços, recebendo, em contrapartida, um rebate (devolução) em dinheiro da remuneração que iria para o assessor. Para o cliente que quiser continuar no modelo de comissionamento, a XP trará a abertura da remuneração que cabe aos assessores na distribuição de todos os produtos da sua plataforma. As medidas serão implementadas até setembro para toda a rede de agentes autônomos da XP, que hoje soma mais de 7.000 profissionais. Saiba mais: (www.xpi.com.br).

D – Valor da Saúde

O Dia Nacional da Saúde (5 de agosto) é dedicado à conscientização acerca do valor da saúde. Em paralelo, a Piracanjuba Health & Nutrition lançou o Imunoday. Para celebrar a data, a marca promove a experimentação do produto, que conta com 23g de beta-glucana de levedura, é rico em vitaminas C, B12 e D, não tem glúten e é zero açúcar. Por meio das farmácias Drogasil, DrogaRaia e Onofre - o consumidor paulista poderá receber em casa, gratuitamente, acessando (www.drogasil.com.br) no dia 5 de agosto, escolher o produto no sabor Chocolate Zero Lactose e adicionar o código Imunoday na página de pagamento, que debitará apenas R\$ 0,01 do comprador, como forma de bonificação.

E – Proteção Facial

A Ford realizou a entrega de um lote de 35.000 máscaras de proteção facial produzidas na fábrica de Camaçari, como parte das ações de combate à pandemia do Coronavírus. Desse total, 30.000 foram doadas para a Secretaria da Saúde do Estado SP e 5.000 para a Prefeitura de Taubaté, cidade onde está instalada a fábrica de motores e transmissões da marca. Além de 73.000 máscaras já destinadas a cidades da Bahia, também foram entregues 4.000 para municípios do Ceará, incluindo Horizonte, onde opera a fábrica da Troller, do grupo Ford. Com isso, chega a 112.000 o número total de equipamentos de proteção entregues pela Ford nessa iniciativa feita em parceria com a EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) e o SENAI Cimatec.

F – Crédito Adicional

Com o objetivo de simplificar, ampliar e baratear o acesso a crédito e serviços financeiros, a Totvs - maior empresa de tecnologia do Brasil - anuncia mais um produto da sua unidade de Techfin: o Totvs Mais Negócios. Trata-se de uma solução que permite que companhias de grande porte ofereçam linha de crédito adicional e prazo de pagamento estendido para seus clientes. Os clientes podem aumentar suas vendas sem assumir o risco da inadimplência. Isso porque, ao contratar a solução, a companhia passa a oferecer uma condição de pagamento mais atrativa para seus clientes, sem alterar seus prazos de recebimento e sem regresso nas vendas realizadas. Para saber mais, acesse: (<http://www.totvs.com/techfin>).

G – Recuperação Econômica

Na próxima quinta-feira (6), às 20h, a Febrifar e a Abradilan realizam a Live: ‘A Recuperação Econômica e suas Oportunidades’. Será um bate-papo interativo com Luis Artur Nogueira, jornalista, economista e palestrante especializado em cenários econômicos e políticos; Edison Tamascia, presidente da Febrifar e da Farmarcas, e Vinicius Andrade, presidente da Abradilan. O evento é gratuito, sendo mais uma iniciativa para levar conteúdo de qualidade, com o objetivo de auxiliar o mercado em seu processo de retomada sustentável e proporcionar o crescimento da distribuição e varejo farmacêutico. Para realizar a inscrição o interessado precisa clicar no link: (<http://www.febrifar.com.br/evento>).

H – Oportunidades de Emprego

A Livance Consultórios Inteligentes, startup que usa tecnologia para oferecer infraestrutura como serviço para profissionais da área da saúde, disponibilizando consultórios de alto padrão, está com 15 vagas para suas unidades em São Paulo e Alphaville nas áreas de Atendimento, Marketing, Tecnologia e Infraestrutura. Com 56 funcionários para atender seus mais de 1,2 mil membros de 45 especialidades distintas, até o final do ano, a empresa tem a meta de crescer a operação três vezes em relação a 2019. Para participar da seleção, os candidatos devem enviar currículos para o e-mail: (carreiras@livance.com.br).

I – Dinheiro de Volta

O Magalu passou a oferecer mais uma vantagem a seus mais de 25 milhões de clientes: dinheiro de volta nas compras, uma prática conhecida como cashback. Com a novidade, sempre que o usuário do superapp Magalu fizer compras, receberá uma parcela do valor pago na carteira virtual Magalu Pay. O dinheiro poderá ser usado no pagamento de contas, transferências ou em novas compras no aplicativo. Ainda que o cliente não tenha a conta do Magalu Pay no momento da compra, o dinheiro será depositado - algo inédito no mercado. Assim que ele abrir a conta, os valores do cashback estarão disponíveis.

