

revista ANEFAC

Ano 23 • Número 188

Julho/Agosto 2017



NOVO CENÁRIO DE NEGÓCIOS

DESENHADO PELA
TECNOLOGIA DISRUPTIVA

ESPECIAL:

Congresso ANEFAC 2017 teve a economia compartilhada como tema central para compreender o novo ambiente de negócios

ADMINISTRAÇÃO:

As influências da tecnologia nas relações de trabalho, *networking* e novos negócios

CONTABILIDADE:

Como o conceito de *Business Intelligence* contribui para seleção de informações relevantes no setor contábil

CARREIRA:

O comportamento nos meios digitais pode elevar ou derrubar seu perfil profissional



A certificação é obrigatória e a escolha pela Serasa Experian é inteligente.



Empresas com mais de 5 funcionários, optantes pelo Simples ou que agora precisam enviar informações fiscais e contábeis ao SPED, devem tirar o Certificado Digital.

Certificado Digital é com a Serasa Experian. Além do melhor custo x benefício para sua empresa e do melhor atendimento, só a Serasa Experian tem mais de 45 anos de atuação transparente e confiável.

Não se esqueça: Certificado Digital é coisa séria, fique atento às datas, não deixe para a última hora e faça sempre seu Certificado Digital com quem mais entende, a Serasa Experian.

Compre já: certificadodigital.com.br



Nossa aposta



“A ANEFAC tem certeza de que o momento que o Brasil atravessa é oportuno para fazer a limpeza que deve ser feita. Este é um momento histórico para nós, brasileiros”

A

ANEFAC é uma entidade que há aproximadamente 50 anos vem representando, em âmbito nacional, os executivos de Finanças, Administração e Contabilidade. A entidade tem sido referência há 20 anos com o Troféu Transparência, que premia empresas preocupadas com a divulgação transparente de suas informações financeiras ao mercado.

A ANEFAC tem ciência de que o Brasil tem passado por uma das piores recessões que o país já teve. No entanto, entende que, mesmo com o nível de desemprego recorde, a economia tem melhorado nos últimos tempos, com tendência de taxas de juros a um dígito e inflação por volta dos 4% ao ano.

A instituição sabe da importância da aprovação de reformas, quer seja previdenciária e/ou trabalhista, para colocar o país nos eixos de competitividade e sobrevivência do Estado. Ressalta-se que essas reformas devem, antes, ser discutidas com a população para que alguns setores não sejam beneficiados/prejudicados por outros.

A ANEFAC não compactua, no entanto, com relações entre empresas e governo (e cidadão, por que não?) de forma escusa e ilícita. Entende que a corrupção deve ser erradicada em todas as esferas e níveis hierárquicos.

A ANEFAC tem certeza de que o momento que o Brasil atravessa é oportuno para fazer a limpeza que deve ser feita. Este é um momento histórico para nós, brasileiros.

Neste sentido, a ANEFAC não mede esforços com seus associados, conselheiros e diretores para fazer um Brasil melhor.

A ANEFAC aposta nisso.

Edmir Lopes de Carvalho
Presidente da ANEFAC



10 GIRO ANEFAC

11 GIRO DIRETOR

12 PERSPECTIVAS ECONÔMICAS

16 EVENTO

18 ESPECIAL

26 FINANÇAS

30 ADMINISTRAÇÃO

34 CONTABILIDADE

38 CARREIRA

40 PERFIL

42 HOBBY

44 ARTIGO

46 REUNIÕES TÉCNICAS

6

ENTREVISTA

Para a antropóloga Hilaine Yaccoub, as melhores estratégias contemporâneas para empresas tem abordagem no humano, e não no consumidor



Revista ANEFAC

Uma publicação da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade
Rua 7 de Abril, 125 - 4º andar - Cj. 405
CEP 01043-000 - Centro - São Paulo/SP
Fone: 11 2808-3200 / Fax: 11 2808-3232
www.anefac.com.br
comunicacao@anefac.com.br

Presidente: Edmir Lopes de Carvalho

Conselho Editorial: Renato Zuccari (Diretor Responsável), Andrew F. Storfer, Carlos Ribeiro, José Ronoel Piccin, Louis Frankenberg, João Carlos Castilho Garcia e Roberto Vertamatti

VICE-PRESIDÊNCIAS - ÁREA TÉCNICA

Finanças

Carlos Aragaki (*Head*)

Contabilidade

Edinilson Apolinário (*Head*)

Administração

David Kállas (*Head*)

REGIONAIS

São Paulo

Marta Pelucio (Vice-Presidente)

Rio de Janeiro

Ana Cristina França (Vice-Presidente)

Bahia

Vinicius Rego (Vice-Presidente)

Paraná

Leandro Camilo (Vice-Presidente)

VICE-PRESIDÊNCIAS - ÁREA INSTITUCIONAL

Administração e Finanças

Marcus Beszile (Vice-Presidente)

Associados e Parcerias

Milton Toledo (Vice-Presidente)

Relações Institucionais

Maria Helena Pettersson (Vice-Presidente)

Eventos

Andréia Fernandez (Vice-Presidente)

Mídias Sociais e Comunicação

Jussara Goyano (Vice-Presidente)

Conselho de Administração:

Amador Alonso Rodriguez (Presidente), Andrew F. Storfer, Antonio Carlos Machado, Carlos Roberto Matavelli, Charles Barnsley Holland, Clóvis Ailton Madeira, Gennaro Oddone, João Carlos Castilho Garcia, José Ronoel Piccin, Pedro Lucio Siqueira Farah, Roberto Vertamatti e Rubens Lopes da Silva

Sede:

Superintendente: Carlos Ribeiro
Associados: Luciana Lima
Comercial: Talita Dias
Comunicação: Taluama Cabral e Cinthya Araújo
Eventos: Juliana Spalding
Financeiro: Maria Penha Costa

Jornalista responsável:

Carolina Bridi (Mtb 54.739)

Editora: Carolina Bridi

Repórteres: Andrea Fagundes, Carlos Eduardo Batista e Jennifer Almeida

Design: Patrícia Barboni

Projeto gráfico:



As opiniões expressas nos artigos assinados são de inteira responsabilidade de seus autores.

Imagem da capa: projetada por freepik

PROGRAMA EDUCAÇÃO CONTÁBIL CONTINUADA.

Educação Profissional continuada do CFC,
obrigatória para contadores.

Como uma empresa capacitadora do CRC, nossos treinamentos valem pontos para o Programa de Educação Continuada. Desenvolvemos programas com exclusividade que vão auxiliar sua atualização profissional de maneira simples e prática.

	PREMIUM	MASTER	PLENO
40 Pontos no Programa de Educação Continuada	✓	✓	✓
Todo Portfólio de Cursos Credenciados	✓	✓	✓
Todo os Eventos, Seminários, Conferências e Congressos	✓		
Entrega do Relatório de Atividades	✓	✓	✓
Vagas Reservadas e Garantidas	✓		
Remarcação de Aulas Perdidas	✓	✓	
2º Via de Documentação	✓		
Livros de Contabilidade conforme bibliografia	✓	✓	
Agenda IOB 2017	✓		
Credencial para o Master Class IFRS 2018	✓		

INICIE JÁ SUA CAPACITAÇÃO OBRIGATÓRIA! LIGUE PARA 0800 724 7777 E SOLICITE A LISTA DE CURSOS CREDENCIADOS.
CÓDIGO: FPEC-317

***IOB Educação**

Regras e observações:

- Este programa inclui apenas cursos credenciados pela IOB, não sendo possível incluir cursos de outras instituições no relatório.
- Para aquisição dos pontos é necessário participar dos cursos credenciados, assinando a lista de presença do curso, que será arquivada pela IOB para comprovação de participação.
- Curso web: Para aquisição dos pontos é necessário participar dos cursos credenciados, obtendo 75% de acesso aos cursos. A IOB se responsabiliza em arquivar estes documentos para futuras auditorias.
- Os cursos deverão ser realizados até o dia 15/12/2017 e o relatório de atividade* será entregue pela IOB até 10/01/2018, e a entrega para o CRC, de responsabilidade do contador deverá ocorrer até 31.01.2018

*Exceto para residentes de São Paulo.



CENTRAR NO HUM

PARA TENTAR ENTENDER MAIS A FUNDO AS CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DO COMPORTAMENTO HUMANO RESPONSÁVEL PELA IMPOSIÇÃO DE TANTAS MUDANÇAS NA FORMA DE SE FAZER NEGÓCIO, CONVERSAMOS COM A ANTROPÓLOGA HILAINE YACCOUB, DOUTORA EM ANTROPOLOGIA DO CONSUMO. FAZENDO A PONTE ENTRE O CONHECIMENTO ACADÊMICO E SUA APLICAÇÃO AO MERCADO, A PROFESSORA DO IED (INSTITUTO EUROPEU DE DESIGN) E DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS AFIRMA QUE EMPATIA, *SHARING ECONOMIES*, REDES SOCIAIS E CONSUMO DE EXPERIÊNCIA SÃO ALGUNS DOS TEMAS QUE DITAM AS REGRAS NAS MELHORES ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS PARA EMPRESAS.



Revista ANEFAC: **O que o fenômeno da economia compartilhada representa na questão comportamental do ser humano diante do contexto antropológico atual?**

Hilaine Yaccoub: A economia de compartilhamento é o modo pelo qual as pessoas apostam em trocas. O relacionamento é mais importante que o objeto/serviço em si. O que importa é ser útil ao outro e à rede que se faz parte. É uma economia do *gifting*, como diria o sociólogo Marcel Mauss. É quando o coletivo se sobrepõe ao indivíduo e uma economia íntima se faz presente porque eu, fazendo parte de uma rede, conheço as necessidades reais dos outros e estou imbuído a auxiliá-lo, pois, uma vez solicitado se abre possibilidade para ser solicitante. Em tempos de crise e falta de confiança nas instituições, estamos cada vez mais propensos a valorizar aquilo que nos une, a encontrar uns nos outros um meio de confiança e segurança.

R.A.: **Pode-se dizer que o compartilhamento de produtos e serviços é uma volta às origens coletivas do comportamento humano?**

H.Y.: Não é uma volta, porque ele sempre existiu. Em escalas menores, em lugares mais remotos ou isolados. No entanto, é preciso entender que em momentos de situações extremas há uma maior sensibilidade empática, as pessoas são mais solidárias inclusive. O problema é fazer destas situações uma prática comum,

transformar o que um dia foi tão “normal” em algo cotidiano e rotineiro novamente. Precisamos confiar mais e nos abrir para relacionamentos de confiança, mesmo sendo um risco.

R.A.: **Isso seria uma resposta instintiva da natureza humana ao intenso movimento de evoluções tecnológicas que nos trouxeram à hiperconectividade, sobrecarga de informação e impessoalidade?**

H.Y.: Não, a hiperconectividade proporciona uma maior coesão da rede de relações inclusive. Quantos grupos de WhatsApp são formados para trocas? Milhares. Acredito que demonizar a cultura da conexão seja um caminho muito superficial. Estamos em uma era que não separamos *on* e *offline*. Está tudo interligado e a Internet promove relacionamento, cultura de comunidade, intimidade, etc. Há quem forme amigos pela rede *web*, há quem encontre amor por aplicativos de relacionamento. A evolução tecnológica é mais uma dentre tantas outras, como a descoberta do fogo, da roda, etc. Precisamos apenas nos acostumar a lidar com este instrumento de forma plena e sem medo.

R.A.: **Como as pessoas estão valorizando a coletividade ao mesmo tempo em que as ferramentas tecnológicas proporcionam isolamento?**

H.Y.: Discordo que as ferramentas tecnológicas proporcionem isolamento.

IANO, E NÃO NO CONSUMIDOR

Acredito que atualmente somos muitos em vários meios tudo ao mesmo tempo agora. Somos avatares, perfis, fotos de capa, seguidor, *profile*. Dentro destes muitos meios também há coletividades, há grupos de afinidades, há conexão. O problema é acreditar que rede ou relacionamento seja apenas o presencial. Precisamos rever os conceitos.

R.A.: Qual o impacto que se pode esperar do excesso de informação no dia a dia pessoal e profissional que vivenciamos hoje?

H.Y.: Angústia, ansiedade, não dá para saber tudo, não dá para controlar tudo. Como dizia o poeta, navegar é preciso. De precisão, devemos aprender a usar a Internet a nosso favor, como uma ferramenta que transforma a informação em conhecimento. Conhecimento é o acúmulo de informação de forma aprofundada, direcionada e, portanto, eficaz para o que se pretende. Acredito que o maior desafio do novo milênio é justamente encontrar equilíbrio em tudo que se faz, na vida pessoal ou profissional.

R.A.: Quais os efeitos, se houver, das redes de influenciadores no ambiente corporativo e na forma de se fazer negócios?

H.Y.: Influenciador é aquele que desperta emoções, cativa através de um modo próprio de ser e comunicar, possui o dom do carisma e sabe acionar mecanismos de adesão. No ambiente corporativo é aquele que lidera, e um líder só é líder quando é eleito pelos outros, aqueles que vão se tornar seus discípulos por vontade própria. Engajar, fazer o outro crescer, auxiliar em momentos difíceis, entender limitações e buscar fortalezas são imperativos de líderes de redes. O núcleo de uma rede tem o poder de transformar o meio que trabalha e vive, não dita ordens, dita regras para todos, inclusive ele mesmo. O influenciador faz

parte, tem uma relação assimétrica, mas isto não significa que seja melhor que os outros, apenas possui mais responsabilidades com os outros. Servir é um poder, e um influenciador foi feito para servir.

R.A.: Como os estudos de tendências de comportamento podem ajudar as empresas em suas estratégias e modo de fazer negócios?

H.Y.: Através do olhar atento à cultura organizacional, criando fluxos de conversações, examinando estruturas e hierarquias que não condizem mais com o modo de pensar e ser das novas gerações. Hoje precisamos pensar que existem moedas sociais, onde o pessoal e o profissional se misturam. As pessoas de modo geral querem lidar com pessoas que admiram, e encontrar valores e propósitos em pessoas que tenham aderência com a cultura da empresa é um caminho. As empresas precisam estar atentas para o novo, para o futuro e por isso devem mergulhar no presente. Os *insights* estão nos detalhes que passam despercebidos. Precisamos de profissionais que usem as lentes certas para enxergar detalhes da vida cotidiana.

R.A.: Até que ponto pode-se esperar transformações econômicas causadas pela tendência do consumo colaborativo?

H.Y.: Uma nova perspectiva do ganhar-ganha, do valor da relação acima do lucro descabido, do comércio mais justo e sustentável. Muitas vezes a economia local se sobrepõe à global. O conceito de lucro tem sido revisto por muitas empresas, pequenos negócios e empreendedores. Ao invés de qualidade de vida, que é o que se pode comprar, tem sido substituída por vida de qualidade. É melhor apostar em algo inovador que faça sentido para mim enquanto consumidor do que em grandes empresas sem alma, artificiais. O componente humano tem

sido cada vez mais valorizado, queremos viver experiências de verdade e investir em negócios que tenham propósito.

R.A.: O que podemos esperar como desdobramentos futuros do consumo contemporâneo e atuais comportamentos socioculturais?

