ENTREVISTA
Suzeti Ferreira, CEO da Syngenta Seeds: "Se houver quebra de safra no Brasil, o mundo será prejudicado"

O VOO ELÉTRICO DA EMBRAER
Divisão da empresa dedicada a veículos aéreos de mobilidade urbana soma 1.825 encomendas e prevê decolar em 2026

ANDRÉ ESTEVES
Maior acionista do BTG Pactual reassume o cargo de chairman com foco no varejo de alta renda

ISTOÉ Dinheiro
TRÊS

"O Brasil é uma plataforma de crescimento onde temos muito a prover em experimentação de nossas marcas"

PAULA LINDENBERG, presidente da Diageo no Brasil, Paraguai e Uruguai

Brasil aquece o mercado global de bebidas

Líder mundial em destilados com receita de US$ 16 bilhões, a britânica Diageo cresce 62% no País em 2021, amplia produção local e renova portfólio para atender novos consumidores

COMUNICATIVA

PROPRIEDADE COMPARTILHADA

SIGA-NOS:

/PRIMEYOU

QUER UMA CHANCE PARA APROVEITAR O MELHOR QUE A VIDA TEM A OFERECER?

NÓS DAMOS CINCO.

CINCO **NOVOS BARCOS** DE ALTO PADRÃO JÁ ESTÃO COM **COTAS DISPONÍVEIS** PARA PROPRIEDADE COMPARTILHADA.

Quando o mar chama, é preciso atender: a Prime You acaba de adquirir cinco embarcações Intermarine, de diversos tamanhos e para diferentes perfis. Tudo para que nossos clientes aproveitem o melhor da vida com o jeito inteligente de ter.

Previsão de entrega: NOV/2022

PRONTO PARA SER **DONO DE UM IATE** POR APENAS **1/4 DO VALOR**?

ACESSE O QR CODE E SAIBA MAIS

PRIMEYOU

The first, like you

11 4195 8307 • 11 4195 8308 • PRIMEYOU.COM.BR

PROPOSTA INDECENTE

O presidente Bolsonaro teve mais uma de suas tiradas que talvez seguidores possam classificar como geniais. Ele resolveu levantar a proposta de uma visita de cortesia a Vladmir Putin com uma comitiva formada por chefes de Estado, que teria por objetivo aplainar os ânimos, numa viagem a Rússia justamente em um dos momentos mais tensos das relações internacionais. Risível, caso o inquilino do Planalto não tivesse levado a ideia tão a sério que chegou a manifestá-la abertamente a autoridades turcas, em encontro recente. Essas, perplexas, desconversaram. O capitão, que já emprestou solidariedade às intenções belicistas de Moscou, vem se mantendo em cima do muro, contrariando a postura global de retaliações contra a invasão à Ucrânia. Talvez seja por essas e por outras que o Brasil ficou de fora, pelo terceiro ano consecutivo, da lista de convidados a participarem da reunião anual do grupo do G-7, o clube que reúne as nações mais ricas do planeta. Na prática, desde que Jair Bolsonaro tomou posse, o Brasil vem sendo sistematicamente preterido, excluído desses encontros pelo líder do país anfitrião. Em 2019, Emmanuel Macron, da França, evitou chamar o presidente brasileiro, com quem nunca cultivou as melhores relações, e optou pelo Chile. A Inglaterra, a seguir, também fez o mesmo. Desta feita, até o Senegal, Índia, Indonésia e África do Sul (dois dos integrantes do BRICs) estarão lá enquanto o Brasil segue na geladeira. Não há dúvida: a condição de pária, fora do concerto das nações, é o figurino que cai como uma luva no momento. Após toda má impressão passada com o recorde de desmatamentos e queimadas – justamente quando o mundo persegue metas de sustentabilidade – o sinal de alerta já havia sido acendido contra as injuncões do governo brasileiro. As ameaças antidemocráticas de questionamento das eleições apenas agravaram o quadro. Bolsonaro é tido e havido na comunidade externa como um personagem pitoresco, para dizer o mínimo. Não causa qualquer boa impressão em parceiros europeus, asiáticos e muito menos americanos. Os principais parceiros latinos, inclusive, torcem o nariz as suas diatribes. O episódio recente de sugerir uma circunstância na qual representantes internacionais seguissem a Rússia quase para prestar uma espécie de vassalagem a alguém que está tumultuando as relações diplomáticas com os seus impulsos de conquista gera ainda mais repulsa e desprezo ao por aqui chamado de "mito". São delírios que atendem, talvez, a seus planos de palanque eleitoral, para se mostrar aceito lá fora, ao menos por alguns. Poderia sugerir convidar o vizinho venezuelano, Nicolás Maduro, que, como ele, também faz vista grossa e apoia as movimentações de Moscou. Fora eles, quem mais entraria nessa canoa furada? Putin, por sua vez, torce por um sinal como esse. Serviria de argumento contra os opositores que o criticam por causa do isolamento e rompimento de relações gerados até aqui. Em outras palavras: seria uma aproximação de extremistas cujo benefício ficaria limitado exclusivamente a eles próprios. A guerra de Putin já gerou mais de cinco milhões de refugiados e outras milhares de mortes. Bolsonaro parece não colocar na balança tais inconvenientes. Provavelmente por encarar como meros efeitos colaterais. "É da vida", como fala. O mesmo tipo de reação já verificado diante da hecatombe da pandemia da Covid. Falta um pouco de "semancol" para tanta proposta indecente.

Carlos José Marques
Diretor editorial

 FOTOS: MIKHAIL KLIMENTYEV | ANDERSON RODRIGUES | CLAUDIO GATTI | DIVULGAÇÃO

Índice

CAPA
Com crescimento de 62% no Brasil em 2021, a Diageo amplia a produção local de vodca e cachaça, renova portfólio e mira um novo consumidor. Entenda a fórmula da presidente **Paula Lindemberg** para entregar os melhores resultados à matriz
pág. 30

ENTREVISTA
Recém-momeada no cargo de CEO da Syngenta Seeds, **Suzeti Ferreira** fala sobre a importância do Brasil na alimentação global e os riscos da safra
pág. 12

FINANÇAS
De volta ao cargo de chairman do BTG Pactual, **André Esteves** reforça a estratégia de manter a liderança no varejo de alta renda
pág. 26

NEGÓCIOS
Dez anos depois de vender a faculdade Anhanguera para o grupo Kroton, **Antonio Carbonari** investe em universidade para latinos na Flórida
pág. 36

SEMANA
Depois de atacar o Supremo, Bolsonaro tenta minar reuniões de Fux com Senado e Defesa
pág. 06

MOEDA FORTE
Rede de supermercados St. Marche mira cidades do interior para crescer
pág. 10

SUSTENTABILIDADE
Estudo do Credit Suisse compara a riqueza das nações e coloca o Brasil na 16ª posição
pág. 18

DINHEIRO EM BITS
Criador do Orkut espalha expectativas quanto à volta de sua rede social. Só não disse como
pág. 48

COBIÇA
Com ou sem capota, modelos BMW série 4 garantem a emoção de dirigir
pág. 54

ARTIGO
O que Elon Musk e a Gucci têm a ver com a alta dos combusíveis e dos juros no Brasil
pág. 66

CAPA Foto: Claudio Gatti

Dinheiro na semana

POR PAULA CRISTINA

PODERES EM ATRITO

Um grande acordo nacional, com o Supremo, com tudo

Muitos ainda se lembram da famosa frase do ex-senador Romero Jucá durante o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Roussef. Ela retrata como as relações entre os Poderes da República funcionam desde sempre no Brasil. Agora, com as instituições ameaçadas pelos arroubos aqntidenocráticos do presidente Jair Bolsonaro, a ideia de um grande acordo nacional com o Supremo, com tudo, ganha outro sentido. Explico.

ROE VS. WADE

Como nossos pais

Em 1973 Norma McCorvey, que ficou conhecida pelo pseudônimo de Jane Roe, foi a responsável por derrubar no Texas a lei que tornava o aborto um crime. Em um julgamento histórico, que terminou na Suprema Corte, Roe bateu o argumento do promotor de Dallas, Henry Wade. E garantiu às mulheres liberdade de decisão em sua vida privada (desde que atendendo algumas diretrizes e leis estaduais). E foi assim por quase 50 anos. Até que um relatório vazado pelo site Politico.com revelou a versão, ainda não divulgada oficialmente, de um rascunho do relatório do ministro Samuel Alito. No texto, o juiz afirma que há maioria na Corte para derrubar a antiga decisão. A informação bastou para que mulheres fossem às ruas nos Estados Unidos pela manutenção do direito, fazendo jus às palavras de Belchior, imortalizadas por Elis Regina "ainda somos os mesmos e vivemos como nossos pais".

O PREÇO DA INVESTIGAÇÃO

Estudo revela as cifras **perdidas** pela economia brasileira com a Operação Lava Jato entre 2013 e 2017

Emprego
4,4 milhões

Investimento privado
R$ **172,2** bilhões

PIB
3,6%

Massa salarial
R$ **85,8** bilhões

Impostos
R$ **47,4** bilhões
só no RJ

Fonte: Dieese

DIPLOMACIA

Fora do clubinho

Em junho deste ano será realizado, pela primeira vez depois de dois anos, um encontro presencial entre as lideranças do G7. O evento, agendado para ocorrer em Berlim, jogou na Alemanha a responsabilidade de escolher países emergentes para estarem no encontro e tratarem de modo conjunto os caminhos do mundo e das relações globais. Foram enviados convites para África do Sul, Índia, Indonésia e Senegal. Faltou alguém?

Tudo começa com Bolsonaro descendo o verbo nos ministros do Supremo. Até aí, nada de novo. Para mostrar unidade, os ministros se juntam em um almoço de aniversário do presidente da Corte, Luiz Fux (*foto*). Sem o efeito esperado (que era mostrar a solidez da corte), o jeito foi se aproximar publicamente dos líderes de outros Poderes. Primeiro, Fux marcou uma agenda com o presidente do Congresso Nacional, Rodrigo Pacheco (PSD-MG), na intenção de que o Senado participe do caso Daniel Silveira (deputado que recebeu indulto de Bolsonaro para não ser preso).

O presidente do STF também marcou horário com o ministro da Defesa, Paulo Sérgio Nogueira, para falar do importante papel das Forças Armadas na segurança das eleições. O que Fux não esperava é que Bolsonaro tivesse aprendido a dominar a arte da obstrução. O chefe do executivo garantiu que tanto Pacheco quanto Nogueira se encontrassem com ele (fora da agenda) antes de seguir para o encontro com o ministro do Supremo. O que disse Bolsonaro a cada um deles? Provavelnente, para que nem o Senado e nem a Defesa façam um grande acordo com o Supremo.

POLÍTICA

O fôlego dos últimos metros

No atletismo é comum dizer que vence o atleta que controla o ritmo na maior parte do percurso para ter condições de dar um pique nos metros antes da linha de chegada. Pois bem, na eleição também é assim. E a última sondagem de intenção de voto do Instituto Paraná mostra que Bolsonaro está mais perto do que nunca do ex-presidente Lula. Na pesquisa espontânea (sem apresentar o nome dos candidatos) Lula aparece com 27,6 % das intenções contra 25,2% de Bolsonaro. Com apresentação dos candidatos, Lula ficou com 40% e Bolsonaro com 35,2% — a menor diferença relatada até agora. Em entrevista no dia 4, Lula afirmou "estar tranquilo" com a margem. Segundo petista, Bolsonaro cresceu 3 ou 4 pontos com a desistência de Sérgio Moro, e isso era esperado. E são esses pontos que podem garantir aquele fôlego final que no atletismo faz o campeão mudar no último segundo.

"Ele quer tirar o poder do presidente para que o poder fique na Câmara dos Deputados e ele aja como se fosse o imperador do Japão"

ex-presidente LULA (PT), sobre a postura do presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL)

DIPLOMACIA II

Fora da eleição

Durante o período eleitoral, é praxe nas democracias que se convidem representanrtes de países estrangeiros para ver tudo de perto. O Brasil é referência no uso de urna eletrônica e na logística do voto, dado o seu tamanho continental, o que acaba despertando interesse de outros líderes mundiais. Na eleição de 2018, cerca de 15 países estiveram por aqui para acompanhar o processo. Em 2014 foram 21, segundo o Tribunal Superior Eleitoral. Ninguém virá este ano. O TSE até convidou líderes europeus para conferir a lisura do sistema de votação. Mas, por pressão do governo federal, precisou retirar os convites. Diplomatas europeus afirmaram que essa negativa mostra a dificuldade do Judiciário em manter sua independência. O Itamaraty confirmou que os convites foram feitos — e desfeitos.

RADAR

Para ficar de olho

0,34%

FOI A ALTA DO IBC-BR, CONSIDERADO UMA PRÉVIA DO PIB, EM FEVEREIRO. A CIFRA É MAIOR QUE A DE JANEIRO (0,33%), MAS INFERIOR À EXPECTATIVA DE ANALISTAS (0,50%)

R$ 3,4 BILHÕES

FOI O SUPERÁVIT PRIMÁRIO DO GOVERNO CENTRAL EM FEVEREIRO, NO MELHOR RESULTADO DESDE 2012, E REVERTENDO O DÉFICIT DE R$ 11,7 BILHÕES DE FEVEREIRO DE 2021.

7,89%

É O PATAMAR DA MEDIANA DO IPCA MENSURADO PELO MERCADO NO DIA 2 DE MAIO, REVELA O FOCUS. O RESULTADO FICA ACIMA DOS 7,65% DA SEMANA ANTERIOR E MUITO DISTANTE DA META (5%)

FOTOS: SUAMY BEYDOUN | GREG GIBSON | EVARISTO SA | RICARDO STUCKERT

Plataforma de informação

O jornalismo da **Editora Três** sempre contribuiu para o fortalecimento do Brasil. Entregamos aos leitores o acesso completo à informação e opinião, de maneira ágil e precisa, seja pela internet, redes sociais ou na versão impressa. Por isso, para se manter bem informado e capaz de dialogar sobre os conteúdos relevantes para a sociedade, escolha nossas marcas.

www.istoe.com.br

Uma revista semanal com jornalismo de qualidade, para ajudar o leitor a esclarecer o que é falso e o que é verdadeiro diante dos acontecimentos do Brasil e do mundo.

www.istoedinheiro.com.br

Única revista semanal de negócios, economia e finanças do País, avaliando e informando sobre tudo o que acontece no mercado.

Siga também pelas redes sociais

Siga pelas redes sociais as notícias de última hora, a atualização dos fatos e novidades quentíssimas a qualquer hora e qualquer lugar.

www.revistamenu.com.br

www.revistaplaneta.com.br

e conteúdo

www.motorshow.com.br

A melhor informação para os apaixonados por velocidade, com notícias sobre os esportes a motor, conselhos para o consumidor e avaliações detalhadas sobre os carros à venda no Brasil.

Capas ilustrativas

www.dinheirorural.com.br

A mais completa revista sobre o agronegócio, informando e contribuindo para fortalecer os empresários e investidores do campo.

Todas as informações sobre o mundo das artes visuais e cultura contemporânea no Brasil e no mundo, com projeto gráfico ousado.

www.select.art.br

Já nas melhores bancas de sua cidade.

SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente
São Paulo **(11) 3618-4566** • Outras capitais **4002-7334** • Interior **0800 888-2111**, de segunda a sexta das 10h às 16h20 e sábados das 9h às 15h.

Para anunciar

Conecte sua marca ao público mais qualificado do segmento. Entre em contato com nossa equipe e anuncie. **(11) 3618-4269**

POR HUGO CILO

ST. MARCHE EXPANDE PARA O INTERIOR

A rede de supermercados St. Marche, bem conhecida entre os consumidores das classes A e B da capital paulista, iniciou na quinta-feira (5) seu processo de expansão para o interior. Depois de cruzar a fronteira do primeiro bilhão de faturamento em 2021, a companhia do empresário **Bernardo Ouro Preto** inaugurou a 25ª unidade da rede em Campinas. A primeira loja fora da Grande São Paulo começou a operar no Iguatemi, o shopping mais elitizado da cidade. Com 800m², a rede seguirá os passos dos maiores concorrentes, o Carrefour e o Pão de Açúcar, que também adotaram a estratégia de abrir lojas menores, com foco em cidades de alta renda fora das

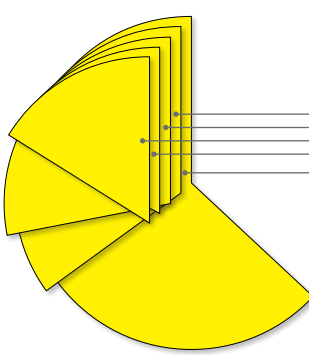
CORRUPÇÃO DÁ LUCRO. DE FORMA HONESTA

O escritório brasileiro da consultoria americana Charles River Associates (CRA), inaugurado um ano atrás, está rindo à toa com a demanda no Brasil. Segundo **Cynthia Catlett**, executiva que comanda a operação local da companhia especializada em análise de riscos, corrupção e compliance, todas as expectativas foram superadas. Com faturamento global de US$ 588,1 milhões, a empresa enxerga o Brasil como um dos mercados de maior potencial de crescimento, já que a demanda por políticas de boas práticas é algo relativamente nova por aqui. "Nunca imaginei que as empresas brasileiras estivessem dispostas a pagar cinco vezes mais do que a remuneração média para ter profissionais ultraespecializados nessas áreas", afirmou Cynthia, que diz estar recrutando mão de obra por até R$ 7 mil a hora (sim, por hora de trabalho). "Puxado pela maior consciência dos empresários depois da Lava Jato, nada será como antes no que se trata de combate à corrupção."

DOAR É A MELHOR LIÇÃO

A edtech Gama Ensino, do empresário João Paulo Coelho, decidiu fazer uma doação inusitada para a ONG Gerando Falcões, de Edu Lyra. Em vez de aporte em dinheiro, deu 5% do capital da startup, avaliada em R$ 30 milhões. "Não temos práticas de ESG, nós somos o ESG na prática", afirmou Coelho. A Gama atua na área de educação, oferecendo ferramentas de Inteligência Artificial para ajudar no processo de aprendizagem.

Um estudo da americana Poly, líder global em equipamentos de áudio e vídeo corporativos, mostra que o retorno ao trabalho presencial tem sido um problema para muita gente



Fonte: Hybrid Performance Review/Poly

 FOTOS: CLAUDIO BELLI/VALOR I CHARLES RIVER ASSOCIATES I MARCELO JUSTO/UOL/FOLHAPRESS I ANDRE LIGEIRO

capitais. "**Campinas é a maior cidade do interior de São Paulo e com um público que se conecta com nossa marca**", afirmou o CEO. "Mais do que um mercado, a proposta é oferecer experiência", disse. A ideia é segurar o cliente dentro da loja, segundo Ouro Preto. A unidade caçula da St. Marche replica também um modelo de coworking, com mesas para descanso, leitura e reuniões de trabalho, além de pizzaria com massas de fermentação natural, cafeteria e sushi bar. Para quem não se lembra, a rede adquiriu o tradicional Empório Santa Maria há 12 anos e foi responsável pela vinda do primeiro Eataly da América Latina, em 2015.

CEO DE **BONS CONSELHOS**

A EXECUTIVA **CLAUDIA WOODS**, CEO DA WEWORK NA AMÉRICA LATINA, ACABA DE SER ELEITA CONSELHEIRA DA VIA, DONA DAS CASAS BAHIA E PONTO. É A PRIMEIRA MULHER A OCUPAR O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA COMPANHIA DESDE QUE A EMPRESA VOLTOU A SER UMA CORPORAÇÃO INDEPENDENTE. ESPECIALIZADA EM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, CLAUDIA TAMBÉM JÁ COMANDOU UBER E A WEBMOTORS.

ANÁLISE DE CRÉDITO MAIS INTELIGENTE

A Provenir, líder global em software de análise de risco com uso da Inteligência Artificial, acaba de desembarcar no Brasil — país famoso pela pouca inteligência na concessão de crédito. A companhia americana vai, em um primeiro momento, focar em parcerias com as fintechs. Atualmente a empresa opera em mais de 50 países e processa mais de US$ 3 bilhões em transações por ano.

CONEXÃO **SUSTENTÁVEL**

A Vivo, maior operadora de telecom do País, vai acelerar seus planos de geração limpa de energia. A empresa vai lançar neste mês, em parceria com o Grupo Gera, sua nova usina de biogás e a segunda nesta modalidade no estado do Rio de Janeiro. Construída junto à CTDR Paracambi, aterro sanitário operado pelo grupo União Norte, a usina está instalada em uma área de mil metros quadrados e irá produzir mais de 7,358 MWh/ano, além de atender mais de 1,1 mil unidades consumidoras da empresa na área de concessão da Light. Até o final do ano, o estado terá oito usinas no modelo de geração distribuída da Vivo, sendo duas delas de biogás, cinco de fonte solar e uma de fonte hídrica.

CRESCIMENTO FABULOSO NO **MERCADO NATUREBA**

O mercado de alimentação saudável cresce a passos largos. Uma das maiores empresas do setor, a Fabfoods, dona das marcas Pipó Gourmet e Flow Foods, cresceu 87% no ano passado, segundo **Adriana Lotaif** (à dir.), cofundadora do grupo e sócia de **Fabiana Sonder**. O desempenho de 12 meses é comparável aos dos dez anos anteriores da empresa. O resultado foi turbinado com o aumento das vendas em grandes distribuidores e redes varejistas do setor de alimentos, além de marketplaces como Amazon, Mercado Livre e Shopper.

PANDEMIA DE ESCRITÓRIOS SUCATEADOS

63% dos empregados estão resistindo a retornar aos escritórios

17% alegam que tecnologias como soluções de videoconferência estão desatualizadas

16% alegam que headsets defeituosos frustram o trabalhado

28% dos profissionais e **35%** dos líderes dizem que as empresas criaram experiências equitativas entre os modelos remoto e presencial

"Se houver quebra da safra no Brasil, a alimentação do mundo será prejudicada"

Executiva assume a direção da empresa no Brasil com a missão de torná-la a melhor de seu segmento — e quer promover avanços na equidade de gênero

Romualdo VENÂNCIO

Suzeti Ferreira acaba de entrar para o seleto grupo de mulheres em cargos de alta liderança no majoritariamente masculino agronegócio brasileiro. A executiva assumiu o comando da Syngenta Seeds na segunda-feira (2) e tem entre suas prioridades estimular a diversidade de gênero na empresa. "Há muito o que evoluir. Por isso, investimos em ações para sermos mais inclusivos", disse à DINHEIRO. Mas esse não é o único desafio. Sua missão é fazer da companhia a melhor do segmento. E isso pode ser mais difícil caso o Plano Safra para o biênio 22/23 não obtenha os recursos federais que o setor precisa, da ordem de R$ 330 bilhões, 31% acima do valor liberado.

Dinheiro — Sua promoção para o cargo de comando já era esperada?

SUZETI FERREIRA — Em todos os lugares por onde passei, busquei evoluir nesse sentido. A oportunidade de passar pelo processo de seleção para chegar ao cargo mais alto não foi exatamente uma surpresa. Tudo o que fiz me trouxe até aqui. Então, era o momento de mostrar que líder eu sou e quais são meus valores.

Quais são esses seus valores como líder?

O papel de diretora-geral tem extremo impacto, as decisões devem ser tomadas levando em conta as famílias que fazem parte da organização, e na Syngenta Seeds são 1.100. Sempre vamos olhar para o agricultor e para as pessoas dentro da empresa, pois os resultados são muito importantes, mas como fazemos os negócios também é fundamental. Há dois valores primordiais que me trouxeram até aqui. O primeiro é que sou completamente orientada para os resultados. Gosto de realizar. O segundo está nas pessoas. Elas me energizam. Não sei trabalhar sozinha. A colaboração me nutre todos os dias. Por isso, são imprescindíveis a integridade e a lealdade. Como líder, até mais importante do que o resultado é o legado que se deixa.

Como é ocupar uma posição de liderança no agronegócio, um setor majoritariamente masculino e machista?

Me sinto mais responsável nesse momento, inclusive por representar colegas, amigas e mulheres da sociedade. Tenho competências e pontos de desenvolvimento como outras mulheres e a equidade é prioridade. Isso é muito importante porque, como indústria, também temos um papel social. Estamos em um contexto em que 50% ou mais da população é feminina. Me sinto muito feliz e responsável com o papel de ajudar a organização e de preparar a liderança do futuro.

"Quando entrevistamos candidatos, tomamos o cuidado de ter 50% de representatividade feminina para igualar as possibilidades de alcance"

De que forma irá tratar o tema equidade?

Meu compromisso como líder nessa agenda de diversidade e inclusão é promover um ambiente inclusivo e eliminar barreiras à equidade de gênero. Ainda temos um esforço a ser feito, até pelas características do agronegócio, como você citou. E isso exige ação, exige atitude. No *short list* dos processos de seleção, toda vez que entrevistamos candidatos tomamos o cuidado de ter 50% de representatividade feminina para igualar as possibilidades de alcance. E também promovemos discussões sobre quais são nossos vieses inconscientes. A gente precisa saber trabalhar em um ambiente diverso.

Essa é uma preocupação global da empresa?

Sim, diversidade e inclusão fazem parte da nossa cultura. Discutimos global e localmente. Eu, inclusive, faço parte de um grupo de liderança global feminina, no qual falamos sobre temas e desafios do mundo inteiro e traçamos ações relacionadas a isso.