J – Caminhões Rodoviários

O mercado de transporte de cargas está começando a ver sinais de retomada e o Brasil vai precisar de muitos caminhões para a recuperação da economia. A Scania anuncia condições especiais para a linha 2020/2021 de caminhões rodoviários. O financiamento terá o pagamento da parcela inicial após seis meses depois do faturamento. A oferta oferece descontos em programas de manutenção e a possibilidade de escolha de três pacotes com redução progressiva de valores, que podem chegar a 42%. A ação já está disponível em toda a rede de concessionárias. Para mais informações, acesse: (www.scania.com.br).

O ouro e as armadilhas no processo de Fusões & Aquisições

Marco França (*)

O Brasil está aquecido para M&A (Mergers and Acquisitions), mas o empresário deve estar atento

Nas últimas duas semanas de junho, houve 29 negociações, movimentando cerca de R\$ 9 bilhões, envolvendo hotelaria, restaurantes e o setor varejista, dentre outros. A retomada econômica esperada para o segundo semestre de 2020 dobrará as oportunidades de fusões e aquisições (M&A, na sigla em inglês) como forma de crescimento e exploração de novos mercados e oportunidades.

O mercado de Private Equity, que atua na compra de participação em empresas, enxerga o processo de fusão e aquisição como uma ferramenta de expansão estratégica e de captura de valor. Inúmeras oportunidades surgirão para os fundos e empresas consolidadoras aproveitarem ativos muito prejudicados pela pandemia da Covid-19 e, por isso, adquirem o futuro plano de retomada acelerada.

No hercúleo processo de adivinhar o futuro, percebemos alguns movimentos baseados em evidência e prática no mundo do M&A. O empresário interessado em navegar nesses mares deve ficar atento às oportunidades e armadilhas do processo. O lado positivo é que o processo em si ficou mais barato, dada a comoditização, seguida de queda dos preços de serviços jurídicos, banalização dos modelos de contrato e conhecimento de regras de proteção a compradores e vendedores.

Se compararmos com as transações concluídas no final dos anos 1990, o custo jurídico caiu de cinco a dez vezes para uma transação equivalente. Uma onda semelhante vai ocorrer com a auditoria, na medida em que processos de Inteligência Artificial e Machine Learning deverão encurtar os ciclos de "due diligence" e, consequentemente, o total de horas trabalhadas.

Atualmente, o período de diligência responde por seis meses ou pela metade do período total da transação de fusões e aquisições,

um ano aproximadamente, envolvendo um grupo de profissionais considerável.

A etapa de diligência deve encurtar de seis meses para um mês, no espaço de cinco anos, segundo pesquisas norte-americanas. Outros tópicos da transação de M&A - leia-se estratégia de venda, análise normalizada de performance da empresa ("Quality of Earnings") e negociação - precisam de senioridade combinada com insight. Dificilmente estas etapas serão automatizadas na mesma velocidade e grandeza.

O conhecimento profundo do negócio do cliente vai determinar a capacidade de insight que a consultoria de M&A vai conseguir emplacar na etapa fundamental do Quality of Earnings. Para os menos versados no assunto, isto nada mais é do que o regime de cruzeiro de um determinado negócio, sem catástrofes e ganhos de "Megaseña". Ou seja, o resultado financeiro esperado, sem soluços do ambiente interno e externo.

Como as empresas são vendidas por múltiplos de lucro líquido ou EBITDA, isso implica em ordens de grandeza que definirão o sucesso ou não da transação no aspecto econômico. Um milhão de reais a mais no lucro líquido ajustado pode, por exemplo, definir de oito a 15 vezes mais no valor final da empresa e, consequentemente, no bolso do empresário num processo de venda integral.

Muitas vezes, o gestor acaba tendo surpresas, pois não conhece a real rentabilidade e a geração de caixa do seu negócio, agravado eventualmente pela promiscuidade do caixa da pessoa física comunicada com o da pessoa jurídica. M&A é uma combinação de arte, negociação, compilação de dados, método e regulação. Cada uma destas etapas será afetada pela automação no futuro de forma distinta - estejam os atores atuais preparados ou não.

Selecionar corretamente quem maximiza em cada etapa será um esforço adicional aos fundos e aos empresários envolvidos.

(*) - Engenheiro formado pela PUC Rio, com MBA pela Coppead (UFRJ), é sócio-diretor da Auddas, empresa de gestão de negócios atuante há 8 anos no país.

A adesão ao home office e os ataques hackers: 4 dicas para mitigar os riscos

A adoção do home office pelas empresas como forma de garantir a continuidade de seus negócios em meio à pandemia foi um modelo eficiente e se revelou um caminho sem volta

Matheus Jacyntho (*)

Porém, a mudança ocorreu rapidamente e muitas organizações não tiveram tempo hábil de avaliar, de forma criteriosa, os riscos de segurança da informação envolvidos no trabalho fora das dependências corporativas.