H.Y.: Mudança de paradigmas voltada para valores. Consumidores são seres humanos com mente, coração e espírito, que querem transformação, cocriação, buscam satisfação emocional não apenas funcional, buscam soluções para si e para os problemas da sociedade. Os consumidores não estão apenas buscando produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades, mas também buscando experiências e modelos de negócios que toquem seu lado espiritual. Cada vez mais alma, mente, corpo e espírito estão sendo somados quando se trata de escolhas de consumo. Precisa valer a pena, precisa tocar no meu emocional. Não é apenas status, é, sobretudo, fazer sentido dentro do meu estilo de vida.

R.A.: O que as empresas devem priorizar em suas novas estratégias de inteligência de mercado a partir deste contexto?

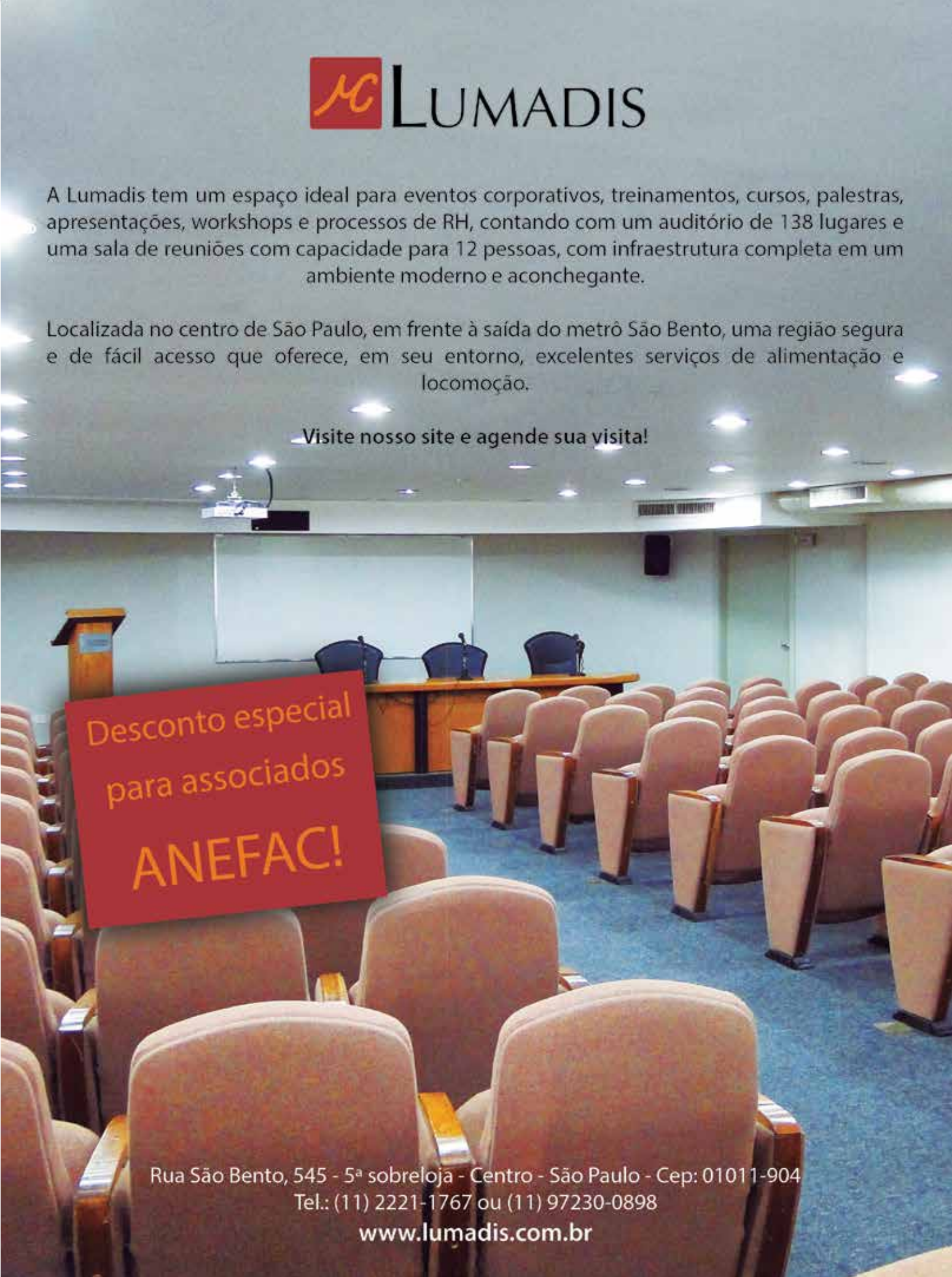
H.Y.: As empresas precisam mudar de abordagem centrada no consumidor para abordagem no humano. Empresas precisam compartilhar sua missão, sua visão e seus valores. Estamos na era do marketing do espírito humano e, para isso, conhecer as pessoas, suas crenças, cultura, valores, modos de ver o mundo, se faz necessário. Conhecer o outro deve ser o ponto de partida.



A Lumadis tem um espaço ideal para eventos corporativos, treinamentos, cursos, palestras, apresentações, workshops e processos de RH, contando com um auditório de 138 lugares e uma sala de reuniões com capacidade para 12 pessoas, com infraestrutura completa em um ambiente moderno e aconchegante.

Localizada no centro de São Paulo, em frente à saída do metrô São Bento, uma região segura e de fácil acesso que oferece, em seu entorno, excelentes serviços de alimentação e locomoção.

Visite nosso site e agende sua visita!



Desconto especial
para associados
ANEFAC!

Rua São Bento, 545 - 5ª sobreloja - Centro - São Paulo - Cep: 01011-904

Tel.: (11) 2221-1767 ou (11) 97230-0898

www.lumadis.com.br

PROGRAMA MOMENTO ECONÔMICO

No dia 26 de junho, o Programa Momento Econômico, comandado pelo conselheiro da ANEFAC Roberto Vertamatti, recebeu Sandoval Martins, CEO do Buscapé, para falar sobre desafios, liderança e inovação para conduzir a empresa a melhores resultados. No dia 7 de junho, César Moreno, sócio do Braga & Moreno Consultores e Advogados, falou sobre os riscos e oportunidades da lei de repatriação. Em 11 de maio, a entrevista sobre terceirização foi com Vitor Almeida, sócio da BDO. No dia 5, Rui Affonso, diretor econômico-financeiro e de relações com investidores da Sabesp, falou sobre educação, formação profissional e competitividade na carreira. No dia 26 de abril, Adriano Casanova, mestre em Arte Digital e especialista em direção e gestão de galerias, conversou com Ailton Leite sobre o mercado de arte no Brasil. Leite também entrevistou, em 17 de abril, o diretor de certificação digital da Serasa Experian, Mauricio Balassiano, sobre a exigência de certificação digital e autenticidade de documentação. Para assistir a essas e outras entrevistas, acesse a ANEFAC TV em www.anefac.com.br. E para participar, envie e-mail para comunicacao@anefac.com.br.

AGENDA

Confira a programação de eventos e reuniões técnicas da ANEFAC para os próximos meses:

Julho

19

Marketing Digital e Geração de Negócios

25

Desafios e caminhos na inclusão de pessoas com deficiência

Agosto

09

Rio de Janeiro - Implantação do Compliance na Empresa

10

Reunião Técnica de Tributos

10

Logística Tributária e Impactos na Eficiência das Organizações

15

Sua empresa está preparada para investigar no mundo digital?

16

Inovações disruptivas e organizações exponenciais

17

Conciliação e Arbitragem nas empresas

21

Como o BPM suportará a automação robótica de processos

22

IFRS 16 – Leases

23

Perdas, danos e lucros cessantes

29

Economia Criativa

Agenda sujeita a alterações
www.anefac.com.br



ANEFAC



ANEFAC



ANEFAC Brasil



@Anefac_Brasil

Por que sou associado da ANEFAC?

MAURO SAMPAIO, DIRETOR EXECUTIVO DA E-XYON

“Conheci a ANEFAC há alguns anos e meu interesse se deu à ocasião por conta do envolvimento profissional com o tema “Provisão do Risco Jurídico”, que se encontra na interseção do mundo jurídico e contábil. Tive uma acolhida muito positiva, dentro de um ambiente do mais alto nível profissional e de ótimo relacionamento humano. Desde então, tenho me dedicado ao aprofundamento do tema “Provisão do Risco Jurídico/CPC 25” nos seus vários aspectos, tendo recebido sempre o maior apoio e incentivo institucional. Destaco, ainda, a participação em eventos da ANEFAC, sempre de elevado valor de conteúdo programático, os quais criam oportunidades de troca de experiências profissionais enriquecedoras em um clima de ótimo relacionamento.”



Foto: Arquivo ANEFAC



Baixe o app da Revista ANEFAC

GIRO DIRETOR



Foto: Divulgação IMA

O IMA (*Institute of Management Accountants*) reforça reconhecimento da ANEFAC como uma entidade internacional. O presidente e a diretoria da ANEFAC participaram da Conferência Anual do instituto, realizada no mês de junho, em Denver (EUA), ocasião em que assinaram parceria entre as instituições.

Lívio Giosa, associado da ANEFAC, assumiu recentemente como presidente executivo da ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil). Vice-presidente da instituição nos últimos 12 anos, Giosa assume o cargo com objetivo de ampliar as parcerias entre os diversos setores da economia.



Imagem: Frame Sesccon São Paulo News

No dia 8 de maio, a Alesp (Assembleia Legislativa de São Paulo) homenageou o Dia do Profissional da Contabilidade, celebrado em 25 de abril. Edmir Lopes de Carvalho, presidente da ANEFAC, esteve presente e deu entrevista para o Sesccon São Paulo News.

No dia 10 de maio, Carvalho palestrou sobre IFRS 15 na XVI Semana do CCSA (Centro de Ciências Sociais e Aplicadas) da Universidade Presbiteriana Mackenzie. No dia 12, Marcus Beszile, vice-presidente de Administração e Finanças da ANEFAC, foi palestrante no mesmo evento que teve como tema central “Universidade e empresa juntas para um Brasil melhor”.



Foto: Divulgação CRCSP

Em 15 de maio, o CRCSP (Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo) realizou solenidade em comemoração ao Dia do Profissional da Contabilidade. Em reconhecimento à sua contribuição como presidente da ANEFAC na gestão 2015-2016, Antonio Carlos Machado recebeu a medalha Joaquim Monteiro de Carvalho, que homenageia aqueles que tiveram destacada atuação na liderança de entidades da classe contábil.

Carlos Ribeiro, superintendente da ANEFAC, representou a entidade na cerimônia de premiação do Valor Inovação Brasil 2017, elaborado pelo jornal Valor Econômico e a consultoria Strategy&PwC. O evento aconteceu em 3 de julho, em São Paulo.



Foto: Arquivo ANEFAC

REFORMANDO O FUTURO

*Por Andrew F. Storfer

Reformar significa dar nova forma, melhorar ou corrigir. Reformar é adaptar algo à uma nova realidade ou necessidade, mantendo a essência. Há tempos, pelo menos a um par de décadas, que se fala em reformas envolvendo o Estado brasileiro. A realidade é outra, as necessidades são outras e certos pontos da Constituição de 1988 se revelaram impraticáveis. Independentemente de viés político, profundidade abrangida ou de qualquer outro porém que alguém possa mencionar, é inegável que o atual governo teve o mérito de ao menos colocar na mesa de discussões o tema de reformas, que estavam paradas há anos, com algumas delas já sendo encaminhadas. Das discussões podem resultar reformas em maior ou menor grau, com ou sem algumas etapas, ou mesmo não resultar reforma alguma. Não seria o fim do mundo não termos reformas. Seria apenas, talvez, um mundo pior. Certamente um mundo mais difícil, pelo fato de que o que está em vigor não condiz com a realidade e as novas necessidades.

Entre tantas reformas necessárias, tributária, fiscal, política e várias outras, as reformas trabalhista e previdenciária ganharam destaque e foram colocadas

em discussão antes que as demais. Pesou para isso a necessidade de se modernizar, ganhar produtividade e auxiliar na retomada do emprego no caso da reforma trabalhista, e o crescente desequilíbrio de contas somado à aprovação do teto de gastos no caso da reforma previdenciária.

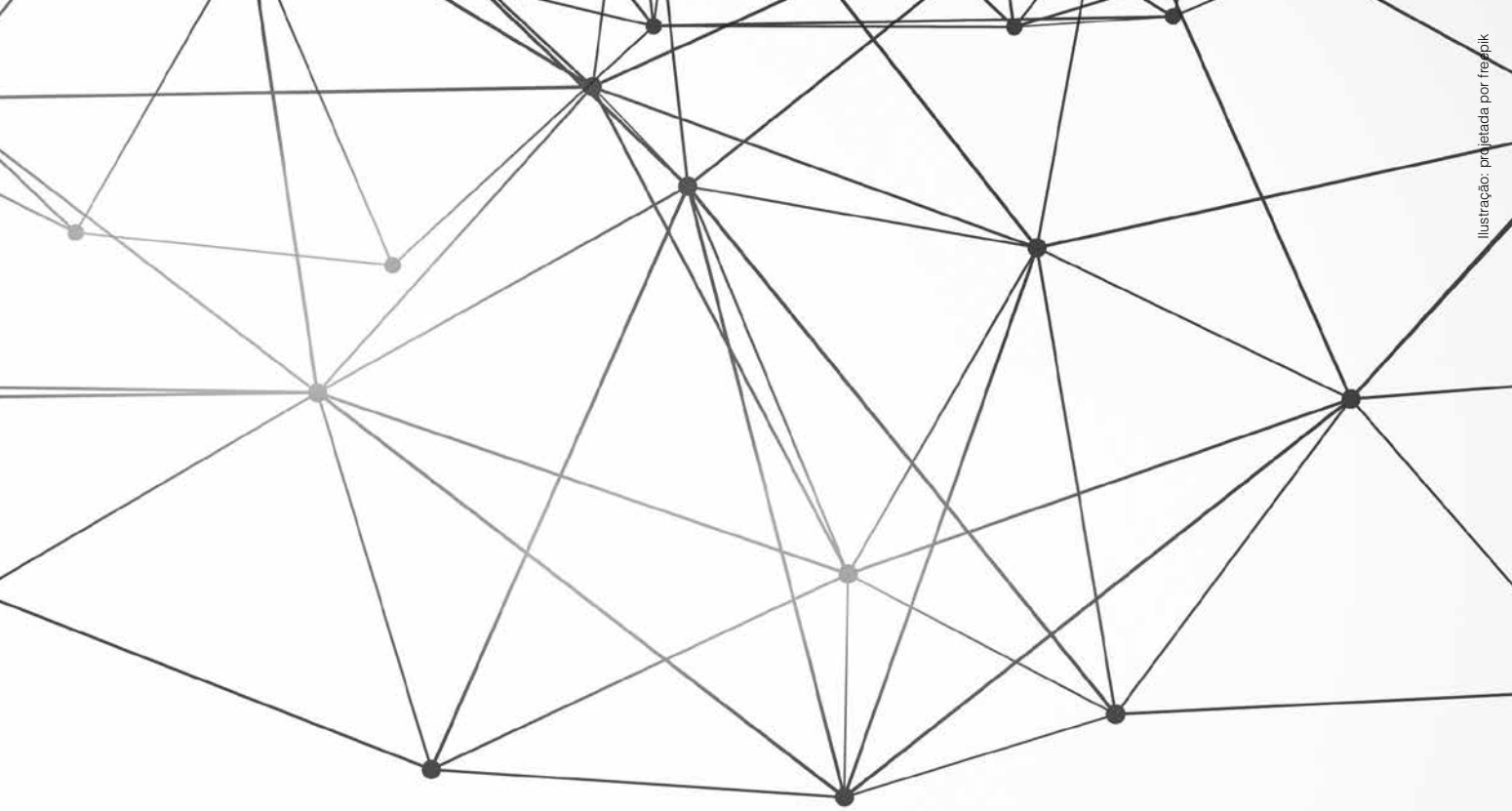
A reforma trabalhista é uma reforma infraconstitucional, ou seja, não altera nenhum dispositivo da Constituição. Nenhum direito constitucional foi alterado. Permanecem férias, 13º salário, FGTS, salário família, etc. Por outro lado, não é possível que não sejam necessários ajustes, visto o Brasil ter maioria absoluta de todos os processos trabalhistas existentes no mundo. O Brasil tem cerca de três milhões de ações trabalhistas novas por ano. Os Estados Unidos, 75 mil. Ou seja, o Brasil tem 40 vezes mais. Diversos especialistas apontam, inclusive, que a reforma trabalhista deveria ser mais profunda. A reforma regulamenta alguns pontos que na prática já existem, como por exemplo jornadas diferenciadas, esclarece a terceirização e permite valer o que for combinado entre as partes. Sim, retira o imposto sindical. Sindicatos terão que correr atrás de clientes e não mais ter receita garantida. Acaba a obrigatoriedade de pagamento de um dia de salário para os sindicatos. O Brasil tem 17 mil

