

Os maiores erros na hora de comprar um imóvel

A compra de um imóvel é um momento importante da vida, e para não transformar o sonho de ter um lar em pesadelo, é preciso fazer um planejamento e uma boa pesquisa para não errar nessa fase especial

Para ajudar a acertar e evitar pequenos descuidos que podem gerar grandes problemas, Benjamin Cano, sócio da RioException, uma agência imobiliária sediada no Rio de Janeiro, destaca os cinco maiores erros na hora de comprar um imóvel. Confira!

1) Não prestar atenção à documentação

- Comprar um imóvel exige muitos cuidados em relação aos documentos fundamentais. É importante assim, que na venda seja entregue a documentação dos antigos moradores, caso o imóvel já tenha tido outros donos. Ter a documentação em mãos também assegura você em questões judiciais, em caso de haver qualquer situação ou problema, terá como comprovar.

2) Não examinar as condições do imóvel

- No local, observe todo o ambiente e defeitos que podem gerar custos maiores ao proprietário. Se possível, leve alguém que conheça as



Ao assinar um contrato você está acordando com a outra parte interessada.

especificidades de uma casa, para averiguar se serão necessários grandes ajustes na casa. Atente-se aos mínimos funcionamentos do imóvel, como as descargas, fechamento das janelas, e pisos e azulejos. Se puder, visite o ambiente em diferentes horários para verificar detalhes como a exposição ao sol ou problemas com chuvas.

3) Assinar o contrato sem ler

- Ao assinar um contrato você está acordando com a outra

parte interessada, por isso, é importante lê-lo antes com atenção, evitando assim problemas futuros, e caso houver dúvidas em relação às cláusulas, pergunte sempre ao seu advogado ou alguém especializado da imobiliária.

4) Não pesquisar sobre a localização do imóvel

- Muitas pessoas acabam se apressando para comprar seu imóvel e acabam esquecendo de pesquisar informações importantes sobre o novo lar, como a locali-

zação. Existem imóveis sendo ofertados por preços abaixo do mercado.

Porém, é importante atentar-se o local vale a pena, pois muitas vezes fica longe e difícil para se locomover até o trabalho. Além disso, para quem tem filhos, é interessante pesquisar as escolas mais próximas ao imóvel. Pesquise bastante e planeje a sua rotina, antes de escolher seu imóvel.

5) Não planejar-se financeiramente

- Minha sugestão em relação à questão financeira é não usar mais que 30% da renda mensal na compra do imóvel. Avalie se as parcelas se encaixam em seu orçamento, e atente também às taxas e valores extras como IPTU e condomínio. Avalie valores de reformas e ajustes do imóvel, e se planeje muito bem, para não errar e se prejudicar financeiramente. - Fonte e mais informações: (www.rioexception.com).

Como será o Ensino Médio a partir deste ano?

Rogério Tognetti (*)

Antes, o Ensino Médio se preocupava muito mais em transmitir a vasta quantidade de conteúdos e muito menos no desenvolvimento de Competências e Habilidades

Todos os alunos eram obrigados a cursar todas as disciplinas contidas na Matriz Curricular, o que gerava diversos problemas de aprendizagem para alunos com baixo interesse em uma determinada área do conhecimento. Agora, as principais mudanças estão relacionadas à possibilidade de escolhas dos Itinerários Formativos pelos alunos, trazendo mais interesse e dedicação nos estudos.

Além disso, o protagonismo estudantil está presente no desenvolvimento dos projetos, que estão focados nas habilidades constantes na BNCC. É o famoso aprender na prática. A mudança para a nova Matriz deve ser realizada por todas as instituições de ensino. Não sei dizer se todos os Estados brasileiros já estão bem estruturados como em São Paulo, que já possui uma grande variedade de Itinerários Formativos à disposição para a escolha dos alunos.

O preparo para o ingresso no ensino superior continuará sendo um trabalho de extrema importância no Novo Ensino Médio, mas como os Itinerários formativos têm como principal característica o desenvolvimento das habilidades, nossos jovens ingressarão nas Universidades mais maduros, com vivências diferenciadas em todas as áreas do conhecimento, o que propiciará vestibulandos com maior potencial na realização dos projetos futuros.

São muitos os prós do novo ensino médio: alunos mais participativos, protagonistas na

sua formação acadêmica, mais conscientes com relação aos problemas da sociedade, mais empreendedores, com maior habilidade na resolução de problemas, entre outros. O único contra o que vejo, está relacionado com a formação dos educadores, uma vez que os cursos de licenciatura não formaram profissionais com as características necessárias para essa nova realidade.

Sendo assim, é necessário que as redes de ensino providenciem formações adequadas o mais rapidamente possível. No Mackenzie, iniciamos as formações com nosso Corpo Docente no início de 2019, o que tornou um grande sucesso a implementação do Novo Ensino Médio realizada no ano passado. O modelo pode reduzir as diferenças sociais, mas para isso, a rede pública de todos os Estados deve se organizar, ofertando itinerários formativos atrativos aos alunos, com conteúdos robustos e com muita "mão na massa".

Se isso não ocorrer, a diferença social poderá aumentar. O Novo Ensino Médio traz a possibilidade dos alunos experimentarem vários itinerários formativos, compostos por diferentes trilhas de aprofundamento, oportunizando aos alunos a migração de uma trilha para outra. Deste modo, os pais não devem pressionar os alunos logo nos primeiros meses, a cobrança deve estar relacionada à dedicação, cumprimentos dos estudos e tarefas, mas dar tempo para que o adolescente tenha a certeza de que fez a escolha correta.

Essa experimentação ajudará na escolha mais assertiva de uma carreira, minimizando a troca de cursos no Ensino Superior. O Novo Ensino Médio traz uma grande oportunidade de mudarmos a educação brasileira. Todos devemos acreditar nessa mudança, pois ela trará excelentes frutos.

(*) - É coordenador do ensino médio do Colégio Presbiteriano Mackenzie.

A resiliência das PMEs no caos da economia

Paulo Castro (*)

Por conta do cenário político muitas apreensões recaem sob a sociedade e, conseqüentemente, o campo econômico é um dos mais afetados - e isso tem motivo. 2021 fechou o ano com uma inflação acumulada de 10,06% de acordo com o IBGE e não apenas estourou a meta inflacionária, como esta é a maior inflação desde 2015 quando o número chegou a 10,67%.

O Brasil já teve dias piores quando se trata de inflação. No início da década de 1990, o acumulado do ano ultrapassava os 1000%. Os brasileiros sobreviveram, mas isso não significa que tenha sido algo fácil. Não é à toa que os brasileiros têm trauma

de inflação: e só de ouvir falar essa palavra que já são transportados para uma época o aumento dos preços era diário.

A questão é que, no Brasil, as micro e pequenas empresas correspondem a 99% do total de empresas no país, bem como geram, sozinhas, mais de 50% dos empregos. Todo esse impacto ainda não é o suficiente para que as instituições financeiras e o poder público deem a atenção que elas merecem. As taxas de juros para crédito podem chegar a 10% ao mês para uma PME sendo que ela é uma das que mais precisam desse dinheiro para continuar crescendo, gerando emprego e movimentando a economia brasileira neste momento tão delicado.

Apesar de tudo, a resiliência das PMEs durante o período de isolamento é inspiradora: cerca de 2,1 milhões de PMEs foram criadas durante a pandemia segundo o Sebrae. Ao contrário dos grandes negócios, as pequenas empresas significam o mundo para os seus donos e eles não estão dispostos a desistir fácil. A tendência é que com a flexibilização das medidas sanitárias por conta da vacinação em massa, a economia volte a circular e as PMEs realmente colham os frutos dos esforços que fizeram para passarem pelo último biênio.

(*) - É CEO e co-founder do Contbank, fintech especializada em produtos financeiros com atendimento feito por contadores.



Andréa Löfgren

Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

OPOSTOS OU COMPLEMENTARES?

Uma das discussões mais prevalentes na economia criativa é aquela que aborda a tensão entre a arte e o comércio, a criação artística e as limitações impostas pelas necessidades do negócio¹. Esta ambivalência, já tão discutida no meio acadêmico, também se faz presente em conversas informais com profissionais das mais diversas áreas das indústrias criativas. Há uma conscientização crescente de que o sucesso artístico e comercial só é possível se o artista se tornar um gestor da sua marca e do seu negócio, ou seja, passar a agregar competências gerenciais e administrativas ao seu talento artístico².

Este fenômeno pode ser visto de forma muito clara nas indústrias musicais. A disponibilidade de plataformas e ferramentas digitais e acesso direto ao público criou a possibilidade de qualquer profissional da música gravar e distribuir a própria música sem a necessidade de intermediação. O músico passou a gerenciar a própria carreira, tornando as competências gerenciais e administrativas fundamentais³ para o sucesso do artista.

Em termos práticos, o profissional precisa ter conhecimentos, de gestão financeira, tributação e contabilidade, elaboração de contratos, direitos autorais, marketing, mídias sociais e gestão de projetos. Este fenômeno ocorre também

em outros ramos da economia criativa, principalmente naquelas onde houve uma democratização da cadeia de produção e de distribuição, tais como na literatura, nas artes visuais, nas artes performáticas e na produção cinematográfica⁴.

Num primeiro momento a transformação de artista para gestor parece ser muito fácil. Afinal de contas, todos têm acesso a planilhas, ferramentas de gestão de projetos, aplicativos e ferramentas de comunicação. A realidade, no entanto, se mostra um pouco mais complexa. Profissionais iniciantes, autônomos e independentes muitas vezes tem uma compreensão limitada dos aspectos negociais da indústria na qual atuam. Não adianta ter acesso a ferramentas sem entender as complexidades, especificidades e principalmente os riscos do setor.

Além do mais, algumas atividades precisam ser incorporadas no dia a dia do profissional para que este possa definir onde quer chegar (atividades estratégicas); o que precisa fazer para conseguir alcançar esses objetivos (atividades táticas) e administrar o seu dia a dia (atividades operacionais). Nem todos tem competências de gestão ou competências técnicas na área de administração, deixando estas atividades na mão de amadores ou de pessoas com ética duvidosa.

Como fazer para adquirir, incorporar e aplicar esses conhecimentos e competências no dia a dia sem que se comprometa a integridade artística? Como transformar processos executados de forma ad hoc e amadores em rotinas

de trabalho que permitam o equilíbrio entre a criação artística e o equilíbrio financeiro do artista?

Buscar uma qualificação que dê uma visão geral dos aspectos negociais, legais e operacionais da indústria é fundamental. Existem inúmeros cursos independentes de qualidade excepcional que podem dar uma visão introdutória dos principais aspectos do mercado. Esses conhecimentos serão importantes para que se possa definir os principais processos do dia a dia do artista. Ao definir estes processos, é muito importante respeitar as dinâmicas do profissional e da sua atividade. Afinal de contas a criação artística não se comporta como uma fábrica de automóveis, portanto não faz sentido desenhar um processo burocrático cheio de regras. Melhor uma planilha que funciona do que um sistema de gestão que ninguém quer usar. O importante é que o profissional criativo tenha controle maior sobre todos os aspectos que garantem a sua sobrevivência e proteja os seus direitos. Usando as palavras do David Byrne, líder do grupo Talking Heads: "um músico que não cuida do próprio negócio logo não terá mais negócio nenhum"⁵.

5 BYRNE, D. How Music Works. New York: Three Rivers Press, 2012. P. 226

(*) - Especialista em Processos e Projetos, com mais de vinte anos de experiência em gestão de processos e planejamento operacional. Atuou em empresas de diversos segmentos incluindo consultoria de gestão, telecomunicações, tecnologia da informação, serviços financeiros, óleo & gás, megaeventos, parques temáticos e associações de classe. Hoje é sócia da Gig Flows, uma consultoria de gestão que se dedica exclusivamente ao planejamento estratégico e melhoria de processos para empresas das Indústrias Criativas e do Entretenimento ao vivo. Andréa é advogada formada pela PUC-RJ com MBA pelo IAG PUC-RJ e Master's Degree em Entertainment Business pela Full Sail University e está finalizando o mestrado profissional em Gestão da Economia Criativa pela ESPM e a pós-graduação em Direito Intelectual pela PUC-RJ.

1 CAVES, R. E. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

2 SCHWETTER, H. From record contract to entrepreneur? Musicians' Self-Management and the Changing Illusion in the Music Market. Kritika Kultura, 2018. 183-207.

3 DE MARCHI, L. A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira-1999 - 2009: dos discos físicos ao comércio digital de música. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

4 THROSBY, David Throsby. The concentric circles model of the cultural industries, Cultural Trends, 2008, 17:3, pp. 147-164, DOI: 10.1080/09548960802361951