O resultado desta equação foi o aumento de 330% no número de ataques cibernéticos via acessos remotos no país entre fevereiro e abril, segundo o levantamento feito pela empresa de segurança Kaspersky. Grandes empresas como Honda, Avon, Raizen, Rumo Logística e Energisa sofreram ataques, uns mais comprometedores, outros menos, mas isso mostrou a vulnerabilidade existente no acesso aos sistemas das empresas sem preparar a segurança da infraestrutura para o trabalho remoto.

Sabendo do problema e entendendo que a consolidação do home office exigirá a identificação desses riscos e medidas para mitigá-los, adotar melhores práticas de segurança da informação se tornou uma condição essencial para manter as operações blindadas. Um dos primeiros passos é garantir a definição da infraestrutura de forma cuidadosa disponibilizando equipamentos corporativos, tais como filtros de tela, sistemas operacionais atualizados e programas antivírus, para os colaboradores que permanecerão remotos.

Além disso, a empresa deve aplicar processos de mapeamento de ameaças e realizar testes de invasão na Rede Virtual Privada (VPN), permitindo o acesso aos sistemas internos da empresa somente via VPN ou Cloud (nuvem). Outra dica é utilizar apenas dispositivos corporativos, evitando os



A consolidação do home office exige a identificação desses riscos e medidas para mitigá-los.

equipamentos de uso pessoal, salvo em casos emergenciais ou necessários.

Para ambas situações, devem ser providenciadas medidas como a criptografia dos discos de acordo com o padrão homologado pela área de segurança da informação e cada colaborador deve receber um identificador, com login e senha, exclusivo para acessar os sistemas de TI, sem contar as permissões para a execução das tarefas.

O terceiro ponto de atenção é a preocupação com o uso de redes Wi-Fi residenciais. Deve-se evitar o acesso a redes públicas e orientar aos colaboradores que, quando a conectividade não for necessária para a execução do trabalho, o ideal é desligar o Wi-Fi, Bluetooth ou qualquer outra conexão. Além disso, é preciso assegurar que o roteador não esteja mais configurado com a senha padrão do fabricante. E, no quesito acesso, é sempre importante reforçar a importância de possuir senhas complexas, além de redefini-las com frequência.

Por fim, é importante ter a consciência de que, com a previsão de continuidade do modelo de home office, seja ele flexível ou permanente, caso o colaborador não tenha condições técnicas mínimas de segurança da informação, a empresa deve fornecer a infraestrutura. Não sendo possível fornecer todas as condições, é importante orientar o colaborador no sentido de garantir as medidas de proteção.

Assegurar que as regras do trabalho remoto estejam definidas de forma clara na política de segurança da informação é uma condição exigida neste momento. Da mesma forma, elas devem ser previamente divulgadas para todos os colaboradores da empresa, mantendo o processo claro e transparente a todos, o que resultará em mais proteção para a organização.

(*) - É gerente sênior de Cyber Security e de privacidade de dados na ICTS Protiviti, empresa especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, investigação, proteção e privacidade de dados.

A empatia como chave para gestão de entregas e pessoas em tempos de crise

Felipe Massardo (*)

Uma discussão que acredito ser muito pertinente em tempos de pandemia é como ficam, neste cenário quase caótico, as entregas? Esta questão não se limita apenas às entregas de projetos e software, pode abranger entregas de qualquer trabalho que seja. Caso nenhuma mudança tenha sido formalizada, os contratos vigentes, seguem vigentes, com ou sem pandemia.

Mas é humanamente impossível que tudo o que estamos vivenciando não gere qualquer impacto em nossa rotina de trabalho. Rotina esta que também se modificou drasticamente, seja por alteração de local (remoto/home office), restrições de horários, medidas sanitárias.

Também é necessário considerar que, entre pessoas de nível técnico semelhante, que trabalham na mesma empresa, com as mesmas condições de trabalho, existe variação de produtividade mesmo em situações normais.

Logo, estas variações tendem a se acentuar consideravelmente à me-



A chave para a superação da crise atual passa pela empatia.

dida que novas variáveis entram nessa equação. Não bastasse a mudança física da empresa para a casa, há muitos outros fatores que podem impactar o trabalho: morar sozinho ou com a família, ter ou não animal de estimação, dispor ou não de equipamentos adequados em casa, ser mais ou menos afetado pelas notícias do "mundo exterior", dentre outros. Todas essas variáveis influenciam, em alguma medida, a produtividade de cada trabalhador.

Sendo assim, a pandemia e suas consequências são motivos suficientes para que prazos, escopos, custos, contratos (inclusive de trabalho) e demais acordos sejam sumariamente des-

cumpridos ou ignorados? É evidente que não. Também seria inviável refazer contratos e acordos com cláusulas específicas para vigorar durante a pandemia, haja vista que isso exigiria levar em conta o fator humano de cada pessoa envolvida em cada processo.