sindicatos, sendo cerca de 12 mil de trabalhadores. Espantoso quando comparado a qualquer outro país do mundo. Os Estados Unidos, com população empregada de 153 milhões (Brasil tem população empregada de 90 milhões) não chegam a ter 400 sindicatos. O fim deste imposto para os trabalhadores fará com que muitos diretores de sindicatos tenham de trabalhar duro para disputar e obter filiados. Talvez aí esteja um (ou o) grande foco de resistência.

A reforma da previdência, por sua vez, exige uma emenda constitucional.

O governo brasileiro gasta quase 55% do orçamento público federal com pagamento de aposentadorias e pensões, e este valor está crescendo. A Previdência teve déficit de R\$ 152 bilhões em 2016 (crescimento de quase 60% em relação a 2015) e pode chegar a quase R\$ 190 bilhões em 2017. A previdência urbana em 2016 apresentou déficit de R\$ 47 bilhões e a rural déficit de R\$ 105 bilhões. E aí surge o argumento contrário: a Previdência é superavitária! não existe déficit! Será? Vamos entender.

O artigo 194 da Constituição estabelece o Sistema de Seguridade Social dentro do qual estão todos os benefícios previdenciários, os benefícios sociais e o suporte à saúde. Assim, estes três pontos são coisas diferentes e constituem



a base da proteção social envolvendo Saúde, Assistência Social e Previdência Social. A Previdência Social, por sua vez, abrange aposentadorias, pensões e outros pontos. O INSS é quem controla e operacionaliza estes benefícios.

A Constituição estabelece que a Saúde é direito de todos, que é garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos, e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação. A Assistência Social é um pouco diferente, sendo disponibilizada a quem dela precisar, independentemente de contribuição à seguridade social. A Previdência, por sua vez, é muito diferente. Além de ser de filiação obrigatória, ela tem caráter contributivo, ou seja, quem não contribuir não terá direito aos benefícios da Previdência.

A Constituição Federal define também que a Seguridade Social será financiada por toda a sociedade, de forma direta e indireta, nos termos da lei, mediante recursos provenientes dos orçamentos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e de contribuições sociais, como as contribuições previdenciárias ao INSS, a contribuição para o financiamento da seguridade social (Cofins), a contribuição social sobre lucro líquido (CSLL); o PIS/Pasep e a receita

de concurso de prognósticos (loterias).

Os que afirmam que a Previdência é superavitária consideram não o orçamento da Previdência em si, mas todo o orçamento da Seguridade Social, que conta com outros recursos, como os citados PIS, Cofins e CSLL. Na realidade, a Previdência é sim deficitária. O equilíbrio se dá quando se olha algo maior, que é a Seguridade Social, que envolve a Saúde e a Assistência Social, e então, também é considerado como um todo as outras fontes de receita (PIS, Cofins, CSLL).

E por que a idade mínima de aposentadoria é um ponto crucial para a Previdência? Porque a população está ficando mais velha (aumento da expectativa de vida inclusive pela melhora da Saúde), porque o número de filhos por família está diminuindo (menos trabalhadores no futuro para contribuírem para o sistema face aos aposentados), e porque, dos gastos totais hoje, 68% vai para aposentadoria, 25% para pensões por morte e 7% para outros benefícios.

Temos ainda que lembrar que os 32 milhões de aposentados da iniciativa privada custam o mesmo que o um milhão de aposentados do poder público. E mais, a aposentadoria média do setor privado é de R\$ 1.600 mensais contra média de R\$ 9 mil do Poder Executivo, R\$ 25 mil do Poder Judiciário, R\$ 28

mil do Poder Legislativo e R\$ 30 mil do Ministério Público. Quanta diferença! Diga-se de passagem, vale observar que em 2012 foi iniciada a mudança na Previdência dos servidores públicos, feita pela presidente que era do PT, sem que houvesse muito alarde nem tanta resistência assim. O que aconteceria se fosse hoje?

Vale ainda abordar mais dois argumentos citados pelos adversários da reforma: 1) se os devedores pagassem o que devem, não teria déficit e; 2) o problema não é o déficit da Previdência, mas sim o gasto com juros. Com relação aos devedores, a dívida é de cerca de R\$ 400 bilhões. Muitas empresas, grandes devedoras, dificilmente pagarão (Varig, Vasp, Transbrasil e outras). Mesmo que todas pagassem tudo, como vimos, cobriria o déficit de dois anos apenas. Não elimina nem de longe o problema. Quanto aos gastos com juros, de cerca de R\$ 400 a R\$ 500 bilhões por ano, ele existe exatamente porque o governo gasta mais do que arrecada, não consegue que haja superávit nas contas para amortizar o principal e pelo menos trazer a dívida para um valor mais razoável e, sim, paga juros reais muito elevados. Juros muito elevados que as famílias também pagam quando ficam devedoras. E o que fazem? Exatamente isso. Cortam gastos.

O que não se deve fazer é cortar gastos com saúde e educação. E com todas as vinculações orçamentárias sobra muito pouco que se possa cortar. Uma previdência mais equilibrada demandaria menos recursos, menos endividamento, menos juros.

Como citado anteriormente, pela Constituição a Previdência não é assistência social e, portanto, não tem como finalidade resolver o problema da desigualdade. A desigualdade deve ser eliminada ou reduzida com outras políticas. E se, mesmo assim fosse, qual a igualdade que há quando 32 milhões de aposentados da iniciativa privada valem

o mesmo que um milhão de aposentados do Poder Público? Pensando bem, o problema não seria quase todo resolvido se houvesse melhor equacionamento da aposentadoria do Poder Público e da aposentadoria rural? Vejam os números. Mas neste caso a resistência seria muito, mas muito maior, além de perderem aliados que são cooptados com os argumentos utilizados.

Reformas foram tema recorrente ao longo de muitos anos, tendo sido colocadas de lado quando havia fartura na mesa. Voltaram à cena quando o garçom trouxe a conta para lá de salgada. E ainda avisou: se prepare porque, se não

fizermos nada, amanhã o preço aumenta mais e a quantidade de comida deve diminuir, com exceção, claro, de algumas mesas mais privilegiadas.

Uma pena é que a sociedade está enfrentando a discussão das reformas em um momento de muita turbulência política. Assim, as naturais discussões e argumentações acabam aumentando emocionalmente, com grupos mais privilegiados defendendo fortemente seus interesses e ideias sendo debatidas mais por estômagos e corações do que por cabeças.

*Andrew F. Storfer é conselheiro da ANEFAC

Perspectivas Econômicas é uma seção elaborada pelo Núcleo de Economia da ANEFAC



Foto: Arquivo ANEFAC

Jorge Augustowski, diretor executivo de Economia da ANEFAC, comenta:

“Seguramente, as reformas previdenciária e trabalhista são importantíssimas e é muito relevante que seu contexto esteja muito vinculado às questões fiscais. Porém, não se deve deixar de prever aberturas para aspectos como as perspectivas de grandes transformações no mercado de trabalho. A grande questão é o fato do momento político interferir na estruturação das reformas e as mesmas não serem aprovadas na abrangência em que foram concebidas, sofrendo alterações de forma a viabilizar sua possibilidade de aprovação em votações em ambiente político adverso, sendo, infelizmente, utilizadas como ‘moeda de troca política’.”



Foto: Arquivo ANEFAC

Roberto Vertamatti, Conselheiro da ANEFAC, comenta:

“Não há a menor dúvida de que as reformas que já foram feitas pelo governo Temer, e também as reformas propostas – previdenciária e trabalhista, são totalmente necessárias e urgentes. Infelizmente, o Brasil é um dos países onde existem controles e leis em todas as áreas, muitas em excesso, que controlam muito bem as pequenas coisas, mas não controlam efetivamente o que realmente é importante. Outras questões relevantes que ajudam a manter o nosso país com baixo crescimento são a carga tributária complexa e absurdamente alta, e a burocracia desmedida que encarece todo o processo produtivo. O que mais nos atrapalha é que temos governo demais, que nos custa de forma desmedida e desproporcional, o que muito mais é um entrave nada favorável ao investimento e geração de empregos.”

TRANSPARÊNCIA

VALOR DE
EMPRESAS
DE SUCESSO



Há 21 anos o Troféu Transparência,

uma iniciativa da ANEFAC, em parceria com a FIEPACFI e Serasa Experian, reconhece, incentiva e valoriza as empresas mais transparentes na economia brasileira.

Consolidado como o mais importante da área, o prêmio homenageia empresas que se destacam pela qualidade de suas práticas contábeis e conjunto de informações mais objetivas para o mercado.

Sócios Mantenedores



Análise Técnica



Apoio



Realização





Rio de Janeiro



Belo Horizonte



Porto Alegre



São Paulo



São José dos Campos



Maringá



Salvador



Ribeirão Preto

ECF 2017 está mais detalhada

CRIAÇÃO DO BLOCO W É A GRANDE NOVIDADE PARA ANO CALENDÁRIO 2016

Por Andrea Fagundes

Em seu terceiro ano de funcionamento, a ECF (Escrituração Contábil Fiscal) é uma obrigação que deve ser entregue até 31 de julho por todas as pessoas jurídicas de todos os portes e segmentos, equiparadas, isentas ou imunes, e não optantes do Simples Nacional. Além do novo *layout*, disponibilizado no Ato Declaratório COFIS 101/2016, a ECF deste ano traz atualizações de tabelas e novos blocos, como a inserção do Bloco W – obrigatório às empresas pertencentes

aos grupos multinacionais que tenham receita consolidada no ano fiscal de 2016 superior a R\$ 2,26 bilhões. Durante o mês de junho, ANEFAC e KPMG promoveram o Seminário “ECF e Compliance Digital: principais pontos de atenção 2017” em Porto Alegre, São José dos Campos, Ribeirão Preto, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador e Maringá. Na capital paulista, o evento ocorreu no dia 6 de junho com a presença dos palestrantes Roberto Puço e Marcus Vinicius Gonçalves, sócios de Tax da KPMG.

Na avaliação de Puço, o programa

validador da ECF exige mais detalhes e há mais regras de validação. “Vale ter em mente que a ECF começa quando preenchemos a ECD (Escrituração Contábil Digital). Se houver um problema com o preenchimento da ECD, consequentemente, haverá problemas com a ECF”, observou.

No preenchimento da ECF 2017 é transmitida toda a carga de informação da ECD para dentro do programa, que contempla também os dados da ECF de 2016. As informações acumulam-se, passando de ano a ano. Daí a necessidade de qualidade na informação transmitida.



Fotos: Comunicação ANEFAC

Da esq. para a dir.,
Roberto Puaço e Marcus
Vinicius Gonçalves,
ambos KPMG

“Hoje não podemos mais entregar a ECF pensando em depois fazer a retificação. Temos que fazer de uma única vez e com a melhor qualidade”, afirmou Puaço. Alguns cuidados são essenciais, como com a parametrização do software para geração automática da ECF e com as atualizações dos Blocos, que ocorrem automaticamente quando baixado o programa validador atualizado.

No novo processo, a autenticação da ECD poderá ser cancelada quando for identificado erro que torne a escrituração impréstável, ou seja, que não possa ser corrigido conforme previsto pelas Normas Brasileiras de Contabilidade e que gere demonstrações contábeis inconsistentes. O cancelamento da autenticação e a apresentação de ECD substituta somente poderão ser feitos mediante apresentação de Termo de Verificação (Registro J801) para fins de substituição, que deverá ser assinado, em situações específicas para correção do erro, por profissionais contábeis, contadores e/ou auditores independentes.

Criação do Bloco W

De acordo com os palestrantes, a DPP (Declaração País-a-País) consiste em um relatório anual no qual grupos multinacionais fornecem informações e indicadores relacionados à localização de suas atividades, alocação global de renda e impostos pagos e devidos. Também deverão ser identificadas todas as jurisdições nas quais as multinacionais operam e todas as entidades integrantes do grupo localizadas nessas jurisdições e as atividades econômicas que desempenham.

O Bloco W foi criado para registrar o acordo do Brasil à iniciativa BEPS (*Base Erosion and Profit Shifting*, ou na sigla em português, EBT), coordenado pela OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) com objetivo de propor medidas de combate à evasão e elisão fiscal por meio da transferência artificial de lucros para países com baixa tributação.

A Instrução Normativa RFB nº 1681/16, que estabelece as novas regras de prestação de informações da DPP, entrou em vigor no Brasil em 29 de dezembro de 2016. “Estão sujeitas à entrega da DPP no Brasil todas as empresas de grupos multinacionais que tenham como controlador final um residente brasileiro”, esclareceu Gonçalves.

De acordo com ele, a declaração tem finalidade de evitar que empresas ou países concedam estruturas ou benefícios fiscais que tirem o lucro originalmente de um país-sede por incentivos fiscais e pagamento de impostos menores. Um exemplo é o caso Starbucks, que obteve benefícios fiscais com a transferência da sede na Inglaterra para a Irlanda. “A Inglaterra entrou com processo na Comunidade Europeia contra a Irlanda. Os consumidores ingleses iniciaram uma campanha de boicote ao Starbucks por entenderem que a empresa estava prejudicando o governo. O caso foi resolvido em acordo para acerto de todos os impostos que deixou de pagar à Inglaterra em função do incentivo fiscal concedido pela Irlanda”, contou.

Gonçalves explicou que as empresas precisam reportar aos governos diversas informações relativas ao grupo

multinacional, como tipos de operações nos países, quantidade de funcionários, locais onde têm plantas, estabelecimentos, centros de distribuição, volume de transações, lucros, alíquotas de impostos e valores pagos, entre outras. “Com a DPP é possível analisar quanto uma empresa está deixando de lucro no Brasil ou em outro país e quanto está pagando de impostos para, assim, analisar a estrutura criada”, apontou. Em resumo, o novo Bloco W é a entrega ao fisco, dentro da ECF, das informações de todas as subsidiárias ou filiais, identificando as jurisdições que os grupos multinacionais operam, assim como todas as entidades integrantes e as atividades econômicas desempenhadas.

São obrigadas a informar no Bloco W todas as companhias com subsidiárias fora do Brasil ou filiais de multinacionais instaladas no país. Já empresas brasileiras com subsidiárias apenas operando no Brasil estão dispensadas de preencher o Bloco W. Também estão dispensadas as companhias integrantes de grupo multinacional cuja receita consolidada total seja menor que R\$ 2,26 bilhões se o controlador final for residente no Brasil para fins tributários. Uma boa prática é verificar no site da OCDE quais países fazem parte do BEPS.

Para ficar em *compliance* digital entre ECD e ECF, Puaço destaca a necessidade de investimento em tecnologia para o cumprimento das obrigações acessórias. Em 2016, o valor total das autuações da fiscalização da RFB foi de R\$ 121,66 bilhões. Do total de 118 autuações no ano passado, 81 pessoas jurídicas eram grandes contribuintes. “Para estar em *compliance*, a empresa deve atentar à qualidade da informação que está gerando. Para isso, deve ter profissionais altamente qualificados ou assessoria externa a fim de minimizar erros que podem gerar multas. Hoje, o fisco analisa, cruza informações e questiona de forma muito ágil. O velho pensamento de retificar depois pode custar muito caro à empresa”, encerrou Puaço.



19º Congresso ANEFAC

apresenta o futuro dos negócios e profissões no cenário da economia compartilhada

EVENTO REALIZADO PELA ANEFAC MOSTROU POSTURAS PROFISSIONAIS E CORPORATIVAS NECESSÁRIAS PARA ACOMPANHAR O NOVO MODELO ECONÔMICO

Por Nancy Assad

novação, mudança de padrões e adaptação aos novos tempos são os desafios da economia compartilhada. A evolução tecnológica é crescente e demanda conexão, aprendizado e desenvolvimento de novas competências, tanto dos profissionais quanto das corporações. Essa foi a conclusão do 19º

Congresso ANEFAC, que aconteceu entre os dias 25 e 28 de maio, no Hotel Estância Barra Bonita, em São Paulo.

De acordo com o presidente Edmir Lopes de Carvalho, "a ANEFAC tem certeza de que o momento que o Brasil atravessa é delicado, porém, oportuno para colocar o país no rumo certo – é um momento

que ficará marcado na história."

Segundo ele, a ANEFAC não mede esforços para fazer do Brasil um país melhor. Apostando nesse quadro promissor, temas e palestrantes do congresso anual foram escolhidos com base em pesquisas prévias realizadas entre a comunidade executiva com o intuito de contribuir para



Fotos: Comunicação ANIEFAC

o desenvolvimento técnico e o compartilhamento de conhecimento. "O mundo dos negócios passa por uma crise de sustentabilidade. As atitudes e práticas atuais centradas nos interesses individuais sem consciência do coletivo deverão dar lugar a um novo modelo econômico. A economia tradicional deverá absorver

novos conceitos coletivos de negociar e se adaptar ao contexto de crescimento exponencial da tecnologia e às oportunidades de serviços que despontam, buscando internamente o seu melhor para usar como diferencial diante da nova concorrência e da necessidade e expectativas de novos públicos", argumentou.

A nova economia

O evento, que contou com um público formado por executivos, acadêmicos e profissionais das áreas de Finanças, Administração e Contabilidade, foi aberto com a palestra do controller da Microsoft, Fábio Dragone. Em sua apresentação, ele abordou o atual cenário da economia compartilhada, a evolução do modelo de sistemas de tecnologia e a computação na nuvem (*cloud computing*) como uma realidade no mundo conectado, apoiando outras tecnologias como mobilidade, *social media*, *big data* e internet com a sua principal característica de transformar os ativos de TI em uso de serviços para redução de custos.

Entre as principais oportunidades que o profissional de finanças deve levar em conta na hora de tomar decisões corporativas de migração para a computação na nuvem, ele citou economia financeira, aumento de flexibilidade, otimização das equipes de tecnologia, agilidade na recuperação de dados e informações, rapidez na tomada de decisões e ganho de vantagens competitivas por meio da sustentabilidade.

Dragone finalizou dizendo que "o atual cenário de computação na nuvem é uma realidade para a qual profissionais e empresas devem estar preparados, considerando suas implicações: vantagens e desvantagens do modelo, os impactos em finanças e o papel de finanças dentro das corporações diante dessa nova alternativa tecnológica inovadora".



Da dir. para a esq., Marcelo de Lucca, KPMG; José Augusto Minarelli, Lens & Minarelli; e Luiz Bueno, British Telecom

O futuro das profissões

Na segunda atividade do dia, José Augusto Minarelli, CEO da Lens & Minarelli, moderou painel sobre o futuro das profissões neste novo contexto, com participação de Marcio Luiz Bueno, *head of IT Sales & Alliance – Latin America* na British Telecom; e Marcelo de Lucca, sócio na KPMG. Minarelli apontou a necessidade de mudanças no ambiente corporativo e no comportamento dos profissionais, considerando a evolução constante da tecnologia que exige novas competências organizacionais e novas habilidades humanas. Em um mundo onde os desafios não serão apenas pela busca de resultados financeiros, mas também por propósito, os serviços e produtos serão valorizados por um mercado totalmente novo e em constante adaptação pelas exigências de uma sociedade conectada e bem informada.

Durante a apresentação, Bueno pontuou a relevância da tecnologia na transformação do mundo corporativo e seu impacto nas profissões. Falou sobre a linha tênue que separa a vida pessoal da profissional e a necessidade de buscar propósito e sentido de vida de forma integral. Ele mencionou a importância de redefinir os objetivos, equilibrando-os entre os sete âmbitos da vida: profissional, cultural, sentimental, familiar, social, espiritual e saúde.

“O século 21 exige um trabalho acentuado no desenvolvimento de novas competências e desenvolvimento de novas habilidades e atitudes, tendo como chave a inteligência emocional. É fundamental o entendimento das transformações na sociedade e nas empresas para escolher qual papel se quer exercer,

“O século 21 exige um trabalho acentuado no desenvolvimento de novas competências e desenvolvimento de novas habilidades e atitudes, tendo como chave a inteligência emocional.”

Marcio Luiz Bueno



Da dir. para a esq., Rui Affonso, Sabesp; Sandoval Martins, Buscapé; Amaro Gomes, IASB; e Adalberto Piotto, jornalista

sendo um agente ativo e transformador do mundo do trabalho e da nova sociedade”, concluiu.

Marcelo de Lucca apresentou os principais pontos de atenção para o futuro das empresas e das profissões. As pessoas poderão trabalhar em qualquer lugar, o mercado de trabalho será tecido pelo encontro das cinco gerações, cerca de 50% dos postos de trabalho serão ocupados por mulheres e as estruturas organizacionais darão lugar a organizações orgânicas, nas quais todos os profissionais serão empoderados e terão autonomia para criar e entregar valor, independente da sua posição. Para vencer os novos desafios de negócios, novas habilidades pessoais serão demandadas, tais como: criatividade, valores, intuição, paixão e ética. “Em um mundo onde os processos mais simples serão robotizados, os profissionais precisarão ter competências humanas e diferenciadas que agreguem valor. E as empresas precisarão repensar como engajar, inspirar, atrair e reter talentos, além de terem um comportamento organizacional que cause impacto no mundo se quiserem ser escolhidas pelos clientes mais cobiçados pela concorrência”, finalizou de Lucca.

Para que haja transformação e o consequente desenvolvimento de competências frente ao novo cenário dos negócios e profissões, Minarelli conclui que o novo mundo exige autonomia dos profissionais para tomar conta da própria carreira, empresariar seu próprio talento, criar condições para ser sempre objeto de desejo das empresas,



Fábio Dragone,
Microsoft

garantindo trabalho e renda independente de idade, empregabilidade ou dos desafios que se apresentem. “As empresas devem estar preparadas para transcender a oferta de bons produtos e serviços, buscando valores que sejam de interesse coletivo”, disse.

Experiências na economia compartilhada

Na palestra de abertura do segundo dia da programação técnica do Congresso, Rui Affonso, diretor econômico financeiro e de Relações com Investidores da Sabesp; Sandoval Martins Pereira, CEO na Buscapé Company; e Amaro Gomes, *board member* no IASB (*International Accounting Standards Board*), falaram sobre suas experiências neste novo cenário.

Afonso apresentou a Sabesp e os desafios inerentes à importante crise

hídrica iniciada em 2014 em São Paulo, bem como resultados positivos atuais. Pereira apresentou o Buscapé, sua plataforma digital e a atuação da empresa no entendimento das necessidades de seus públicos para oferecer a melhor experiência de consumo. Ele pontuou a bem-sucedida filosofia empresarial: foco em resultados, criatividade para crescimento e desenvolvimento de profissionais com perfil de empreendedorismo.

O atual cenário da economia compartilhada, seu desenvolvimento nos últimos anos e as tendências de evolução do novo modelo de negócios também foram temas abordados. Além disso, foram levantadas questões sobre a importância da mudança de padrão corporativo, investimentos em novas tecnologias e desenvolvimento de recursos humanos para promover as transformações que a economia compartilhada demanda, tanto no ambiente acadêmico quanto no corporativo.

Durante sua apresentação, Amaro Gomes destacou que o Brasil tem ainda poucas iniciativas bem-sucedidas na economia compartilhada, enquanto na Europa os resultados positivos já são realidade. Ele apresentou o estudo da PwC

para a Comissão Europeia, divulgado em 2016, no qual foram pesquisados os cinco segmentos mais populares da região (*collaborative finance, on-demand professional services, on-demand household services, peer-to-peer transportation, peer-to-peer accommodation*). Somente em 2015, na Europa, eles geraram receitas de aproximadamente 4 bilhões de euros e facilitaram transações no montante de 28 bilhões de euros.

Amaro destacou ainda que a estimativa do estudo é de que em 2025 esses números cheguem a, respectivamente, 80 bilhões de euros e 570 bilhões de euros. “O compartilhamento de serviços valoriza o atributo da confiança e inaugura uma nova forma de relações humanas e corporativas”, observou.



Acima, da esq. para a dir. Edmir Lopes de Carvalho, Andréia Fernandes, Arthur Igreja, Clóvis Ailton Madeira, Carlos Ribeiro e Antonio Carlos Machado. Ao lado, Arthur Igreja, FGV e Disrupt





Ao lado, passeio de barco e de bonde e, abaixo, vista do passeio de barco pela eclusa

Tendências e oportunidades

A programação técnica do evento foi encerrada com a participação do palestrante Arthur Igreja, professor na FGV (Fundação Getúlio Vargas), proprietário da Disrupt Investimentos e sócio na Valley Connection. Ele mencionou a importância de entendermos o presente e o cenário atual, nos quais todas as empresas em maior ou menor escala são organizações da tecnologia da informação. “Os recursos tecnológicos são realidade tanto no mundo corporativo quanto na vida pessoal”, afirmou.

Ele falou ainda sobre o novo *mindset* baseado no consumo consciente e na nova forma de fazer negócios no cenário da economia compartilhada e seus pilares – experiência, transparência, comunidade e plataforma. Igreja comentou também sobre o crescimento exponencial de empresas como Uber, Airbnb e Netflix, as quais contam com a força de comunidades, não demandam estruturas fixas e grandes, nem custos elevados ou propriedade das coisas que vende. “É importante entender como esse mercado funciona e como é possível entrar efetivamente nesse universo para se beneficiar disso e viabilizar a inovação de entregar coisas novas que funcionam utilizando a criatividade nos negócios”, apontou.



Igreja pontuou que mais de 50% das profissões sofrerão grandes impactos da tecnologia nos próximos anos e serão transformadas ou irão desaparecer. É necessário atenção às grandes tendências, como as crescentes relações *peer-to-peer* e as plataformas de trabalho *on-demand* como o Kaggle, Clarity, Workana e Fiverr, que geram impactos na carreira e na organização.

“É importante atentar para as mudanças contínuas do mundo. Precisamos repensar os nossos modelos de negócio, imaginar como será no futuro e termos uma visão clara dos caminhos que temos que seguir, tanto nos negócios quanto nas nossas ofertas de trabalho. É preciso reinventar-se o tempo todo”, concluiu.

Integração

Além da oportunidade de obter e transmitir conhecimento, debater ideias e soluções, o Congresso ANEFAC também é reconhecido como uma rara oportunidade de estreitar relacionamentos e praticar o *networking*. Para isso, a organização prepara eventos paralelos que promovem a integração entre o público participante e suas famílias - um dos grandes diferenciais dos encontros técnicos anuais promovidos pela associação.

Na edição deste ano, que teve a cidade de Barra Bonita como cenário, as atrações ficaram por conta de passeios para conhecer a surpreendente paisagem local, o rio, a fauna, a flora e a eclusa de Barra Bonita. Durante o Congresso, aconteceu também a Copa ANEFAC



Abaixo, Copa ANEFAC Sysphera de Futebol; e arraial ANEFAC

Sysphera de Futebol, com premiação de melhor goleiro e melhor artilheiro. Com uma programação intensa, o 19º Congresso ANEFAC foi encerrado com jantar de confraternização típico e a tradicional festa caipira local com dança de quadrilha.

Ricardo Ossamu Nishimura, diretor financeiro da Microsoft, destacou a importância de obter conhecimento e experiência de forma contínua, participando anualmente dos congressos realizados pela ANEFAC. “O evento agregou muita informação relevante sobre economia compartilhada, contexto econômico, as mudanças no mundo dos negócios e a computação em nuvem que desponta como uma realidade a ser incorporada no cenário cotidiano empresarial”, considerou.

O tema economia compartilhada exigiu muita dedicação e trabalho dos envolvidos na concepção e concretização do evento, além dos desafios e complexidade das mudanças de cenário, palco e iluminação a cada atividade, segundo o superintendente da ANEFAC, Carlos Ribeiro. “Inovamos em um tema pouco conhecido ainda no Brasil e nos sentimos gratificados por sair na frente. Toda inovação exige um compromisso e uma energia gasta muito maior, mas, ao mesmo tempo, saímos daqui muito mais enriquecidos em função do conhecimento e da experiência adquiridos no decorrer dos dias do congresso, estando certos de que novos e promissores caminhos despontam como alternativa, tanto para empresas quanto para o mercado de trabalho”, encerrou.





Sandoval Martins, Buscapé; Amaro Gomes, IASB; e Rui Affonso, Sabesp, são, respectivamente, os profissionais do ano ANEFAC de Administração, Contabilidade e Finanças



Amaro Gomes recebe o prêmio das mãos de Edmir Lopes de Carvalho e Pedro Lucio Siqueira Farah



Sandoval Martins recebe o prêmio das mãos de Carvalho e Marcus Severini



Rui Affonso recebe o prêmio das mãos de Carvalho e Adjarbas Guerra Neto

Fotos: Comunicação ANEFAC

Prêmio ANEFAC

Profissional do Ano

UM PROFISSIONAL, MÚLTIPLOS TALENTOS

Há 32 anos, a ANEFAC realiza o Prêmio ANEFAC Profissional do Ano, dedicado a reconhecer os executivos que mais se destacaram nas áreas de Finanças, Administração e Contabilidade, ou seja, aqueles que contribuíram de forma significativa no desenvolvimento da profissão e das empresas.

Todo o processo de indicação é feito pelos associados da ANEFAC e, de posse das indicações efetuadas, o Comitê Avaliador, formado por conselheiros e diretores da ANEFAC, escolhe os ganhadores. “O profissional de hoje não é o mesmo profissional de antes. Com as mudanças que acontecem o tempo todo em nossa sociedade, é preciso antecipar tendências, planejar, diag-

nosticar e cumprir etapas. O mercado exige um novo perfil. A necessidade é de profissionais com múltiplos talentos”, explica Edmir Lopes de Carvalho, presidente da ANEFAC.

A ANEFAC instituiu essa premiação como forma de reconhecimento incondicional aos profissionais de destaque que contribuem com o progresso do Brasil, agregando valor às suas áreas de

atuação. Nesta edição, foram premiados durante o Congresso ANEFAC 2017, os executivos Rui Affonso na categoria Finanças, Sandoval Martins na categoria Administração e Amaro Luiz de Oliveira Gomes na categoria Contabilidade.

Rui Affonso é diretor econômico-financeiro e de Relações com Investidores da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – Sabesp e é professor do Instituto de Economia da Unicamp. Foi professor, por concurso, da FEA-USP e FEA-PUC.

Sandoval Martins é CEO do Buscapé Company, responsável pela nova fase de transformação do Buscapé e outras empresas do grupo. Anteriormente, responsável pela reestruturação financeira da empresa como CFO global, também acumulou a função de CFO da PayU Latam do grupo Naspers.

Amaro Luiz de Oliveira Gomes é membro, desde julho de 2009, do IASB (International Accounting Standards Board), órgão responsável pelo desenvolvimento das Normas Internacionais de Informação Financeira – NIIF (IFRS Standards, incluindo IFRS for SMEs).

Premiação

Adalberto Piotto, jornalista, documentarista, articulista de realidade brasileira, palestrante, produtor e âncora de notícias em rádio, TV e *web*, abriu a cerimônia de entrega dos prêmios parabenizando os ganhadores e convidando-os a subir ao palco para, ao lado de Edmir Lopes Carvalho, presidente da ANEFAC, receberem o Prêmio das mãos de Adjarbas Guerra Neto, Marcus Severini e Pedro Lucio Siqueira Farah, ganhadores em anos anteriores.

“Receber o Prêmio ANEFAC é um reconhecimento muito importante. Nós trabalhamos duro ao longo da carreira e muitas vezes não sabemos se estamos indo na direção certa. Com certeza, essa premiação mostra que sim. O mérito do



Prêmio é do nosso trabalho em equipe e a liderança compartilhada que praticamos”, declarou Rui Affonso, da Sabesp.

“O prêmio é um reconhecimento profissional à causa Sabesp, que é abraçada há 14 anos. Nós estamos muito felizes e orgulhosos”, disse Cristina Adib, esposa de Rui Affonso. Ela resumiu o sucesso de Affonso em algumas características: “ele é muito dedicado, comprometido, coloca amor em tudo o que faz e é um grande exemplo ao encarar desafios com bravura, paciência e perseverança”, descreveu.

Sandoval Martins destacou que receber um prêmio deste porte gera muita emoção. “A premiação reflete uma retrospectiva do legado e de tudo aquilo que se fez durante a vida profissional. Uma premiação vinda de executivos do mercado, dos associados da ANEFAC, em um mercado tão competitivo, me traz muita alegria. Agradeço ao apoio da minha equipe e da minha família para poder me desenvolver e chegar até o dia de hoje”, declarou.

Em nome da família, Cristianne Matos Guerine, esposa de Martins, agradeceu à ANEFAC pela premiação. “Estamos muito felizes e orgulhosos de mais essa conquista do Sandoval. Ele é um vencedor, sempre investiu muito na carreira e na formação. Tudo o que

ele faz, quer fazer com excelência. E ele mistura isso com muita dedicação e persistência”, afirmou.

Amaro Luiz de Oliveira Gomes, premiado na categoria Contabilidade, observou a transformação pela qual os profissionais da área vêm passando devido à necessidade de adicionar ao caráter técnico da função uma habilidade de pensamento macro, considerando a necessidade cada vez maior deste profissional na entrega de resultados. “A área contábil vem se modificando, se atualizando ao longo dos anos. Para alguns profissionais que já tinham acesso às normas que surgiram, o impacto pode ter sido menor. Mas, para muitos, mudou completamente a forma de trabalho e de pensar sobre tudo. Daí a necessidade desses profissionais se manterem atualizados nas suas áreas de atuação, buscando sempre o seu diferencial, e ainda inspirar jovens no início da carreira”, considerou.

Gomes dedicou a premiação aos profissionais que atuam no mesmo segmento e que brindam uma trajetória de realizações em prol da profissão. Ele disse sentir-se gratificado pelo reconhecimento da dedicação, empenho, disciplina e entusiasmo que sempre motivou sua carreira. Para ele, o Prêmio deve ser compartilhado com todos aqueles que lhe ensinaram, que estiveram ao seu lado, que lhe incentivaram e compartilharam desafios e conquistas. Sua família, acima de tudo – apesar das ausências constantes em virtude de viagens e das longas horas no escritório – sempre o apoiou incondicionalmente. “Minha mulher, Kátia, sempre foi a maior incentivadora e a primeira a se jogar com coragem e de peito aberto em nossas aventuras. Nossas filhas sempre nos acompanharam com a confiança e a certeza de que estávamos buscando o melhor para todos. A premiação confirma que nossas escolhas foram acertadas e celebro cada instante com elas”, declarou.

MARKETING X FINANÇAS

A BRIGA PODE
ESTAR MAIS
PERTO DE UM
FINAL FELIZ

MARKETING DIGITAL
OTIMIZA RESULTADOS NA
RELAÇÃO HISTORICAMENTE
CONTURBADA ENTRE
DEPARTAMENTOS

POR CAROLINA BRIDI

No final de 2016, o chef Dário Costa, semifinalista do Masterchef Profissionais Brasil, veiculado pela Band, estava no auge da fama que veio através da exposição, em rede nacional, do seu trabalho e da personalidade que imprime nele. Ele aproveitou o dia da final, com audiência lá em cima, para anunciar: já estava no forno o desenvolvimento do Madê Cozinha Autoral, um restaurante com conceito baseado nos valores pessoais do chef, que haviam despertado a admiração do público.

A grande preocupação no momento em que Dário iniciou a conversa com aqueles que viriam a ser os investidores do Madê era o *gap* entre o período de visibilidade na TV e a data prevista para a inauguração do restaurante localizado em Santos, litoral paulista, somente em setembro deste ano. Nove meses seria tempo suficiente para a fama recém-adquirida esfriar se não houvesse um esforço de consolidação da imagem do chef para além dos meses em que esteve no *reality*. “É difícil investir tanto tempo em marketing antes de ter um caixa em movimento”, reconhece Alexandre Wolthers, um dos investidores do Madê. “Decidimos por sustentar esta estratégia porque a imagem do restaurante havia sido, de certa forma, inaugurada pelo próprio marketing na figura do Dário, que já era um ativo de marketing em si”, explica.

Se valeu a pena? “Por diversos motivos, é essencial ter visibilidade estruturada em todas as plataformas. Houve uma rejeição inicial da ideia de investir em marketing tão cedo, mas sem dúvida o benefício mais notável é a expectativa criada para a abertura da casa”, avalia Dário Costa. Wolthers afirma que, ao longo dos meses, a estratégia de manter a figura do chef em alta através da produção de conteúdo original e de

qualidade tem sido fundamental. “Acredito que somos um restaurante único neste aspecto”, considera. Wolthers não deve estar enganado. A relação entre Finanças e Marketing no ambiente corporativo tem sido, ao longo do tempo, uma seara de conflitos. “Devido à natureza competitiva dos profissionais das respectivas áreas, cada uma tentando impor sua visão de negócios, dificilmente esta relação é amistosa”, afirma Amalia Sina, membro da Abramarkk (Academia Brasileira de Marketing), professora da Fundação Getúlio Vargas e diretora da Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) no Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior.

Segundo ela, tudo está focado em custos fixos e variáveis, sobre o que é tangível e intangível. Enquanto a área de finanças tem uma visão quase sempre focada em gerenciamento de custos, a área de marketing é focada em maximização de recursos. “É claro que podemos ter opiniões diferentes sobre o mesmo tema se perguntarmos a cada uma delas. Em muitos casos, o negócio como um todo sai perdendo”, garante.

Para o consultor de Inteligência de Mercado, João Gabriel Chebante, “a falta de comunicação e compreensão dos trabalhos de marketing para construção de marca e otimização dos esforços de vendas pode trazer, aos olhos de finanças, a perspectiva de que suas atividades são majoritariamente despesas, quando não raro são ações cujo valor só se enxerga a longo prazo”. Por outro lado, ele diz que o departamento de marketing, ao desconhecer as rotinas e análises financeiras que garantem a solidez da empresa, não enxerga valor no olhar crítico sobre as contas.

Tensões entre departamentos de uma empresa ocorrem quando há ruídos de comunicação entre as áreas, defende Mariana Campelo, sócia-diretora da Aporama Marketing Digital.

O senso comum é de que marketing está exclusivamente atrelado a imagem e visibilidade, sem necessariamente estar ligado ao retorno financeiro. “A estratégia de marketing engloba diversas atividades essenciais para as empresas. É fundamental que todas elas estejam integradas à gestão financeira”, aponta Mariana. O marketing, segundo ela, abrange todos os aspectos do relacionamento da empresa com seu ambiente externo, responsável pelo posicionamento de produtos/serviços, análise da concorrência, avaliação de demandas e oportunidades no mercado, além do relacionamento com os diversos agentes externos – clientes, concorrentes, fornecedores. No Madê, por exemplo, o marketing já tem sido responsável, diretamente, pela facilitação na aquisição de itens importantes da cozinha nesta fase de grandes investimentos. “Ter estas plataformas trabalhando de forma que tudo que englobe o Madê coloque também seus parceiros em evidência, sem dúvida, tem facilitado os acordos financeiros com fornecedores”, conta o chef.

Neste cenário, é fundamental uma estratégia de marketing integrada com a gestão financeira para alinhar expectativas sobre o negócio e traçar planos de ação em linha com objetivos de curto e de longo prazo, segundo Mariana. “Gap no alinhamento destas ações faz com que cada departamento mensure o sucesso de forma diferente”, complementa sua sócia, Ana Paula Tavares.

A primeira ação para conciliar a relação de marketing e finanças é alinhar os objetivos e métricas para medir o sucesso. “Com a comunicação digital, há uma proximidade cada vez maior entre o ROI (retorno sobre investimento) do Marketing e o ROI de Finanças. Hoje, a comunicação digital é escalável, transparente e o seu retorno, inclusive financeiro, pode ser monitorado praticamente em tempo real”, indica Mariana.

D a esq. para a dir., Amalia Sina, Abramarkk, FGV e Fiesp; Dário Costa, Madê Cozinha Autoral; Mariana Campelo e Ana Paula Tavares, ambas Aporama



Fotos: Divulgação

Na opinião de Chebante, “o marketing digital nunca substituirá as ações ‘do mundo real’, mas traz consigo como legado a preocupação negligenciada pelos profissionais de comunicação e estratégia comercial de controlar o quão eficazes são suas ações, otimizando os recursos disponíveis da empresa”, aponta Chebante. Para Mariana e Ana Paula, a criação de grupos múltiplos, que trabalhem em sinergia envolvendo as áreas de Marketing, Finanças, Recursos Humanos e Operações para traçar juntos o ROI e contribuir com informações sobre como ele será mensurado e utilizado, é um bom começo.

Chebante acredita que empresas vencedoras possuem, obrigatoriamente, uma cultura forte que leva todos ao objetivo final. “Não se trata de naturezas diferentes dos departamentos, mas de construir uma visão conjunta de otimizar as atividades da empresa. O simples fato de ter uma proposta de valor única já ajuda neste sentido”, afirma. Como complemento, ele sugere que marketing e finanças constituam uma agenda conjunta, trocando conhecimentos e status sobre suas atividades.

“A área de marketing bem administrada, que gera estratégia e ação, deve ter sob sua guarda as análises financeiras embasando suas estratégias. Nem sempre isto ocorre”, alerta Amalia Sina. Para a executiva, que já presidiu empresas como Walita e Philip Morris do Brasil,

“O marketing digital traz como legado a preocupação negligenciada pelos profissionais de comunicação e estratégia comercial de controlar o quão eficazes são suas ações, otimizando os recursos disponíveis da empresa”

João Gabriel Chebante, consultor de Inteligência de Mercado

a presença digital já é realidade em grandes, médias e pequenas empresas. “As empresas estão aprendendo como atender as necessidades do mercado dentro da mesma velocidade mas, infelizmente, não estão conseguindo. Houve quem tentasse resistir a esta guinada digital, afirmando que se tratava de uma moda passageira, e acabou por perder mercado”, avalia.

Mariana Campelo acredita que não há mais como almejar sucesso, rentabilidade e crescimento sem investir em estratégias digitais. Mais do que uma avaliação transparente dos resultados obtidos, as ferramentas digitais permitem grande segmentação do público. “Além de ser extremamente vantajoso para as empresas, é vantajoso também para o público, que terá uma experiência mais refinada, especializada e personalizada”, comenta.

Chebante lembra que a Internet já possui audiência e receitas superiores ao rádio, e até 2020 ultrapassará a televisão no mundo todo. “É a principal mídia do mundo, mais democrática e com uma série de perspectivas que podem melhorar tanto os negócios quanto o planejamento e controle dos recursos da empresa”, conclui. Quanto antes as empresas estiverem aptas a atuar no meio digital, mais rapidamente ganharão competitividade num mundo que anda a passos largos e ágeis. Para isso, Marketing e Finanças precisam, urgentemente, aprender a lidar com a nova realidade.

Confiança faz parte do negócio.

Como você mostra a seus
stakeholders que eles podem
confiar na sua empresa?

A qualidade dos serviços de Auditoria da KPMG contribui para fortalecer a confiança dos investidores, credores e outros stakeholders sobre as informações financeiras elaboradas por sua empresa. Saiba mais em www.kpmg.com.br

Anticipate tomorrow. Deliver today.



FACILIDADES DAS
FERRAMENTAS
TECNOLÓGICAS
TÊM INFLUÊNCIA
POSITIVA E
NEGATIVA NA
CONSTRUÇÃO
DAS RELAÇÕES
DE TRABALHO,
PARCERIAS E
NOVOS NEGÓCIOS

Por Jennifer Almeida



Quais os
**impactos da
tecnologia**
no *networking*?



Dois colaboradores de uma empresa agendam reunião para tomar decisões importantes para o negócio. No horário agendado, cada um acessa o Skype em sua sala, ambos realizam a reunião *online* e depois voltam às atividades do dia. Esta é uma facilidade que a tecnologia trouxe para aproximar distâncias e otimizar recursos, como o tempo e o custo com deslocamento para reuniões de trabalho. Profissionais alocados em diferentes endereços, cidades ou países podem se encontrar sem tirar o pé do escritório. Mas o recurso tem sido cada vez mais usado em distâncias não tão longas assim. No exemplo acima,

os dois executivos, mesmo distanciados por apenas um andar do mesmo edifício, optaram por um *software* em detrimento do contato pessoal.

O avanço tecnológico que tem proporcionado estas facilidades para profissionais e empresas está transformando as relações. Ricardo Motz, diretor executivo de Tecnologia da Informação da ANEFAC, diz que a comoditização da tecnologia através dos smartphones, os avanços nas tecnologias de telecomunicação, de geolocalização, as redes sociais e aplicativos baratos e gratuitos têm inserido pessoas, micro e pequenas empresas num mundo até então acessível apenas às médias e grandes empresas. Mas será que o uso excessivo destes recursos é sempre positivo nas relações necessárias no ambiente profissional e corporativo?

Essa mudança de cenário, segundo ele, “está gerando uma ruptura na forma de prestação de serviço e de se fazer negócio no cenário mundial, e já afeta cada vez mais empresas, independentemente do seu tamanho”. Motz acredita que as relações de trabalho vêm se alterando de forma muito intensa nos últimos anos, criando o cenário perfeito para a consolidação desta ruptura. É o caso da uberização, que, em sua visão, “está se tornando sinônimo da ruptura na forma de prestação de serviço e de se fazer negócio no cenário mundial”.

Na visão de David Kallás, *head* de Administração da ANEFAC e sócio da KC&D, a tecnologia é um poderoso influenciador, tanto para ajudar como para atrapalhar. “Depende de como as pessoas a usam”, afirma. A tecnologia ajuda quando existe uma barreira física, “mas uma equipe que está na mesma sala ou prédio não precisa mandar um e-mail se quer pedir algo”, defende. Muita gente, segundo ele, tem adotado essa postura em todos os casos como forma de evitar problemas. “Se tenho que fazer determinada tarefa, envio um e-mail para alguém e aquilo a partir de agora não está mais comigo”, exemplifica.

Por outro lado, é com certeza mais prático enviar um e-mail, por exemplo, quando há informação com muitos arquivos.

De acordo com Kallás, o bom uso da tecnologia deve estar associado à otimização da velocidade de comunicação, mas mantendo objetividade, organização e sabendo separar o que comunica e para quem. Já o mau uso ocorre quando se confundem as coisas. Exemplos rotineiros disso são a comum atitude de copiar pessoas em e-mails sem uma implicação prática, ou quando um grupo de WhatsApp com foco no trabalho é utilizado para enviar correntes religiosa, política, propaganda eleitoral ou piadas.

Mas, se tem uma coisa que a tecnologia não faz, em sua opinião, é diminuir o contato entre as pessoas. Pelo contrário, ela aumenta em intensidade. “Trocar reuniões por outras formas de comunicação pode ter um lado ruim, mas também tem seu lado bom. Tem muita gente que reclama daquelas reuniões infundáveis e sem propósito. É preciso saber usar bem a tecnologia”, esclarece, lembrando que algumas decisões e reuniões dependem do contato pessoal, como promoção, demissão, avaliação de desempenho, entre outros assuntos delicados.

Na AES Brasil, por exemplo, Marcelo Alves Pereira, diretor de RH do grupo, conta que o foco é na melhoria contínua de processos, automatizando atividades e buscando mais produtividade com o uso de tecnologia. “Com este cenário, novas competências podem ser necessárias. Por isso, nossos profissionais têm suporte para buscar esse desenvolvimento e, assim, estarem preparados para o novo contexto”, aponta.

A tecnologia, em sua opinião, traz vantagens na comunicação entre profissionais, no entanto, o contato olho no olho ainda é dos mais importantes nas relações interpessoais. O segredo, segundo ele, é utilizar o melhor de cada cenário. “As vantagens da comunicação a distância são primordiais, mas manter

Da esq. para a dir., David Kallás, ANEFAC e KC&D; Deborah Alquimim, Circuito Networking; e Marcelo Alves Pereira, AES Brasil



Fotos: Divulgação

reuniões presenciais regulares ajuda a manter o espírito de equipe e o senso comum de que existe um time de trabalho. Alguns tipos de conversa só funcionam presencialmente e isso não vai mudar nunca”, afirma.

A tecnologia tem seu papel também para fins de *networking*. “O *networking* não precisa ser necessariamente físico, porque estamos falando de pessoas se relacionando, e isso pode acontecer *online*. E ainda bem que existe a tecnologia para unir as pessoas”, opina Deborah Alquimim, fundadora e facilitadora do Circuito Networking, *hub* que fomenta negócios voltados para educação e cultura empreendedora.

Deborah revela que a rede de relacionamento, em geral, é formada por pessoas que se conhecem pessoalmente em eventos ou outras ocasiões e, depois, mantêm uma relação *online*. Mas o contrário também tem sido recorrente, com as pessoas se conhecendo por meio das redes sociais ou aplicativos e depois marcando um encontro presencial. Um bom exemplo é o aplicativo de *networking* BeerOrCoffee, que conecta pessoas que podem ser interessantes para os negócios. “Sou a favor da tecnologia, pois ela une as pessoas que de certa forma estão distantes”, afirma.

As melhores ferramentas

Com tantas opções de tecnologia para agilizar a comunicação ou trazer melhorias para o negócio, nem sempre é fácil identificar qual a melhor para cada situação. “Não adianta utilizar tudo que tem por aí. É preciso estudar as ferramentas antes de escolher qual utilizar e, depois, ajudar a treinar as pessoas para fazerem o bom uso dela, além de dar *feedback* e criar normas de conduta”, recomenda David Kallás.

Pereira, da AES Brasil, recomenda incorporar no dia a dia o que há de mais moderno e prático somente se isso proporcionar mais produtividade e organização. São algumas opções os *web meetings*, ligações por IP, WhatsApp, redes sociais, vídeoconferência, entre outros. É fundamental, para ele, usar a tecnologia a favor, mas é válido manter práticas como as reuniões presenciais com o time periodicamente. “E nunca substitua o olho no olho para conversas específicas de *feedback*, correções de comportamento e elogios”, ressalta.

Ricardo Motz não vê como produtiva a tentativa de dosar o uso da tecnologia na maneira de se fazer negócios. Para ele, a tecnologia entrará cada vez mais na vida das pessoas e não será possível dosar o seu uso, a tal nível em que realidade e virtual se fundirão. “Num futuro não muito distante, tudo poderá ter um IP e estará conectado à Internet. No entanto, a realidade aumentada permitirá que o contato virtual se torne cada vez mais próximo do contato pessoal”, adianta.



Crowe Horwath™

Auditoria | Impostos | Consultoria | Riscos

Smart decisions. Lasting value.™

*8ª MAIOR REDE GLOBAL DE AUDITORIA E CONSULTORIA

- São Paulo (11) 5632-3733
- Campinas (19) 2222-5904
- Belo Horizonte (31) 2555-0575
- www.crowehorwath.com.br





“Dilúvio de dados” nos departamentos contábeis

O dilema de companhias e analistas de mercado para depurar a crescente quantidade de informações

Por Carlos Eduardo Batista

de densidade fosse atingido, este componente passaria a ser utilizado para produzir circuitos ainda mais densos, numa cadeia de transformações cumulativas e mútuas. Essa tendência ficou conhecida como Lei de Moore.

Entre sua formulação e a virada do milênio, passamos por algo como dez revoluções tecnológicas sucessivas, uma escala de mudança jamais vista na história da humanidade. O resultado dessa revolução permanente está em nossos smartphones, carros, eletrodomésticos inteligentes, aplicativos e computadores, cada vez menores e com cada vez mais capacidade. Esta é a base para o “dilúvio de dados” que estamos vivendo.

Não é para menos que, como indivíduos, estamos sobrecarregados com a quantidade de dados recebida diariamente e nos vemos em sérias dificuldades para filtrar informações realmente importantes. Essa situação replica-se nos departamentos de contabilidade de grandes companhias em um volume exponencialmente maior. Na visão de Eduardo Lucano, presidente executivo da Abrasca (Associação Brasileira de Companhias Abertas), há uma sobrecarga de dados disponíveis e muitas informações são replicadas na contabilidade por falta de estruturação e armazenamento inteligente. A solução

está na tecnologia da informação, “essencial para a organização e extração de análises que colaboram em não sobrecarregar os departamentos de contabilidade na busca por essas informações”, diz.

Na opinião de Lucano, a chave para superar o desafio de lidar com o grande volume de dados processados diariamente a fim de chegar àquilo que é essencial está no uso de tecnologias da informação. “O ERP e o BI (*Business Intelligence*) com bancos de dados unificados, bem estruturados e parametrizados, traz uma maior precisão e previsão na análise das informações contábeis das companhias, tornando mais eficiente a tomada de decisão na empresa”, explica. Apesar de ser a tecnologia a causa da crescente quantidade de dados, na mesma medida, ela proporciona facilidades no tratamento e na hierarquização deles. “A facilidade só depende da correta estruturação dos dados e disponibilidade de ferramentas com alto desempenho”, diz.

À frente da Diretoria de Controladoria e Planejamento Financeiro da Raízen, Luiz Roberto Tibério concorda que há uma quantidade significativa de dados produzidos, uma vez que as empresas estão gerando cada vez mais conteúdo e informações relevantes.

Em 1965, o físico-químico norte-americano Gordon E. Moore, que viria a ser um dos fundadores da Intel Corporation, demonstrou que havia uma tendência no desenvolvimento de semicondutores: a cada 18 meses a quantidade de componentes em um Circuito Integrado seria duplicada, assim, quando o limiar máximo

Da esq. para a dir., Luiz Roberto Tibério, Raízen; Breno França, Unicamp; Haroldo Levy, Codim; e Eduardo Lucano, Abrasca



Foto: Arquivo ANEFAC



Fotos: Divulgação

“Junto a isso surge a necessidade cada vez maior de manter estas informações armazenadas para o controle de todas as operações”, considera.

Segundo o diretor, o norteador da prática adotada pela Raízen para ter controle total das operações é selecionar e filtrar os dados para gerar informações que agreguem valor às operações futuras. “Tudo é identificado, classificado e agrupado em diferentes níveis de organização para que cada colaborador tenha acesso às informações relevantes ao desempenho das atividades de sua responsabilidade”, explica. “São as informações com inteligência, e não os dados, que são usadas para as tomadas de decisões dentro da companhia”, destaca.

Aposta na tecnologia

Lidar com um volume de dados contábeis exponencialmente maior não significa que as empresas estejam à beira de um colapso informativo. Na verdade, há mais acesso a informações do que antes. Agora o dilema é construir mecanismos que permitam depurar essa quantidade de informações. Quem diz isso é Haroldo Levy, coordenador do Codim (Comitê de Orientação de Informações ao Mercado). “O número de informações realmente cresceu. Hoje temos muita coisa que antes não tínhamos, só que, muitas vezes, aquilo que é relevante fica perdido no meio dessa quantidade de informações e você não consegue encontrar. E os profissionais não têm tempo suficiente para fazer essa busca tão detalhada e em quantidades grandes”, argumenta.

O dilema afeta as companhias e o mercado. As primeiras precisam fornecer as melhores informações, enquanto o segundo, por meio de profissionais de investimento, analisá-las. O Codim tem uma série de pronunciamentos e notas técnicas orientando as companhias acerca das melhores práticas de divulgação de informações, indicando o que informar, como informar e para que público. Segundo Levy, o objetivo é mitigar alguns desses problemas de quantidade de informações não relevantes, tentando focar no que é a melhor prática.

“No Codim a gente fala de público estratégico. Os principais públicos estratégicos dentro dos mercados de capitais são os profissionais de investimento. Então, este profissional vai montar as suas planilhas, juntar as informações, e [com uma ferramenta adequada] ele teria uma facilidade maior de visualizar essas informações, de trazê-las já de forma comparada, inclusive com o resto do mundo”, argumenta, defendendo maiores investimentos em tecnologia.

Voltando à Lei de Moore, estamos falando da condensação de semicondutores a nano escala, que seria um tipo de mensuração da transformação tecnológica. Mas essa mensuração não permite medir nem a intensidade com que as informações são transmitidas nem o nível de tecnologia que as pessoas necessitam para lidar com essas informações.

Para Breno França, professor do Instituto de Computação da Unicamp, fazer essa mensuração é muito complicado, principalmente se tentarmos considerar um valor numérico exato.

“Entretanto, é só você pensar no impacto social e econômico que a ausência dessas tecnologias teria”, destaca. Pesquisador de temas relacionados à Engenharia de Software Experimental, Métodos Ágeis de Desenvolvimento de Software, Arquitetura de Software e Simulação Computacional, França argumenta que soluções tecnológicas defasadas, não integradas ou não alinhadas aos objetivos de negócio e à cultura da empresa geram perdas financeiras consideráveis.

Ele argumenta que um software é desenvolvido para resolver, ou ajudar a resolver, um problema. Se ele passa a não mais resolver esse problema de forma eficaz, ele está obsoleto e precisa evoluir. “Caso o esforço ou custo na evolução seja maior que desenvolver ou adquirir um novo, é o fim do ciclo de vida deste software”, afirma.

França defende que o investimento em tecnologia não é apenas um diferencial competitivo, mas em muitos casos e áreas de atuação é uma questão de sobrevivência da organização. “A solução de software ideal é aquela que, com o menor custo, traz o maior retorno de investimento em valor para o negócio. Mas isso nem sempre pode ser atingido no cenário real. Ainda, essa avaliação de custo de software e valor agregado é sempre muito nebulosa em estágios iniciais de desenvolvimento ou implantação de sistemas”, observa. E conclui: “Essas questões transcendem a tecnologia, que é importante, mas deve ser vista mais como um meio para atingir objetivos de negócios e oferecer facilidades do que como um fim por si só”.

SEJA UM ASSOCIADO ANEFAC

APROVEITE OS BENEFÍCIOS



A atual dinâmica do Mercado, competitivo e globalizado, exige que as empresas e os executivos estejam constantemente atualizados e conectados com as tendências. É nesse cenário que a ANEFAC se apresenta como parceira ideal para levar novas leituras sobre os negócios e formação de seus associados. Junte-se aos executivos de sucesso. Faça parte do nosso grupo!

- ✓ Educação Continuada
- ✓ Parcerias de negócios
- ✓ Publicações de artigos na mídia
- ✓ Pontuação CFC mais de 80 horas pontuadas em 2016
- ✓ Gratuidade em reuniões técnicas – mais de 40 por ano
- ✓ Networking qualificado - Mais de 4 mil executivos nos eventos em 2016
- ✓ Condições especiais em cursos de pós-graduação e MBA's
- ✓ Conteúdos exclusivos de setores de interesse do associado

Acesse o nosso site e saiba como se associar www.anefac.com.br

ANEFAC – Integrando executivos que fazem a diferença



/ANEFAC BRASIL



/ANEFAC



@ANEFAC_BRASIL



/ANEFAC

Como anda sua reputação digital?

POSTS, COMENTÁRIOS E CURTIDAS DIZEM MUITO MAIS SOBRE SUA PERSONALIDADE DO QUE VOCÊ IMAGINA, E AS EMPRESAS ESTÃO DE OLHO NISSO

Por Jennifer Almeida

Muito além das fotos do fim de semana com os amigos na praia ou do *happy hour* de sexta-feira, as redes sociais e o veloz ambiente digital reservam infinitas armadilhas que podem gerar gafes profissionais. Por isso, todo cuidado ao comportamento digital é necessário para não colocar em risco carreiras construídas com esmero. Silmara Santos Adad, especialista em etiqueta e comportamento contemporâneo, observa que no contexto social totalmente influenciado pela tecnologia em que vivemos hoje, é comum que todos tenhamos uma presença *online* muito mais intensa na vida das pessoas. Por isso, é essencial lembrar: ao expor-se nas redes, é fundamental perceber que as informações permanecerão disponíveis na memória

digital durante anos. “A história da nossa vida *online* vai construindo nossa reputação digital”, acrescenta.

O cuidado deve ir muito além de evitar fotos comprometedoras. Redobrar a atenção aos comentários feitos nas redes e curtidas de posts de terceiros é essencial, pois estes expõem a pessoa sem que haja uma consciência direta da exposição. Para Roberto Picino, diretor executivo da Michael Page, opiniões muito fortes, posições políticas e opiniões negativas sobre a empresa anterior são exemplos de comportamentos a serem evitados no ambiente digital.

Picino afirma que as formas de relacionamento dentro das redes sociais permitem avaliar como a pessoa se porta com seus colegas, enquanto Silmara defende que nem tudo que se comenta *offline* poderá ser publicado no ambiente *online*. “Claro que você pode se posicionar,



Ilustração: projetada por freepik



Fotos: Divulgação

Da esq. para a dir., Lia Vicente, LinkedIn; Luiza Helena Trajano, Magazine Luiza; Silmara Santos Adad, especialista em etiqueta e comportamento contemporâneo; e Roberto Picino, Michael Page

mas faça isso com cautela, sem agredir as outras pessoas. A partir do momento em que você se expõe, deve estar aberto a receber críticas ou opiniões contrárias. Se você não estiver aberto a essa contrapartida, o ambiente torna-se desrespeitoso muito rapidamente”, analisa.

Tolerar mesmo sem concordar, segundo Silmara, é a base que sustenta o saudável convívio com diferentes pontos de vista, o que acaba sendo enriquecedor por proporcionar visões a partir de outros prismas. “Idem para o comportamento em grupos do WhatsApp”, opina, lembrando que perder o foco do ambiente faz com que sejam esquecidas as posturas adequadas.

“Meça as palavras para evitar confusão e prejulgamentos.

Estamos em grandes vitrines e não sabemos quem está de olho em nós. As empresas estão atentas ao que acontece nas redes”, alerta.

Um bom perfil

Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, além de ser uma das empresárias brasileiras mais influentes no ambiente corporativo, também é conhecida por saber interagir muito bem nas redes sociais. O segredo, segundo ela, é ter os mesmos comportamentos que se espera de qualquer pessoa

fora das redes, de postura ética e social, com valores voltados ao bem comum. “Faço tudo pessoalmente, procurando apresentar assuntos do meu dia a dia, tanto alguns pessoais que desejo compartilhar, mas especialmente atividades profissionais”, destaca.

O LinkedIn é a rede mais utilizada para fins profissionais e é importante ressaltar que a postura na rede deve condizer com a do ambiente corporativo. Lia Vicente, *head* de Marketing do LinkedIn para Soluções de Talentos na América Latina, diz que as possibilidades de interação nas redes sociais são muitas, mas, em todas elas certas atitudes devem ser evitadas. Erros de português, fotos inadequadas que fogem do ambiente de trabalho e informações imprecisas no perfil nunca são recomendados.

O perfil mais atrativo, segundo ela, é o mais completo possível. Mas, para começar, é fundamental uma boa foto e um bom resumo. “Para a foto, as dicas são escolher uma que represente o ambiente de trabalho do profissional e que mostre o rosto com clareza. No resumo, expor habilidades e interesses de forma objetiva. Listar competências e experiências anteriores também é uma estratégia para se diferenciar”, indica.

Há também questões práticas a serem evitadas. Um exemplo é o uso da frase: “em busca de recolocação” na descrição do perfil. “O sistema do LinkedIn funciona por palavra-chave e é improvável que um recrutador utilize esse tipo de expressão ao procurar um profissional. Cada empresa busca o perfil mais adequado às oportunidades que dispõe, por isso, é importante dei-

xar claro quais são suas habilidades e competências. Experiências anteriores e interesses pessoais também ajudam o recrutador a conhecer mais sobre o perfil de um candidato”, acrescenta.

Roberto Picino, da Michael Page, destaca que toda interação nas redes sociais revela quem é a pessoa, mas a forma e frequência de posts e comentários indica a maneira como ela quer ser vista. Portanto, o bom senso é mais do que recomendado, é obrigatório. “A rede social deve ser utilizada para compartilhar assuntos que podem ser até mesmo polêmicos, mas nunca discriminatórios, ofensivos ou antiéticos”, recomenda Luiza Helena Trajano, que acumula mais de 86 mil seguidores no LinkedIn e 28 mil no Twitter.

Picino recomenda cuidado extra para não sair divulgando metas e dados confidenciais. “Isso é muito fácil de acontecer. É preciso se policiar e ter bom senso sempre”, diz. Silmara reforça o cuidado com o sigilo de dados e informações, especialmente em e-mails com cópia oculta.

No caso de redes sociais onde o foco é a profissão, Lia Vicente recomenda manter o perfil sempre atualizado e completo, com dados relevantes sobre a carreira e aspirações profissionais, mesmo nos períodos de estabilidade profissional. “Como em qualquer rede social, também é importante estar ativo. Compartilhar conteúdos e participar de discussões são duas formas de interagir e trabalhar o *networking*”, ensina. Além disso, ela sugere ao usuário seguir outros perfis e os líderes de opinião de diferentes áreas de interesse para manter-se atualizado.



Reinaldo Guerreiro:

“Estou no melhor
momento da minha
vida”

Do ponto de vista profissional, o ingresso de Reinaldo Guerreiro no curso de pós-graduação em Controladoria e Contabilidade da USP (Universidade de São Paulo) influenciou praticamente tudo que exerce profissionalmente hoje. Guerreiro é professor da FEA-USP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo), pesquisador, consultor e participa em conselhos e comitês fundamentalmente pela influência de sua formação. Já do ponto de vista pessoal, desde 2009 é profundamente influenciado pela filosofia da Kriya Yoga. “Tudo que faço hoje em minha vida é pautado por essa filosofia”, afirma.

Guerreiro é contador graduado em Ciências Contábeis em 1977 pela FEA-USP, com mestrado em Controladoria e Contabilidade na mesma instituição (1984) e doutorado do mesmo programa da FEA, com defesa da tese em 1989.

Sua trajetória profissional começou na empresa Roberto Dreyfuss Consultores que, alguns anos depois, seria incorporada pela KPMG. “Na Roberto Dreyfuss Consultores e, posteriormente, na KPMG tive uma sólida e profunda experiência em consultoria empresarial de forma geral, mas principalmente na implementação de sistemas contábeis gerenciais, tais como sistemas de custos, orçamentos e *pricing*”, comenta.

Atualmente professor titular da USP, Guerreiro entrou na carreira acadêmica em 1990, logo após a defesa da sua tese de doutorado. Atuou ainda como chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA-USP em duas gestões e

“Do ponto de vista comportamental, aprendi que devemos ser humildes e éticos em tudo que fazemos. E do ponto de vista profissional, aprendi que devemos ser eternos estudantes.”

como diretor da Faculdade entre 2010 e 2014. “Tive diversas experiências muito marcantes. Ser diretor da FEA-USP foi uma dessas experiências. Outra experiência que tenho vivenciado é a participação no Conselho de Administração da Petrobras Distribuidora e no Comitê Estratégico da Petrobras neste momento histórico”, menciona.

Para Guerreiro, este é o melhor momento de sua vida. Do ponto de vista profissional, realizou e está realizando muitas coisas importantes. “E ainda tenho o potencial de realizar muito mais coisas no futuro. Mas é sobretudo do ponto de vista pessoal que considero este o melhor momento de minha vida. Mais equilibrado e valorizando mais as coisas certas”, afirma. “Aprendi diversas lições. Do ponto de vista comportamental, aprendi que devemos ser humildes e éticos em tudo que fazemos. E do ponto de vista profissional, aprendi que devemos ser eternos estudantes”, declara. Para ele, o único senão deste momento é a saudade que sente dos netos, que estão morando no México.

Natural de Jundiá, hoje Guerreiro mora em São Roque e aproveita os momentos de lazer para praticar dois dos seus principais *hobbies*: a leitura de livros dos mestres da yoga e a jardinagem. “Tenho um grande jardim em minha casa e cuido dele pessoalmente. Mas ainda tenho uma paixão pelos cavalos, com os quais sempre estive em função do meu filho”, conta, referindo-se ao filho Renan Guerreiro, que conquistou medalha de bronze pela equipe brasileira na modalidade Concurso Completo de Equitação (CCE) nos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro em 2007.

A mais recente aventura de Gisele Schneider, do Grupo Fleury, foi no Morro Chacaltaya, na Bolívia

TREKKING: O CONTATO ENERGIZANTE COM A NATUREZA



Foto: Arquivo ANEFAC

“**N**ão importa a distância. Na trilha, o mais importante é o caminho e, normalmente, o ponto final é o troféu pelo esforço.” É assim que Gisele Cristina Marcelino Schneider, gerente sênior de Controladoria e Tributos do Grupo Fleury, define a prática que tem como

hobby desde que sentiu uma grande necessidade de ter contato com a natureza. “Sentia falta de fazer algo que me lembrasse o sítio do meu avô, o cheirinho de relva molhada”, relembra.

Começou fazendo trilhas em Paranaíacaba, localizada a aproximadamente 60 quilômetros de São Paulo com uma grande reserva de Mata Atlântica. Depois, fez trilhas em Paraty (RJ), Monte Verde (MG) e, a mais recente, na Bolívia, no morro Chacaltaya, em um *trekking* de aproximadamente mil metros de distância a cinco mil metros acima do nível do mar. “Quando faço trilha, eu troco energia com a natureza. É um momento de contemplação. Na natureza, é

possível perceber como somos pequenos diante do mundo”, reflete.

Durante a prática, o que mais agrada a executiva é a oportunidade de “respirar ar puro, ouvir o canto dos pássaros, relaxar e, por que não, abraçar árvores”. Outro benefício é a simplicidade. Afinal, um par de tênis, roupa confortável, água, um guia ou um mapa do local são suficientes para percorrer a trilha. Para ela, é prazeroso também conversar sobre *trekking* com outras pessoas. “Trocar experiências, ver o brilho no olhar quando falamos na possibilidade de tomar um banho de cachoeira revigorante ou da possibilidade de ver as estrelas”, descreve.



Fotos: Arquivo pessoal

“Na natureza,
é possível
perceber
como somos
pequenos diante
do mundo”

Gisele praticando trekking na Bolívia

Entre os principais benefícios físicos, ela aponta alguns. Condicionamento físico é o primeiro deles, pois nem sempre os caminhos são planos e diretos. “Você vai ter que passar embaixo de troncos, cair em buracos, subir morros e escorregar”,

enumera. E, além do condicionamento, tem o relaxamento: “Na natureza, os sons, os cheiros e as texturas recordam momentos e energizam”, conta.

Para quem tem interesse em iniciar na prática, Gisele sugere pedir indicação

de algum amigo para começar com uma trilha leve, utilizar uma roupa confortável e levar água. “Não deixe lixo e jamais mexa com os animais ou traga algo do local, como folhas ou troncos”, ensina. O respeito à natureza é mandatório.

ADCCONT

CONSULTORIA CONTÁBIL

Terceirização de Contabilidade e Tesouraria [Utilização do Sistema Integrado Microsiga]

- | Serviços recorrentes de contabilidade, incluindo folha de pagamento e escrituração fiscal.
- | Terceirização de tesouraria incluindo contas a receber, a pagar e fluxo de caixa.
- | Contabilidade gerencial e para empresas do exterior.
- | Serviços especiais de atualização contábil e fiscal, conciliação de contas, preparação de relatórios especiais e supervisão de contabilidades não terceirizadas.
- | Abertura, encerramento e regularizações de empresas.

Consultoria e Serviços Especiais

- | Consultoria contábil, fiscal e previdenciária.
- | Implantação de controles contábeis e gerenciais.
- | Laudos contábeis.

www.adccont.com.br

Rua Padre Antonio Thomas, 147 - São Paulo / SP - CEP 05003-010
Fone/Fax: 55 (11) 3865.6162
vono@adccont.com.br / tribeiro@adccont.com.br



ECONOMIA COMPARTILHADA:

modelo econômico é tendência e promete mudar o mercado e a vida das pessoas

*Por Ricardo Poncidero Catto

A economia global tem se transformado no decorrer dos tempos, deixando para trás o princípio do hiperconsumo e do sucesso financeiro a qualquer custo. Com o aumento da consciência social e a percepção do cuidado que ela exige por parte da sociedade, a forma que vivemos e fazemos negócio está sendo alterada. Essa nova concepção de mundo teve como aliado o avanço tecnológico que dissemina com facilidade ofertas, informações e recursos rápidos.

Para falar de economia compartilhada ou colaborativa, é preciso antes salientar a diferença entre riqueza financeira e riqueza econômica. A financeira diz respeito ao faturamento de uma determinada empresa ou pessoa, tem a ver com o capital propriamente dito. Já a econômica, que tem uma abrangência mais ampla, engloba não somente o capital financeiro, mas também o capital humano, intelectual, de relacionamento e criativo (a capacidade de criar e desenvolver métodos, técnicas, ferramentas, abordagens ou arte).

Esse novo tipo de abordagem econômica tem como principal alicerce as atividades humanas direcionadas ao desenvolvimento de valores de uso social e que são focadas em novas maneiras de gestão de trabalho, dando prioridade aos modelos horizontais. A palavra em questão é “uso”, e não mais “posse”, sempre dando ênfase à mutualização dos bens, organização de pessoas ou comunidades geralmente conectadas por plataformas *online*. A economia compartilhada e a colaborativa deram início a uma nova forma de consumo, na qual o comprar dá lugar ao emprestar, alugar ou dividir.



Esse hábito advém de uma nova tomada de consciência das pessoas, ampliando seu pensamento para viabilizar essa economia. Se as mais de sete bilhões de pessoas do mundo quisessem ter um carro cada uma, não haveria estrada o bastante capaz de dar conta do congestionamento. Esse pensamento coletivo habilita novos experimentos na sociedade que dialogam com o compartilhamento e com a confiança no outro.

A palavra-chave para esse modelo econômico é confiança. A relação de deixar algo seu nas mãos de outra pessoa ou até mesmo utilizar algo que não lhe pertence está diretamente relacionada com a confiança, o que foi perdido há

tempos com a intensa economia do alto consumo na qual fomos inseridos ao longo dos tempos.

Trabalhar confiança e ampliar a consciência, saindo do pensamento egocêntrico do “Eu em primeiro lugar”, não é algo fácil, e menos ainda instantâneo. A programação neurolinguística (PNL) tem ferramentas capazes de auxiliar nesse processo de abertura para entender a realidade do outro, priorizando o bem comum. Compreender que verdade é algo relativo e subjetivo, permitindo infinitas versões sobre o mesmo fato.

As vicissitudes do consumo e do culto ao ego nos fizeram perceber, nesse processo, que somos mais interdepen-

dentes do que imaginávamos. É preciso que nos desvinculemos desse hábito egóico, partindo para uma forma mais ecológica e coletiva onde se vê a sociedade como um todo. Sem dúvida alguma, a economia coletiva e a colaborativa são o modelo do futuro para se conviver e negociar de uma maneira saudável e qualitativa, fazendo as pessoas consumirem de forma mais inteligente, humana e sustentável, e lembrando que o acesso é bem mais importante do que a posse.

* Ricardo Poncadoro Catto é CEO e sócio fundador da Trustin. Com 30 anos de experiência em estratégia, cultura e gestão, é conselheiro e investidor do Impact Hub São Paulo e conselheiro do Instituto Capitalismo Consciente Brasil.

“Crescemos, e muito. Por isso estamos trazendo a BDO”

BDO Audit Services

A BDO é a quinta maior empresa de auditoria do Brasil e do mundo, possui em sua carteira mais de 60 empresas de capital aberto no Brasil.

O departamento de mercado de capitais da BDO possui ampla experiência em atendimento a grandes grupos econômicos, que possuem operações complexas, e por conseguinte, demandam um alto conhecimento técnico, tanto do negócio quanto de legislação nacional e internacional.

Audit | Tax | Advisory | Outsourcing
relacionamento@bdobrazil.com.br
www.bdobrazil.com.br



AVALIAÇÕES - CBAN

Desafios e oportunidades na avaliação de *startups*

A ANEFAC Rio de Janeiro, por meio do Comitê de Avaliações - CBAN, realizou reunião técnica *online* no dia 10 de maio sobre os grandes desafios observados no processo de avaliação

de *startups*. Com coordenação da diretora executiva Ana Cristina França de Souza e palestra de Rodrigo Nigri, profissional de *Business Valuation* na Apsis Consultoria, foram apresentados

cases recentes de investimento em *startups*; a ótica do investidor e do avaliador; e principais pontos de atenção na construção de uma *valuation* a partir de um caso prático.



Fotos: Arquivo ANEFAC

ESTRATÉGIAS

Aumentando lucro líquido e ROI

No dia 10 de maio, a ANEFAC, através do Comitê de Estratégias, realizou reunião técnica para apresentar uma abordagem que tem proporcionado resultados exponenciais no lucro líquido e ROI das empresas que a adotaram. O palestrante Gilmar de Almeida, fundador da GA Consult e membro da M2BS (*Masters to Business Solutions*), falou sobre o histórico da metodologia, mostrou cases de sucesso e falou

sobre a importância de controlar o ROI, estoques e sistemas produtivos, além de aspectos financeiros e tomada de decisões por outros paradigmas. David Kallás, diretor executivo responsável, considerou a reunião importantíssima. “Debatemos sobre formas diferentes e eficazes de avaliar oportunidades nas empresas, tendo em mente a geração incremental de ROI da empresa”, informou.

Gestão da imagem e da reputação

O papel das relações públicas além da transparência contábil foi tema da reunião técnica realizada pelo Comitê de Estratégia no dia 6 de junho, sob coordenação do diretor executivo David Kallás. O jornalista e publicitário Celso de Souza Alexandre, especialista em *PR & Brand Communications*, destacou que o cuidado na gestão de imagem e na reputação, os

planos de engajamento e os projetos de comunicação têm sido imprescindíveis no planejamento e governança corporativa dos principais executivos do mercado. Entre os principais tópicos, foram apresentados cases de sucesso, abordando comunicação e contemporaneidade; imagem x reputação; e comunicação a favor dos números e vice-versa.

CRÉDITO CORPORATIVO

Projeção de demonstrações financeiras pós-crise

O Comitê de Crédito Corporativo, sob coordenação do diretor executivo Marcio Ferreira Torres, realizou reunião técnica no dia 5 de maio, em São Paulo, para discutir o desafio que será projetar as melhoras que devem ocorrer nos balanços das empresas brasileiras após dois anos consecutivos de forte recessão. Entre os tópicos abordados, estiveram a projeção dos dados históricos que estiveram em queda, como tratar custos e despesas operacionais em relação às vendas, o que fazer com a provável inversão de tendência na projeção do faturamento, impacto financeiro no grau de severidade dos bancos, e revisão das atuais políticas de compras e vendas. “A reunião contou com membros interessados em tratar de um tema técnico, mas relevante para os



tempos turbulentos atuais. O impacto disso nos balanços foi grande e saber avaliar com cautela é primordial para olhar para frente e decidir bem”, considerou Torres.

NORMAS INTERNACIONAIS DE CONTABILIDADE

IFRS 15 e CPC 47

A reunião técnica realizada pelo Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade no dia 21 de junho foi dedicada ao debate do CPC 47 - Receita de Contrato com Cliente, elaborado a partir do IFRS 15. Entre o debate que contemplou as principais alterações no reconhecimento e mensuração de receitas e os efeitos esperados para 2018, a diretora executiva responsável, Cecília Geron destacou que a receita somente poderá ser reconhe-

cida quando houver a transferência dos bens ou serviços prometidos aos clientes. “Uma implicação imediata é que as empresas deverão verificar quais são os contratos existentes, formais e informais, com seus clientes e o que foi prometido a eles. Há ainda um longo caminho, não só para entender e aplicar o CPC 47, mas também para estudar suas implicações no resultado das empresas e no valor dos impostos pagos”, concluiu.

NORMAS CONTÁBEIS/IFRS

Conhecendo o IFRS 15

No dia 7 de junho, a ANEFAC Salvador realizou reunião técnica sobre o novo IFRS 15, com vigência a partir de 1º de janeiro de 2018, para discutir os impactos nas principais indústrias, principais dificuldades na implementação, impactos fiscais e dicas. Mateus Luis de Freitas Oliveira e Mozart Hasselman de Abreu Leite, ambos gerentes de Auditoria na PwC; e Pedro Andrade Trigo, sócio no Fraga & Trigo Advogados Associados, focaram suas palestras e debates na discussão das alterações no reconhecimento de receita e impactos fiscais da norma.





PALESTRA

Comunicar para liderar - seja um líder comunicador

Milton Jung, âncora do Jornal da CBN, palestrou em *happy hour* da ANEFAC no dia 6 de junho, em São Paulo. Autor dos livros “Comunicar para Liderar” e “Jornalismo de Rádio”, Jung defende a ideia de que a comunicação é fundamental para quem pretende liderar empresas, grupos de pessoas e a sua própria carreira. Contando histórias reais, com vídeos e áudios ilustrativos dos diferentes conceitos e pesquisas abordados, ele apresentou as melhores estratégias de adaptação para se tornar um líder comunicador diante da realidade de ansiedade informacional experimentada pela sociedade contemporânea.



RELATO INTEGRADO E SUSTENTABILIDADE

Green bonds

Os *green bonds* como novo e flexível instrumento financeiro para financiamento de investimentos sustentáveis no Brasil foi o tema da reunião técnica realizada no dia 14 de junho pelo Comitê de Relato Integrado e Sustentabilidade, sob responsabilidade do

diretor executivo Fernando Fonseca. De acordo com Robert Ellison, sócio-diretor do escritório Shearman & Sterling em São Paulo, que palestrou durante o encontro, os *green bonds* são considerados opção atrativa para a maioria das grandes empresas – e não

só para as do setor de energia, como antigamente. Para demonstrar como é possível tirar proveito deste instrumento de financiamento, foram apresentados o conceito, benefícios e parâmetros financeiros de um *green bond*, além dos tipos de investimentos financiáveis.

CONTROLADORIA

Inovação tecnológica em Controladoria

O Comitê de Controladoria da ANEFAC realizou, em 13 de junho, reunião técnica sobre os principais conceitos necessários para implementar sistemas de informação do ponto de vista da Controladoria Estratégica. O encontro coordenado pelo diretor executivo Marcus Vinícius Biazzin Beszile, também apresentou práticas de melhorias através da automação e tecnologia. Entre os tópicos abordados, estiveram os Sistemas de Informação de Acompanhamento do Negócio; objetivo e funcionamento do Sistema de Acompanhamento do Negócio; além de informação e relatórios gerados.



PERÍCIA, MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM

Lei Ferrari

O Comitê de Perícia, Mediação e Arbitragem, sob coordenação do diretor executivo Fernando Viana de Oliveira Filho, realizou reunião técnica no dia 31 de maio sobre a Lei Ferrari (Lei nº 6.729/79), com foco na rescisão de

contrato de concessão comercial de veículos automotores. Entre os principais tópicos, foram abordadas as indenizações previstas e as perícias contábeis em ações relacionadas com a lei em questão.

TRIBUTOS

Tributação das operações que adotam tecnologias disruptivas

A ANEFAC Rio de Janeiro, por meio do Comitê de Tributos, realizou no dia 16 de maio reunião técnica com objetivo de discutir os impactos dos novos modelos de negócios no dia a dia operacional, especialmente nas áreas contábeis e fiscais. O palestrante Leonardo Clark, gerente da área da Consultoria Tributária com foco no setor de Planejamento Fiscal e Societário do escritório da Gaia, Silva, Gaede & Associados, apontou que estes modelos podem gerar eleva-

ção da carga fiscal ou a constituição de passivos significantes se não forem adequadamente tratados pelos profissionais da área tributária. “O encontro foi destinado a apresentar os impactos que as evoluções tecnológicas vêm exercendo no campo societário e tributário, sobretudo no atual cenário em que as disrupções vêm se tornando cada vez mais presentes nas relações comerciais de um modo geral”, definiu o diretor executivo Mauro da Cruz Jacob.

CPC 47 - Reconhecimento de Receitas

Edison Fernandes, sócio do Fernandes, Figueiredo, Franço e Petros Advogados, palestrou na reunião técnica de Tributos realizada no dia 7 de junho, sob coordenação do diretor executivo Cláudio Yano. O encontro discutiu o CPC 47 a partir de exemplos práticos, com enfoque nas preocu-

pações tributárias e preparação das empresas para sua adoção a partir de 2018. Cuidados na adoção inicial; novos critérios; principais setores afetados; aspectos tributários; e desafios para empresas e auditores estavam entre os principais tópicos abordados.

PROCESSOS E RISCOS

Como lidar na prática com a gestão de crises



Barry Wolfe, diretor da Wolfe Associates, foi o palestrante da reunião técnica de Processos e Riscos realizada no dia 15 de maio. No encontro focado em questões relacionadas à gestão de crises, foram abordados temas como *compliance*, sabotagem industrial, imagem corporativa, controles internos e gestão de riscos, governança corporativa, inteligência corporativa, conluio e ações criminosas, e aspectos relacionados a casos atuais, como *Panama Papers*, Lava Jato e Carne Fraca. Para o diretor executivo Eduardo Nunes de Carvalho, é fundamental que o gestor de crise foque mais na proteção da imagem corporativa e de seus interesses legítimos, na redução de danos, na melhoria do *compliance*, do que na punição aos culpados. “Isso é papel das autoridades públicas”, opinou.

LIDERANÇA E GESTÃO DE PESSOAS

Liderança e *compliance*

O Comitê de Liderança e Gestão de Pessoas da ANEFAC recebeu o autor do livro “*Compliance – A Excelência na Prática*”, Wagner Giovanini, na reunião técnica do dia 20 de junho, em São Paulo. Para debater o que e como funciona o *compliance* na prática, e como isso pode ajudar o Brasil, foram abordados a evolução do tema corrupção nos últimos anos; o contexto da lei anticorrupção brasileira; os mecanismos de Integridade na prática e aos olhos da lei; o panorama sobre certificações de *compliance* no Brasil; e o case Mentoring Compliance Total® como uma solução viável para as empresas. O diretor executivo Emerson Weslei Dias afirmou que reputação não tem preço, por isso, o *compliance* é mais que uma



ferramenta, é uma mentalidade. “Tivemos a oportunidade de ouvir uma autoridade brasileira no tema em um debate rico em

detalhes, embasado em casos reais que nos ajudaram a perceber a importância cada vez maior do tema”, considerou.

Vantagens de ser um Assinante Corporativo

Sua empresa pode manter a equipe preparada para tomar as melhores decisões e alavancar negócios. Diariamente, o Valor Econômico traz notícias de bastidores, conteúdo relevante e análises produzidas pela melhor equipe de jornalistas e colunistas do Brasil.



- Benefícios adequados à necessidade da empresa;

- Controle e acompanhamento do pacote

de assinaturas feitos por equipe especializada;

- Pagamento por meio de fatura única ou cartão corporativo;

- Descontos progressivos.

Pacotes de
assinaturas
para Empresas.

11 3767-1270

de 2ª a 6ª feira, das 9h às 18h

corporate@valor.com.br

assinaturas.valor.com.br/assinatura-corporativa

Valor
ECONÔMICO
Notícias que geram negócios

cre•di•bi•li•da•de

(substantivo feminino)

1 Do latim *CREDIBILITAS* ou *CREDIBILITATIS*. Qualidade de ser crível. Que se pode crer, acreditável. Característica de quem conquista confiança – que possui crédito. O contrário de incredibilidade.

2 Fortalecer a confiança em toda a rede de relacionamentos é fundamental para o futuro da sua empresa. Para conquistar a credibilidade do mercado, é importante adotar uma abordagem abrangente de gestão de informações, incentivando laços duradouros, minimizando os riscos internos, externos e do dia a dia, e explorando ainda mais as oportunidades. Tudo isso só pode ser alcançado com total transparência.

Termos relacionados:

Fortalecer a credibilidade e a transparência, proteger ativos de informação.



O mundo pede novas leituras.

www.pwc.com.br/imperativos-negocios



Baixe gratuitamente
o aplicativo PwC BR
na App Store.



PwC Brasil



@PwCBrasil



@pwcbrasil



PwC Brasil



PwCBrasil



PwC Brasil