Que resultados esse cultura já gerou?

A contração de mulheres na Syngenta Seeds Brasil cresceu 11% na comparação entre 2021 e 2020. Hoje elas representam 33% das admissões. No quadro geral de profissionais, esse índice é 28%; na alta liderança, 32%; e na minha unidade de negócios, diretamente, 45%. Na alta liderança da América Latina 40% são mulheres. Ainda há muito o que evoluir, por isso investimos em ações para sermos mais inclusivos, como olhar atentamente o mercado para atrair mais mulheres e ter equidade de fato, para que não sintam qualquer tipo de distinção.

A Syngenta Seeds faturou US$ 4,1 bilhões globalmente no ano passado e cresceu 24% sobre 2020. Como foi no Brasil?

Na América Latina o crescimento foi de 26%. É a região em que a empresa mais cresceu depois da China, que tem um exponencial maior do que o nosso. Temos uma agricultura mais consolidada, a gente vem de uma base agrícola bastante expandida no Brasil e no Paraguai. Os chineses têm uma estratégia de expansão agrícola bem definida e um potencial muito grande de mercado.

A pandemia da Covid-19 teve início um mês depois de sua chegada à Syngenta. Como você superou aquele momento?

Foi um período que exigiu muita empatia e flexibilidade. Cheguei à empresa como head para venda vertical, que inclui negociações diretas e para os distribuidores. Estava conhecendo o time, formado por

mais de 200 pessoas, indiretamente. Para mim, o começo é sempre pelas pessoas, pois o negócio acontece por meio delas. Até viajei, com todas as medidas de segurança, para conhecer parceiros comerciais e clientes. Participei do comitê de Covid e foi muito bom para entendermos que era possível fazer negócios naquele ambiente e manter os relacionamentos. Mas imagine falar para o time de vendas que era preciso negociar via Zoom. Havia muitas incertezas, no entanto tínhamos a confiança de estar no caminho certo.

Vocês querem ser a melhor empresa de sementes da América Latina até 2028. Qual é a estratégia?

A gente dorme e acorda pensando em sementes, pois é aí que começam as decisões do agricultor, é o início de toda sua estratégia para a sequência da safra. Procuramos entender e atender suas necessidades para apresentar a melhor proposta de valor para cada segmento de clientes, e entregar um insumo que garanta maior produtividade e melhores resultados no campo. Estamos bem posicionados nas pesquisas de mercado sobre como o produtor vê empresas e marcas do setor, e acelerando para chegar aos melhores índices.

E como se diferenciam no mercado?

Seguimos em um trabalho forte para aprimorar a oferta de soluções, com qualidade de semente, e o atendimento. Todo o melhoramento genético é baseado em dados. Fazemos muitos testes e correlacionamos os resultados. Assim, aceleramos a vinda de opções ainda mais assertivas. No final do dia, o que fazemos tem de ser bom para o produtor e para o colaborador. Então, será bom também para o investidor. Esse é o trinômio que nos orienta.

O agricultor participa desse processo?

Fazemos ensaios dentro de casa e em determinado momento também realizamos testes nas propriedades de alguns clientes. Há inclusive grandes empresas agrícolas que colaboram com o processo. Fazemos cocriações, até porque é como se nos oferecessem um laboratório. Essa proximidade com o produtor é muito importante, e também um diferencial, pois nos dá a condição de acompanhar todo o ciclo da semente, do cultivo à colheita, e avaliar o resultado. Isso exige muita presença no campo, já analisando a próxima safra.

"O negócio de soja do Brasil está sempre em primeiro ou segundo lugar, temos uma participação enorme na alimentação do mundo"

Como a empresa se protege da pirataria de sementes, um problema sério do setor?

Trabalhamos com a CropLife Brasil [*associação que representa os segmentos de mudas e sementes, biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos*], que tem um comitê específico para tratar desse assunto. A pirataria é algo desfavorável, pois não traz produtividade nem rentabilidade, é contraproducente para qualquer investimento em tecnologia. É muito diferente das sementes salvas, que correspondem a uma parte da colheita reservada pelo agricultor para plantar, desde que seja corretamente declarado.

Que papel tem o Brasil diante dos desafios globais da produção de alimentos?

A agricultura tem impacto fundamental no PIB brasileiro. O interior do País é agrícola e tem enorme influência na renda das pessoas. Como exemplo da representatividade do setor, nosso negócio de soja está sempre em primeiro ou segundo lugar no mundo. Grande parte do nosso grão vai para China, Europa e outras regiões. Temos uma participação enorme na alimentação do mundo. No milho, há grande relevância para o mercado interno, tanto para alimentação animal quanto para a humana. E há potencial de crescer em exportações e produção de etanol. Se houver problema em qualquer safra no Brasil, o fornecimento de alimento no mundo será prejudicado.

Como a guerra na Ucrânia impacta o cenário de oferta de alimentos?

Essa incerteza que vivemos com a guerra na Ucrâniaimpacta em segurança alimentar, principalmente. Aqui no Brasil temos o desafio de garantir a entrega da semente ao agricultor, para que vire alimento e chegue onde precisa. E o que essa guerra está trazendo é a dúvida se vai haver milho e trigo suficiente no mundo, se estamos preparados para atender o aumento de área que pode acontecer. São possibilidades, ainda não temos confirmação. A Ucrânia estaria no período de começar a plantar agora. Se houver o início do plantio, a colheita poderá reduzir a pressão sobre a segurança alimentar. Tudo vai depender dos desdobramentos. Nossa preocupação aqui está muito relacionada a garantir essa disponibilidade de sementes e naturalmente trabalhar com toda a flutuação em torno das commodities, devido às especulações no mercado global de investimentos.

INFORME PUBLICITÁRIO

Red Hat

OPEN SOURCE: A VACINA PARA A PANDEMIA DE AMEAÇAS À CIBERSEGURANÇA

Imagem: Freepik

A saga da segurança no meio digital daria um brilhante seriado épico espacial se não estivéssemos de fato enfrentando ameaças que podem comprometer o futuro. No vasto universo digital, em que coexistem os lados sombrios e iluminados da força, a onda de ameaças vêm crescendo com a mesma rapidez e intensidade da inovação. De acordo com relatório da Check Point, os ataques cibernéticos contra redes corporativas dobraram em todo mundo no comparativo entre 2020 e 2021. O setor de educação e pesquisa foi o mais atingido globalmente, com uma média de 1.605 ataques por semana, seguido por governo, empresas de comunicação e provedores de serviços de internet.

Quando olhamos somente para o Brasil, as estatísticas também não são positivas: foram mais de 88,5 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos em 2021, um aumento de 950% com relação a 2020, segundo a Fortinet®. Por aqui, as investidas hackers não pouparam quase nenhum setor. Não à toa, previsões da IDC apontam que os gastos com segurança devem totalizar quase US$ 1 bilhão no país neste ano, com as soluções de segurança superando os US$ 860 milhões, e destacando a proteção na nuvem.

Proteção contínua

Com uma variedade de ameaças em constante transformação, a tecnologia aberta é o portal de acesso a um nível profundo de defesa. No relatório Hype Cycle for Open-Source Software (OSS), do Gartner, mais de 70% das empresas vão aumentar seus gastos de TI em OSS até 2025 em comparação com seus investimentos atuais devido à sua capacidade de proporcionar simplicidade operacional, escalabilidade e segurança. Em tempos críticos para a integridade dos negócios, o open source se mostra cada vez mais como o grande facilitador da cibersegurança: embora aberto, é o antídoto para a pandemia de códigos maliciosos, especialmente contra backdoors.

Um backdoor significa qualquer método pelo qual usuários autorizados e não autorizados são capazes de contornar as medidas normais de segurança e obter acesso de alto nível (também conhecido como acesso root), seja em um sistema, rede, aplicativo ou software. Para combater esse modo sorrateiro de ataque, a solução que deve entrar pela porta da frente das organizações é o open source. Garantindo uma proteção em diferentes níveis, o código aberto é o caminho estratégico para a plenitude de toda a infraestrutura e stack de aplicativos.

Uma resposta rápida em cibersegurança é não apenas fundamental como uma emergência, já que as empresas que são capazes de interromper uma violação em 30 dias, por exemplo, economizam mais de US$ 1 milhão, aponta um estudo da IBM e do Ponemon Institute. Mesmo assim, pouco mais da metade das empresas (54%) atuou nos últimos 12 meses para identificar riscos de segurança cibernética, como mostra uma pesquisa feita pelo governo britânico.

Defesa insondável

Para permanecer competitivas e ágeis e conseguir escalar modelos de negócios neste cenário, cada vez mais empresas e organizações vêm utilizando a nuvem híbrida, ambiente que combina elementos de nuvem pública, nuvem privada e infraestrutura local em uma arquitetura única, comum e unificada. Para tirar o melhor proveito da cloud, fortalecendo a segurança e gerindo riscos de maneira eficiente, sem renunciar ao desempenho, o apoio do open source é primordial.

Com a infraestrutura de nuvem híbrida moderna, a segurança precisa abranger todo o stack de aplicativos e o open source permite aplicar uma tática de segurança integrada e em camadas de pessoas, processos e tecnologia. Dessa forma, a abordagem antecipada e de maneira automatizada das tecnologias abertas amplia substancialmente o patamar de segurança, já que garante, por exemplo, que a autorização entre pessoas e sistemas seja explícita ao invés de presumida, além do monitoramento contínuo.

A segurança de rede tradicional baseada em perímetro não é mais eficaz por si só. As equipes de segurança devem repensar sua abordagem para incorporar os princípios modernos da Arquitetura Zero Trust - uma abordagem para projetar arquiteturas de segurança com base na premissa de que toda interação começa em um estado não confiável -, como microssegmentação, validação contínua do usuário e prevenção de movimento lateral.

Os negócios estão tão seguros quanto seu elo mais fraco e, em um ambiente de nuvem híbrida, pode ser difícil ver onde estão esses links. Para além das limitações impostas pelas antigas tecnologias proprietárias, por meio de comunidades upstream de código aberto, é possível criar softwares e aplicações não apenas testados, mas reforçados e distribuídos com a máxima segurança.

Foto: Claudio Gatti

Gilson Magalhães é presidente da Red Hat Brasil

FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY

ISTOÉ Dinheiro

DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
CELSO MASSON

TEXTO
REDATOR-CHEFE: Edson Rossi
EDITORES: Cláudio Gradilone, Hugo Cilo, Lana Pinheiro e Paula Cristina
EDITOR-ASSISTENTE: Beto Silva
REPORTAGEM: Anna França, Angelo Verotti, Jaqueline Mendes, Ricardo Ivanov e Romualdo Venâncio

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Raul Silva
ILUSTRAÇÃO: Evandro Rodrigues (chefe) e Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
EDITORA: Ludmila Pizarro
REDATORES: Aryel Fernandes, Diego Felix, Diego Ferron, Filipe Prado e Gilmara Santos
WEB DESIGNER: Alinne Souza e Thais Rodrigues

FOTOGRAFIA
Pesquisa: Sidinei Lopes **Arquivo:** Eduardo A. Conceição Cruz

CTI: Silvio Paulino e Wesley Rocha

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello **Secretária**: Terezinha Scarparo
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala
Gerente Geral de Venda Avulsa e Logística: Yuko Lenie Tehan

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE
Diretor nacional: Maurício Arbex
Secretária da diretoria de publicidade: Regina Oliveira
Assistente: Valéria Esbano - **Gerente Executiva:** Andréa Pezzuto - **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira - **Coordenadora:** Rose Dias **Contato:** publicidade@editora3.com.br
ARACAJU – SE: Pedro Amarante · Gabinete de Mídia · Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano · Dandara Representações · Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira · 1a Página Publicidade Ltda. · Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – **PORTO ALEGRE – RS:** Roberto Gianoni, Lucas Pontes · RR Gianoni Comércio & Representações Ltda · Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626 –

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 · Fax da redação: 11 3618 4109.
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão: OCEANO INDÚSTRIA GRÁFICA LTDA. Rodovia Anhanguera, Km 33, Rua Osasco, nº 644 – Parque Empresarial – CEP 07750-000 – Cajamar – SP.

ANER
www.aner.org.br

CARTAS, E-MAILS E REDES SOCIAIS

REPORTAGEM DE CAPA

Musk no controle de tudo?

O Twitter vai voltar a se valorizar quando anunciarem o Metaverso, neuralink e o pagamento digital em criptomoedas.

Loureiro Travain

Excêntrico? Sim. Bobo? Jamais. Elon Musk tem planos maiores para a rede social.

Carla Bittencourt

E os carros elétricos? E a dominação do espaço? Esse homem é uma figura.

Gabriel Júnior

"O Brasil perdeu assento e voz na agenda sustentável" – Entrevista com Monica Kruglianskas

Com Bolsonaro não perdeu só o assento, perdeu A agenda

Eduardo Lima

Governo Bolsonaro pegou a agenda e ateou fogo.

Lisa Lopes

Contradição semântica

No voto obrigatório muitos votam pelo ódio ao outro candidato. O voto deve ser espontâneo e porque a pessoa acredita no projeto que aquele candidato traz. Concordo muito com o autor do artigo!

Loreta Morena

Cabo de guerra democrático

Todas essas brigas são cortina de fumaça para que esqueçamos que o Brasil passa fome. Não tem emprego. Não tem política ambiental. Não tem diplomacia e, principalmente, não tem no Palácio da Alvorada alguém competente para lidar com todas essas mazelas.

Diego Netto

Entendo que a tensão seja um problema, mas um ministro do STF não pode, sozinho, ter todo este poder.

Alexandre Rodrigues

O nome de Lula para a economia

Gostei do perfil dele. Qualquer um (menos o Mantega) será melhor que o Guedes.

André Luis

Guedes, o carrasco dos pobres, está com mos dias contados.

Oliver Alega

Para a economia, eu prefiro o Ciro.

Fábio Colla

Globalização em desconstrução

Brasil e produção de capital. Empresas e interesses nacionais. Frases que nunca foram levadas a sério por aqui.

Vagner Ramos

Faria Lima vai ao campo

O agro ficando cada vez mais nas mãos de bilionários.

Bárbara Barbosa

O colarinho branco da Faria Lima JAMAIS saberá o que é ser um produtor de verdade. Não suja as mãos. Na primeira quebra de safra, primeira contaminação de cultura, primeira derrota para o clima, eles saem deste mercado. Deixem o agro aos produtores!

Célia Ivani

Fale conosco

Cartas para esta seção, com endereço, RG e telefone, devem ser remetidas para: Diretor de Redação, ISTOÉ DINHEIRO, R. William Speers, 1.088, Lapa, São Paulo - SP, CEP 05067-900. Acesse o portal **istoedinheiro.com.br** e comente os conteúdos nas páginas da ISTOÉ DINHEIRO nas redes sociais. **Facebook: @istoedinheiro; Instagram: @istoe_dinheiro, Twitter: @istoe_dinheiro; LinkedIn: IstoÉ Dinheiro.** Mensagens poderão ser editadas em razão de seu tamanho ou clareza.

50º AGÊNCIA MARCAS DE CREDIBILIDADE

EMPREENDEDORES E PERSONALIDADES DO NORDESTE

Nesta 50º edição apresentamos grandes empreendedores e personalidades do Nordeste. Trabalhando com dedicação, compromisso e competência profissional, estes nomes possuem bastante credibilidade nas suas regiões, pela eficiência e excelência na prestação de serviços e produtos que são oferecidos para os seus clientes, como também pela referência nos distintos segmentos em que estes profissionais atuam. Assim, a Agência Marcas de Credibilidade destaca nessa importante edição, empreendedores, empresários e personalidades que fazem acontecer, que representam empresas de sucesso, contribuindo com a movimentação e o crescimento da economia nas cidades nordestinas.

Texto por Carolina Cerqueira

PRINCESA ISABEL-PB

LUIZ CARLOS @nap_engenharia

A NAP ENERGIA SOLAR E ENGENHARIA é um grande destaque em projetos fotovoltaicos de Pernambuco, na Paraíba e Bahia. Há mais de 4 anos no ramo, o empresário Luiz Carlos, junto ao engenheiro Helanyo Patrício, atua com vendas, instalação e homologação de sistemas de geração de energia solar. Além disso, a NAP ENERGIA SOLAR E ENGENHARIA trabalha com projetos na área civil, elétrica e arquitetônica, oferecendo para os seus clientes o que há de mais moderno no mercado. Apresentado ótimos orçamentos, com responsabilidade, competência e muito comprometimento com os seus clientes, a empresa possui sede em Princesa Isabel-PB, mas também tem forte atuação em Salgueiro, Serra Talhada e São José do Egito, cidades localizadas no estado de Pernambuco.

PRINCESA ISABEL-PB

HELANYO PATRÍCIO @nap_engenharia

A NAP ENERGIA SOLAR E ENGENHARIA é uma empresa de referência no oferecimento de produtos fotovoltaicos (placa solar e inversores) e em engenharia civil (projetos arquitetônicos, estruturais e complementares/execução). Com forte atuação em Salgueiro-PE, a sede está situada em Princesa Isabel-PB, mas também possui filial em São José do Egito-PE. Devido ao seu grande sucesso, em breve abrirá novos escritórios em Serra Talhada-PE e Petrolina-PE. Helanyo Patrício, empresário e engenheiro civil, Luiz Carlos e uma equipe de profissionais experientes, trabalham com eficiência e compromisso com os seus clientes. Possuindo tecnologia de ponta e projetos diferenciados no mercado, a NAP ENERGIA SOLAR E ENGENHARIA apresenta ótimos preços nos seus orçamentos.

VERDEJANTE-PE

ROSIVALDO BEZERRA www.cmverdejante.pe.gov.br

Rosivaldo Bezerra, atual Presidente da Câmara de Vereadores de Verdejante-PE, foi eleito vereador pela primeira no ano de 2000. Sempre trabalhando com o povo e para o povo, em 2005 o gestor assumiu a presidência da Câmara de Vereadores por dois biênios, quando se candidatou foi eleito vice-prefeito e posteriormente, tornando a se candidatar em 2012, foi reeleito como vereador. Em 2017 ganhou as eleições para a presidência da Câmara, tendo sido reeleito por 3 biênios. Graduado em Administração, Rosivaldo Bezerra desenvolve projetos com forte atuação nas áreas de educação superior, por meio do incentivo de bolsas de estudo, e de agricultura irrigada, sendo o pioneiro na implantação desse sistema que procura ajudar pequenos agricultores da região.

VERDEJANTE-PE

HAROLDO TAVARES @prefeituradeverdejante

Haroldo Tavares, prefeito de Verdejante-PE, cidade reconhecida como a Capital Pernambucana da Pega de Boi no Mato, é considerado liderança política na região. Eleito em 2008, com quase 82% dos votos, atualmente ele assume o seu terceiro mandato. Como vereador, em 2004 teve a maior votação da história do município. Promovendo o desenvolvimento, o gestor construiu a Escola Joaquim Tavares de Sá, orçada em R$ 5 milhões, implantou o sistema produtor de água, que beneficia mais de 3 mil pessoas e realizou a pavimentação asfáltica das principais ruas. Além disso, Haroldo Tavares intensificou a economia com a reativação da feira livre da agricultura familiar, gerou empregos com a construção de praças, de quadras poliesportivas e viabilizou a perfuração de poços artesianos.

SALGUEIRO-PE

DIOGO CARVALHO @modelaje_premoldados

Há 40 anos no mercado, a Modelaje Pré-moldados é uma grande referência em Salgueiro/PE e região. Fabricando produtos de excelente qualidade, a empresa produz pré-moldados em geral, como: blocos, caixas para ar-condicionado, canaletas, cobogós, estacas, lajotas, postes, tubos de concreto, vigas, entre outros; tudo isso com os melhores preços da região. Trabalhando com um ótimo atendimento, o engenheiro Diogo Carvalho, juntamente a uma equipe altamente capacitada na fabricação de artefatos de cimento, garante a satisfação dos seus clientes, sempre atuando com responsabilidade, competência e inovação na indústria da construção civil.

SALGUEIRO-PE

WILSON FERREIRA @wilsonpizzassalgueiro

Há 16 anos, Wilson Pizzas possui um alto padrão de qualidade. A empresa é um destaque na sua sede, em Salgueiro-PE, mas também nas suas filiais, em Araripina, Trindade, Ipubi, Ouricuri e Serra Talhada, cidades situadas no mesmo estado. O diretor geral e empreendedor, Wilson Ferreira, junto a uma equipe experiente, oferece para os seus clientes, pizzas de diversos sabores preparadas no forno a lenha, como também dispõe de calzone, coxinhas, sanduíches artesanais, filé à parmegiana e muitas outras delícias, utilizando sempre produtos de excelente qualidade. Garantindo a satisfação dos seus clientes, Wilson Pizzas disponibiliza preços excelentes e realiza ótimas promoções. Além disso, possui serviço delivery, sendo um grande sucesso na região.

CARUARU-PE

ALEXANDRE LIMA e VITOR LIMA @axecrypto

A empresa Axe Crypto é especialista na gestão de criptoativos e em soluções tecnológicas. Lançada em maio de 2022, na cidade de Caruaru-PE, a Axe Crypto une inovação, conhecimento e tecnologia de ponta, trazendo excelentes oportunidades para os empreendedores da região e soluções em tecnologia blockchain. Atuando com um atendimento diferenciado, Vitor Lima, profissional de Sistema de Informação que desenvolve softwares e atua na área tecnológica há 2 anos, junto ao empreendedor Alexandre Lima, oferece lucratividade aos seus clientes por meio de operações em ativos digitais.

SALGUEIRO-PE

CARLOS CECÍLIO @hotelimperador2020 @carloscecilioserrita

Unindo conforto, bem-estar e sofisticação, o Hotel Imperador é uma referência em Salgueiro-PE e região. O empresário Carlos Cecílio administra a empresa com uma equipe altamente capacitada no setor hoteleiro, garantindo sempre um atendimento diferenciado e a satisfação dos seus hóspedes. Disponibilizando suítes excelentes e um restaurante que atende as expectativas dos seus clientes, o hotel possui uma ótima área de lazer e uma infraestrutura completa que viabiliza a realização de eventos de pequeno e médio porte em salas climatizadas com capacidade para até 250 pessoas, tornando o Hotel Imperador um ambiente ideal as mais diversas convenções, reuniões e confraternizações. Hotel Imperador, trazendo todo o requinte dos melhores hotéis de Pernambuco.

SALGUEIRO-PE

EURICO PARENTE MUNIZ FILHO @aliancamotosoficial

Desde 1998, Aliança Motos é um grande destaque no Nordeste, na sua sede, em Salgueiro-PE, mas também nas filiais, situadas em Araripina-PE, Ouricuri-PE, Guarabira-PB e Paulo Afonso-BA. A empresa dispõe de motos novas e usadas, vende peças, presta serviços, realiza consórcios, financiamento e excelentes seguros para os seus clientes, garantindo a sua satisfação. Eurico Parente Muniz Filho, administrador e diretor proprietário, é um revendedor Honda de alta performance, que por meio do seu desempenho e dos seus parceiros, já adquiriu prêmios e reconhecimento profissional, sempre atuando com gratidão a Deus, aos seus pais, esposa, 4 filhas, amigos, aos 300 colaboradores e a Honda. Aliança Motos, presente em Pernambuco, Paraíba e Bahia, com 5 lojas e mais de 40 postos avançados de vendas.

SALGUEIRO-PE

FRANK SARMENTO e HILLARIA SARMENTO @vitoriasorvetees

Com 20 anos de experiência na indústria de produtos alimentícios, o empresário Frank Sarmento e sua esposa Hillaria Sarmento são os responsáveis pela renomada Vitória Sorvetes. Os empresários deram continuidade ao trabalho da saudosa D. Fátima Sarmento, mãe do Frank, e antiga dona da sorveteria Nossa Senhora Aparecida. Assim, desde 2009, os empreendedores passaram a disponibilizar uma variedade de sorvetes deliciosos, picolés, cremosinho e açaí, tudo isso feito com os melhores produtos do mercado. Além disso, fornecem freezer para o comerciante e trabalham com um excelente atendimento. A indústria da Vitória Sorvetes é localizada em Salgueiro-PE, e já atende ao comércio de Pernambuco, da Paraíba, Bahia e do Ceará, sendo um grande sucesso no Nordeste.

VERDEJANTE-PE

HEDER TAVARES @hedertavares_

Heder Tavares, Secretário de Educação de Verdejante-PE, formado em Direito pela URCA, é um profissional conhecido pelo seu perfil ético e responsável. Em 2009, passou a assessorar prefeituras e câmaras municipais, sendo convidado para integrar a equipe de governo de Verdejante-PE, onde até 2012 atuou como secretário executivo. Depois, entre 2013 e 2016, exerceu o cargo de coordenador de Controle Interno da Câmara de Vereadores de Verdejante-PE. Em 2017, voltou a compor a equipe como secretário executivo de governo até 2018. Em seguida, assumiu a Secretaria de Governo, Planejamento e Gestão do município. Atualmente, Heder Tavares é o secretário de Educação do município, onde com organização, disciplina e planejamento tem mantido um olhar amplo, sempre desenvolvendo excelentes planos para a educação municipal.