Sembrar em questões jurídicas, nem na subjetividade do que é justo ou injusto nesses tempos difíceis, é clara a necessidade de se chegar a um meio termo. Não é possível agir como se nada estivesse acontecendo, nem como se houvesse aval para que as entregas sejam feitas apenas quando houver conveniência.

Assim, acredito que a chave para a superação dessa

crise passe pela empatia. Talvez esta habilidade nunca tenha sido, em tempos recentes, tão demandada quanto é hoje. É necessário exercitá-la em todas as relações: entre colegas de trabalho, líderes e liderados, clientes e fornecedores e qualquer outra relação humana que faça parte da rotina laboral.

É primordial que, antes de se analisarem cláusulas contratuais potencialmente descumpridas, busquemos descobrir as razões pelas quais as pessoas envolvidas não conseguiram entregar o esperado e, então, negociar a melhor forma de se cumprir o combinado.

É preciso analisar cada situação individualmente, sem imaginar que alguém possa estar utilizando a pandemia como pretexto para trabalhar menos, mas partindo do pressuposto que vivemos uma situação temporária de caos social em todas as esferas e que, assim que retornarmos ao (novo) normal, poderemos voltar também às exigências contratuais e de produtividade tradicionais.

(*) - É coordenador de projetos no Instituto das Cidades Inteligentes (ICI).

E-commerce como protagonista do varejo: como manter seu crescimento

Carlos Garcia (*)

Desde o início do isolamento social, ocorrido em março, uma loja virtual foi aberta por minuto, ou seja, em pouco mais de dois meses 107 mil novos e-commerce foram abertos para venda de produtos, segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. A média, antes da quarentena, era de 10 mil estabelecimentos por mês. Isso significa que uma nova onda virtual nasceu com a pandemia e com ela a soma dos consumidores

que já surfavam no modelo de compra online e os novos adeptos.

Vimos o e-commerce ser o protagonista do varejo. Mas como manter as vendas e o crescimento deste modelo após a retomada do mercado com a abertura das lojas físicas? O primeiro passo é entender que o consumidor se acostumou com a facilidade de comprar remotamente, mas ao mesmo tempo a pandemia trouxe à luz um novo perfil de compra.

As pessoas passaram a ressigni-

ficar os produtos que adquirem, o quanto precisam dele e qual experiência terá com a compra e o bem adquirido. Neste sentido, posso afirmar que empresas que nasceram online conseguiram captar desde o início como a tríade "necessidade, facilidade e experiência" são fatores importantes para atrair o cliente.

Principalmente quando se trata de uma compra de produto durável, essas questões se tornam ainda mais importantes. E, neste caso, ser atrativo também envolve ter um

produto desejado. Quando falamos de qualidade de vida, percebemos o quanto este quesito se tornou ainda mais importante na decisão de compra.

Estar bem dentro de casa e ter conforto deixou de ser uma opção para ser uma necessidade. Promover qualidade de vida para as pessoas que passarão cada vez mais tempo em casa e ainda ampliar a facilidade desta compra com um suporte que torna o cliente próximo, além de oferecer entrega

rápida e devolução facilitada são as ferramentas para continuar o crescimento no chamado e-commerce.

O modelo é um caminho sem volta e, para aqueles que querem se fortalecer, o consumidor precisa estar no centro do negócio. Acompanhe seu cliente desde o início da jornada até o fim e garanta seu crescimento e estabilidade no universo virtual que será cada vez maior.

(*) - É co-fundador da Emma Brasil, startup global voltada à tecnologia do sono que nasceu no modelo e-commerce mundialmente.



TECNOLOGIA

QUAL O VALOR DO DINHEIRO? HÁ MENOS DE 10 ANOS PAGAR CONTAS PELO CELULAR ERA ALGO RARO



Acredito, sinceramente, que as regras do jogo estão mudando. E rápido. Estamos perto de assistir a um xeque-mate na estrutura tal qual ela se constituiu ao longo dos últimos séculos. Já pensou que há menos de 10 anos pagar contas pelo celular era algo raro? Transferir e fazer um pagamento usando um QR Code ou tomar empréstimos diretamente por um aplicativo, sem precisar nem pisar em uma agência bancária. Agora até ao comprar pela internet você pode usar um cartão virtual.

Rudá Pellini (*)

Surgiram inúmeras inovações que acabaram proporcionando uma verdadeira revolução financeira, mudando a forma como pagamos e transacionamos valor. Para entendermos esse movimento, precisamos entender como foi a invenção do dinheiro tal qual o conhecemos. O dinheiro, por si só, não é nada. Pode ser um objeto de metal ou um pedaço de papel impresso, mas seu valor físico não corresponde à sua representação simbólica.

Possui valor, pelo consenso entre as sociedades de que será aceito como meio de troca, ao permitir que as pessoas negociem bens e serviços indiretamente. Precisa ser também uma unidade de medida, para que todos entendam o preço dos bens. E uma reserva de valor, quando se torna possível poupar no presente visando compras maiores no futuro. Essa última característica acaba sendo a mais importante, já que idealmente é a que promove a capacidade de poder de compra no futuro. É a escassez que garante esse efeito.

No início, quando não havia moedas, praticava-se o escambo, ou seja, a simples troca de mercadoria por mercadoria, sem equivalência de valor. Na Grécia Antiga, o boi, ou pekus, era utilizado como referência nas trocas comerciais. O sal foi outra moeda-mercadoria importante até 640 a.C. Tivemos a era das moedas cunhadas em metais até que em 1661, o Swedish Stockholm Bank, na Suécia, tornou-se o primeiro banco a emitir dinheiro impresso em papel no continente europeu.

Com o tempo, os governos passaram a ter o controle da emissão dessas cédulas. Foi na Inglaterra, em 1816, que surgiu a ideia de uma moeda lastreada, quando da decisão de vincular a emissão do dinheiro à riqueza em ouro que havia no país. Algumas décadas depois, em 1879, os Estados Unidos adotaram o padrão-ouro de conversão, baseando o valor da moeda no metal dourado. Assim, com 1 dólar você poderia sacar o equivalente em ouro.

Essa prática de conversão começa a mudar após a Grande Depressão de 1929. Em 1933, o presidente norte-americano Franklin D. Roosevelt nacionaliza o ouro, emitindo uma ordem executiva que exigia que todas as moedas, barras e certificados



de ouro fossem entregues ao Banco Central do país - Federal Reserve (Fed) -, sob pena de punição e multa. Essas políticas foram reforçadas no Gold Reserve Act de 1934, deliberação que aboliu a conversibilidade do dólar em ouro.

Em 15 de agosto de 1971, Richard Nixon, coloca fim ao Acordo de Bretton Woods, de 1944, tornando o sistema monetário americano, pilar da economia mundial, baseado em nada palpável fisicamente, mas na confiança. Apoiado apenas na fé e no crédito do governo dos EUA, desde a década de 70, as formas de dinheiro que conhecemos são baseadas em emissão de dívida, "lastreadas" na crença da capacidade futura de pagamentos.

Com a injeção de trilhões de dólares sob o argumento do combate ao Coronavírus e de salvar a economia de um colapso, talvez estejamos diante do início do fim da era monetária tal qual conhecemos. O dinheiro atual pode ter perdido o significado. Ao se tornar abundante e de fácil emissão, o padrão como conhecemos parece ter perdido a principal qualidade: a de funcionar como reserva de valor.

De acordo com um índice da Bloomberg, o agregado monetário M2, que é um indicador para se medir o total de moeda emitida em circulação, dobrou desde a crise de 2008. A lógica

de oferta e demanda também se aplica para Moeda. Assim como o aumento da demanda por determinado item pressiona os preços a subir, como foi o caso do álcool gel nas últimas semanas, o aumento da oferta tende a fazer com o que preço de um determinado bem diminua.

Um aumento, portanto, de moeda em circulação, leva em algum momento à diminuição do seu poder de compra. Como vimos, ao longo da história o dinheiro mudou diversas vezes e, impulsionado por um mundo cada vez mais digital e interconectado, estamos vivenciando a mudança desses paradigmas e o futuro do dinheiro.

Assunto em discussão há alguns anos pelos principais Bancos Centrais do mundo e agora impulsionado pela Covid-19, veremos ainda em 2020 o surgimento das primeiras moedas digitais emitidas por Bancos Centrais, ou Central Bank Digital Currencies (CBDC). O principal argumento é a capacidade de disseminação do vírus através do papel moeda, já que uma moeda digital funcionando em carteiras digitais poderiam resolver este problema.

Por outro lado, pode ser também uma resposta dos Bancos Centrais à perda de hegemonia e à mudança de padrão que o atual modelo monetário necessita. Além disso, pode ser uma oportunidade para países como a China assumirem o protagonismo e liderança monetária global. Ao indicar o lançamento de sua versão digital do Renminbi, o Yuan, o governo chinês parece ter alinhado uma série de parceiros corporativos internacionais, incluindo as redes Starbucks e McDonald's.

Com início dos testes no final de abril nos quatro maiores bancos comerciais chineses, o e-RMB é um grande passo na digitalização da moeda chinesa, abrindo espaço para uma maior conversibilidade do Renminbi e a possibilidade do aumento do controle de transações por parte do governo. Em um movimento acelerado desde o ano passado pelo anúncio de Mark Zuckerberg sobre a criação de sua moeda digital, a Libra, os Estados Unidos agora tem mais um grande motivo para correr.