SALGUEIRO-PE

DR. DIMAS NOVAIS @dimas_novais_odontologia

Há mais de 20 anos, o Dr. Dimas Novais exerce uma odontologia com excelência em Salgueiro-PE e região. Trabalhando com responsabilidade e a confiança dos seus pacientes, o dentista atua em uma clínica de referência na odontologia digital, que preza por um atendimento com alta tecnologia, capaz de transformar muitos sorrisos. Participando de Congressos da Odontologia, como o evento internacional CIOSP, sempre objetiva aprimorar os seus conhecimentos. Dr. Dimas Novais oferece o que há de mais moderno e seguro em lentes e facetas de porcelana, reabilitação oral, implantes dentários e muito mais. Além disso, atua como professor de Especialização em implantodontia da Faculdade Cecape e também exerce o posto de Major do Quadro de oficiais Dentista da PMPE.

 POR LANA PINHEIRO

DESIGUALDADE MONETÁRIA

Imagine se todo o dinheiro em circulação no mundo fosse **US$ 100.** Como ficaria repartido esse montente, mantendo-se a proporcionalidade da riqueza atual dos países? Bem, para o Brasil, o resultado seria péssimo. O País ficaria em 16º lugar. O que não parece muito ruim em termos relativos, já que de acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU) o mundo tem 193 países independentes, fica trágico em termos absolutos: do total de capital circulante, a parte que viria para os mais de 212,6 milhões de brasileiros seriam apenas **US$ 0,98.** Pense então com quanto ficariam os últimos da fila. Já para o topo da pirâmide não é necessário nem imaginar. As dez nações mais ricas da lista receberiam 77% do montante. Estados Unidos e China seriam os primeiros, com **US$ 29,4 e US$ 17,71,** respectivamente. Em seguida, o Japão dom quase US$ 7. Os dados são do Credit Suisse. Por enquanto, construir uma sociedade mais igualitária ainda não passa de utopia.

MODA

ALTA COSTURA SUSTENTÁVEL

Um dos maiores ícones do Carnaval 2022, a atriz **Sabrina Sato** escolheu um figurino que veio "do lixo" para um dos maiores eventos que marcaram os dias de folia. O vestido [foto] usado pela celebridade no Baile Vogue é assinado por Kevin Germanier, estilista suíço que usa retalhos, sobras de tecido e miçangas descartadas pela indústria têxtil para suas criações.. Lixo que vira luxo.

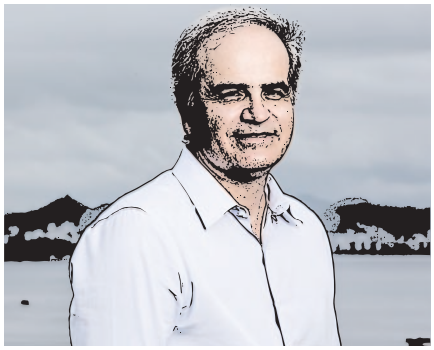
EDUCAÇÃO

BOLSA PARA PROFISSIONAIS DA FLORESTA

Uma bolsa financeira de R$ 15 mil além de cinco meses de treinamento para profissionais que desejem trabalhar com o sistema de regeneração da Amazônia. Essa é a proposta da greentech Floresta S/A que está com inscrições abertas para o programa Imersão Agroflorestal. "Nosso objetivo é encontrar novos talentos, pessoas com missão e propósito, dispostas a fazer a diferença", disse **Thiago Campos**, CEO da empresa. "Eles vão vivenciar nossos sistemas agroflorestais na prática, com apoio técnico dos principais gestores", destaca Campos. Inscrições até 12 de maio.

INICIATIVA

ECONOMIA CRIATIVA **NA MATA**



Transformar a Zona da Mata, em Minas Gerais, em um polo tecnológico e de economia criativa. Este é o objetivo do Grupo Energisa comandado pelo CEO **Ricardo Botelho**. O primeiro passo, segundo o executivo, será atuar "na educação e geração de oportunidades para então impulsionar o ecossistema". A primeira ação do Rio Pomba Valley acontece com a abertura das inscrições para o curso de Tecnologia da Informação (TI). Serão selecionadas 40 pessoas, entre 18 e 49 anos, para aulas em parceria com o Sesi Nacional, FIEMG e Senai.

DIVERSIDADE

RACISMO NO TRABALHO

Recente pesquisa do Infojobs revelou números preocupantes e fortes depoimentos de denúncia de preconceitos sofridos por profissionais em ambientes corporativos. E elas vão desde o processo seletivo até às oportunidades de ascenção na carreira. A pesquisa aponta que 86% dos entrevistados já sofreram reconceitos por meio de atitudes sutis. O dado mais alarmente, porém, é o que indica que 61% dos respondentes já viveram preconceitos de pares ou superiores diretos.

Papo Responsável

Empresa francesa especializada em ESG, a I Care desenvolveu uma ferramenta que permite às empresas medirem os próprios impactos e dependências da biodiversidade. **Leonardo Werneck,** CEO da unidade brasileira, falou à coluna.

CLIMA E BIODIVERSIDADE
"A gente vive uma crise climática. Mas o grande impacto na humanidade, virá muito mais do desequilíbrio do ecossistema da terra, como a biodiversidade, do que do aumento de temperatura em si. Não vamos morrer porque está mais quente, mas porque a água aquecerá e não teremos mais peixe para comer, por exemplo"

CONSCIÊNCIA
"As empresas precisam saber em que medida dependem da biodiversidade e como a impactam. Algumas já mensuram o impacto, mas a maioria não mede seu nível de dependência"

FERRAMENTA
"Para permitir as empresas planejarem ações para reduzir sua dependência, criamos o CBF (*Corporate Biodiversity Footprint*), ferramenta que analisa a pressão de empresas em cinco diferentes frentes da biodiversidade"

AS PRESSÕES
"São elas: mudanças climáticas, redução de habitat natural, poluição, espécies invasoras e superexploração de espécies. Após analisar cada uma, a ferramenta gera um rating para que as companhias tenham dados para gerir o impacto que exercem"

INFOGRÁFICO: EVANDRO RODRIGUES FOTOS: LUFRÉ | GABRIEL | ISTOCK | DIVULGAÇÃO

Em meio às polêmicas nos gastos na Defesa, na Educação e na Saúde, o Tribunal de Contas decidiu desenvolver uma malha fina para que todos os ministérios que detenham mais de 2% do Orçamento da União sejam obrigados a prestar contas

AS LENTES DE AUMENTO DO TCU

Paula CRISTINA

Não é de hoje que o Tribunal de Contas da União (TCU) tira o sono dos responsáveis por ministérios, estatais e órgãos públicos do governo central. Agora, os gestores terão ainda mais a temer. Às vésperas da eleição, uma nova normativa aumentará a atenção para os gastos ministeriais, em especial em áreas que já eram alvo de questionamentos, como Defesa, Saúde, Educação e Desenvolvimento Regional. Dentro do governo, a decisão do tribunal foi vista como eleitoreira. "Para manchar a imagem do presidente e a cúpula do governo", disse um assessor palaciano. Para completar o cerco, Câmara e Senado também iniciaram suas próprias apurações sobre as potenciais malversações de recursos.

No que diz respeito ao TCU, os ministros responsáveis por pastas com, no mínimo, 2% dos recursos do Orçamento terão de prestar contas diretas sobre o uso do dinheiro. Isso inclui os ministérios da Educação, Defesa, Infraestrutura, Agricultura e Trabalho, além da Secretaria da Previdência. Nenhum deles, até então, precisava fazer isso. Segundo Carlos Valentim Gonçalves, que já compôs o quadro de ministros do Tribunal, essa era uma briga antiga. "Desde os anos 1990 esse pente fino era cobrado porque havia um ponto cego para a apuração da Corte", disse.

Leandro Amorim, advogado constitucionalista e palestrante do Global Forum on Law entende que a decisão do Tribunal acompanha a tendência mundial. "Essa prestação de contas é fundamental para a apuração dos números. Até agora os ministérios apenas enviavam relatórios quando incitados." Hoje, quase todos os países da Europa, além dos Estados Unidos, Nova Zelândia e Canadá já acompanham as contas públicas com esse nível de integração.

TODAS AS ESTATAIS COM PELO MENOS **90%** DE PARTICIPAÇÃO DA UNIÃO VÃO SER SUBMETIDAS AO NOVO PENTE FINO DA CORTE

 ILUSTRAÇÃO: EVANDRO RODRIGUES FOTO: ALAN MARQUES/FOLHAPRESS

Segundo o TCU, os Ministros de Estado poderão ser responsabilizados se forem verificadas irregularidades graves que possam ser atribuídas a suas gestões. Esse pente fino também norteará o relatório anual das contas do presidente da República de 2022, a serem julgadas no ano que vem. O ministro do TCU Antonio Anastasia, relator da normativa, disse que o ganho será substancial. "O conjunto de análises em cada processo será bem mais extenso e aprofundado, permitindo uma avaliação mais efetiva da qualidade e da regularidade da gestão." Pela nova regra, todas as estatais com ao menos 90% de participação da União e o Banco Central do Brasil também estarão sob análise.

IMBRÓGLIO A maior atenção aos gastos veio na esteira de dúvidas sobre o uso de recursos em ministérios bastante abastados, como o da Educação. Um dos casos mais recentes envolvia uma espécie de balcão de negócios no MEC, operado pelos pastores Gilmar Santos e Arilton Moura, para agilizar a liberação de valores a gestores próximos a eles e a prefeituras indicadas pelo centrão.

GASTOS EM QUESTÃO Ministério da Defesa, que está entre as Pastas com maior orçamento anual, terá que produzir relatórios fixos

Outro caso que merece atenção foi a compra, pelo Ministério da Defesa, de 11 milhões de comprimidos do Citrato de Sildenafila, popularmente conhecido como Viagra, entre 2019 e 2022. No dia 3 o deputado federal Elias Vaz (PSB-GO) pediu ao TCU a abertura de um processo administrativo para apurar o acordo entre o Comando da Marinha e o laboratório EMS. O ministro da Defesa, general Paulo Sérgio Nogueira de Oliveira, foi convidado a prestar esclarecimentos na Casa, e já aceitou o convite. A data, no entanto, ainda não foi definida. Quando nasceram as especulações sobre o tema, a Marinha garantiu que a compra atendia uma demanda do Ministério da Saúde e foi feita sem qualquer irregularidade.

Quem também está atento ao TCU é o ministro da Economia, Paulo Guedes. O motivo, no entanto, não são as contas da própria Pasta, mas o processo de liberação da venda da Eletrobras. No dia 2 de maio o ministro do TCU, Vital do Rêgo, solicitou à estatal novas informações. Entre as demandas estão esclarecimentos sobre parcelas do empréstimo compulsório de energia criado pela Lei 5.824/1972, sobre um pedido de indenização da companhia à Aneel e também documentos, fatos relevantes e atas de reuniões de conselheiros.

Há algumas semanas, Guedes deu a entender que a motivação do TCU era mais política do que zelo pela estatal e que a morosidade estava sendo maior que a necessária para garantia da lisura da licitação. Mas o ministro esqueceu que, segundo a física óptica, quanto mais precisa for a lupa, maior a capacidade de encontrar imperfeições.

INFRAESTRUTURA NA LAMA

Com a menor taxa de investimento em décadas, o Brasil segue na lanterna dos principais emergentes dando vexame no quesito investimento público

Jaqueline MENDES

Estradas esburacadas, pontes inacabadas, portos do século 19, prédios públicos sucateados ou abandonados... Não é preciso andar muito para perceber que o Brasil investe pouco (e muito mal) os recursos da União. E isso ajuda a explicar porque nossa economia vive em uma espécie de Era Medieval da competitividade. Essa dura realidade foi constatada pela Associação Brasileira de Infraestrutura e Indústrias de Base (Abdib). O mais recente estudo da entidade mostra que em 1979 o Brasil investiu, em valores atualizados, R$ 930 bilhões em obras que serviriam para o País se tornar um polo do desenvolvimento mundial. Depois disso, especificamente entre 1980 e 2019, o volume somou R$ 45 trilhões. Se a cifra parece estrondosa quando olhada pela primeira vez, ela se torna vergonhosa quando comparada aos nossos pares emergentes. Caso o governo brasileiro tivesse acompanhado o ritmo da Índia, por exemplo, deveríamos ter investido mais de R$ 200 trilhões no mesmo período.

Mas a Índia é apenas um entre tantos exemplos. Sem investimentos suficientes para acelerar e dar competitividade à economia, o Brasil tem ficado para trás sob qualquer base de comparação internacional. Em números o estudo revela que entre 1980 e 2019, o País investiu 49 vezes o volume de 1979. No mesmo período, considerando outras nações emergentes, o multiplicador foi de 249 na Índia; 202 na Coreia do Sul; e 66 na África do Sul. Mesmo os Estados Unidos, a maior economia mundial, que já entraram no século 20 com boa parte de sua infraestrutura desenhada, foram investidas 81 vezes o valor de 1979 entre 1980 e 2019.

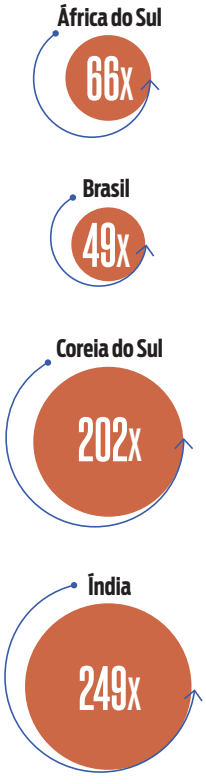
O diretor de Planejamento e Economia da Abdib, Roberto Guimarães, avalia que o baixo investimento e a má gestão dos recursos investidos minguaram a competitividade da indústria nacional nas últimas décadas. Para ele, como as despesas obrigatórias consomem quase todo o Orçamento, os cortes de gastos sempre recaem sobre os investimentos. O Orçamento previsto para este ano representa, segundo as contas da entidade, 25% do que foi há 15 anos.

E como a engrenagem da economia precisa que os investimentos públicos e privados se movimentem de forma simultânea, essa falha do Estado desencoraja as empresas a investir. Nos cálculos da Abdib, a produção industrial brasileira poderia obter um adicional de R$ 6,5 trilhões se tivesse crescido como a Coreia do Sul, entre 2010 e 2021. Com relação ao México, R$ 5,1 trilhões (2,9 vezes). Com relação à África do Sul, teríamos dobrado a produção.

As perspectivas atuais também não são boas. Este ano os investimentos federais em infraestrutura atingiram o menor patamar que se tem notícia desde pelo menos os anos de 1940, ao menos quando avaliado o percen-

NA PONTA DO LÁPIS

Proporção dos investimentos em infraestrutura dos países em 1979 e nos 30 anos seguintes



Fonte: Abidib

tual em relação ao PIB. Nas contas da Fundação Getulio Vargas (FGV), os recorrentes cortes nos investimentos que começaram em 2015 fizeram com que os gastos com infraestrutura somassem míseros 0,1% do PIB, contra média de 0,5% da última década.

Na cartilha geral da gestão de recursos, endossada por economistas e pelo governo, qualquer valor inferior a 0,5% tem caráter paliativo. Bráulio Borges, pesquisador associado do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da FGV, é um dos que fazem esse cálculo. "É como tapar os buracos da estrada, só para mantê-la existindo", comparou, ao apresentar os dados no ano passado. Para ele, o Brasil tem sérias deficiências de infraestrutura e precisaríamos estar investindo ao menos 0,5% do PIB, só para não depreciar o que já exite, para a ponte não cair. "Mas estamos caminhando para praticamente zerar o investimento público como proporção do PIB."

PASSADO E apesar do inconsciente coletivo nos levar a pensar que o Brasil sempre foi assim, os números mostram que não. Quando havia uma participação maior do Estado no mercado, existia por consequência mais dinheiro público financiando infraestrutura. Na primeira metade do século 20, em especial em governos como o de Getúlio Vargas e JK, os investimentos giravam entre 1% e 2% do PIB. Mas esse gasto não vem ileso. Gastar mais exige arrecadar mais. E com a implementação da Ditadura Militar, cresceu vertiginosamente também o tamanho do Estado. Com o Estado exigindo mais dinheiro para se custear era uma questão de tempo até a conta deixar de fechar.

Desde então, a máquina pública ficou inchada e inviabilizou o investimento na modernização do País. Depois, para coroar nosso insucesso, a globalização e nossos pares emergentes fizeram o resto do trabalho para o Brasil despencar no quesito competitividade. Após anos gastando muito e mal, o economsita Paulo Rocha, destaca que agora é preciso arrumar a casa. "O Brasil tem que definir o que quer ser, além do agronegócio e da mineração." Na prática ele quer dizer que pior do que não construir nada é se endividar construindo algo que liga nada a lugar nenhum, como temos feito até aqui.

SEM CAMINHO Falta de estratégia e má gestão fazem com que o Brasil gaste mal seus recursos públicos e deixe a desejar em praticamente todas as áreas da infraestrutura

UNIÃO EUROPEIA QUER ABANDONAR IMPORTAÇÃO DE PETRÓLEO RUSSO, A BOMBA ECONÔMICA MAIS LETAL CONTRA A ECONOMIA E O GOVERNO DE VLADIMIR PUTIN DESDE A INVASÃO DA UCRÂNIA

Jaqueline MENDES

TODOS TENTAM UM XEQUE-MATE NA **GUERRA**

A mais poderosa bomba econômica foi apontada para Moscou na manhã da quarta-feira (4). Apesar do arsenal de sansões e bloqueios do Ocidente nos últimos meses, em retaliação à invasão da Ucrânia, agora a União Europeia decidiu proibir completamente a importação de petróleo, combustíveis e derivados da Rússia até o fim do ano. A tentativa de encurralar o presidente Vladimir Putin em um xeque-mate financeiro, sem causar uma Terceira Guerra Mundial, é a sexta rodada de pressão sobre o ex-espião da KGB. O veto pode significar US$ 120 bilhões — ou um terço de toda exportação de petróleo da Rússia — a menos para o governo.

Ao anunciar o plano, que deverá ser ratificado pelos parlamentos dos países-membros do bloco nas próximas semanas, Ursula von der Leyen, presidente da Comissão Europeia, afirmou que há alternativas energéticas e de fornecedores caso a Rússia se torne uma peça fora do tabuleiro. "A proibição será completa. Garantiremos a eliminação gradual do petróleo russo de forma ordenada, de uma maneira que permita a nós e a nossos parceiros garantir rotas alternativas de abastecimento e, assim, atenuar o impacto nos mercados globais."

Mesmo com o apoio das maiores economias europeias, como

 ILUSTRAÇÃO: EVANDRO RODRIGUES FOTOS:ALEXEY KUDENKO/SPUTNIK VIA AFP | ILYA PITALEV/SPUTNIK VIA AFP | LEON KLEIN/ANADOLU AGENCY VIA AFP

Alemanha, França e Itália, nações como a Hungria e a Eslováquia, que dependem fortemente da energia russa, se opuseram a um corte repentino de petróleo, mas é inegável que a medida seria uma jogada importante no tabuleiro da guerra. Na avaliação do economista e cientista político Walter Bern, este será o maior golpe a Putin desde o início das invasões, em fevereiro. "Se o veto for realmente executado, a economia russa tende a entrar em colapso nos próximos três ou quatro anos, já que não haverá novos compradores ou reservas capazes de sustentar a máquina pública com esses bilhões a menos."

Atualmente, a Europa é o principal comprador de petróleo, gás natural e combustível da Rússia. Mais de 25% do petróleo bruto do Velho Continente vêm da Rússia, mas há grandes diferenças no nível de dependência entre os países. As economias menos afetadas são Espanha, Portugal e França, que importam quantidades pequenas devido aos custos de transporte. Por outro lado, em países como Hungria, Eslováquia, Finlândia e Bulgária, a dependência russa chega a 75%. O acordo, se aprovado pela UE, acompanhará as decisões já tomadas pelos Estados Unidos e o Reino Unido. Ambos negociaram com outros fornecedores, entre eles Venezuela e Arábia Saudita, o aumento no fornecimento de petróleo.

EUA NO JOGO E o ataque ocidental contra a Rússia também terá a força americana. O presidente dos Estados Unidos, Joe Biden, deve oficializar nos próximos dias um pedido ao Congresso americano de financiamento suplementar de US$ 33 bilhões para ajuda à Ucrânia, diante do agravamento dos combates. Com o sinal verde dos congressistas, o suporte de Washington a Kiev deve chegar a US$ 48 bilhões neste ano, a maior cifra já oferecida a um país em conflito direto desde a Segunda Guerra.

Do total proposto por Biden, US$ 20,4 bilhões serão usados na assistência militar e de segurança, US$ 5 bilhões irão para autoridades de saque, US$ 6 bilhões para a Iniciativa de Assistência à Segurança da Ucrânia e US$ 4 bilhões para o Programa de Financiamento Militar Estrangeiro do Departamento de Estado. Parte desse valor poderá ser utilizado para pagar as contribuições de munições e equipamentos de outros países, permitindo que eles se defendam totalmente. Há ainda recursos para o combate à desinformação russa e as narrativas de propaganda e financiamento de veículos de imprensa independentes.

Mesmo com jogadores experientes no comando do jogo de xadrez que a guerra da Ucrânia se tornou, todo cuidado é pouco e qualquer movimento mal calculado, seja pelo Ocidente, seja pelo Kremlin, pode resultar em uma reação inesperada.

US$ 120 bi É A POTENCIAL PERDA DA RÚSSIA SEM O MERCADO EUROPEU NO PETRÓLEO

25% DO PETRÓLEO USADO NO VELHO CONTINENTE VEM DAS RESERVAS RUSSAS

US$ 33 bi É O VALOR DA AJUDA À UCRÂNIA QUE O PARLAMENTO AMERICANO ESTUDA LIBERAR

> "Quando o custo de capital é zero, o tamanhos dos sonhos tende ao infinito, mas agora os sonhos estão voltando à Terra"
>
> **ANDRÉ ESTEVES**, PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DO BTG PACTUAL

André Esteves retorna à presidência do Conselho de Administração do BTG Pactual em um momento de foco no varejo e aumento da competição no mercado

OFICIALMENTE NO COMANDO

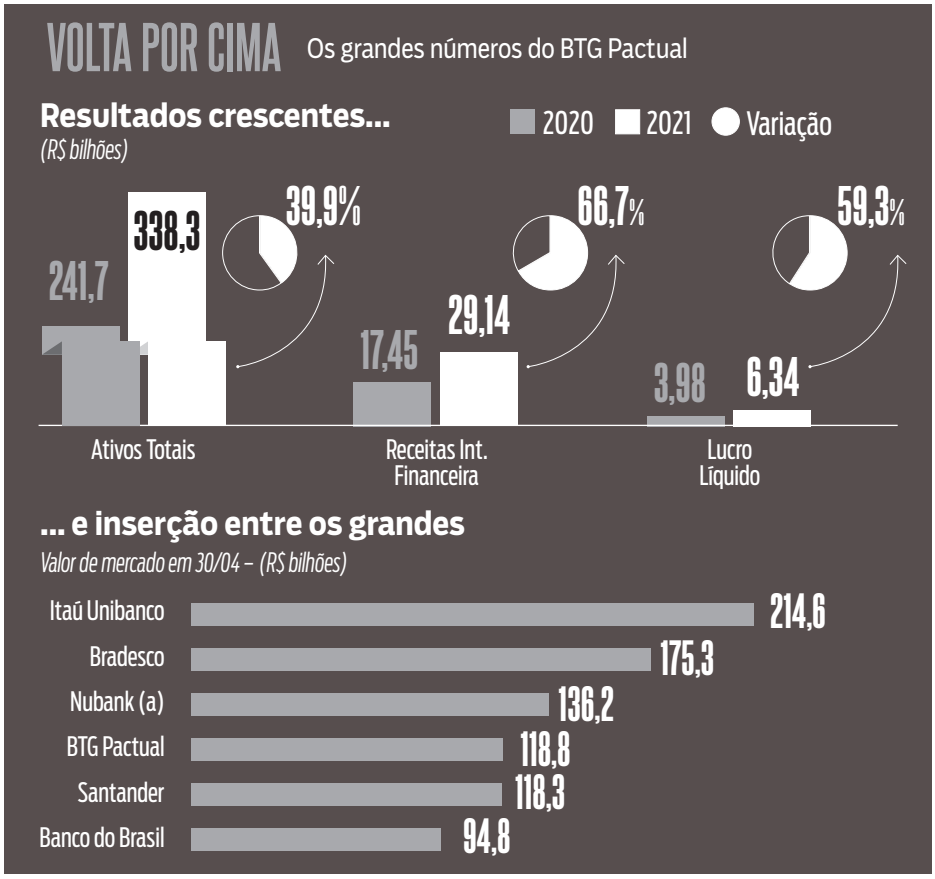
Cláudio GRADILONE

A decisão do banco BTG Pactual de sacramentar o nome de André Esteves para a presidência do Conselho de Administração, anunciada no dia 29 de abril, tem importância mais formal do que prática. Esteves já havia sido autorizado a retornar formalmente ao grupo de controle do banco no fim do ano passado. E quem conhece os meandros dos últimos andares do edifício de número 3.477 da Avenida Brigadeiro Faria Lima, coração do mercado de capitais brasileiro, sabe que a decisão do fim de abril está longe de ser um retorno. Superado o trauma de sua prisão, em 25 de novembro de 2015, Esteves retornou sua rotina de jornadas intensas e foco total nos negócios logo após deixar o presídio de Bangu 8, menos de um mês depois.

Se o retorno de Esteves não é exatamente uma novidade, nesses pouco mais de seis anos muita coisa mudou naquele endereço da Faria Lima. A instituição que ele deixou em novembro estava se tornando, em suas próprias palavras, "o único banco de investimentos que investe". Ou seja, além das atividades tradicionais, o BTG Pactual estava investindo os próprios recursos na chamada economia real. Os resultado foram irregulares. Houve casos de sucesso como a empresa de gestão de estacionamentos Estapar, e derrapadas como a da rede de farmácia BR Pharma. Sem falar na controversa operação da Sete Brasil, companhia que nasceu para produzir sete plataformas de petróleo para explorar as riquezas do pré-sal e que terminou como uma enorme dor de cabeça para todos os envolvidos.

Boa parte dessa guinada estratégica vinha sendo capitaneada por Esteves. Seu afastamento do banco levou a uma volta às origens. Em uma entrevista à DINHEIRO em meados de 2019, o presidente Roberto Sallouti comemorava o fato de o BTG Pactual ter sido premiado na edição daquele ano de AS MELHORES DA DINHEIRO. E disse que a premiação tinha um sabor especial. Além de indicar que o BTG havia superado os arranhões em sua imagem, o prêmio comprovava o acerto de uma estratégia "tradicionalista". O banco tinha obtido resultados excepcionais fazendo o que sempre fez bem desde sua fundação, em 1984. A saber, gerir fundos, captar recursos no mercado de capitais e ganhar dinheiro com o trabalho de sua tesouraria, reconhecida como uma das melhores do ramo.

Os resultados dos últimos dois anos comprovam o acerto dessa estratégia. Em 2021, o BTG Pactual divulgou um lucro líquido de R$ 6,34 bilhões, alta de quase 60% em relação ao 2020 *(observe o quadro)*. As receitas cresceram 67% e o total de ativos avançou quase 40% no ano passado. E os resultados do primeiro trimestre, cuja divulgação está prevista para o dia 9 de maio, deverão mais uma vez mostrar bons números. Com isso, o valor de mercado da instituição tem subido de maneira consistente. No fim de abril, a capitalização do BTG Pactual estava alinhada com a do Santander Brasil e superava bastante a do Banco do Brasil. A importância do BTG pode ser comprovada pelo Banco Central. Há apenas seis instituições financeiras no País classificadas como S1, que significa serem capazes de provocar riscos sistêmicos em caso de quebra. São elas os cinco



(a) Corrigido pelo dólar – Fonte: Economatica

FOTO: PEDRO DIAS/AG. ISTOÉ

gigantes do varejo e o banco de Esteves, no qual ele não esconde ter trabalhado 12 horas por dias nos últimos anos.

RUMO AO VAREJO A única alteração relevante na estratégia nos últimos tempos foi uma inserção cautelosa e, até agora, bem-sucedida, no varejo. Cliente pessoa física era um anátema no banco desde meados da década de 1990, quando o fundador do então Pactual, Luiz Cezar Fernandes, tentou comprar o Banco BCN. A ideia de assumir uma rede de agências e alguns milhares de bancários era tudo o que a cultura da casa repelia. Porém, há cerca de cinco anos, o BTG começou a distribuir seus produtos para investidores pessoa física de alta renda, por meio da plataforma BTG Pactual digital. No ano passado, essa estratégia se acelerou. O banco investiu na compra de empresas de tecnologia e também de conteúdo editorial voltado para investidores, como a plataforma Empiricus e a revista Exame, adquirida da Editora Abril, em recuperação judicial.

A mudança na estratégia se deve à tecnologia. Sem a necessidade de uma estrutura física pesada o banco ganhou posições entre os gestores de recursos, com mais de R$ 1 trilhão em ativos sob administração. Além disso, o BTG aplicou uma estratégia semelhante em uma instituição financeira que nasceu no extremo oposto de sua área de atuação, o banco Pan. Criado como PanAmericano, pertencia ao apresentador Sílvio Santos e esteve envolvido em uma das maiores fraudes do sistema financeiro. Seus administradores se aproveitaram do fato de a carteira de crédito ser muito pulverizada, sem controles do Banco Central, e orquestraram um esquema em que vendiam os mesmos empréstimos várias vezes. A solução passou por uma controversa injeção de recursos da Caixa Econômica Federal e, ao fim do processo, o banco de Sílvio Santos, rebatizado de Pan, tornou-se uma controlada do BTG. Atualmente, o Pan serve como uma plataforma de distribuição de produtos financeiros para clientes de baixa renda.

Ao longo dos últimos dois anos, os investidores no Brasil e no exterior passaram a preferir as instituições financeiras digitais aos bancos "tradicionais". A ideia era que, livres dos custos físicos e dos sistemas pesados, os "neobancos" poderiam ser mais ágeis e lucrativos. Prova disso é a valorização do Nubank. Ao abrir capital, no fim de 2021, o banco valia mais do que o Itaú Unibanco. Agora, sua capitalização de mercado é quase R$ 80 bilhões menor. Em um ambiente de juros mais altos e liquidez mais apertada, os bancos terão de lidar com problemas de economia em retração, como o aumento da inadimplência.

Em uma apresentação no Milken Institute, em Los Angeles, na segunda-feira (2), Esteves disse que os investidores devem se preparar para "mais emoções". Segundo ele, o capital barato e abundante levou a um excesso de otimismo na avaliação de modelos de negócios e nas perspectivas de crescimento das empresas. Com juros subindo no mundo, será preciso um ajuste. "Quando o custo de capital é zero, o tamanhos dos sonhos tende ao infinito", disse Esteves. "Agora os sonhos estão voltando à Terra". Segundo ele, o fato de o BTG Pactual ser "uma fintech que paga dividendos" fará toda a diferença nesse cenário.

TRADIÇÃO O BTG segue com as atividades nas quais de destacou: tesouraria, gestão de recursos e banco de investimentos

 FOTO: CLAUDIO GATTI

DORES DA DIGITALIZAÇÃO
A pandemia obrigou o banco tradicional a digitalizar todos os seus processos de câmbio, derivativos e exportação. Mas o resultado foi positivo segundo o vice-presidente Eduardo Henrique Schultz

ENTRE A TRADIÇÃO E A MODERNIDADE

Maior banco japonês, há 102 anos no Brasil, o MUFG se reinventa e dobra seu lucro por aqui

Anna FRANÇA

A imagem do Japão remete sempre à tradição. Mas um segundo depois vem à mente a modernidade e as novas tecnologias. Assim, nos últimos anos o país dos samurais conviveu em perfeita harmonia com os bytes e bites. E foi unindo essas duas pontas que o Mitsubishi UFJ Financial Group, Inc. (MUFG), maior banco japonês e um dos cinco maiores do mundo, conseguiu passar pelo estresse causado pela pandemia. Obrigado a colocar todo seu pessoal em isolamento, o banco precisou migrar também seus processos para o mundo digital. A mudança não ocorreu sem algumas dores, claro. Mas o resultado obtido em 2021 mostrou que a unidade brasileira do MUFG, que está no país há 102 anos e reúne sob o mesmo guarda-chuva alguns bancos com três séculos de história, se deu muito bem. No balanço do último ano o lucro líquido do MUFG Brasil cresceu 112%, para R$ 50,9 milhões, ante os R$ 24 milhões apresentados no exercício de 2020. O lucro operacional chegou a R$ 99,7 milhões, 90,9% a mais que em 2020. Tudo isso apesar do desafio de colocar os sistemas nas plataformas digitais e da alta volatilidade econômica, segundo o vice-presidente do MUFG no Brasil, Eduardo Henrique Schultz. "A pandemia foi estressante para todos. Mas conseguimos acelerar a implantação de novas tecnologias e, com isso, expandir nossa linha de produtos. Seja em tesouraria, câmbio ou derivativos", afirmou o executivo.

Ao incrementar seu portfólio de produtos e serviços, prestados a muitas empresas japonesas instaladas no Brasil, o MUFG conseguiu manter 100% dos funcionários trabalhando de forma remota.

SIMPLIFICAÇÃO A digitalização ajudou a simplificar processos. Hoje os clientes do MUFG conseguem fazer a maioria dos processos de forma online, como cotações, procedimentos para importação e exportação, acompanhando tudo em tempo real. "Trabalhamos muito com exportadores e importadores, num mercado onde a maior parte trabalhava em esquemas tradicionais. Mas a migração para o digital foi muito bem aceita", disse o vice-presidente do banco. Agora o grupo japonês quer atrair mais capital externo para investimentos em energia, commodities, agribusiness. Tudo dentro de uma estratégia sustentável. "O Brasil cresce pouco e precisa de mudanças estruturais, mas continua sendo atraente e, como um banco global que conhece o país há 100 anos, podemos ajudar", disse. Na prática, a tradição continua sendo a base, mas, o futuro é sempre muito bem-vindo.

112%
FOI O AVANÇO NO LUCRO DA UNIDADE BRASILEIRA DO BANCO

FOTO: CLAUDIO BELLI/VALOR

O BRINDE DA DIAGEO NO BRASIL

APÓS CRESCER 62% NO PAÍS EM UM ANO, A LÍDER GLOBAL NO SEGMENTO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS INVESTE NO AUMENTO DA PRODUÇÃO LOCAL E AMPLIA LINHA DE PRODUTOS PARA ATRAIR UM NOVO CONSUMIDOR

Beto SILVA

AO ASSUMIR O NEGÓCIO QUE SEU PAI HAVIA INICIADO, ALEXANDER WALKER ELEVOU ao status de potência global um uísque escocês até então conhecido apenas regionalmente. Fez isso contratando capitães de navios como agentes para transportar a bebida por todo o planeta. A famosa garrafa quadrada (para diminuir as quebras) e o rótulo inclinado (para se destacar dos demais) foram outras inovações da marca de 202 anos, a mais conhecida e consumida no mundo. Arthur Guinness usou de toda sua determinação e capacidade inventiva para fechar um contrato de arrendamento por 9 mil anos — sim, 9 mil anos — de uma antiga cervejaria abandonada em Dublin, na Irlanda. Começava ali, em 1759, há 263 anos portanto, a história da cerveja escura que detém 80% do mercado mundial de sua categoria atualmente. Charles Tanqueray precisou testar 300 fórmulas até chegar ao equilíbrio

 FOTO: CLAUDIO GATTI

Com mais venda disponível e abertura de mercado, o percentual de consumo de destilado tende a aumentar"

PAULA LINDENBERG
PRESIDENTE DA DIAGEO NO BRASIL, PARAGUAI E URUGUAI

VAI MAIS UMA DOSE
Adquirida pela Diageo em 2012, a marca Ypióca tem ganhado espaço. Está em construção uma nova fábrica da cachaça no Ceará

ideal do zimbro raiz de angélica, semente de coentro e alcaçuz para criar o inconfundível gim que leva seu nome, lançado 182 anos atrás na Inglaterra. Em comum, esses três relatos envolvem talento empreendedor, criatividade e entendimento do consumidor para construir suas histórias.

Esses atributos são preservados pela britânica Diageo, dona das marcas Johnnie Walker, Guinness, Tanqueray e outras 200 (entre elas Smirnoff, Cîroc, Baileys, Gordon's e a brasileiríssima Ypióca), para manter a liderança global em bebidas alcoólicas premium. A companhia brinda agora o retorno da performance aos patamares pré-pandemia. No ano fiscal de 2021, encerrado em 30 de junho do ano passado, bateu 12,7 bilhões de libras (cerca de US$ 16 bilhões) em faturamento, aumento de 8,3% em relação a 2020. No Brasil, os números são ainda mais relevantes: 62% de alta nas vendas totais em 2021 e 27% nos seis primeiros meses de 2022, o que contribuiu para a região da América Latina e Caribe crescer 15% e 45%, nos períodos respectivos. São os melhores números da empresa em relação a outras regiões. Reflexo da tendência do brasileiro pelo consumo de destilados mais conceituados e melhor distribuição dos produtos.

"O Brasil é uma plataforma de crescimento em que a gente tem muito a prover em termos de educação e experimentação de nossas marcas. A expectativa é grande por mais consumo", afirmou à DINHEIRO Paula Lindenberg, presidente da Diageo para Brasil,

O UNIVERSO DAS BEBIDAS

728 BILHÕES DE LIBRAS
é o valor de vendas no varejo global de álcool

5 BILHÕES DE UNIDADES
são comercializadas globalmente

600 MILHÕES DE CLIENTES
entrarão no mercado de consumo até 2031

O MUNDO DA DIAGEO

27.650 COLABORADORES
em todo planeta

200 MARCAS
administradas

138 LOCAIS
de operação

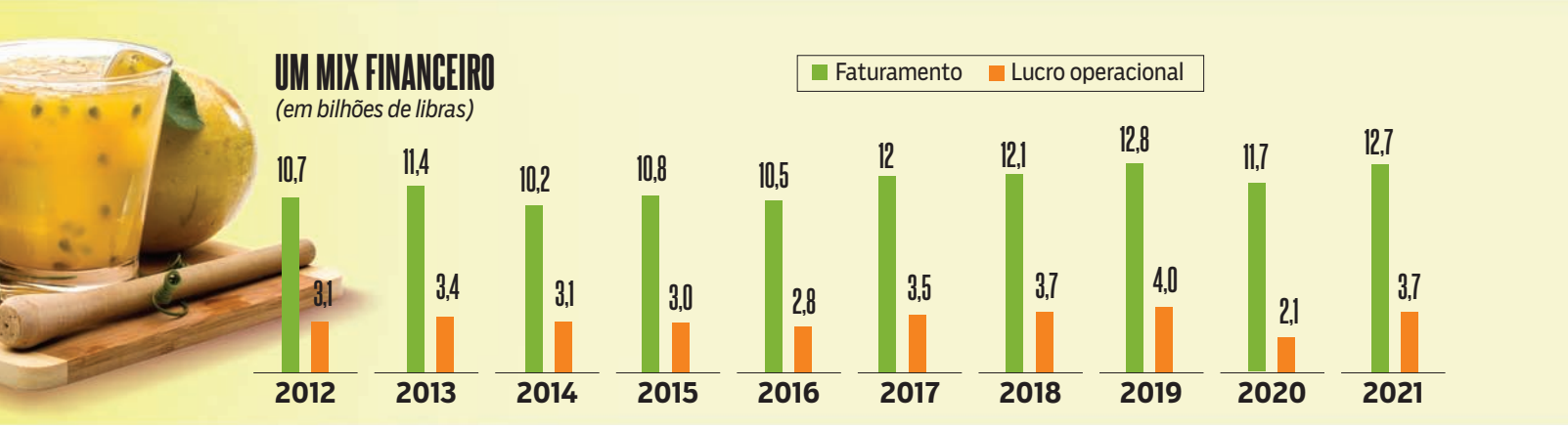
Paraguai e Uruguai, posto que assumiu em janeiro. O desempenho mostra que os consumidores do País tropical, cujo mercado de bebidas com álcool é dominado pela cerveja, começam a tomar mais gosto pelos destilados, a exemplo do que ocorre na Europa e nos Estados Unidos, em que o poder aquisitivo da população é mais alto e o consumo dessas bebidas é solidificado pela cultura de décadas a fio. A pandemia ajudou nesse processo. Os drinks que eram pedidos em bares e restaurantes passaram a ser consumidos em casa. Com a reabertura do comércio, o hábito de consumo de destilados passou a ser feito nos dois locais, no lar e nos estabelecimentos. "O Brasil começa essa trajetória. Com mais venda disponível, mais familiaridade junto a categorias e produtos e mais abertura de mercado, o percentual de destilados tende a aumentar", disse a executiva, que foi por três anos presidente da AB Inbev para Reino Unido, Espanha, Irlanda e Ilhas Canárias. Com 17 anos de Ambev, ela saiu da cervejaria em 2018 como vice-presidente de marketing.

MOVIMENTO SAUDÁVEL Dados da consultoria Nielsen colocam uma dose a mais no copo da Diageo. No Brasil, de março de 2021 a fevereiro deste ano, a categoria de cerveja em geral cresceu 3,1% e a de cerveja mainstream caiu 1,1%, ante o mesmo período anterior. Enquanto isso, o mercado de premium beer, em que está inserido a Guinness, cresceu 17%. Já a categoria de uísque cresceu 22% e a de gim, 29%. "O gim passou a ser alternativa de refrescância ao consumidor que busca algo mais especial, além de ser representante do movimento mais saudável do consumo de bebidas alcoólicas", afirmou Lindenberg. Ela é fã declarada da bebida e de celebrações regadas a marcas da Diageo.

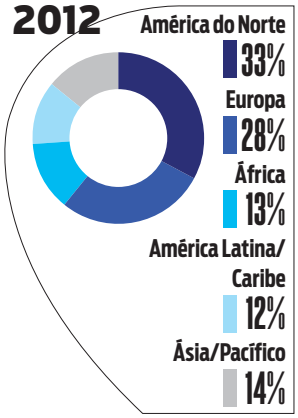
Essa curva positiva faz a companhia britânica olhar para o País com viés estratégico. A atual operação é formada por escritórios em São Paulo (SP) e Fortaleza (CE), centros de distribuição em Pouso Alegre (MG), Itajaí (SC), Maracanaú (CE), Jundiaí (SP) e Jaboatão (PE) e uma fábrica da cachaça Ypióca na capital cearense, além da produção da vodca Smirnoff em Jundiaí, por um parceiro. Agora, a empresa investe R$ 100 milhões em uma nova unidade em Itaitinga, cidade da região metropolitana de Fortaleza, para aumentar a produção da Ypióca, a qual detém a propriedade desde 2012 — a marca lendária existe há 176 anos. É possível que o uísque escocês Black & White seja envasado no local, mas a Diageo não confirma. Apenas pontua que o time global avalia o envase ou produção de novos itens em cada planta que o grupo detém pelo mundo.

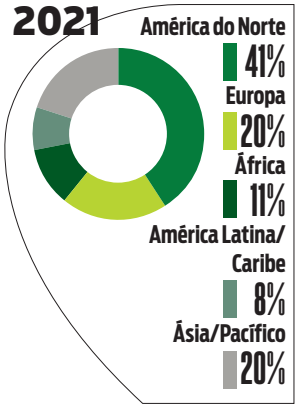
A Diageo tem usado o mercado brasileiro como um hub de experimentos. O consumidor tupiniquim tem se destacado pela disposição em ampliar o paladar. É o que mostra o estudo da consultoria IWSR, referência em análises do mercado de bebidas alcoólicas, que coloca os brasileiros em segundo lugar no ranking mundial en-

FORMAÇÃO PROFISSIONAL
Bianca Lima passou pelo curso do Instituto Diageo e tornou-se a melhor bartender do Brasil em 2021

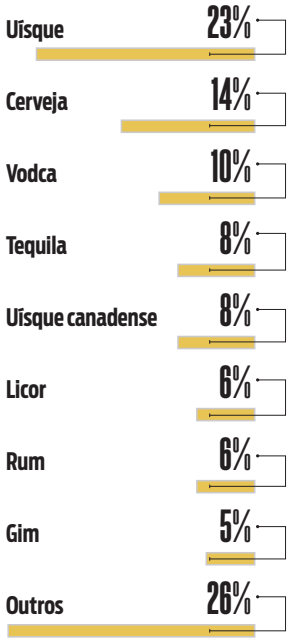


REPRESENTATIVIDADE NA RECEITA POR REGIÃO





PERFORMANCE POR CATEGORIA



EXCLUSIVO EM CURITIBA Johnnie Blonde, uísque de trigo de Cameronbridge combinado com maltes frutados feito para coquetelaria. Testes de consumo na capital paranaense revelaram que a bebida superou as expectativas de 96% dos consumidores

tre os que mais degustaram novos produtos e marcas no primeiro semestre de 2021. Ficamos atrás apenas dos chineses e à frente dos americanos, russos e italianos, que formam o top 5 da pesquisa.

Um mercado atraente, com potencial de crescimento. Ingredientes que permitem à Diageo experimentar novas fórmulas. Curitiba é uma das poucas cidades-piloto ao redor do mundo em que um novo produto da Diageo está disponível: o Johnnie Blonde, um uísque versátil feito especialmente para coquetelaria. Produzida na escócia, combina com bebidas gaseificadas e frutas. Tem atraído os amantes de drinques. "Principalmente mulheres e jovens adultos", disse Paula. Sondagens da Diageo apontam que o Johnnie Blonde superou as expectativas de 96% daqueles que o provaram. "É uma forma de atrair novos consumidores e facilitar a entrada deles na categoria. Os testes estão sendo bem-sucedidos", disse a executiva, ao ressaltar que a novidade será uma das apostas para o próximo verão – de dezembro a março. Está sendo preparada campanha para lançamento nacional do produto. Outras jogadas da Diageo no mercado brasileiro são a Smirnoff Infusions, com menor graduação alcoólica, o Gordon's Tonic, gim-tônica pronto para beber, e o Ketel One Botanical, que não é nem uma vodca nem um gim. Trata-se de um destilado feito com produtos botânicos e infundido com essências naturais de frutas.

Para auxiliar os consumidores a fazerem seu próprio coquetel, a Diageo evoluiu seu portal The Bar, que além de funcionar como e-commerce oferece muitas receitas de drinques com suas marcas. Para Eduardo Tomiya, consultor de branding e marketing estratégico, o movimento da Diageo é positivo para o grupo. "Só tradição não basta. É preciso atender às necessidades dos consumidores, entrar em novas categorias, criar experiências e pontos de contato", afirmou.

BAR ACADEMY Se tem buscado novos consumidores, a companhia também tem formado bartenders e aperfeiçoado o trabalho dos empreendedores do setor de bares e restaurantes. O Diageo Bar Academy foi lançado em 2011 para fornecer treinamento credenciado para profissionais do setor, desde um nível básico de base até padrões avançados. Há também o *Learning for Life*, curso gratuito de formação de bartenders do Instituto Diageo, direcionado a pessoas em situação de vulnerabilidade. Por lá passaram 21 mil alunos. Entre eles Bianca Lima, que lá aprendeu a alquimia dos drinques em 2019. Ela venceu a etapa nacional do World Class Competition e sagrou-se a melhor bartender do Brasil em 2021. Na etapa mundial ficou entre as finalistas. Nesse coquetel de tradição e espírito pioneiro, a Diageo brinda um futuro de possibilidades.

 FOTO: DIVULGAÇÃO

SÃO PAULO SEDIA DUAS FEIRAS E UM CONGRESSO PARA PROFISSIONAIS DAS DUAS BEBIDAS. COM DEBATES, DEGUSTAÇÕES E NEGÓCIOS, A EXPECTATIVA É REUNIR 6 MIL VISITANTES

Celso MASSON

TOP 10
Um júri especializado irá premiar os melhor vinhos servidos pelos expositores da Wine Trade Fair

ONDE O VINHO E A CACHAÇA SE ENCONTRAM

Congeladas pela pandemia, as feiras de negócios voltaram a ganhar força no final de 2021, depois que a vacinação em massa contra Covid se tornou realidade. A bem-sucedida realização da ProWine, em São Paulo, no início de outubro, comprovou que o setor de bebidas estava ansioso para se reencontrar, brindar e fazer bons negócios. Uma oportunidade de repetir a dose será oferecida entre os dias 10 e 12 de maio, quando o Centro de Eventos Anhembi abre as portas para dois eventos simultâneos: de um lado, as feiras São Paulo Wine Trade Fair e a Cachaça Trade Fair; do outro, o Congresso Internacional da Cachaça e do Vinho (Civavi), que tem como objetivo disseminar e fomentar o conhecimento tecnológico, produtivo e de comercialização e distribuição das duas categorias. "O setor de bebidas adultas ganhou novo fôlego com a mudança do lugar de consumo, de fora para dentro de casa", afirmou à DINHEIRO um dos idealizadores dos encontros, Eduardo Viotti. "O que esperamos agora é a soma desses dois mercados, o doméstico e o que ocorre em bares, restaurantes, hotéis e eventos." Como o objetivo é reunir produtores e compradores, o acesso é restrito a pessoas jurídicas. Mesmo com esse recorte de público, a expectativa é receber 6 mil visitantes, que terão acesso a 92 empresas expositoras, em 68 estandes.

Para atrair tantos profissionais do setor, uma programação de palestras e debates se soma às degustações e rodadas de negócios. O foco do congresso está nos desafios para os novos cenários de implantação de políticas ESG (ambientais, sociais e de governança) no setor de bebidas adultas. Para debater o tema foram convidados o Secretário de Cultura de Pernambuco, Gilberto Freyre Neto, o coordenador do Laboratório de Tecnologia e Qualidade de Cachaça da Escola Superior de Agricultura da Universidade de São Paulo, André Alcarde, e o Secretário de Política Agrícola do Ministério da Pecuária e Abastecimento, Guilherme Soria.

Serão abordados ainda aspectos como o enoturismo, com palestra da empresária Deborah Villas-Bôas Dadalt, sócia-diretora do Spa do Vinho Hotel & Condomínio Vitivinícola, em Bento Gonçalves (RS), e de Rachel Ouvinha de Oliveira, diretora do Institut Georges Chappaz de la vigne et du vin en Champagne, na França. "Pensamos em temas pertinentes para o atual momento do setor, como a sustentabilidade das cadeias produtivas e a necessidade de profissionalização dos produtores, que no caso da cachaça ainda são muito informais", afirmou a diretora executiva do grupo Market Press, Zoraida Lobato, que divide a organização dos eventos com Viotti. "Chegamos à quinta edição do mais importante encontro nacional da cachaça com uma mudança no formato da feira, que incorpora um congresso com espaço para apresentação de trabalhos acadêmicos", disse Zoraida. A São Paulo Wine Trade Fair irá ainda eleger o Top 10, premiando os melhores rótulos enviados pelos produtores.

"O setor de bebidas adultas ganhou novo fôlego com a mudança do lugar de consumo, de fora para dentro de casa"

EDUARDO VIOTTI
ORGANIZADOR DA WINE TRADE FAIR

MERCADO AQUECIDO

Em sua quinta edição, as duas feiras esperam receber um público de 6 mil profissionais do setor de 'bebidas adultas'. Número de estandes e expositores cresceu em relação a 2019

Fonte: Organizadores

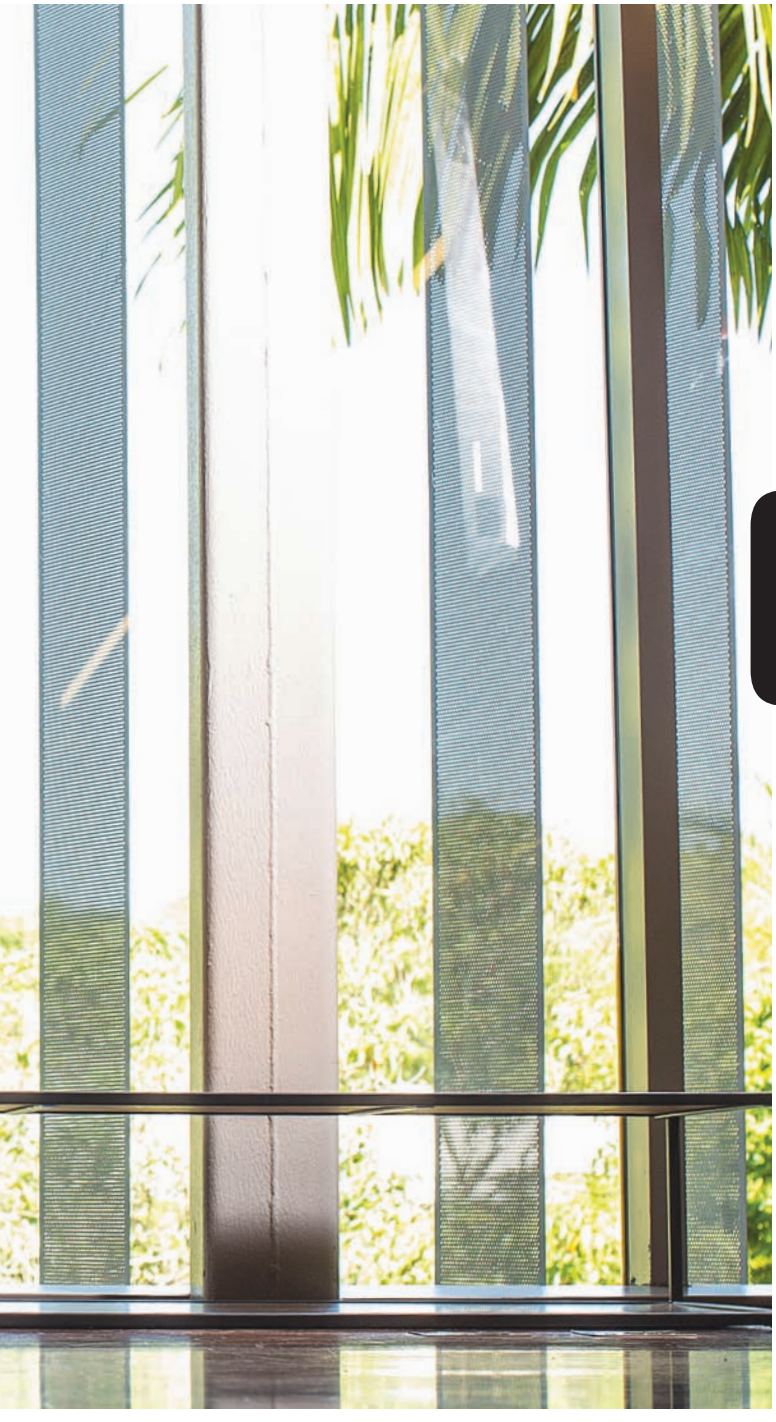
UNIVERSIDADE AMERICANA, I

"Com a digitalização do ensino, o mundo ficou pequeno"

ANTONIO CARBONARI
FUNDADOR DA ANHANGUERA E IDEALIZADOR DA MUST UNIVERSITY

 FOTO: CLAUDIO GATTI

, PASSAPORTE BRASILEIRO



IDEALIZADA PELO FUNDADOR DA ANHANGUERA, ANTONIO CARBONARI, A MUST UNIVERSITY PLANEJA SE TORNAR REFERÊNCIA EM ENSINO INTERNACIONAL PARA LATINOS A PARTIR DA FLÓRIDA

Hugo CILO

O empresário Antonio Carbonari Netto é obcecado por cálculos. Principalmente contas de multiplicação. O ex-professor de matemática da PUC-Campinas fundou, em 1994, a Anhanguera Educacional, um dos maiores grupos de formação universitária do País. Vinte anos depois, em 2014, à frente de uma companhia avaliada em R$ 8 bilhões e com meio milhão de alunos, ele recebeu uma proposta de fusão com a Kroton. Fez as contas e aceitou. A soma das duas empresas criou um gigante de R$ 24,5 bilhões, que viria a se tornar o que hoje é a Cogna Educação — maior grupo do setor no País. Mas a equação de Carbonari ainda não estava fechada. Ele quis vender sua fatia, em uma operação avaliada à época em cerca de R$ 5 bilhões, envolvendo troca de ações e parte em dinheiro. Assinou um acordo de não-concorrência por dez anos e decidiu investir na multiplicação de seus cavalos da raça Quarto de Milha, no haras da família entre Louveira e Itatiba, no interior paulista. "Matemática e cavalo são as minhas paixões. Durante 28 anos consecutivos, visitei exposições no Texas e em Oklahoma", disse o empresário, em entrevista à DINHEIRO. "Fora da gestão da Anhanguera, minha ocupação era comprar terrenos e expandir minhas criações."

Engordar a manada e adquirir lotes ocupava o tempo, mas não fechava a conta da satisfação pessoal, segundo ele. A nova fórmula da multiplicação de Carbonari é a Must University, sediada em Hollywood, nos arredores da cidade americana de Miami. Embora tenha sido criada em 2017, só nos últimos 12 meses que a instituição dedicada a educação continuada decolou. Com foco no público latino, hoje a Must tem 2,6 mil alunos de 13 países — com aulas on-line — e 15 cursos de mestrado que vão

DA FLÓRIDA PARA O MUNDO
Os cursos de mestrado e doutorado, a partir de 2023, serão oferecidos em espanhol, inglês e português

desde Administração em Cuidados da Saúde e Psicologia até Marketing Digital e Negócios Internacionais. No ano que vem, a Must pretende lançar o primeiro doutorado em Tecnologias Emergentes. Pelos cálculos de Carbonari, a empresa vai fechar o ano com faturamento de R$ 20 milhões, o dobro do ano passado e a metade do esperado para 2023.

A estratégia de expansão exponencial da Must, segundo o executivo, inclui ter operações no México, Colômbia, Equador e outros mercados da América Latina e de língua portuguesa na África (como Angola, Moçambique e Guiné Bissau). A estrutura para o mercado mexicano já está em fase avançada e, com parceiro local, deverá ser anunciada nos próximos meses. As aulas são oferecidas em espanhol, inglês ou português, com professores gringos e docentes de universidades brasileiras como USP, Unifesp e Unicamp. "Todos têm doutorado porque seguimos os altíssimos padrões de ensino exigidos pelos Estados Unidos", afirmou o empresário. "Porque somos uma universidade americana feita para brasileiros e latinos", disse. O processo de validação dos diplomas no Brasil é intermediado pela própria Must, em parceria com instituições brasileiras de ensino universitário.

IMPÉRIO DO ENSINO
A Anhanguera foi incorporada pela Kroton em 2014, antes de formar a Cogna, o maior grupo de educação superior do País

Seja dentro ou fora do País, não há dúvidas de que o potencial do mercado de formação profissional ganhou novas proporções durante e depois da pandemia. Alguns levantamentos chancelam esse horizonte de crescimento. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), quase todas as marcas franqueadoras na área educacional oferecem a opção de ensino on-line para seus franqueados. Na avaliação de Sylvia de Moraes Barros, coordenadora da Comissão de Educação da ABF, as redes de educação se adaptaram rapidamente à nova realidade, ganharam eficiência nesse período pandêmico e passaram a oferecer seus serviços pelos diferentes meios, seja virtual, presencial, remoto ou híbrido.

O levantamento da associação mostra ainda que a oferta de cursos aos alunos via meios digitais é a que mais cresce. A entrega somente on-line pelas franquias subiu de 7,8% para 36% entre 2018-2020 e 2020-2021, enquanto entre aquelas que têm intenção de implementá-la saltou de 7,4% para 43%. Já o formato somente híbrido adotado pelas escolas passou de 23,5% para 45% no mesmo período e aumentou de 48,1% para 52% entre aquelas que têm planos de implementar.

É com todos esses números que Carbonari quer amplificar os resultados da Must. Dentro de três ou quatro anos, a ideia é abrir capital na bolsa de Nova York e atrair dinheiro de investidores para turbinar o crescimento. Carbonari ainda não fechou o cálculo de quanto poderá captar e nem qual será o valuation da companhia no ano do IPO, mas aposta que as cifras têm potencial de bilhões dada a capacidade de alcance de novos mercados com as ferramentas de ensino a distância. "A pandemia acelerou todas as tecnologias e processos que permitem oferecer aulas de qualidade em qualquer lugar do planeta", disse o empresário. "Não tenho a pretensão de construir uma nova Anhanguera, mas sim uma referência de formação com padrão global. Com a digitalização do ensino, o mundo ficou pequeno."

FOTOS: ANDERSON PRADO/FOLHAPRESS | DIVULGAÇÃO

TOKIO MARINE HALL

PRA ONDE VOCÊ RESOLVER IR,
A MÚSICA TE LEVA

TOKIOMARINEHALL.COM.BR

Patrocínio: Da Magrinha 100% INTEGRAL | Programa: TudoAzul | Mídia Partner: uol | Apoio: ESTANPLAZA HOTELS, shift, CONSIGAZ | Realização: grupo Tom Brasil

CLIENTES TOKIO MARINE TÊM BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS

Seguimos todos os protocolos internacionais de segurança e higienização. Menores de 16 anos somente acompanhados dos Pais ou Responsável Legal.
Os descontos não são válidos para meia entrada. Pré-venda (mínimo de 48 horas de antecedência do público geral) exclusiva para segurados ou colaboradores da Tokio Marine Seguradora S.A. ou corretores cadastrados no Portal do Corretor. Na pré-venda os 50 primeiros segurados ou colaboradores ou corretores têm direito a compra de 04 ingressos, por CPF, com desconto exclusivo de 50%. Atingidos os 50 primeiros CPFs e ainda estando dentro das 48 horas da pré-venda, segurados ou colaboradores ou corretores terão 20% de desconto até o limite de 30% da carga de ingressos. Após a pré-venda será aplicado o desconto de 20% para segurados ou colaboradores ou corretores, não cumulativo com outras promoções e limitado a 4 ingressos por CPF. Segurados passam a ter direito ao desconto um dia após a emissão da apólice e até o término da vigência do seguro. Seguros adquiridos por meio de apólices coletivas, certificados e bilhetes não participam da promoção. Todos os descontos desse regulamento são aplicados no valor do ingresso na data da compra e NÃO são cumulativos com outros descontos e outras promoções. A compra da meia-entrada é pessoal e intransferível e a legitimidade está condicionada à apresentação dos documentos que comprovem esta condição na entrada do espetáculo, conforme LEI Nº 7.844 DE 13 MAIO DE 1992. Capacidade máxima = 4.000 pessoas | Protocolo de Vistoria nº 251233-2/2021. R. Bragança Paulista, 1281 | www.tokiomarinehall.com.br | GRUPOS: (11) 5646.2120

MINISTÉRIO DO TURISMO e TOKIO MARINE SEGURADORA apresentam:

FESTIVAL PELA PAZ NO TRÂNSITO
PRONAC 194138

MÚSICA PARA TODOS

TOM BRASIL

TOKIO MARINE SEGURADORA
promove a inclusão da CULTURA de forma DEMOCRÁTICA E GRATUITA.

125 SHOWS O MELHOR DA MÚSICA INSTRUMENTAL DO BRASIL

SHOW GRATUITO NO HALL TOM BRASIL

LINE UP

- Paulinho Vicente Trio — bateria, piano e baixo — 06/05
- Ricardinho Paraíso Duo — baixo e pandeiro — 07/05
- Giovanni Matarazzo e Davi Matarazzo — violão e contrabaixo — 08/05
- Marcinho Eiras e projeto Be Pop — guitarras, baixo e bateria — 14/05

Patrocínio: Lei de Incentivo à CULTURA | TOKIO MARINE SEGURADORA — NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

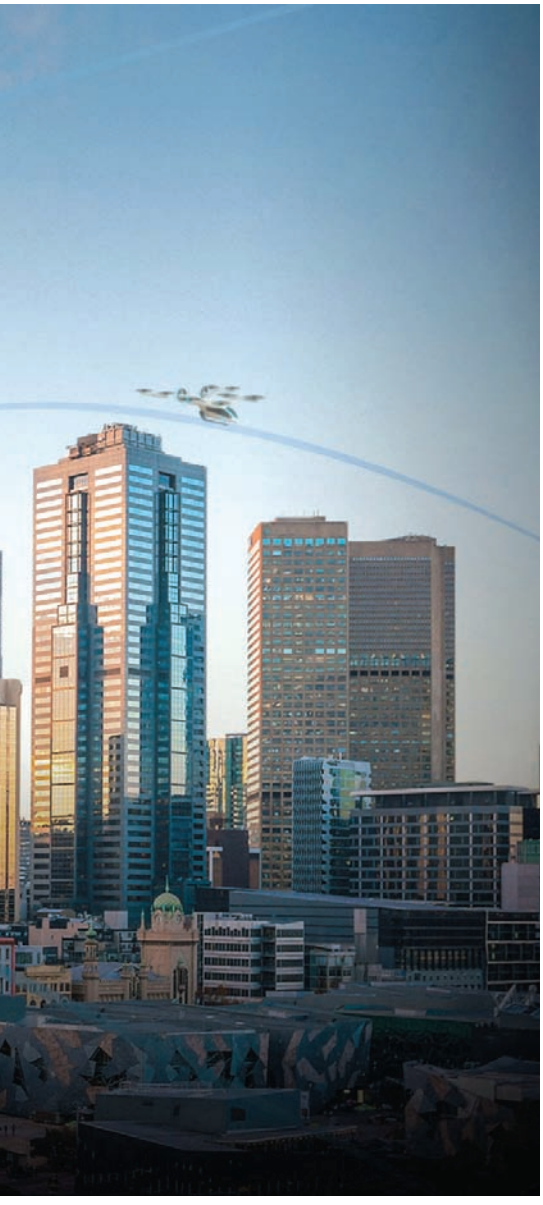
Realização: Tom Brasil | SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA | MINISTÉRIO DO TURISMO | PÁTRIA AMADA BRASIL GOVERNO FEDERAL

EVE VOA NA FRENTE

COM 1.825 ENCOMENDAS DE SEU VEÍCULO ELÉTRICO DE DECOLAGEM E ATERRISSAGEM VERTICAL, OU EVTOL, A EMPRESA DA EMBRAER FAZ PARCERIAS COM GIGANTES DO RAMO, COMO A MULTINACIONAL FRANCESA THALES

Ricardo IVANOV

Os eVTOLs podem ser as grandes sensações visuais do cenário futurista que imaginamos para daqui alguns anos. Veremos fileiras dessas aeronaves, que são elétricas, decolam e aterrissam verticalmente, passando por cima de prédios, como carros voadores. A ideia é factível e disruptiva pois se baseia em capturar parte do transporte terrestre, aquele dentro de uma faixa de 150 quilômetros de distância, com o uso de uma máquina inovadora e simples — e que não pode se assemelhar à operação e custo de um helicóptero para se tornar uma realidade mercadológica. E é esse nicho que a EVE Air Mobility, companhia independente criada pela Embraer em 2020, mira e decola com vantagem contra as mais de 200 empresas concorrentes no mundo. São 1.825 encomendas do modelo até o momento, que agora ganha a parceria da gigante tech e líder global francesa Thales. Além de investidora menor, trará toda sua bagagem de aviônicos, sistemas elétricos, navegação e conectividade para o projeto. Por que a vantagem? Porque a Embraer é uma empresa reconhecida no mundo todo, com 80 bases em vários países. Isso possibilita a manutenção dos eVTOLs da EVE, tornando-os realmente um projeto global.



É um negócio de US$ 4,5 bilhões até 2030, segundo a empresa. "Um de nossos diferenciais é já saber quais são nossos building blocks no desenvolvimento do produto", disse à DINHEIRO André Stein, CEO da EVE, engenheiro mecânico formado em administração pela Kellogg School of Management, EUA, e com mais de 20 anos de experiência no ramo de aviação. Isso significa que já colocaram no ar modelos em escala, voaram em simuladores e em breve farão uma prova de conceito em escala real. É uma altitude mais do que desejável para quem pretende começar atividades comerciais em 2026. Dois meses atrás, tiveram aprovação da ANAC para iniciar o processo de certificação formal. "É um milestone muito relevante a nós."

Esse é um mundo mais simples que dos aviões e os helicópteros. Os primeiros estão em fase de convergência, ou seja, não há mais novidades em seu funcionamento. No fundo, é um tubo com asas. Já o segundo é uma máquina complexa, de partes móveis, motor a combustão pesado e que mantém seu enorme e barulhento rotor ligado enquanto é empurrado para frente. Já os eVTOLs possibilitam uma volta aos primórdios do pensar aviação. As baterias elétricas são leves e menores. A pilotagem, embora tenha de ser feita por habilitados, impõe uma carga de trabalho muito menor. Praticamente os eVTOLs serão computadores que voam. Quase como pilotar um drone. "Esperamos que o custo seja seis vezes menor para o usuário comparado com um helicóptero", afirmou Stein, que foi responsável pelo desenvolvimento dos E-Jets E2 da Embraer.

ECONOMIA DE TEMPO O projeto da Eve aposta em um sistema Lift + Cruise. É um facilitador, pois oito rotores levantam verticalmente a aeronave, outros dois passam a movê-la para frente — desligando os outros oito — e o voo passa a utilizar as asas. "Alavancar nas asas aumenta a eficiência." Outros designs pelo mundo querem rotacionar os motores que levantam e propulsionam, e isso cria desgaste. O tempo, claro, dirá se a solução da equipe de Stein foi a mais acertada. A parceria com a Thales possibilita, entre outros fatores, pensar já na navegação e manejo de tráfego. "Somos líderes mundiais em equipamentos em espaço aéreo. Dois em cada três aviões no mundo pousam ou decolam com algum sistema nosso", afirmou à DINHEIRO Luciano Macaferri, CEO da Thales. Sim, o tal voar sobre os prédios talvez não seja a imagem que vemos em Star Wars, seja algo mais organizado e mais espaçado, para garantir a segurança de quem está no ar e quem está em solo.

A empresa da Embraer já fez um teste de um mês no Rio de Janeiro, em uma rota Barra da Tijuca e Aeroporto do Galeão. Usaram um helicóptero para 100 voos levando 600 passageiros e foram acompanhados pelo Departamento de Controle do Espaço Aéreo (Decea) e Anac. O preço da passagem foi o que imaginam ser viável para o negócio: R$ 99. Com isso, perceberam que o gargalo de um re-check-in no aeroporto pode inviabilizar a ideia de "economia de tempo" proposto pelos eVTOLs. A autonomia da aeronave também dita o modelo de negócios: seria de 100 km aeronáuticos, ou perto de 150 km terrestres nossos, de carro, por conta de curvas. Seria então uma opção para pessoas eventualmente usarem para chegar mais cedo em casa, por exemplo.

Fora da aparente ficção-científica, tem tudo para ser um grande negócio — e em conformidade com a sustentabilidade. Segundo Stein, o combustível hoje é um dos principais custos da aviação. "A energia elétrica é proporcionalmente mais baixa, com motor mais simples e com menos partes móveis. E gera bem menos CO_2." A EVE já tem investidores estratégicos como Republic Airways, SkyWest e Rolls-Royce, renomadas no setor aéreo, além da Acciona,empresa de soluções de energia renovável, e empresas de leasing. Tudo indica que teremos um ótimo voo.

"Esperamos que o custo seja seis vezes menor para o usuário comparado com um helicóptero"

ANDRÉ STEIN,
CEO EVE AIR MOBILITY

O QUEBRA-CABEÇA DA AUTOMOTIVE SYSTEMS

GRUPO PREVÊ FATURAR R$ 500 MILHÕES EM 2022 NO SEGMENTO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA. INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA E PESSOAS, ALÉM DO MERCADO INTERNACIONAL, IMPULSIONAM OS NEGÓCIOS

Angelo VEROTTI

 | FOTOS: DIVULGAÇÃO

A agonia das montadoras não reflete, com precisão, a realidade de todo o mercado automobilístico brasileiro. O segmento de aftemarket automotivo — ou seja, de peças de reposição — movimenta anualmente R$ 100 bilhões no Brasil. E está em crescimento. Por isso, o Grupo Universal Automotive Systems tem mexido as peças no concorrido mercado para ampliar a sua participação. Depois de faturar R$ 300 milhões em 2021, a companhia comandada pelo CEO André Belfort prevê aumentar em 66% as vendas este ano, para R$ 500 milhões, com a aposta principalmente em pessoas e em tecnologia. "Quando falo em pessoas tem a ver com trazer profissionais certos para as divisões corretas. A forma de vender dentro da distribuição é diferente da realizada no varejo, que é diferente da praticada por instaladores e aplicadores", disse o executivo. "Já automações e tecnologia envolve mobilidade e investimentos no ambiente logístico, por exemplo, com mais ferramentas adequadas."

A expansão do portfólio tem sido importante impulsionador para os negócios. Fundado há 45 anos, o Universal focou as ações, inicialmente, na distribuição de maçanetas e fechaduras, mas visualizou novas oportunidades ao longo das décadas. Além de distribuir, passou a fabricar produtos, ampliando para outras linhas do segmento, lançando e adquirindo marcas. Já são pelo menos 27 mil os itens disponibilizados aos clientes. O comercializado atende 48 montadoras no Brasil e o mercado internacional. De veículos leves a pesados. Já as marcas pertencentes à companhia cresceram de cinco para oito.

Em 2022, o radar está direcionado para a consolidação das marcas existentes, com destaque à UNI1000 (linha de químicos) e à Electric-Life (linha de lâmpadas e elétrica), mais recentes. "É um processo de eu deixá-las maturando ao longo do ano. E, no final de 2022 ou início de 2023, entrar com uma nova marca e uma nova linha." Os lançamentos ainda não estão definidos, mas a companhia segue atenta às movimentações das montadoras em relação a novos modelos. A ideia é identificar quais são os componentes desses veículos, possíveis mudanças e adaptações, para a atualização do portfólio. "Temos procurado acompanhar o processo de evolução dos carros elétricos. É um ramo que vale a pena ser observado."

Além da atenção ao mercado nacional, principalmente em veículos com no mínimo dois anos de uso, o grupo prevê crescimento nas operações internacionais, especialmente na América Latina. O Universal Automotive tem negócios em ao menos 20 países e prevê crescimento de 80% nas vendas ao exterior este ano. "Comercializamos R$ 25 milhões no ano passado e a meta é alcançar R$ 45 milhões", disse o executivo. A Argentina é o maior mercado da região, seguida por Uruguai e Colômbia, respectivamente.

O projeto de crescimento da companhia inclui ainda estratégias de marketing. O grupo fechou no ano passado — e segue vigente — uma parceria com personalidades do automobilismo brasileiro, casos de Paulo Gomes, Chico Serra e Ingo Hoffmann. Juntos, os três somam 19 títulos como pilotos na Stock Car. Neste ano, o planejamento inclui a Copa do Mundo do Catar de futebol. A estratégia é ter embaixadores para representar a empresa. Estrelas como os pentacampeões Cafu e Denílson estão na mira. "Estamos lidando com duas paixões nacionais: carros —e consequentemente peças — e futebol. Esse processo deve ser concluído em breve."

Os investimentos previstos na temporada envolvem R$ 10 milhões, "nota 10 para o mercado de reposição", segundo Belfort. Além do montante direcionado a marketing, estão previstas intervenções físicas, como a ampliação de um anexo ao prédio industrial da empresa, em Osasco, para acomodar mais estoque, e a abertura de um centro de distribuição em Itajaí, Santa Catarina, que irá se juntar aos dois já existentes nos estados de São Paulo e Goiás.

O grupo tem 800 colaboradores no Brasil. Mais de 300 vendedores fomentam negócios para a companhia, que viu o mercado aquecido mesmo durante a pandemia. "O aftermarket de uma forma geral segue na contramão do mercado novo, que sofre com taxas de juros aumentando, restrição de crédito e de componentes eletrônicos. Continua quente." E ao que tudo indica o quebra-cabeça do Grupo Universal Automotive Systems parece ganhar forma e atrair cada vez mais a atenção dos apaixonados por veículos.

ESTRATÉGIA PARA 2022
André Belfort mira ampliar as vendas ao mercado internacional em 80%, de R$ 25 milhões em 2021, para R$ 45 milhões

Estrategicamente, o mercado no Brasil hoje é o segundo prioritário da NBA fora dos EUA, atrás apenas do chinês"

RODRIGO VICENTINI,
HEAD DA NBA NO BRASIL

A JOGADA ENSAIADA DA NBA NO BRASIL

AO COMEMORAR 75 ANOS, A LIGA DE BASQUETE AMERICANA CELEBRA A ALTA DO NÚMERO DE FÃS E A LIDERANÇA DE AUDIÊNCIA NO PAÍS, O SEGUNDO MAIOR MERCADO FORA DOS ESTADOS UNIDOS. AÇÕES COMO A NBA HOUSE E A JR. NBA SERVEM DE BANDEIRA PARA EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Angelo VEROTTI

Os números não mentem. Principalmente os relacionados à NBA, a liga de basquete americana. São 75 anos de existência celebrados em 2022 e uma legião de fãs pelo mundo. No Brasil, o segundo maior mercado internacional e onde completa dez anos de operação este ano, a idolatria também é fervorosa. O volume de aficionados pela bandeira subiu de 31 milhões, em 2019, para os 45 milhões atuais (45% deles mulheres), segundo pesquisa do Ibope Repucom. Mesmo em meio à pandemia. Além disso, o País ocupa a liderança no total de assinaturas de streaming fora dos Estados Unidos. "Em números gerais, o nosso crescimento no Brasil supera mais de 50%", disse à DINHEIRO Rodrigo Vicentini, head de operações da NBA no País. "Estrategicamente, o mercado brasileiro hoje é o segundo prioritário da NBA no mundo, atrás apenas da China. E a NBA, apesar dos 75 anos de existência, segue crescendo e quase engatinhando. Tem muito a se desenvolver ainda."

O sucesso da marca no País tem quatro importantes impulsionadores, de acordo com o executivo: o amor e o costume do brasileiro em praticar esportes, além da intensa competitividade; o treino do basquete desde a escola; a cobrança dos consumidores por bom tratamento; e a condição aspiracional da NBA para o cidadão do País. "Você mistura todos esses fatores e tem uma combinação quase explosiva", disse Vicentini, ao destacar a possibilidade de um crescimento ainda "gigantesco" do mercado brasileiro. "Fizemos uma construção muito sólida nos últimos dez anos para o negócio continuar se desenvolvendo."

Todas as frentes e as atuações de negócios no Brasil têm uma característica comum da NBA no mundo: focar no fã. No Brasil, tradicionalmente conhecido como o 'País do futebol', a liga e as suas principais estrelas, como os jogadores LeBron James, Stephen Curry e Kevin Durant, despertam o interesse principalmente de jovens entre 14 e 18 anos, que acompanham a nova geração do basquete, e de adultos acima dos 40 anos, que curtiam a lenda Michael Jordan, hexacampeão Chicago Bulls nos anos 1990, e que ainda seguem a NBA.

A estratégia da liga para incrementar os números no Brasil e ampliar a relação com os admiradores tem sido o desenvolvimento de ações, dentro e fora das quadras. Neste ano, o destaque será o retorno presencial da NBA House, entre 2 e 19 de junho, em São Paulo. Os visitantes terão a oportunidade de participar de um evento interativo com jogos ao vivo, realidade virtual, competições, além de shows. "É o nosso principal cartão de visita. Esperamos mais de 30 mil pessoas durante essa ação. A ideia é que os fãs se sintam mergulhados no universo da NBA", afirmou o executivo.

Atender os desejos dos fãs é regra para a liga, que tem como principais atrativos os produtos associados às franquias, aos jogadores e à própria NBA. No Brasil são comercializados mais de 2 mil itens oficiais em 19 lojas, sendo 18 físicas e a on-line. A principal delas foi inaugurada em 2021 no Morumbi Town Shopping, na capital paulista. A NBA Store Arena, com 1,5 mil m², é a maior da América Latina e a quarta no mundo. "O cliente não vai lá para entrar e sair", disse Vicentini, em comparação a uma loja tra-

FOTO: CLAUDIO GATTI

dicional de varejo. "Ele vive uma experiência imersiva. Pode comparar a mão dele com a do Shaquille O'Neal, ver o tênis autografado pelo Durant, arremessar uma bola na tabela. E, em algum momento, vai comprar alguma coisa." Os espaços vendem das tradicionais regatas e jaquetas, a chinelos e almofadas, por exemplo. Um milhão de pessoas visitam as lojas anualmente.

A experiência com este tipo de ambiente tem sido tão satisfatória que a NBA prepara o lançamento de um espaço ainda maior em Gramado, no Sul. Sem dar muitos detalhes, Vicentini afirmou que será um "parque temático gigantesco", com diversas experiências aos consumidores. "Um investimento importante que a liga vai fazer e, ao mesmo tempo, um espaço que vai ficar na cidade." Segundo reportagem do Jornal de Gramado, a arena terá 4 mil m², com modernos vestiários, quadra com dimensões oficiais, área de aquecimento, restaurantes, além de outras atrações. A inauguração está prevista ainda para este ano.

AULAS A expansão dos negócios se estende ao lado social com projetos que visam fomentar o basquete no Brasil. Em 2021, a NBA lançou o programa Jr. NBA, que visa auxiliar na preparação de professores para o desenvolvimento da modalidade. Até agora, já foram capacitados mais de 10 mil profissionais na rede pública nas cidades de São Paulo, Joinville, Canoas e Caruaru, além dos Estados de Pernambuco e Espírito Santo. "O programa é gratuito, com 40 horas de duração e já impactou 2 milhões de alunos", disse o executivo, ao destacar que o objetivo é atingir 10 milhões de crianças em dez anos. As aulas com metodologia NBA têm embaixadores de primeira linha, como os brasileiros Anderson Varejão, Hortência, Magic Paula e Janeth.

A atenção disponibilizada pela NBA aos fãs não se limita a eventos e a produtos. É fundamental que eles possam acompanhar as partidas da liga pelo canal que preferirem. Na TV aberta, a Bandeirantes é a detentora dos direitos de transmissão, enquanto que na fechada estão em poder do SporTV e da ESPN. Plataformas digitais, como o YouTube e o Twitch, também são opções.

O NBA League Pass, aplicativo próprio da Liga, também tem sido um importante impulsionador ao disponibilizar todos os jogos da temporada e os playoffs. O Brasil é o número 1 no mundo em assinantes, com alta de 44%, ano a ano. Além disso, a NBA inovou em 2021 ao exibir uma partida pelo streaming Twitch tendo como atração Alexandre 'Gaulês' Borba, o maior streamer brasileiro, com cerca de 3 milhões de seguidores.

Com uma linguagem diferenciada, Gaulês cumpriu o objetivo da bandeira de atrair a atenção da geração Z (pessoas nascidas entre 1995 e 2010). Segundo Vicentini, 90% desse público se conecta à NBA por meio dos jogos e não necessariamente do esporte em si. "Daí visualizamos espaço para trabalhar com um dos maiores streamers do mundo." Outro arremesso certeiro que tem garantido vitórias à NBA no Brasil, seja dentro ou fora das quatro linhas.

EXPERIÊNCIA EM QUADRA Cliente que visita a NBA Store Arena tem a possibilidade de jogar basquete, visualizar tênis autografado por Kevin Durant, além de encontrar mais de 2 mil produtos de jogadores, franquias e liga

DREAM TEAM DAS VITRINES

REGATAS

BRASIL	EUA
1º LeBron James	1º LeBron James
2º Kevin Durant	2º James Harden
3º Stephen Curry	3º Stephen Curry
4º Giannis Antetokounmpo	4º Kevin Durant
5º Kyrie Irving	5º Jayson Tatum

PRODUTOS OFICIAIS

BRASIL	EUA
1º Los Angeles Lakers	1º Los Angeles Lakers
2º Brooklyn Nets	2º Philadelphia 76ers
3º Chicago Bulls	3º Golden State Warriors
4º Golden State Warriors	4º Chicago Bulls
5º Boston Celtics	5º Brooklyn Nets

Fonte: NBA

Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial reconhece ações que podem contribuir para transformação social em oito categorias diferentes

Diversidade e inclusão reconhecidas

Lana PINHEIRO

No dia 13 de maio, 134º aniversário da Lei Áurea, a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial realiza um evento especial para reconhecer as Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade. Serão destacados projetos em oito categorias considerando diversos recortes de diversidade como ascensão e engajamento. **RAPHAEL VICENTE**, coordenador da Iniciativa, conversou com a DINHEIRO sobre o evento que tem apoio do Fórum de Direitos e Empresas LGBTI+ e da Mulheres 360.

A Iniciativa Empresarial já possui o Índice de Equidade Racial (IERE). Agora lançam um segundo reconhecimento. Qual o diferencial da Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade?
Queremos aproveitar o dia 13 de maio para fazer uma ação propositiva e assim mostrar que a questão da diversidade está aos poucos se transformando. Existem muitas ações interessantes isoladas e elas precisam ser vistas. Percebemos isso porque muitas empresas que ainda não conseguiram uma transformação total nos aspectos da agenda — o que as deixa com poucos pontos no IERE—, possuem iniciativas muito boas e com grande potencial transformador. Foi assim que surgiu a ideia de desenvolver esse reconhecimento mais pontual e focado em ações e práticas.

E como a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial avalia a evolução dessas ações?
Estamos no que eu chamo de segunda dimensão da inclusão. A primeira foi criar uma coesão de discurso onde se compreendeu que havia um problema. É preciso lembrar que até pouco tempo, o Brasil não admitia que havia um problema de racismo estrutural no País. Qualquer desigualdade era vista como uma questão exclusivamente social. A agenda racial só ganhou força após os casos de George Floyd [EUA] , e de João Alberto, [ambos mortos em crimes com motivações racistas, este último no Carrefour em Porto Alegre]. Esses fatos impulsionaram a segunda dimensão que é a cobrança da sociedade por ações efetivas no combate ao racismo.

Na sua opinião, essa pressão vem de quais agentes da sociedade?
Estamos no meio de uma transformação interessante onde está havendo uma revisão de valores da sociedade interna e externamente. Isso está impulsionando a maneira de fazer negócios. A pressão vem de todos os lados.

O poder público tem participado?
A transformação na esfera pública antecede a do setor privado. Ela começa por volta dos anos 2000 quando o estado brasileiro reconhece o problema do racismo e se compromete com seu combate. Essa é uma longa construção onde as instituições que têm obrigação de aplicar este trabalho estão fazendo sua parte com a prisão e condenação de pessoas que cometem crimes de racismo. Isso é uma inovação no Brasil.

Mas e o setor privado?
Temos empresas em diversos estágios. Desde as iniciantes até algumas empresas muito mais estruturadas na questão. Mas o que está claro é que hoje há um movimento que exige ainda mais inclusão social. Quem não tratar essa agenda, está fora do mercado.

FOTO: GABRIEL REIS

O PEQUENO NOTÁ

Esse carrinho elétrico vendeu mais que um Tesla Model Y na China. O feito aconteceu em dezembro de 2021, com 50.561 Wuling Hong Guang Mini EV, submarca da GM, vendidos, batendo em 10 mil o carro de Elon Musk, que também superou o seu próprio recorde, mas não alcançou a caixinha de fósforo móvel chinesa. O número total de Mini EVs vendidos no ano foi de 395.451, uma clara mostra da eletrificação do país, a passos bem mais rápidos que outros países ocidentais. O mais impressionante: no exterior, custa perto de US$ 5 mil, ou R$ 25 mil, um pouco mais que um terço do preço de um Renault Kwid, o carro popular mais barato no Brasil. Como reza a tradição chinesa, estão construindo um carro elétrico por um preço inacreditável: as partes são genéricas, há espaço para quatro pessoas, o painel de instrumentos é uma grande tela de LCD e sua velocidade vai até 100 km/h, o que o habilita a ir para uma estrada. A China também produz os chamados LSEVs, ou veículos elétricos de baixa velocidade, e esses praticamente ficam confinados a um campo de golfe (perdoando a piada). O Mini EV, no final das contas, é um carro para cidade, com autonomia de 170 km, e leva oito horas para carregar a pilha... Quer dizer, a bateria!

PRECISAMOS DO **ORKUT DE VOLTA?**

Ele vai voltar, só não se sabe como. Precursor das redes sociais e popular no Brasil durante anos, o Orkut publicou em seu endereço original um aviso enigmático de seu criador, o turco Orkut Büyükkökten. "Dezessete anos atrás, iniciei uma pequena rede social enquanto trabalhava como engenheiro no Google. Em poucos anos, criamos uma comunidade de 300 milhões de pessoas", disse o fundador. O período citado é anterior ao da criação do Facebook. A rede de Mark Zuckerberg foi justamente a causa do desaparecimento da concorrente, em tese por ser mais simples — mas quem não lembra dos depoimentos de amigos falando bem da gente? O Orkut chegou a ser filiado ao Google, mas o projeto realmente não foi em frente. Agora o criador espera que a nova-velha rede atraia pela gentileza e não pelo "ódio on-line dos dias de hoje".

orkut

400 JOGOS NA PALMA DA MÃO

Se você já joga games no celular, não pode reclamar do tamanho. O menor game do mundo atualmente é o Sakumo Mini, um console que cabe na palma da mão (9,5cm por 6,5cm) e está repleto de jogos retrôs: 4 mil e você ainda pode plugar no PC e baixar mais. Mas como ele consegue ser uma encubadora tão eficiente de jogos? Os engenheiros foram espertos em possibilitar que um *Mario Kart* e um *Donkey Kong* do console Gameboy pudessem ser jogados no mesmo aparelho que um *Street Fighter* e *Mega Man* do Super Nintendo, graças a um simulador que entende PS1, NeoGeo e outros 14 games. E um potente processador cuida para que nenhuma partida trave.

TÁVEL

O CHINÊS VERSUS O ELÉTRICO TESLA E O BRASILEIRO

WULING HONG GUANG MINI EV

vendidos em 2021 *(na China)*

395.451

WULING HONG GUANG MINI EV

US$ **5** mil

Espaço interno **741** litros

Vel. máxima **100** km/h

HYUNDAI HB20

vendidos em 2021 *(no Brasil)*

70.499

TESLA MODEL Y

US$ **250** mil

Espaço interno **854** litros

Vel. máxima **250** km/h

MACACOS **ME MORDAM!**

Roubaram macacos. E não é a primeira vez. Em um mundo que não é aqui, um metaverso batizado de Bored Yacht Club composto por mais de 10 mil únicos "macacos entediados" em formato de desenhos NFT (tokens não-fungíveis), nove deles foram roubados. O esquema criminoso ofereceu terras por lá e acabou acessando as carteiras virtuais dos desavisados via airdrop. O valor combinado desses macaquinhos? US$ 2,4 milhões. Inacreditável e quase incompreensível como a venda de terrenos virtuais pela empresa por trás dos macacos, a Yuga Labs, pôde levantar na segunda-feira (2) US$ 285 milhões em transações, estancando a venda da cripto usada para as as compras, a Ethereum, por conta do tráfego. Mais: até mesmo a notícia do roubo dos símios elevou o preço das artes.

MOVIDOS À **ENERGIA ECOLÓGICA**

Sustentabilidade usando tecnologia é prática *sine qua non* nos negócios de hoje. E duas empresas brasileiras criaram iniciativas para elogios. A primeira é a Intelbras, empresa com 46 anos de mercado no setor de segurança, comunicação e energia, que instalou uma usina fotovoltaica em sua fábrica em São José (SC) em 2020 e agora começa a colher os frutos do investimento. Seu telhado com 4 mil módulos fotovoltaicos produziu uma economia de 25% ao mês nas contas de luz. A infraestrutura pode produzir 1.700 MWh de energia elétrica por ano — o suficiente para acender 750 casas populares no período. Já a JBS, produtora de alimentos à base de proteína, líder global no segmento, lançou uma empresa para locação de caminhões 100% elétricos, a No Carbon, que inicialmente atenderá os compromissos da empresa. A estratégia, com impacto nas emissões de CO_2, faz parte de seu alvo Net Zero em 2040 e contará com uma frota de 31 veículos que serão usados em São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Distrito Federal.

INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: DIVULGAÇÃO

O GRITO DA NETFLIX

A LÍDER EM FILMES E SÉRIES EM STREAMING CONTINUA, COM FOLGA, EM PRIMEIRO LUGAR. MAS PERDEU ASSINATURAS, FORÇANDO MUDANÇAS NA FILOSOFIA DE NEGÓCIOS DA QUAL TANTO SE ORGULHA

Ricardo IVANOV

Alerta de spoiler: a nova maneira de entretenimento no mundo, o streaming, não vai acabar. Mas a forte concorrência que se inicia em 2022, já sem o fator pandemia amplificando assinaturas, começa a forçar mudanças — algumas, no coração dos negócios. A notícia de que, pela primeira vez, a líder no setor de filmes e séries, Netflix, havia perdido 200 mil assinantes no mundo, acendeu um sinal vermelho na plataforma. Isso, apesar de ela ter ainda o expressivo número de 221,8 milhões de usuários. Enqaunto isso, a "novata" HBO Max, que começa a abrir

 FOTOS: AP PHOTO/MANU FERNANDEZ | REPRODUÇÃO

> **Sei que são números decepcionantes para nossos investidores, mas estamos entusiasmados internamente com a batalha à frente"**
>
> **REED HASTINGS**
> COFUNDADOR E CEO DA NETFLIX

PRATA DA CASA
A quarta temporada de um dos maiores sucessos da Netflix, *Stranger Things*, é a aposta para 2022: temporada quebrada em dois episódios que parecem longas-metragens

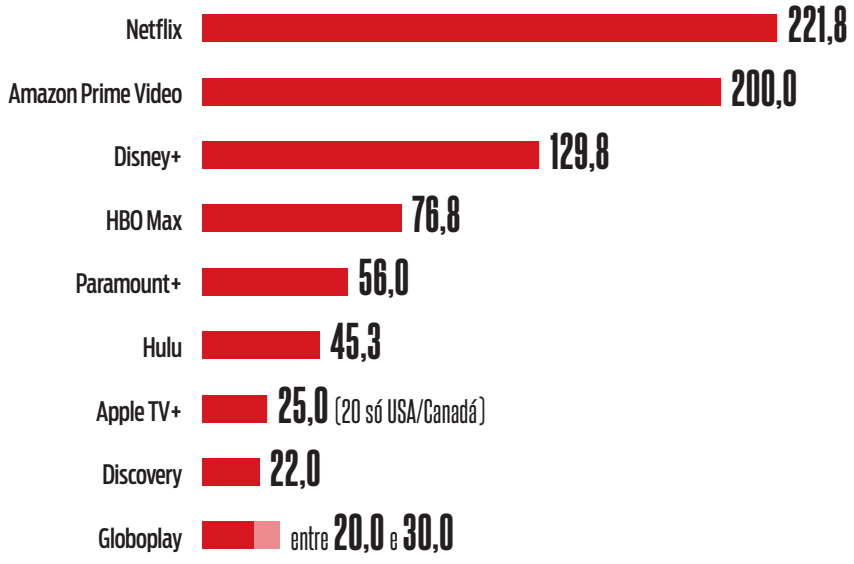
seus braços pelo mundo, publicou os resultados financeiros do primeiro trimestre de 2022. Teve crescimento de 3 milhões de assinantes (juntando a irmã linear HBO). Esse, curiosamente, era o número que a Netflix projetava para si mesma em relatórios oficiais de 2021. Não alcançou.

A HBO Max tem 76,8 milhões de assinantes. Isso não faz dela a segunda, nem a terceira colocada no mercado, posições ocupadas por Amazon Prime Video, com 200 milhões, e Disney+, com 129,8 milhões. "Nossa meta era 2,5 milhões de novos assinantes em 2021 e não chegar a isso nos forçou a nos perguntarmos: 'O que está acontecendo?'", disse o cofundador e CEO da Netflix, Reed Hastings. Assim como os números de audiência (que raramente são revelados e não são auditados externamente), os de novos espectadores são acompanhados em tempo real. A Netflix percebeu que a curva não estava boa. "É o nosso momento de brilhar", afirmou o executivo, assumindo mudanças e conhecimento da insatisfação dos investidores. As ações da Netflix caíram 35%, sumindo com US$ 50 bilhões em seu valor de mercado, após o anúncio. Até quarta-feira (4), ainda estava lá embaixo.

NÃO PAGANTES O compartilhamento de assinaturas é uma característica que a vista grossa de Hastings exigirá enxergar com mais carinho. Se você tem uma assinatura e a divide com sua família ou algum amigo, provavelmente esses espectadores não pagantes — não se sabe esse número ao certo — possam ser esses 200 mil assinantes que a Netflix perdeu. E mais alguns milhões. A conta é simples e a missão agora é monetizar esse compartilhamento, algo que a empresa pensa fazer há alguns anos, mas não achava necessário até agora, já que crescia muito rapidamente. Não custa lembrar que estamos falando da líder, e com folga, no segmento. Para a plataforma, esses es-

A CONCORRÊNCIA GLOBAL DOS STREAMINGS

(Em milhões de assinantes)



pectadores já assistem à Netflix, gostam do serviço e terão de pagar algo por isso. Atualmente, nos EUA, os planos custam de US$ 9,90 a US$ 19,90, dependendo do número de telas ao mesmo tempo. Houve um aumento de preço, mas a Netflix informou que isso não teve impacto nos resultados do primeiro trimestre de 2022. Será? No Brasil, os planos partem de R$ 25,90 e podem, chegar a R$ 55,90. Ainda é vantajoso, sobretudo na comparação com o aluguel de um único filme do serviço Now, da Claro, em torno de R$ 18. Mais, se for lançamento.

Agora vem o segundo episódio das mudanças. Criar um novo modelo de assinatura, mais barato, justamente para pegar essa "carona" que talvez tope, finalmente, pagar um pouquinho pelo streaming — pois do contrário não vai ver nada. E a ideia é implementar uma assinatura mais barata com publicidade no meio do conteúdo. Aumentar o price spread, como os executivos da Netflix gostam de rotular. "Por mais que não seja fã disso, colocar publicidade no conteúdo, pois sempre fui a favor da simplicidade da assinatura, na verdade sou mais fã da 'escolha do consumidor'", disse o fundador. Para ele, é permitir a adesão de consumidores que querem pagar menos e são tolerantes quanto à publicidade, quase como a TV aberta. "Nossos concorrentes, como Hulu e Disney+, já fazem isso, não é uma questão se funcionam ou não. Sabemos que funciona".

CONTEÚDO IMPORTA Essas mudanças devem ser implementadas em um ou dois anos. Mas se não correrem, terão de se desculpar com os acionistas novamente em 2023, pois a concorrência está aí. Ted Sarandos, co-CEO da Netflix, admite a alta competição: "Como melhorar o conteúdo, que é algo que já fazemos há uma década?". Não faz muito tempo, ele explica, estavam se debatendo sobre como monetizar o mercado com pequenos filmes de arte. Hoje, lançam alguns dos mais assistidos e populares filmes do mundo — e até premiados, como o que ganhou este ano o Oscar por melhor direção, Jane Campion, com *Ataque dos Cães*. A HBO Max pontuou alto com a estreia de *The Batman* no mês passado, e terá blockbusters da Warner ao longo do ano. Disney tem séries baseadas em *Star Wars* mês sim, mês não, além de filmes e séries da Marvel, que comprou. E a Netflix?

"Tivemos *Squid Game* [Round 6], que foi um fenômeno, talvez a série mais assistida de todos os tempos. Teremos agora a nova temporada de *Stranger Things*, em que cada episódio parece um longa-metragem", disse Sarandos. A Netflilx criou o conceito de "maratonar", soltando tudo de uma vez. Isso continua, enquanto ela trabalha seu próximo roteiro.

VIDA FORA DOS EUA Série sul-coreana *Squid Game* foi uma surpresa para a plataforma. Ela vai continuar investindo em produções internacionais na esperança de que surja um novo fenômeno

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

MODERNIZAÇÃO ACELERADA

SoftwareOne, empresa suíça de soluções em software e tecnologia de nuvem, amplia operação no Brasil para atender demanda por migração digital

A transição para o digital, para a nuvem, tem sido pauta para empresas tradicionais e até mesmo novas. E é um rito de passagem que a SoftwareOne, com seus 5 mil clientes no Brasil, mais de 300 funcionários e faturamento de US$ 878 milhões no mundo, está acostumada a fazer. Com sede na Suíça, ela realizou em abril o One Experience no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, para marcar a volta dos eventos corporativos após a pandemia. Lá estiveram parceiros como AWS (Amazon), Google e Microsoft, além de clientes, para testarem carros como Porsche, Ferrari, Mercedes-Benz, um clássico Mustang e outros nas famosas curvas já riscadas por pilotos de Fórmula 1. "Pensamos em algo que tivesse a ver com a filosofia de nosso negócio, mirando a perfeição, a qualidade e a robustez", disse o country manager da provedora de tecnologia, Otávio Argenton. O dia também teve palestras com o economista Ricardo Amorim e o comentarista esportivo Reginaldo Leme.

A corrida pela modernização levou ao aumento de 17,6% no lucro bruto no mundo da SoftwareOne. Só aqui no Brasil, pretendem ampliar em 30% o quadro de funcionários, que hoje bate na casa das 330 pessoas. A explicação é simples: cada vez mais é preciso ter um atendimento mais profundo com o cliente e suas várias linhas de negócio, pois assim que saltam para o digital, a adaptação e a reestruturação não são instantâneas. Argenton explica um ponto chave para se entender esse passo em direção à nuvem: "Os fabricantes de softwares, por exemplo, não implementam nem fazem gestão de nada, isso é o nosso trabalho. Somos especialistas em adoção das soluções e gestão de controle do ambiente, custos, segurança e escalabilidade". Se a empresa não gere adequadamente seu custo de nuvem, por exemplo, ele pode explodir, explica o executivo. Atuando mais na linha cliente para cliente, a SoftwareOne ajudou a líder em gestão de restaurantes terceirizados, a multinacional brasileira Sapore, a migrar todo seu data center para a nuvem Microsoft Azure, ao longo de quatro meses. A SoftwareOne, aliás, é uma das maiores parceiras da empresa criada por Bill Gates em volume global de transações. Mesmo com os efeitos da pandemia diminuindo, 2022 vai ter um enorme movimento migratório: adeus, mundo analógico; olá, mundo digital.

"Queremos oferecer uma jornada do consumidor otimizada, por meio da tecnologia"

OTÁVIO ARGENTON
COUNTRY MANAGER

Cobiça

POR CELSO **MASSON**

CABRIO OU COUPÉ?
Na versão M420i, conversível, a capota é totalmente recolhida em apenas 10 segundos. Na M440i, o motor V6 turbo de 387 cavalos garante a performance nas estradas

EMOÇÕES COM E SEM CAPOTA

Bastam 10 segundos para que a capota do BMW 420i Cabrio M Sport se abra ou feche sobre os ocupantes. Em menos da metade desse tempo (4,8 segundos), seu irmão Coupé, o M440i, chega a 100 km/h. Pilotar cada um deles, na cidade ou na estrada, é diversão garantida. Mais que isso, chega a emocionar quem vai ao volante. O motor V6 turbo de 387 cavalos do Coupé entrega agilidade em respostas imediatas ao menor toque do acelerador. Mas não se preocupe com o exceso de velocidade. Os dois modelos são dotados de sistemas de assistência à condução, incluindo frenagem de emergência, que garantem total segurança aos ocupantes. Os preços partem de R$ 425.950 (Cabrio) e R$ 604.950 (Coupé).

DECORAÇÃO

COURO ASSINADO

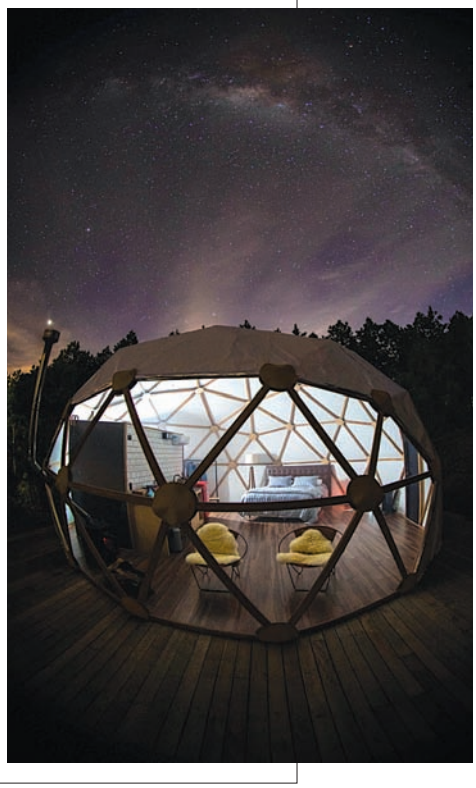
Marca autoral do arquiteto Jayme Bernardo, a Dieedro assina duas novas coleções da Salva Design de Mobiliário. Batizadas Dunas e Veredas, foram oficialmente lançadas no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba. No centro das criações está o couro, matéria-prima nobre, durável e atemporal. Segundo o arquiteto, Veredas faz referência direta à obra de Guimarães Rosa, enquanto a coleção Dunas tem como característica a mistura de materiais: metal e pedras brasileiras se complementam nas peças de linhas orgânicas e fluidas. A Salva pertence ao Grupo Minuano, com meio século de tradição em peles.

FOTOS: FABIAN KIRCHBAUER | RODRIGO FANTI | DIVULGAÇÃO

AVENTURA

CABANA **CHIQUE**

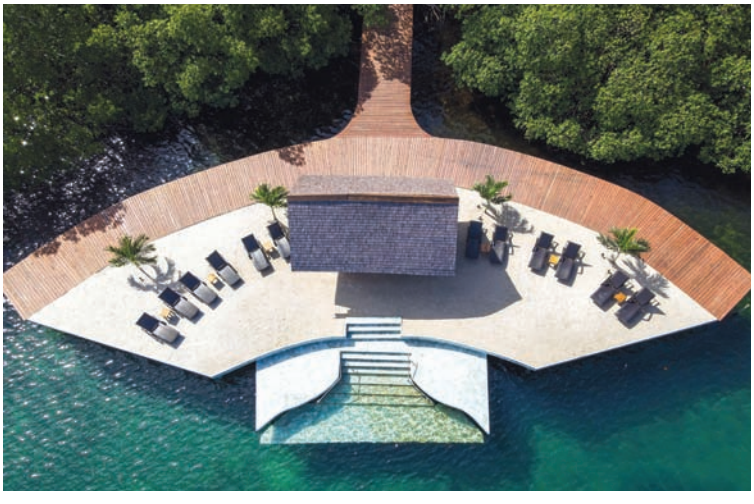
Lançada em 2020 com a proposta de ser uma das principais cabanas do turismo rural de luxo no País, a Nomad Place tem crescido rapidamente. Com 2 mil hóspedes e R$ 3 milhões de faturamento último ano, ela prepara sua expansão para além de São Bento do Sapucaí (SP), na Serra da Mantiqueira. "Percebendo a demanda e o encantamento das pessoas com as cabanas, decidi investir em outros modelos dentro da propriedade, como domos (foto) e casas nas árvores", disse o idealizador do projeto, Halmer Marques. A ideia é chegar a dez Nomad Places no Brasil em 2023.



BEBIDA

43 VERSÃO CHOCOLATE

Descobertos no México, os primeiros grãos de cacau foram levados à Espanha no século 16, conquistando o paladar europeu – e do mundo todo – das mais diferentes formas, inclusive em bebidas alcoólicas. Agora, graças a uma parceria com o chocolatier dinamarquês Anton Berg, a Zamora Company, que fabrica o Licor 43, acaba de lançar sua versão Chocolate. Com 16% de teor alcoólico, tem preço sugerido de R$ 209,00 (garrafa de 700 ml).



HOTEL

UMA PRAIA FLUTUANTE NO PANAMÁ

Inaugurado em setembro de 2021 com 16 vilas personalizadas sobre a água, o Bocas Bali, no Panamá, anunciou a conclusão da primeira praia flutuante do mundo. "Temos o refúgio privado mais fascinante da ilha e a única coisa que faltava era a praia", disse o proprietário e fundador Dan Behm. Chamada Kupu-Kupu, ela tem areia branca e acesso à água pode meio de uma plataforma de azulejos. As tarifas começam em U$ $ 1,1 mil. Informações: bocasbali.com

CAFÉ

R$ 14 MIL A SACA

Cultivado com sementes da Etiópia a 1.570 metros de altitude na região da Mogiana Paulista, o microlote Geisha, da Orfeu, foi premiado no Cup of Excellence (o Oscar do Café Especial), com a 87,47 pontos. Em leilão interncional, uma parte deste café alcançou R$ 14 mil (a saca), Ele é vendido na versão em grãos, em 500 garrafas numeradas, ao preço de R$ 190.

REVOLUÇÃO MINIMALISTA

EM TURIM, O JOVEM CHEF ITALIANO CHRISTIAN MANDURA SUBVERTE TOTALMENTE A GASTRONOMIA COM SEUS MICRORRESTAURANTES RADICAIS E SUSTENTÁVEIS

Edson ROSSI

Para a tradicionalíssima cozinha italiana, o modelo imaginado pelo chef Christian Mandura em seu primeiro restaurante já nasceu único e revolucionário. O Unforgettable foi aberto em Turim (Itália), a capital do Piemonte, no primeiro trimestre de 2019. Fica numa minúscula e estreita rua de apenas um quarteirão, a Lorenzo Valerio, a poucos passos do histórico Caffè Al Bicerin (1763). No ano passado, com dois anos de vida, conquistou sua primeira estrela Michelin. Tudo nele impressiona. Para menos. E é exatamente isso que faz sua grandeza.

Instalado num salão com tijolos aparentes de um prédio do século 17, tem só dez lugares, dispostos em bancos altos, como os de bar, junto a um balcão em 90 graus com o chef ao centro. Além do conceito de microrrestaurante, ele radicalizou no minimalismo dentro da cozinha. Tudo acontece em torno de um ousado e solitário menu degustação (90 euros por pessoa, sem bebidas) baseado em vegetais comuns transformados em protagonistas dos pratos. Apesar de as luzes não estarem nas proteínas, Mandura deixa claro o que pensa: "Nossa filosofia não exige a exclusão da carne e do peixe, mas quer conscientizar as pessoas sobre seu consumo."

Por isso, não se trata de um lugar para vegetarianos ou veganos, *disclaimer* que aparece na home page do site do restaurante. Ainda assim, sob seu comando na cozinha, a presença de carnes de porco, cordeiro ou peixes equivale a de coadjuvantes.

A À MESA

O jovem chef nascido em 1990 tem uma bagagem parruda. Começou na cozinha de um restaurante de pousada conduzido por sua mãe, o Geranio, que fica em Chieri, cidade colada a Turim. Ela cuidava da cozinha no almoço e o filho revolucionava a experiência no jantar. Com 25 anos, na época, trazia passagens tanto no tradicional e refinado Del Cambio, do chef Matteo Baronetto (uma estrela Michelin, Turim), como no aclamado Noma, de René Redzepi (três estrelas Michelin, Copenhague).

QUATRO LUGARES E UM ANIMAL O sucesso meteórico o levou ao mais recente projeto, aberto no começo de abril: o restaurante Paradigma. Sua radicalização eleva a experiência degraus acima. Numa primeira impressão, é uma espécie de oposto do Unforgettable. Ocupa outro piso no mesmo endereço, mas enquanto em um o protagonismo é dos vegetais, o Paradigma é "o paraíso dos animais". Há uma única mesa, com quatro lugares. Nada mais. Por 200 euros, bebidas inclusas, os sortudos comensais serão contemplados com o consumo de um menu baseado em um só animal, com tudo dele sendo servido.

Mandura sabe que o Paradigma remete a ser o avesso do Unforgettable em termos de protagonismo culinário. Mas diz que ambos têm o mesmo DNA. "O projeto é o oposto, mas o objetivo é o mesmo: a sustentabilidade", disse em entrevista ao jornal La Repubblica. Assim, o menu irá alternar animais escolhidos de acordo com a época. Até o fim de junho será cordeiro. Além de aproveitar todas as partes (sim, todas), ele será servido de todas as maneiras: da entrada à sobremesa, acompanhadas de vegetais silvestres. "Para mim, trata-se de sustentabilidade econômica, nutricional e ambiental." A trindade na qual ele vislumbra o futuro da alta gastronomia.

"Para mim, o futuro da gastronomia é a questão sustentável: econômica, nutricional e ambiental"

CHRISTIAN MANDURA
CHEF

RADICALISMO PARA POUCOS Aberto em 2019, o Unforgettable (acima) foi o primeiro projeto solo de Christian Mandura (à direita). Tem apenas dez lugares em torno de um balcão e já ganhou a primeira estrela Michelin. Em seus pratos, o protagonismo é dos vegetais, mas não é um lugar para veganos ou vegetarianos. No Paradigma, ele faz o oposto: todo o menu gira em torno de um animal

AS MELHORES DA DINHEIRO 2022

Vem aí o anuário **AS MELHORES DA DINHEIRO**, uma **Edição Especial** da revista **ISTOÉ DINHEIRO** que em 2022 chega à 19ª 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

iStock

77,7% DAS FAMÍLIAS TÊM DÍVIDAS

A alta da inflação e das taxas de juros elevou o endividamento das famílias brasileiras. De acordo com pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Brasil chegou a 77,7% de famílias com contas a vencer em abril. Trata-se do maior percentual de endividamento desde o início da série histórica, em janeiro de 2010, e um aumento de mais de dez pontos percentuais ante o mesmo período do ano passado. O levantamento mostrou ainda que 17,8% dos entrevistados se declararam muito endividados e 21,5% das famílias chegaram ao fim do primeiro quadrimestre com mais de 59% da renda comprometida com pagamento de dívidas, maior percentual desde janeiro de 2021.

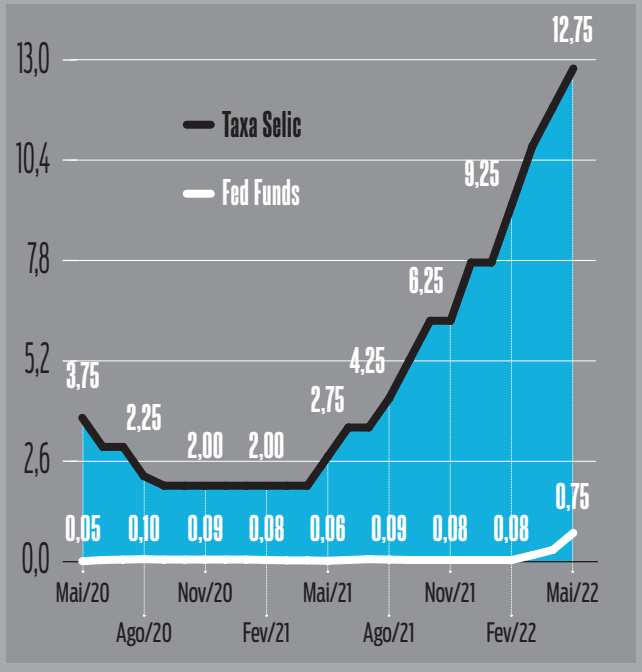
SELIC EM 12,75%, FED FUNDS A 0,75%

O Banco Central (BC) e o Federal Reserve (Fed), banco central americano, cumpriram o combinado na quarta-feira (4). No Brasil, a taxa Selic subiu um ponto percentual para 12,75% ao ano, maior nível desde 2017. Nos Estados Unidos, os Fed Funds, taxa referencial, foram elevados em 0,5 ponto percentual para 0,75% ao ano, maior elevação individual desde o ano 2000. Além disso, o Fed deverá reduzir sua carteira de títulos à razão de US$ 95 bilhões por mês. Apesar da alta dos juros, os comentários de Jerome Powell, presidente do Fed, após o anúncio da decisão tranquilizaram o mercado. Powell afirmou que o Fed avalia realizar aumentos de meio ponto percentual nas próximas reuniões, mas não deve ir além disso, descartando a hipótese de parte do mercado, que previa alterações de até 0,75 ponto percentual em cada reunião. Assim, a conta dos especialistas é que os Fed Funds deverão encerrar 2022 entre 2,75% e 3% ao ano. Por aqui, o Comunicado após a reunião do Copom indicou que o BC deverá voltar a elevar a Selic, mas em ritmo mais lento.

APERTO MONETÁRIO

Taxas de juros nos Estados Unidos e no Brasil

(Em % ao ano)



Fonte: Federal Reserve, Banco Central do Brasil

INDÚSTRIA: ATIVIDADE CAI A 51,8 PONTOS

A atividade da indústria brasileira vem perdendo força e em abril caiu para 51,8 pontos ante os 52,3 registrados em março, conforme o Índice de Gerentes de Compras (Purchase Management Index, ou PMI da sigla em inglês). Números acima de 50 indicam expansão da atividade, mas os fabricantes brasileiros estão enfrentando dificuldades provocadas por gargalos globais de logística, conforme informou a S&P Global, que faz o levantamento. Além do aumento dos preços dos insumos, o setor produtivo ainda enfrenta as incertezas entre os clientes, o que impede o aumento das vendas. Os negócios internacionais caíram pelo segundo mês consecutivo, devido às dificuldades com a demanda externa.

ABERTA A TEMPORADA DE RE

COM COTAÇÕES EM BAIXA, EMPRESAS ANUNCIAM NOVOS PROGRAMAS PARA AQUISIÇÃO DE AÇÕES NO MERCADO

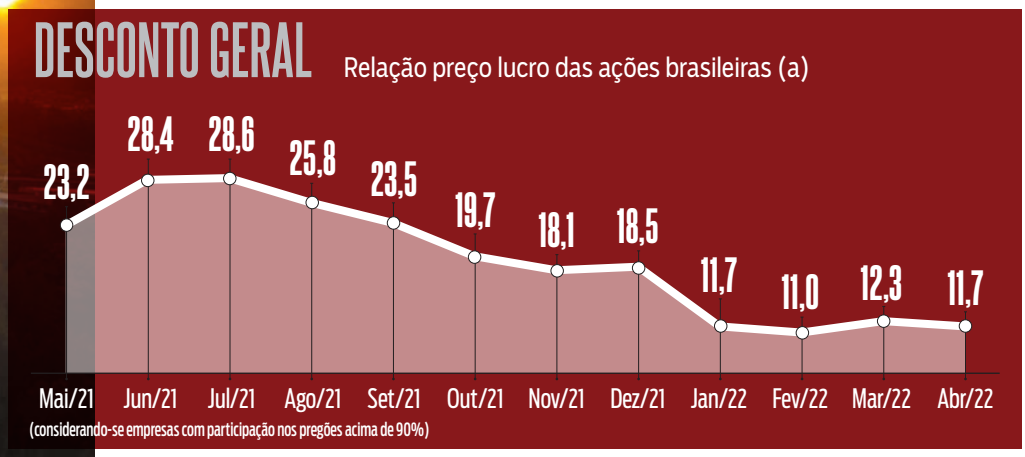
Anna FRANÇA

Está aberta a nova temporada de recompra de papeis no Brasil. Esse movimento começou no ano passado. Em 2021, o mercado de ações passou por uma prova de fogo, com a primeira baixa anual desde 2015. Nesse momento, muitas empresas aproveitaram as cotações baixas e o caixa abundante para anunciar novos ciclos de recompra. Com a desvalorização de 11,9% do Ibovespa, 106 programas foram abertos no ano passado, ante três em 2020. E até abril de 2022, 33 empresas engrossaram a lista de recompras, segundo a Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Populares nos Estados Unidos, os programas de recompra bateram um recorde histórico também por lá, onde movimentaram US$ 850 bilhões em 2021, alta de 5,4% ante os US$ 806 bilhões do recorde anterior, registrado em 2018. Os norte-americanos consideram a recompra uma opção mais barata do que a distribuição de dividendos, que são tributados.

Empresas como JBS, Cielo, Camil, Multilaser, Americanas, BTG Pactual, Grupo Soma, Lojas Renner e Raízen anunciaram programas. Na última semana, a Vale, ação mais negociada do pregão brasileiro, se juntou ao grupo para comunicar seu terceiro programa em menos de um ano. No primeiro programa, lançado em abril de 2021, a mineradora propôs-se a recomprar 5% das ações disponíveis. Foram mais 4% no programa seguinte, anunciado em novembro. Agora mostra que seu apetite não se satisfez, pois anunciou a recompra do equivalente a 10% do número de ações em circulação.

 FOTOS: BRUNO VEREZA/VALE I SERGIO ZACCHI / VALOR

NA ESTEIRA DO LUCRO Mineradora lançou três programas para recomprar ações em um ano



Fonte: Economatica

ECOMPRAS

O professor de finanças da Fundação Getulio Vargas (FGV), William Eid Júnior, disse que a recompra é uma estratégia interessante para as empresas quando elas acham que as ações estão sendo negociadas barato demais. "E há uma questão de assimetria de informações. A empresa conhece seus projetos e suas perspectivas melhor do que ninguém, então pode achar que suas ações estão subavaliadas e recomprar", afirmou. Para o chefe de análise da gestora Claritas, Daniel Almeida, o movimento é mais uma forma de remunerar os investidores. "É uma maneira de a companhia devolver aos acionistas o recurso que ela tem disponível. E ao reduzir o número de ações em circulação, ela também ajuda a valorizá-las", disse. Os números do mercado indicam que as ações estão baratas. A média da relação Preço/Lucro (P/L) das empresas com participação em mais de 90% dos pregões caiu bastante nos últimos meses. Em maio de 2021, a média era de 23,2. Ou seja, o lucro por ação seria igual ao preço de mercado em mais de 23 anos. Em abril de 2022, a média da mesma amostra era de 11,7, menos da metade. O enxugamento de custos decorrente da pandemia elevou os lucros e tornou as ações proporcionalmente mais baratas.

TESOURARIA Depois da recompra, a empresa pode manter as ações em tesouraria ou cancelá-las, reduzindo o capital. Para fazer isso, é preciso obter aprovação da assembleia de acionistas e pedir autorização para a CVM, anunciando a recompra em um fato relevante que indique o prazo da operação e o total de ações que a companhia pretende recomprar.

Se os papéis forem mantidos em custódia, a empresa pode usá-los para programas de remuneração aos funcionários. Ou pode revender quando as cotações tiverem subido. Isso gera lucros não-recorrentes, melhorando o resultado final e proporcionando um aumento nos proventos a serem distribuídos aos acionistas. E, finalmente, as ações em tesouraria são uma excelente moeda de troca em operações de fusão e aquisição, algo cada vez mais frequente dentre as companhias abertas. "Porém, acima de tudo, quando o volume de recompra for elevado, isso indica que a empresa está gerando bastante caixa e pode dar esse retorno aos investidores ou valorizar seus papéis", afirmou Almeida, da Claritas.

De qualquer maneira, um programa de recompra é uma sinalização aos investidores de que é bom ter ações daquela companhia e pode ser um alerta para comprar mais. Essa é a avaliação do analista de investimentos da Empiricus, Matheus Spiess. "Quem tem ações no momento da recompra deve manter, e quem não tem pode aproveitar para comprar", disse ele. "A recompra é um sinal de que o valor está abaixo do que deveria."

> **"A recompra é uma boa estratégia quando a empresa acha que os preços de suas ações estão baixos demais"**
>
> **WILLIAM EID JÚNIOR**
> PROFESSOR DA FGV

POR ANNA FRANÇA

PAPEIS AVULSOS

ALIANSCE E BRMALLS ACERTAM FUSÃO

O Conselho de Administração da brMalls finalmente aprovou, na sexta-feira (29), um acordo para combinar os negócios da empresa com a Aliansce Sonae. Se o negócio for confirmado pelos órgãos competentes, será criada a maior administradora de shopping centers da América Latina, com 69 unidades e valor de mercado de R$ 13 bilhões. A nova oferta de troca de ações foi considerada mais favorável aos acionistas do que as anteriores, sendo aprovada de forma quase unânime pela brMalls, dona do Shopping Villa Lobos. A Aliansce Sonae, dona do Shopping Leblon, ofereceu R$ 1,25 bilhão em dinheiro e a troca de cada ação da brMalls para 0,3940 ação da nova companhia. A relação oferece prêmio 17% acima da oferta, que previa um valor maior em dinheiro, de R$ 1,85 bilhão, mas uma relação de ações menor, de 0,3341. O negócio se arrasta desde janeiro. Ainda no setor, a Multiplan reportou lucro 270% maior no primeiro trimestre, de R$ 171,6 milhões, ante igual período de 2021.

CELULOSE

O PAPEL DO DÓLAR NO LUCRO DA SUZANO

A Suzano faturou R$ 9,74 bilhões no primeiro trimestre, alta de 10% ante 2021, e lucrou R$ 10,31 bilhões, revertendo o prejuízo de R$ 2,8 bilhões nos três primeiros meses de 2021. O lucro foi maior que a receita devido à variação do dólar, que provocou um ganho contábil líquido de R$ 7,63 bilhões. A geração de caixa medida pelo Ebitda ajustado no primeiro trimestre atingiu R$ 5,121 bilhões, alta de 5% na comparação anual. O lucro da concorrente Klabin saltou 108% no primeiro trimestre de 2022, para R$ 875 milhões.

PAGAMENTOS

RESULTADOS DE CIELO E GETNET

A processadora de pagamentos Cielo lucrou R$ 247,9 milhões no primeiro trimestre, queda de 6,5% em relação ao mesmo período do ano passado. Porém, a receita operacional líquida consolidada subiu 1,5% para R$ 2,76 bilhões. O Ebitda recorrente registrou alta de 52,1%. O volume transacionado (TPV) chegou a R$ 198,3 bilhões, alta de 23,9% na comparação anual. Já o lucro da concorrente Getnet no primeiro trimestre subiu 76% na comparação anual, para R$ 98,9 milhões. As receitas de prestação de serviços subiram 52,4%, para R$ 483 milhões.

ALIMENTOS

DESEMPENHO MAGRO DA MARFRIG

A lucro da Marfrig, um dos maiores frigoríficos brasileiros, caiu 61% no primeiro trimestre, para R$ 109 milhões. A receita líquida cresceu 30%, para R$ 22,3 bilhões, porém a companhia precisou contabilizar o investimento de R$ 795 milhões feito na aquisição de 33,3% da BRF. A líder global na produção de hambúrgueres informou que a demanda nos Estados Unidos continua aquecida, elevando a receita na região em 35%, para R$ 15,9 bilhões. A geração de caixa medida pelo Ebitda ajustado consolidado saltou 60,9%, alcançando R$ 2,75 bilhões no trimestre.

DESEMPENHO DAS EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE

MELHOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Petróleo e Gás	-8,66	31,16
Telecomunicações	6,34	18,66
Energia e Saneamento	-11,54	-2,57
Financeiro	-12,48	-11,49
Transportes	-10,00	-11,72

PIOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Imobiliário e Construção	-24,86	-52,46
Consumo e Varejo	-11,23	-43,59
Siderúrgico	-16,26	-37,45
Petroquímico	-9,95	-28,08
Mineração	-7,92	-15,7

Fonte: Austin Rating de 02/mai/2022

FOTOS: DIVULGAÇÃO

BANCOS

XP TEM GANHO DE R$ 987 MILHÕES

O lucro da XP subiu 17% nos primeiros três meses de 2022, atingindo R$ 987 milhões. Mas a margem ajustada caiu de 32,2% para 31,6% em 12 meses. A receita bruta também subiu 17% na comparação com os três primeiros meses de 2021, para R$ 3,2 bilhões. A geração de caixa medida pelo Ebitda ajustado foi 14% maior, para R$ 1,2 bilhão. O número de clientes ativos superou a casa dos 3,5 milhões e o de agentes autônomos cresceu 24%, totalizando 10,7 mil. O total de Ativos sob Custódia foi de R$ 873 bilhões, alta de 22% ante mesmo período em 2022. Ainda nesta semana, o Itaú pagou R$ 8 bilhões por fatia adicional de 11,36% na XP. A compra estava prevista desde acordo original firmado em 2017.

DESTAQUE NO PREGÃO

NÚMEROS ACELERADOS DAS **LOCADORAS**

A recuperação no mercado de aluguel de carros impulsionou os resultados das companhias do setor. O lucro da Localiza no primeiro trimestre subiu 7,3%, para R$ 517,4 milhões. A geração de caixa medida pelo Ebitda no período cresceu 41,3%, para R$ 1,13 bilhão. A companhia encerrou o primeiro trimestre de 2022 com 622 agências e uma frota de 293.322 carros, crescimento de 6,9% em relação a igual período de 2021. A concorrente Movida também apresentou bons resultados, com uma receita líquida recorde acima da casa dos R$ 2 bilhões , pela primeira vez, alta de 144% ante igual período. A locadora lucrou R$ 258,1 milhões, alta de 137% em relação ao primeiro trimestre de 2021.

AS 10 MAIS NEGOCIADAS DO IBOVESPA

Ação	Cotação (R$)	*% mês	% ano	% 12 M	% Índice
Vale ON	82,92	-0,4	10,5	-11,1	15,694
Petrobras PN	29,98	-1,0	15,2	65,1	6,875
Itaú Unibanco PN	23,75	-0,4	13,8	7,3	5,703
Bradesco PN	17,97	-0,1	3,3	-13,4	4,653
Petrobras ON	32,84	-1,8	16,1	82,8	4,463
B3 ON	12,80	-3,8	16,8	-21,0	3,849
AmBev ON	14,47	-0,3	-6,2	0,6	3,183
JBS ON	37,69	-0,4	-0,7	32,7	2,443
Brasil ON	32,98	-0,7	17,8	21,0	2,353
Itaúsa PN	9,15	-0,7	5,0	0,7	2,176

Fonte: Economática *02/05/2022

RENTABILIDADE DOS TÍTULOS PÚBLICOS (%)

*02/mai/22 (inclui JS = Juros Semestrais)

TÍTULO	VENC.	INDEXADOR	Últim. 30 dias	ano *	12 MESES
Tesouro Selic	01/03/2023	Selic	0,78%	3,36%	7,33%
Tesouro Prefixado (JS)	01/01/2023	Prefixado	0,67%	2,94%	2,59%
Tesouro IPCA+ (JS)	15/08/2024	IPCA	0,74'%	4,90%	7,70%
Tesouro IGPM+ (JS)	01/01/2031	IGP-M	0,10%	5,52%	8,21%
Tesouro Prefixado	01/01/2023	Prefixado	0,66%	2,84%	2,09%

BOLSAS NO MUNDO

02/05/2022			COTAÇÃO (MOEDA LOCAL)			VARIAÇÃO (US$)	
Mercado	Índice	Pontos	% mês	% ano	% 12 m.	% mês	% ano
Brasil	Ibovespa	106.639	-1,15%	1,73%	-10,54%	1,01%	-8,36%
Brasil	IBrX 100	45.669	-1,17%	2,05%	-11,35%	0,98%	-8,08%
EUA	Dow Jones	33.064	0,26%	-9,01%	-3,08%	0,26%	-9,01%
EUA	Nasdaq	12.536	1,63%	-19,87%	-9,78%	1,63%	-19,87%
Japão	Nikkei 225	26.819	-0,11%	-6,85%	-6,92%	0,18%	5,33%
China	Shanghai	3.047	0,00%	-16,28%	-11,60%	0,00%	-12,91%
Alemanha	DAX 30	13.939	-1,13%	-12,25%	-8,52%	-1,30%	-18,49%
França	CAC 40	6.426	-1,66%	-10,17%	2,49%	-1,83%	-16,55%
Reino Unido	FTSE 100	7.545	0,00%	2,17%	8,25%	-0,34%	-5,12%

Fonte: Austin Rating

MAIORES ALTAS DA SEMANA*

Ação	Setor	%
DOMMO	Petróleo e Gás	13,42
VAMOS	Serviços	10,28
TC	Financeiro	10,13
VIVER	Construção	9,09
BAUMER	Saúde	9,09

MAIORES BAIXAS DA SEMANA*

Ação	Setor	%
CEB	Energia	-25,21
WDC NETWORKS	Serviços	-21,10
INFRACOMM	Serviços	-19,73
LE LIS BLANC	Varejo	-18,34
ROSSI RESID	Construção	-18,30

Fonte: Austin Rating *25/04 a 02/05

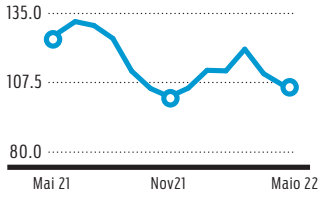
TERMÔMETRO DO MERCADO

O IBOVESPA EM UM ANO *	PONTOS
Ibovespa	106.639
Mínima	100.075
Máxima	131.190

Fonte: Economática *02/05/2022

IBOVESPA

em milhares de pontos



*Até05/06/2022

EM ALTA

24,1% foi a alta das vendas do varejo brasileiro em março na comparação com o mesmo período de 2021, segundo o indicador de consumo Mastercard SpendingPulse. O crescimento em comparação com o mesmo mês de 2020, o início da pandemia, foi ainda mais forte, com salto de 42,2%. As vendas on-line cresceram 21,8% em relação a 2021. O Mastercard SpendingPulse mede as vendas de varejo presenciais e on-line considerando todas as formas de pagamento.

EM BAIXA

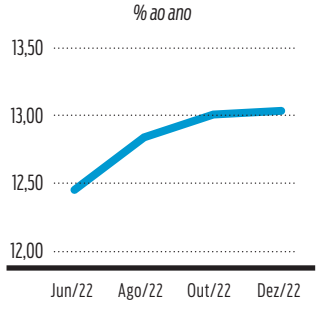
6,4 pontos foi a queda do Indicador de Incerteza da Economia (IIE-Br) calculado pela Fundação Getulio Vargas (FGV). O índice recuou para 114,9 pontos em abril. Foi o menor nível desde os 112,9 pontos registrados em janeiro de 2020, período anterior à pandemia. Segundo a FGV, a queda na incerteza deveu-se a uma visão menos pessimista do impacto potencial de curto prazo do conflito entre a Rússia e a Ucrânia sobre a economia brasileira.

INDICADORES ECONÔMICOS

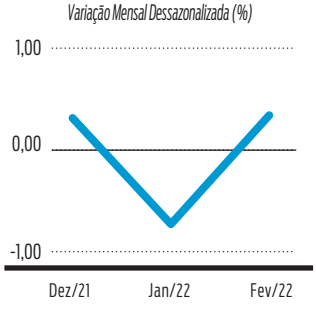
PIB CRESCIMENTO (FONTE: BANCO CENTRAL)	4º TRI/21	3º TRI/21	2º TRI/21	1º TRI/21	2021
PIB (DESSAZ.)	0,5%	-0,1%	-0,3%	1,3%	4,6%
PIB EM US$ BILHÕES *	1.608,2	1.576,4	1.414,3	1.444,5	1.608,2
ATIVIDADE **	**FEV/22**	**JAN/22**	**DEZ/21**	**NOV/21**	**NO ANO**
PRODUÇÃO INDUSTRIAL (IBGE)	-4,3%	-7,2%	-5,0%	-4,4%	-5,8%
VOLUME DE VENDAS NO VAREJO RESTRITO (IBGE)	1,3%	-1,5%	-2,9%	-4,2%	-0,2%
TAXA DE DESEMPREGO - PNAD CONTÍNUA (IBGE)	11,2%	11,2%	11,1%	11,6%	11,2%
UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA (CNI) - DESSAZ.	81,0%	81,0%	80,8%	81,2%	81,0%
INADIMPLÊNCIA ***	**FEV/22**	**JAN/22**	**DEZ/21**	**NOV/21**	**MÉDIA EM 2021**
PESSOA FÍSICA ATÉ 90 DIAS	4,2%	4,2%	3,9%	4,0%	4,2%
PESSOA F. ACIMA DE 90 DIAS	4,7%	4,6%	4,4%	4,3%	4,7%
PESSOA JURÍDICA ATÉ 90 DIAS	1,5%	1,5%	1,3%	1,3%	1,5%
PESSOA J. ACIMA DE 90 DIAS	1,5%	1,6%	1,5%	1,7%	1,6%
CONTAS PÚBLICAS (% PIB)* (A)	**FEV/22 A MAR/21**	**JAN/22 A FEV/21**	**DEZ/21 A JAN/22**	**NOV/21 A DEZ/20**	**OUT/21 A NOV/20**
RESULTADO NOMINAL	3,38%	3,62%	4,42%	4,71%	4,69%
RESULTADO PRIMÁRIO	-1,40%	-1,23%	-0,75%	-0,15%	0,24%
	FEV/22	**JAN/22**	**DEZ/21**	**2021**	**2020**
DÍVIDA BRUTA DO GOVERNO GERAL	79,16%	79,53%	80,27%	80,27%	88,59%
DÍVIDA BRUTA INTERNA	68,82%	68,71%	69,12%	69,12%	77,58%
DÍVIDA BRUTA EXTERNA	10,33%	10,82%	11,15%	11,15%	11,01%
CONTAS EXTERNAS (US$ MILHÕES)	**MAR/22**	**FEV/22**	**JAN/22**	**DEZ/21**	**NO ANO**
INVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO	-	11.843	4.709	-3.935	16.552
EXPORTAÇÕES	29.059	23.490	19.734	24.432	72.283
IMPORTAÇÕES	21.711	18.909	19.864	20.419	60.484
SALDO COMERCIAL	7.348	4.581	-131	4.013	11.799
SALDO EM TRANSAÇÕES CORRENTES	-	-2.414	-8.065	-5.813	-10.479
RESERVAS INTERNACIONAIS LÍQUIDAS	-	357.740	358.398	362.204	357.740
DÍVIDA EXTERNA TOTAL	-	328.932	329.206	325.440	328.932

** Acumulado 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 econômicas do BACEN*

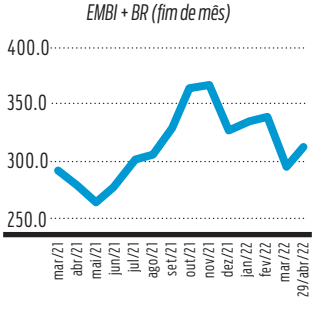
JUROS FUTUROS 02/05/2022



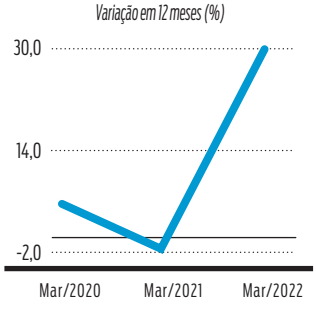
IBC-BR (BC)



RISCO-PAÍS



ARRECADAÇÃO FEDERAL (REC. FEDERAL)



PRINCIPAIS ÍNDICES

INFLAÇÃO	ABR/22	MAR/22	FEV/22	NO ANO	12 MESES
IPC - FIPE	1,28%	0,90%	0,74%	2,95%	10,96%
IGP-M (FGV)	1,74%	1,83%	1,82%	5,49%	14,77%
IGP-DI (FGV)	2,37%	1,50%	2,01%	6,00%	15,57%
IPCA (IBGE)	1,62%	1,01%	0,54%	3,20%	11,30%
IPCA - NÚCLEO MM SUAVIZADO	1,04%	0,94%	1,06%	3,07%	9,30%
JUROS/APLICAÇÃO	**ABR/22**	**MAR/22**	**FEV/22**	**NO ANO**	**12 MESES**
CDI	0,83%	0,93%	0,76%	3,29%	7,11%
TLP	0,44%	0,43%	0,42%	1,72%	4,38%
POUPANÇA	0,56%	0,60%	0,50%	2,23%	4,75%
TJLP	0,55%	0,49%	0,49%	2,05%	5,40%
CDB/RDB - TAXA PREFIXADA MÉDIA	0,84%	0,93%	0,75%	3,38%	8,80%
CÂMBIO/PETRÓLEO		**02/05/2022**	**NO MÊS**	**NO ANO**	**12 MESES**
REAIS/US$ (COMERCIAL VENDA)		-	1,28%	0,90%	2,95%
US$/EURO		1,41%	1,74%	1,83%	6,98%
IENE/US$		-	2,37%	1,50%	6,00%
PETRÓLEO À VISTA BRENT (US$/BARRIL)		-	1,62%	1,01%	3,20%
MERCADOS FUTUROS 02/05/2022		**MAI/22**	**JUL/22**	**SET/22**	**NOV/22**
CÂMBIO (R$/US$)		4,919	5,177	5,269	5,349
		JUN/22	**AGO/22**	**OUT/22**	**DEZ/22**
DI DE 1 DIA (% A.A.)		12,47	12,86	13,02	13,05
		JUN/22	**AGO/22**	**OUT/22**	**DEZ/22**
IBOVESPA (PONTOS)		107.884	109.996	111.909	114.004
		MAI/22	**JUL/22**	**SET/22**	**DEZ/22**
CAFÉ ARÁBICA (60KG - ICF)		262,60	267,70	268,50	267,60

Material elaborado pela empresa de análise de risco Austin Rating. www.austin.com.br

 FOTO: MAURO PIMENTEL/AFP

PALAVRA DO GESTOR

ROBERTA ANTUNES, SÓCIA DA HASHDEX

Por que a Hashdex decidiu lançar um fundo na Suíça?
A Hashdex é a maior gestora de criptoativos da América Latina e decidiu listar seu primeiro Exchange Trade Product (ETP) de criptoativos na Europa. O objetivo é auxiliar investidores a obter uma exposição segura e diversificada neste mercado. Nosso primeiro produto, o HASH11, segue o índice Nasdaq, nossa parceira global. Estamos fazendo o mesmo na Europa.

Como é esse produto?
É um fundo listado em bolsa. É semelhante a um Exchange Trade Fund (ETF), com a diferença que ele é estruturado como se fosse uma dívida. Está baseado no Nasdaq Crypto Index Europe ETP. Nosso produto oferece beta. Ou seja, segue um índice de mercado e não tenta superá-lo. É diferente dos produtos que oferecem alfa, e que visam bater indicadores.

Por que a Suíça?
A Suíça oferece várias vantagens. É um dos países mais amigáveis para os criptoativos. Há até uma região chamada Cripto Valley. Tem um ambiente regulatório favorável, o que vai nos ajudar a expandir o portfólio de produtos e fazer daqui um hub para o resto da Europa. A SIX Swiss Exchange é o principal mercado de ações suíço. Criamos produtos dentro desse ambiente regulado, que dá ao investidor o acesso e a segurança do mercado de capitais. Tudo de forma simples e segura para o investidor.

QUEM É E O QUE FAZ

- Formada em Marketing pela ESPM - RJ
- Passou pela B2W e foi uma das fundadoras do site Hotel Urbano em 2011
- Entrou na Endless Inc, como CEO Global em São Francisco

Como vê os avanços regulatórios desse mercado no Brasil?
Estamos acompanhando essas mudanças atentamente. O Brasil é um dos países que mais vem avançando na regulação de criptoativos. Montamos uma estrutura que pode impulsionar ainda mais os produtos. O segundo maior ETF negociado na B3 é o da Hashdex. Os reguladores brasileiros buscam aumentar a segurança aos investidores e tornar mais difícil que eles caiam em golpes.

Quanto a Hashdex planeja movimentar?
O ETP que começa agora na Europa nasce com US$ 20 milhões. Mas a Hashdex já tem mais de US$ 1 bilhão sob gestão e 260 mil cotistas. Somos a maior gestora de criptomoedas da América Latina. Começamos o trabalho há três anos no Brasil e achamos que há muito mais espaço para crescer aqui no mercado brasileiro.

NOTAS

J&F COMPRA GESTORA DE RECURSOS

A J&F, holding da família Batista que controla a JBS, adquiriu a gestora de recursos Lecca. Fundada em 1975 como uma consultoria, a empresa atua desde 1981 na gestão de recursos, e tornou-se uma financeira em 1993. No balanço referente ao primeiro semestre, a Lecca obteve receitas de R$ 14 milhões e registrou um prejuízo de R$ 110 mil. A holding J&F possui outras empresas financeiras, como o banco Original e a companhia de pagamentos PicPay.

BRADESCO LANÇA FUNDOS LIGADOS À INFLAÇÃO

A empresa de gestão de recursos do Bradesco lançou dois fundos indexados à inflação. A estratégia é superar o índice IMA-B5, que mede a remuneração dos títulos Tesouro IPCA com prazo de até cinco anos. Os dois produtos permitem liquidez após 30 dias. Os fundos são o Bradesco Crédito Privado Inflação, que cobra 0,35% de taxa de administração e tem aplicação mínima de R$ 10 mil, e o Bradesco Debêntures Incentivadas Inflação, que cobra 0,50% de taxa de administração e com aplicação mínima de R$ 100.

VEEDHA ATINGE R$ 7 BILHÕES EM ATIVOS

A Veedha Investimentos, ligada à XP, vai bater R$ 7 bilhões em ativos sob custódia. A empresa foi fundada em 2017 por sete profissionais de private bank e atualmente emprega 120 agentes. A contratação mais recente foi de João Albino Winkelmann, ex-diretor de private bank do Bradesco. A meta da companhia, segundo o presidente Rodrigo Marcatti, é chegar a R$ 10 bilhões em ativos até o fim de 2023.

ARTIGO

POR **CELSO MASSON***

ELON MUSK, GUCCI, PETROBRAS, INFLAÇÃO E JUROS

Ao propor cortar os valores pagos a executivos e conselheiros do Twitter, o homem mais rico do mundo sinalizou que sua gestão não será perdulária. Dar o lucro é o objetivo de toda empresa — exceto quando isso significa elevar o custo de vida e penalizar toda a atividade econômica

Antes de adquirir o Twitter por US$ 44 bilhões, Elon Musk já havia se enfronhado nos detalhes da gestão da empresa, incluindo salários e bônus. Avisou que iria zerar a remuneração dos conselheiros para economizar US$ 3 milhões ao ano. Pode parecer uma ninharia para o homem mais rico do mundo, mas a conta dele vai além: os executivos com salário baseado em ações do Twitter receberam US$ 630 milhões em 2021, um aumento de 33% em relação a 2020. O valor é baixo se comparado aos US$ 10,89 bilhões pagos no mesmo período a funcionários da Alphabet (dona do Google) e aos US$ 9,16 bilhões pagos pela Meta (dona de Facebook, Instagram e Whatsapp). A diferença se explica no valor de mercado de cada uma. Enquanto o Twitter custou a Musk US$ 44 bilhões, a Alphabet vale cerca de US$ 2 trilhões. A Meta, que já chegou a valer US$ 1 trilhão, no início deste ano saiu da lista de dez maiores do mundo ao ser avaliada em US$ 565 bilhões. Mesmo assim, vale quase 13 vezes o Twiter. A Alphabet, 45 vezes. Proporcionalmente a seu tamanho, o Twitter pagou 2,6 vezes mais bônus que a Alphabet. Dar lucro é o objetivo de toda empresa. Distribuir dividendos é a consequência de uma gestão bem-sucedida e o prêmio para quem deu resultado.

Reduzir as despesas e aumentar a rentabilidade do Twitter foi uma das premissas para que bancos emprestassem o dinheiro que Musk investiu na compra da rede. Ninguém quer investir em uma empresa perdulária. Uma cena do sensacional filme "Casa Gucci", de Ridley Scott, ilustra bem esse tema. Em 1996, em um encontro com o então CEO e dono de 50% da empresa, Maurizio Gucci, os investidores que haviam adquirido o restante do grupo questionaram os gastos pessoais que ele vinha fazendo com o caixa da companhia. Na conta havia itens como um apartamento de US$ 7 milhões, um relógio de US$ 3 milhões, uma Ferrari e uma Lamborghini. Para evitar que a grife acumulasse um novo ano de prejuízo, os sócios ofereceram US$ 150 milhões pela metade que cabia ao herdeiro. Ele recusou a oferta. Por outros motivos (não darei spoiler), Maurizio saiu de cena. A Gucci vale hoje cerca de US$ 60 bilhões. Isso talvez não fosse possível com o perdulário modelo de gestão anterior.

Quando se fala em aplicar às estatais os princípios que garantem o sucesso das companhias privadas, logo se pensa em demissões, sinergias, ganhos de eficiência. É verdade que há gestões desastrosas nos dois mundos, assim como há casos de sucesso em ambos. A diferença é que uma empresa pública não tem apenas uma "razão social". Ela precisa ter também um propósito social. E isso nos leva à maior estatal do País, a Petrobras. Desde o início do governo Bolsonaro, dois presidentes da petroleira foram afastados pelo mesmo motivo: o alinhamento de preços dos combustíveis no Brasil às cotações internacionais.

Na última semana, novos reajustes encareceram o diesel, a gasolinha e o gás de cozinha. Desta vez, não houve pressão do chefe do executivo para segurar as altas. Segundo o presidente da estatal, José Mauro Coelho, Bolsonaro já "entendeu a questão de preços de mercado". A declaração foi dada em entrevista ao jornal O Estado de S. Paulo na edição da quarta-feira (4), véspera da divulgacão do excepcional lucro da companhia no primeiro trimestre do ano. Segundo Coelho, em 2014 a empresa tinha dívida de US$ 160 bilhões "por causa de uma política equivocada de preços". Não há dúvida de que a paridade internacional dos combustíveis gera lucro para a estatal. O problema é que essa paridade gera também inflação.

As altas recordes nos preços dos combustíveis estão entre os fatores que mais pesam no custo de vida dos brasileiros. Com o IPCA chegando a 12% nos últimos 12 meses, a autoridade monetária é obrigada a aumentar os juros. Na quarta-feira (4), o Banco Central elevou a taxa Selic para 12,75% ao ano. Isso encarece o crédito, aumenta o endividamento das empresas e das famílias — e retarda a retomada do crescimento, com efeitos terríveis sobre a geração de empregos. É verdade que, mesmo sendo uma empresa pública, a Petrobras não tem a responsabilidade de atuar sobre a inflação. Ela visa o lucro e isso é louvável. O que ela não pode — ou não deveria — é atrelar sua lucratividade a aumentos que prejudicam a economia brasileira como um todo.

**Celso Masson é diretor de núcleo da DINHEIRO*

Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade

Renaissance São Paulo Hotel

13 de Maio - 09h00

Realização

INICIATIVA EMPRESARIAL PELA IGUALDADE RACIAL

Comunicação

ISTOÉ Dinheiro

Apoio

FÓRUM DE EMPRESAS E DIREITOS LGBT+

+Mulher 360

Inscreva-se

Ou no link:

iniciativaempresarial.com.br/melhores-praticas/

DO TAMANHO DO BRASIL 2 TEMPORADA

Em cada lugar do **nosso país, o empresário nunca está sozinho.** Pode contar com a gente. **Nosso orgulho de fazer parte da sua história é gigante.**

DO TAMANHO DO BRASIL

Confira no depoimento de empresários de todo o País como a CNC, as Federações e os Sindicatos podem fazer a diferença para o seu negócio.

CNC · Federações · Sindicatos · Sesc · Senac

Sistema Comércio

dotamanhodobrasil.com.br