A pauta sobre a Libra tomou conta das discussões sobre a hegemonia monetária americana e a possibilidade de grandes empresas de tecnologia, as "Big Techs", passarem a emitir suas próprias versões de moedas. Maior que as principais nações do mundo em número de usuários, uma moeda emitida pelo Facebook seria uma bomba no colo de praticamente todos os Bancos Centrais, já que a facilidade com que poderia ser implementada do ponto de vista tecnológico, daria à Libra uma adoção potencial de 2,5 bilhões de usuários iniciais.

Ao enfrentar diversos problemas com reguladores ao redor do mundo, talvez, o desfecho da Libra ainda surpreenda, já que poderia servir como uma versão digital do dólar na batalha pela supremacia financeira global. Com capacidade de desenvolvimento e número de usuários potenciais superior, o Facebook seria o único aliado capaz de garantir um rápido contra-ataque americano ao esforço chinês.

Já que a China não economizará esforços para convencer os parceiros comerciais internacionais a mudarem do dólar para sua nova moeda, a grande disputa será de quem atrairá o maior número de usuários. Comum no mundo das startups, desta vez a disputa será entre gigantes com um caixa quase que infinito.

Muito cedo para dizer o desfecho disso tudo, mas em um sistema baseado em confiança e que depende da escassez para ter valor, uma oferta descontrolada pode ruir com essa estrutura e catalisar uma grande mudança de paradigma.

(*) - É co-fundador da Wise&Trust e autor do Best-seller 'O Futuro do Dinheiro'.



O príncipe de Maquiavel como o empreendedor atual

Em linhas gerais “O Príncipe” talvez seja uma das teorias políticas mais elaboradas pelo pensamento humano e que tem grande influência em descrever o Estado desde a sua publicação até os dias de hoje e todas as estratégias para a consecução de sua unidade, apesar do pluralismo

O intuito do livro é descrever as maneiras de conduzir-se de forma eficiente e eficaz nos negócios públicos internos e externos, e fundamentalmente, como conquistar e manter um principado, ou seja, um guia para como se chegar e manter-se no poder.

“Fazendo uma analogia com o empreendedorismo, podemos tirar dos ensinamentos de Maquiavel, como deve ser a atuação de empreendedor para fazer com que seu projeto seja eficiente, tenha uma atividade inovadora e diferenciadora e mais, que se mantenha estável e seja autossustentável”, conta Maria da Penha Pereira (*). Confira algumas dicas práticas interpretadas pela especialista:

1) Seja sempre ético:

para você ter uma carreira ou um negócio bem sucedidos, não se esqueça jamais dessa premissa básica, porque ou não conseguirá alcançar seus objetivos de forma plena, ou se alcançá-los, cedo ou tarde vai se confrontar com a perda de tudo o que conquistou.

2) Capacidade de liderar ou de tomar decisões importantes

Músico não precisa de registro em órgão de classe

A Terceira Turma do TRF3 manteve sentença que assegurou a quatro músicos de São Paulo o exercício da profissão, independente de registro na Ordem dos Músicos do Brasil (OMB), afastando quaisquer imposições de penalidades. Para o colegiado, a livre expressão da profissão de músico está garantida pela Constituição de 1988 e não exige a sua inscrição em entidade de classe, nem a pagamento de taxas ou mensalidades.

“A atividade artística, mormente a musical, não depende de qualificação legalmente exigida, mesmo quando exercida em caráter profissional, com apresentação pública, em razão de o seu exercício ser desprovido de potencial lesivo à sociedade”, afirmou o desembargador federal relator Antonio Cedenho. Os músicos alegaram que se achavam impedidos de exercer livremente sua profissão, em decorrência da cobrança de anuidades e da necessidade de expedição de notas contratuais instituídas pela OMB.

Em recurso ao TRF3, a OMB sustentou que a liberdade de exercício da profissão não é absoluta. Argumentou que o artista está submetido às qualificações profissionais que a lei estabelecer, dentre elas, a inscrição no órgão fiscalizador e ao pagamento de anuidades. Ao analisar o caso, o relator afirmou que a Constituição assegura a liberdade de trabalho, ofício ou profissão e determina a observância das qualificações legais. Ressaltou que o texto constitucional também garante que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

Com base nesse entendimento e em jurisprudência consolidada no tema, a Terceira Turma concluiu ser desnecessária a exigência de vínculo perante o órgão de fiscalização. “Logo, a atividade de músico, por força de norma constitucional, não depende de qualquer inscrição, registro ou licença, pelo o que não pode ser impedida a sua livre expressão por interesses da Ordem dos Músicos do Brasil”, concluiu o desembargador federal relator (ACS/TRF3).



Energia contagiante da ação focada e dirigida para o objetivo final.

tes e críticas ao desempenho de seu projeto:

um profissional empreendedor ou um dono de negócios de sucesso, principalmente se desempenha funções de liderança, precisa desenvolver ao máximo competências que lhe tornem capaz de levar um time ou um empreendimento, de uma situação de perda, de derrota, à vitória, por saber visualizar oportunidades na crise e aplicá-las rapidamente.

3) Força:

O sentido não é de violência ou imposição sem capacidade de ouvir e olhar para

os lados. Força, no sentido de disseminar entre o time, os pares, os gestores, os colaboradores de seu projeto, a energia contagiante da ação focada e dirigida para o objetivo final. Força não é truculência, é firmeza na ação e é necessária em qualquer tipo de atividade empreendedora.

4) Produtividade:

tudo que promove utilidade para a Corporação, para uma comunidade, para a sociedade em geral, desencadeia um círculo virtuoso de novas ações no mesmo sentido, pois atitudes benéficas, certas,

práticas, eficazes, enfim, úteis, desencadeiam hábitos constantes nesse sentido, gerando resultados efetivos e concretos.

5) É fundamental, especialmente no empreendedor corporativo, que o conhecimento seja multiplicado pelas diversas equipes:

Uma boa prática de trabalho multiplicada por cada líder ou membro de equipes é o combustível para a ação uníssona e focada em um único objetivo, gerando altos índices de colaboração produtiva e eficaz. A regra de ouro é: aprender – repassar.

É possível tirar alguns ensinamentos para o sucesso de uma carreira, seja você um líder, um CEO, um gerente, um especialista, desempenhe qualquer função em uma Corporação ou ainda seja o dono de seu próprio negócio. Isso vale para todos! Isso é regra para o êxito absoluto de um empreendimento que queira se sustentar.

(*) - Economista, é Master Coach e gestora de carreira (mariadapenhaapereira@gmail.com).

Remuneração aos produtores que protegerem o meio ambiente

O Ministério do Meio Ambiente (MMA) em parceria com o Serpro, empresa de TI do governo federal, iniciou o desenvolvimento do projeto piloto do Plataforma Floresta+, solução tecnológica que viabilizará um programa nacional de pagamento por serviços ambientais. A ideia é que o próprio produtor rural se torne responsável pela conservação da floresta, com ganhos ou não financeiros.

O lançamento está previsto para o ano que vem e deve beneficiar mais de 50 mil pessoas, entre rurícolas, cooperativas, povos indígenas e membros de comunidades tradicionais. De acordo com o secretário de Florestas e Desenvolvimento Sustentável do MMA, Joaquim Pereira Leite, o programa reforça uma mudança de paradigma pelo Governo Federal de valorizar iniciativas que tragam benefícios para o meio ambiente e à população.

O projeto envolve também a ONU e o Itamaraty e já conta com um investimento inicial de R\$ 500 milhões que



O Brasil possui 560 milhões de hectares de floresta nativa, uma área maior da que é ocupada pelos países da UE.

serão destinados a atividades que melhorem, conservem e recuperem a natureza. A primeira iniciativa é permitir a definição de quem serão os beneficiários do programa. A intenção é lançar um edital de seleção com previsão para um chamamento público, cadastramento eletrônico dos interessados e seleção dos beneficiários.

O superintendente de Relacionamento com Clientes Finalísticos do Serpro, Brenno Sampaio, destacou a importância do programa e do incentivo à preservação florestal. “É importante que o Floresta+ promova uma transformação cultural

na sociedade onde haja a valorização da floresta preservada. Temos o desafio de criar um ambiente de negócios favorável e perene aos produtores que cuidam da Amazônia”, afirmou.

O Brasil possui 560 milhões de hectares de floresta nativa, uma área maior da que é ocupada pelos países da União Europeia. Os maiores biomas, em ordem de extensão, são: Amazônia, Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Pantanal e Pampa. Várias ações podem ser consideradas “serviços ambientais”, como vigilância, combate a incêndios, pesquisa e plantio de árvores (Al/Serpro).

Real Madrid e Barcelona, as marcas mais valiosas do futebol mundial

Os dois clubes mais valiosos do futebol mundial jogam na LaLiga, de acordo com o relatório 2020 Brand Finance Football. Pelo segundo ano consecutivo, o Real Madrid lidera o caminho como a marca de clubes de futebol mais valiosa do mundo, seguido - agora - de perto pelo FC Barcelona, que ultrapassou o Manchester United e passou do terceiro na edição de 2019 para o segundo no ranking deste ano.

A marca do Real Madrid está avaliada em 1,419 bilhão de euros, com apenas 6 milhões de euros a mais que o FC Barcelona - atual segundo colocado, com 1,413 bilhão de euros. Em seguida, há uma queda considerável para o resto dos cinco primeiros, com Manchester United em terceiro lugar (1,315 bilhão), Liverpool em quarto lugar (1,226 bilhão) e Manchester City em quinto (1,124 bilhão).

Além de calcular o valor da marca, o relatório também avalia a força da mesma - atribuindo a cada clube de futebol uma pontuação de ‘Brand Strength Index’, até 100, com base em métricas como investimento em marketing, patrimônio das partes interessadas e desempenho dos negócios. Neste quesito, o Real Madrid também lidera com 94,9 pontos, enquanto



A marca do Real Madrid está avaliada em 1,419 bilhão de euros, com apenas 6 milhões de euros a mais que o Barcelona.

o FC Barcelona chega novamente em segundo com 93,6 pontos.

Como disse Teresa de Lemus, diretora administrativa da Brand Finance Spain, sobre o relatório de 150 páginas: “Existem duas marcas espanholas do mundo do futebol que realmente fazem brilhar a marca espanhola em geral, e são Real Madrid e FC

Quem serão os protagonistas do 5G no Brasil?

Carlos Eduardo Sedeh (*)

Apenas pelas diferentes aplicações e possibilidades que o 5G permite, essa tecnologia é uma verdadeira revolução na forma de comunicação dos dados

competitividade frente as demais, isso porque já investe na tecnologia há alguns anos e existem até cidades funcionando, em caráter experimental, com o 5G da Huawei. Há um grande destaque e opiniões divergentes sobre a predominância da empresa chinesa nesse contexto.

A rede será a estrada para as principais transformações que estão acontecendo como IoT, Big Data, Analytics, entre outras, porque permitirá, de fato, a transmissão de informações com baixa latência e na largura de banda necessária. Sob esse prisma, não seria correto chamarmos o 5G de evolução do 4G, porque essa tecnologia demanda uma rede totalmente diferente e vai exigir que as empresas façam um novo investimento, alterando substancialmente as suas redes legadas.

Geralmente, quando se fala em avanço, o que vem acontecendo até agora é um refarming por parte das empresas, que nada mais é do que a troca e melhoria dos equipamentos de rede, fazendo uma atualização com upgrade, assim foi a transição do 2G para o 3G e depois para o 4G, lembrando ainda que há versões intermediárias nessas transições tecnológicas.

No 5G a matemática é diferente. Isso porque a topologia de rede muda, a transmissão das ondas é mais rápida, porém mais curta, tornando necessário um maior número de pontos para fazê-la. Hoje esse papel é apenas das ERBs (Estação Rádio Base), popularmente conhecidas como antenas. É comum vê-las nas ruas, são aquelas altas, com rádios em volta. Com a nova tecnologia, além das ERBs, haverá a necessidade de mais antenas - que poderão ser menores - para suprir a necessidade de conexão.

Outro ponto será a necessidade de interligar toda essa infraestrutura com fibra óptica. Logo, a tecnologia é algo imprescindível para alcançar a melhor experiência no 5G. Neste cenário, os principais players são: a chinesa Huawei, a Nokia, que é finlandesa, e a sueca Ericsson. Tendo em vista a necessidade de implementar uma nova rede, diferente da atual (4G), o papel das empresas fornecedoras de tecnologia é muito importante.

A Huawei tem vantagens, pois apresenta uma maior escala na produção, capacidade de implantação e

importante destacar que o pano de fundo dessa discussão é o fato de que a rede 5G, como dito anteriormente, permitirá aplicações bastante críticas, muito mais sensíveis do que as atuais, relacionadas a atividades de telemedicina, carros autônomos, smart grids/cities, digitalização da sociedade - que será irreversível, entre outras.

E o que vem sendo muito questionado é a questão da Huawei ter o domínio massificado dessa rede e, consequentemente, acesso a tudo que será transmitido. Esse impasse e a desconfiança de espionagem são alguns dos pilares do desentendimento entre EUA e China.

Há uma disparidade de visões: enquanto países como Alemanha, França e Espanha não restringiram a atuação da companhia até momento, outros como Canadá, Austrália, Nova Zelândia, Índia e Japão a proibiram de fornecer equipamentos para 5G. Aqui no Brasil, a decisão também deverá ser tomada em relação ao fornecedor da tecnologia necessária para implantação do 5G. Segundo o Ministério das Comunicações, a resolução final caberá ao presidente, e ainda está em aberto.

Recentemente, operadoras anunciaram provas de conceitos no Brasil, mas são ainda testes em pequena escala. É preciso lembrar que, para a viabilidade do 5G em maior escala, existe a necessidade de realizar um leilão acertado, aliado a um marco regulatório sólido para as operadoras, que precisarão investir massivamente. Assim, o consumidor brasileiro poderá desfrutar da experiência que essa tecnologia disruptiva trará.

O 5G será uma revolução nas redes de Telecomunicações, mas as decisões que nos levarão até lá ainda estão em gestação e há muitos atores em cena. Serão as boas decisões de agora, que garantirão o futuro que esperamos para o nosso mercado e sociedade.

(*) - É CEO da Megatelecom, empresa de serviços personalizados na área de telecomunicações e Vice Presidente Executivo da Telcomp (Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas).