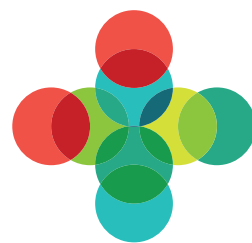


Novo mandato

*Reeleição de Nuno Rebelo de
Sousa marca 2021 na Câmara
Portuguesa, que também
ganha novo site*

POR



EDIÇÃO 1137 - JULHO 2021

CÂMARA PORTUGUESA EM REVISTA

Empreendedorismo

Jovens portugueses
se destacam com
empresas de sucesso

Sem contato

Novos comportamentos
de consumo surgem
com a pandemia

Tecnologia

5G promete mudanças
que vão além da
velocidade da internet

Leila Pigozzi Alves,
Nuno Rebelo de Sousa
e João Ribeiro da Costa





Num momento como este,
você pode prever o futuro ou agir
como nós: trabalhar por ele.

Grupo Tejofran



Contando com mais de 15.000 colaboradores, o Grupo Tejofran é hoje uma das principais empresas de serviços especializados do país. Provando sua vocação de ser uma prestadora de serviços multifuncional, o Grupo Tejofran oferece serviços de limpeza, higienização de hospitais, clínicas e laboratórios, vigilância patrimonial e vigilância eletrônica, além de contar com serviços de portaria, manutenção predial, conservação de áreas verdes, coleta de lixo e construção e manutenção de ferrovias entre outros tantos serviços. Grupo Tejofran, a esperança de um futuro melhor está em nossas mãos.



Soluções Inteligentes em Serviços Especializados



TRAIL
INFRAESTRUTURA



POWER
SEGURANÇA



POWER
SYSTEMS

Fone: 11 3829 0550 www.tejofran.com.br

NESTA EDIÇÃO

3

POR

CONSELHO CÂMARA PORTUGUESA DE COMÉRCIO NO BRASIL SÃO PAULO MANDATO 2021-2023

Presidente

Nuno Motta Veiga Rebelo de Sousa

EDP Brasil

Vice-Presidentes

Leila Pigozzi Alves
João António de Sousa Araújo Ribeiro da CostaDDSA - De Luca, Derenusson, Schuttoff Advogados
TozziniFreire Advogados

Conselho de Administração

Alan do Amaral Fernandes
Anna Carolina Ramos Breda
Antonio Dias Felipe
Antônio Jose Rosa Saraiva
Arnoldo Wald Filho
Carlos António Dias Silva Reis
Carlos Latourrette
Cláudio dos Santos
Domingos Espírito Santo Pereira Coutinho
João Marques da Cruz
João Miguel Loureiro Martins
Jorge Barros Nieto Guimarães
Jose Manuel Baeta Tomas
José Manuel Queiróz Dias da Fonseca
José Serrador
Julio Simões
Kalil Cury Filho
Leonardo Mercante
Luciano Prado Albertini
Luis Miguel Fonseca Alexandre de Araujo Pereira
Manuel da Cunha Marinho
Marcos Augusto Coelho do Nascimento
Mario Augusto Monteiro Cera de Carvalho
Mario Rui Sousa de Oliveira
Martin Cordeiro Arranz
Vicente Furlletti AssisBanco Haitong
BRDA Finanças & Património
Grupo Tejofran
Teixeira Duarte - Engenharia e Construções S.A.
Wald Associados
RRBA Business Advisory
Latourrette Consulting
Cisa Trading
Gow Capital
EDP Brasil
Banco Luso Brasileiro
Nors Brasil
Sonae Sierra
MDS Group
Embraer
Locar Guindastes e Transportes Intermodais
Partner Desenvolvimento
Suzano - Fibria
EY
Petrogal Brasil
Ethquo
Tecniplan Engenharia e Energia
TAP Brasil
Mota Engil
Banco Caixa Geral Brasil
McKinsey & Co.

Conselho Consultivo

Ana Lucia Dinis Ruas Vaz
Ana Maria Silva Lopes
António de Almeida e Silva
Antonio Manuel Jasmins Rodrigues Dias Farinha
Bin Xu
Carlos Alberto da Costa Gomes
Carlos Castro
David Seromenho
Domingos Manuel Meireles Monteiro de Carvalho
Eduardo Migliorelli
Fabio Ferreira Durço
Felipe Videira
Fernando Ramalho Leite da Silva
Filipe Roup Rosa
João Philippe de Orleans e Bragança
Karene Vilela
Luciano Tavares de Almeida
Mária da Paz de Vale e Azevedo Tierno Lopes (Presidente)
Manuel Rocha Alves
Marcello de Camargo Teixeira Panella
Marco Antonio Marques da Silva
Marco Ramiro Cardoso Mosqueira do Amaral
Maurício Luis Hernandez Ferrentini
Oscar Augusto Ferrão Filho
Paulo Esteves
Paulo Manuel Pires dos Santos Almeida
Renato A. Gonçalves
Ricardo Torre
Roberto Vilela
Rogério Igreja Brecha
Sérgio Almeida
Vasco Filipe Ferreira de Lencastre Freire de Campos
Vitor Manuel DinizBanco Luso Brasileiro
Casa Santa Luzia
MPMAE Advogados
BAIN
Banco Haitong
Construgomes
Delta Foods Brasil
House of Moments - HOM
Exponor Brasil Feiras e Eventos
Atlantic Hub
Prefeitura de Guarulhos
Grémio Luso Brasileiro
BP - A Beneficência Portuguesa de São Paulo
No Gap Ventures
Portus Importadora
FIND
BMA Advogados
RKA Restaurante e Bar Ltda
Panella Advogados
Warde Advogados
Minor Group
FIXXUS
Provedoria da Comunidade Portuguesa
MPMAE AdvogadosCasa de Portugal
Wald Associados
RV ImolaGrupo Tejofran
Sovena

Conselho Nato

Antonio José Louçã Pargana
António Pedro Pereira de Bacelar Carrelhas
Fernando Prado Ferreira (Conselheiro Jurídico)
Luiz Eduardo Ramos Lisboa
Manuel Rodrigues Tavares de Almeida Filho
Miguel Nuno Simões Nunes Ferreira Setas
Pedro Miguel Duarte Rebelo de Sousa
Ricardo Abecassis Espírito Santo SilvaCisa Trading
Federação Câmaras Portuguesas no Brasil
Pinheiro Neto AdvogadosVelho Barreiro
EDP Brasil
SRS Advogados

Conselho Honorário Fundador da Casa Araújo Pinto

Clélia Erwenne Araújo Pinto
Fernando José Prado Ferreira
Paulo Lopes LourençoGrupo Castanheiro
Pinheiro Neto Advogados
Cônsul Geral de Portugal em São Paulo (2012-2018)

Conselho Honorário

Antonio dos Ramos
Bernardo de Magalhães Coutinho Barreiros Cardoso
Embaixador Paulo Jorge Pereira do Nascimento
Embaixador Luis Faro Ramos
Francisco Saião Costa
Manuel MagnoCasa de Portugal
Turismo de Portugal
Consulado Geral de Portugal em São Paulo
Embaixada de Portugal no Brasil
AICEP
Conselho da Comunidade Luso-Brasileira

Comitês Estatutários

Comitê de Auditoria e Finanças:

Manuel da Cunha Marinho

Ethquo

Comitê de Associados:

Mária da Paz Vale e Azevedo Tierno Lopes

BMA Advogados

Comitê de Relações Governamentais:

Kalil Cury Filho

Partner Desenvolvimento

Comitê da Mulher Empreendedora e Cultura:

Anna Carolina Ramos Breda

BRDA Finanças & Património

Diretora geral

Joanna Castelo Branco Tristão

POR+BENEFÍCIOS

6. Vantagens para associados da Câmara

TOUCHLESS ECONOMY

12. Comércio online e pagamento por aproximação ganham destaque

LCPD

20. Desafios da nova lei geram dúvidas nas empresas

JOVENS EMPREENDEDORES

24. Portugueses com menos de 30 anos se destacam no mercado

CAPA

34. Presidente da Câmara é reeleito

COVID-19

44. Como Portugal conseguiu reverter quadro da pandemia no país

5G EM PORTUGAL

48. Benefícios e inovações da nova tecnologia

EDP BRASIL

56. Transição energética no Brasil é prioridade

PROJECT FINANCE

60. Democratização do acesso aos fundos internacionais

EMBAIXADOR DE PORTUGAL

64. Avanço das relações bilaterais entre Brasil e Portugal

AICEP

68. Nova campanha apresenta ofertas de Portugal

LITERATURA

70. Idioma português aproxima e enriquece culturas

ARBITRAGEM

78. Método alternativo para resolução de litígios

ESPECIALISTAS

10. Equipamentos especiais para tarefas complexas

18. Prevenção contra os crimes cibernéticos

32. Necessidade da inclusão e de oportunidades

42. Novas regras para Nacionalidade Portuguesa

62. Desafios de gerir uma marca

76. Reforma da Lei de Falências e Recuperações

POR+NEGÓCIOS

82. Canal de networking

ASSOCIADOS

88. Confira quem passa a integrar a Câmara Portuguesa

MANTENEDORES



APOIO



PUBLICAÇÃO TRIMESTRAL

R. Cincinato Braga, 434 - Bela Vista -
CEP: 01333-010 - São Paulo - SP - Brasil
Tel/Fax: +55 11 4508-5223

E-mail: geral@camaraportuguesa.com.br

Reportagem e Edição: AFT Digital
Gabriella Mosena | Lísia Minelli | Fernanda Silveira

Projeto gráfico e diagramação:

Câmara Portuguesa e AFT Digital

Foto de capa: Gladstone Campos

Fotografias: Gettyimages | Gladstone Campos | Orlando

Almeida | AICEP

Impressão e acabamento: Leograf

COMITÊ DE COMUNICAÇÃO

CÂMARA PORTUGUESA

Joanna Castelo Branco Tristão | Isabela Rossini
Guilherme Fernandes | Fernanda Silveira
Gabriella Mosena | Lísia MinelliPOR
CÂMARA PORTUGUESA

Escreva sua história de sucesso no mundo dos negócios.

A hand is shown placing a small cardboard box onto a blue globe. The globe features a map of the North Atlantic Ocean and surrounding regions, including labels like 'NORTH ATLANTIC OCEAN', 'Caribbean Sea', 'THE BAHAMAS', 'JAMAICA', 'COSTA RICA', 'GALAPAGOS ISLANDS', 'Lima', 'Guinea City', 'CAPE VERDE', 'THE GAMBIA', and 'GUINEA-BISSAU'. Numerous other cardboard boxes are scattered across the globe's surface, symbolizing global trade and logistics.

Elimine fronteiras com quem tem conhecimento e experiência em Comércio Internacional.

A Cisa Trading tem um amplo conhecimento em operações de comércio exterior e capacidade as melhores soluções logísticas, operacionais, tributárias e financeiras à sua empresa. Com o reconhecimento por empresas de grande porte e de projeção internacional, a Cisa Trading conta com equipes especializadas, que conhecem todo o processo e a complexidade das operações. Além disso, possui uma logística inteligente e integrada. Tudo para garantir que suas importações sejam feitas com eficiência.

**Cisa
Trading**
Antecipando Soluções

www.cisatrading.com.br

A Cisa Trading tem um amplo conhecimento em operações de comércio exterior e capacidade de oferecer as melhores soluções logísticas, operacionais, tributárias e financeiras à sua empresa. Com experiência reconhecida por empresas de grande porte e de projeção internacional, a Cisa Trading conta com equipes especializadas, que conhecem todo o processo e a complexidade das operações. Além disso, possui uma logística inteligente e integrada. Tudo para garantir que suas importações sejam feitas com eficiência e segurança.



www.cisatrading.com.br



Editorial

Nuno Rebelo de Sousa, Presidente da Câmara Portuguesa

Um novo mandato

Caros Associados,

É com enorme orgulho e honra que me dirijo aos meus queridos amigos, neste segundo ano de pandemia mundial, no início do meu segundo mandato à frente dos destinos da nossa Câmara Portuguesa de São Paulo.

Este ano de 2021 trouxe já muitas novidades à nossa querida Câmara: temos uma nova diretora geral, a Joanna Tristão, a quem parabeno e desejo as maiores felicidades; temos um novo site, mais jovem, moderno, rápido e prático; finalmente, terminamos as entrevistas com todos os antigos Presidentes e Conselheiros para o livro dos 110 anos da história da nossa Câmara.

Começo pela minha reeleição para o biênio 2021-2022, juntamente com meus colegas de chapa, com alguns nomes novos, e os meus vice-presidentes Leila Pigozzi Alves e João Ribeiro da Costa. Quero agradecer a todos que confiaram nessa equipe mais uma vez para essa nobre função e desafio. Começamos este novo mandato com energias renovadas, muitas ideias e disposição para planejar novos projetos e tirá-los do papel, sempre com o intuito de apoiar nossos associados e fortalecer as relações entre Brasil e Portugal. Contamos um pouco sobre o último mandato e as expectativas para o novo nas próximas páginas.

Continuamos a falar sobre as mudanças e desafios trazidos pela pandemia da Covid-19 em matérias explicando como Portugal continua a lidar com essa situação e quais as transformações que os novos comportamentos de consumo causaram no mundo, que estimulam a chamada economia sem contato.

Olhando para o futuro, também falamos um pouco sobre a nova geração das redes, o 5G, e o que esperar dessa tecnologia, além de abordarmos a tão importante LGPD e os desafios enfrentados pelas empresas para se adequarem à legislação. Conversamos com jovens empreendedores portugueses que têm chamado a atenção com empresas de sucesso, e aproveitamos para analisar os motivos que tornam Portugal um ótimo local para empreender.

Tivemos a honra de entrevistar o novo embaixador de Portugal no Brasil, Luís Faro Ramos, com quem já estive pessoalmente em Brasília por duas vezes, para conhecer melhor as suas metas para as relações entre os dois países. Falamos também sobre o avanço da arbitragem em potencial para se tornar vetor econômico.

Entrevistamos o novo presidente da EDP Brasil, João Marques da Cruz, que nos falou da nova estratégia da companhia para o triênio 2021-2023, apostando em Redes e Solar; a nova campanha da AICEP para promover os produtos de casa e construção portugueses ao redor do mundo; e a modalidade de financiamento Project Finance.

Por fim, temos uma matéria focada nas belíssimas literaturas de Portugal e Brasil, e como as obras de autores de ambos países circulam e encantam leitores do outro lado do Atlântico.

Este será um ano de muito trabalho e contamos com a participação de todos vocês em nossos projetos e eventos virtuais.

Boa leitura!

Benefícios da Câmara Portuguesa



AFT DIGITAL

Um mês de adicional de serviços sem custos



ALTA+ SEGUROS E BENEFÍCIOS

Planos de saúde com descontos especiais, saúde ocupacional com PPRA grátis, VR e VA com taxa zero



ANALYSES CERTIFICAÇÃO DIGITAL

Certificado e-CNPJ A1 por apenas R\$ 190,00 para associados



APCER BRASIL

Desconto em certificações para associados da Câmara Portuguesa



ATLANTIC HUB

Desconto de 20% no Atlantic MarketFit



AVOAR PASSAGENS

Desconto de 15% para associados da Câmara Portuguesa



BAZAAR

Desconto de 15% em análise setorial e elaboração de plano de negócio, e de 20% no desenvolvimento do plano de negócio com incubadora em Portugal



BR-VISA IMMIGRATION SOLUTIONS

Assessoria completa na entrega de declarações de IR e CBE com até 10% de desconto



BUSINESS PORTUGAL

Desconto de 20% na consulta inicial e de 10% em serviços de consultoria



BUFFET CHARLÔ

Desconto de 20% para associados da Câmara Portuguesa



CACTO

CACTO FILMS

Desconto de 15% em qualquer orçamento mais um Bumper Ad



CLAMAPI
Seguros Cibernéticos

CLAMAPI

Assessoria completa na contratação de seguros e gestão de sinistro cibernético



COLÉGIO PORTUGUÊS DE SÃO PAULO

Condições especiais para
Ensino Infantil ao Médio



COLORSISTHEM

Locação de impressora
em promoção



CONEXÃO EUROPA IMÓVEIS

Primeira reunião de assessoria gratuita
e desconto em 5% no contrato de
gestão de investimento imobiliário



CONTABLEX

Duas horas de consultoria
grátis e 20% de desconto nos
6 primeiros meses



DIGITAL SIGN

Desconto de 16% em
certificados digitais



DUPLA CIDADANIA

Desconto de 70% em consultas e de
20% em assessoria para obtenção
de nacionalidade portuguesa
e outros procedimentos



E-GOI

Desconto de 25% em
plano Base ou Pro



EI! ASSESSORIA AO E(I)MIGRANTE

Desconto de 10% para associados
da Câmara Portuguesa



ETHQUO

Desconto especial de 15%



EUROCIDADANIAS

Desconto de 10% para associados
da Câmara Portuguesa



FOME.IM

Consultoria de marca para associados
da Câmara Portuguesa



HATOR SYSTEMS

Até 15% de desconto na contratação
da plataforma Zoom

Benefícios da Câmara Portuguesa



IMR COACHING SKILLS

Desconto de 10% para associados da Câmara Portuguesa



INTERNATIONAL SHARING SCHOOL

Desconto de 20% na taxa de matrícula



LAB EXTRA

Desconto de 20% em todos os serviços de cobertura fotográfica



LGHISI GENTE

Serviços com preços especiais sob consulta



L'HOTEL

Desconto de 10% para associados da Câmara Portuguesa



MC PRIVATE CONCIERGE

Na aquisição do primeiro serviço, tranfer gratuito do Aeroporto de Lisboa até um raio de 30 km de distância



NACIONALIDADE PORTUGUESA

Desconto de 60% na consultoria e de 10% no valor da assessoria



NCC CORRETORA DE CÂMBIO

Benefício na compra de moeda estrangeira e transferência de valores para o exterior



NSI CONTABILIDADE

Desconto de 10% em processamento de folha de pagamento e isenção da mensalidade de implantação para serviços contábeis



PORTUS CALE

Desconto de 15% para associados da Câmara Portuguesa



QUALIMPOR

Desconto de 35% em vinhos e azeites



QUEBRA-CABEÇA FILMES

Desconto de 7% na produção de vídeos publicitários ou corporativos



RESERVA NATURAL

RESERVA NATURAL

Desconto de 20% para associados da Câmara Portuguesa



ROTA DO AZEITE E VINHOS

Desconto de até 30% em vinhos e azeites (acima de seis unidades)



ROTUNNO

Desconto de 70% nas consultas e de 15% nos processos de dupla cidadania e vistos em Portugal



SCOTWORK BRASIL

Test drive gratuito, desconto de 10% e consultoria grátis para mais de três inscrições



TALLENTO ENGENHARIA

Apoio especializado de engenharia em investimentos imobiliários e execução de obras



TD CONSTRUTORA

Desconto de 5% em restauração e 3% em reformas



VERA MOREIRA

Palestra sobre *media training* na contratação de assessoria de imprensa e/ou produção de conteúdo



VISTA ALEGRE ATLANTIS

Desconto de 20% para associados da Câmara Portuguesa



WINE CONCEPT BRASIL

Desconto de 10% para associados da Câmara Portuguesa



WISEPLAN

Condições especiais para associados



XCELLENCE & CO

Desconto de 20% em projetos de consultoria



ZYRGON NETWORK GROUP

Desconto de 20% em consultoria estratégica em marketing digital

Super Size FT10 e CM10 – Ponte Pumarejo

Por Luis Nogueiro, Project Manager na ConstruGomes Engenharia, S.A.

A nova Ponte Pumarejo sobre o Rio Magdalena é atualmente a infraestrutura mais importante deste tipo, construída na Colômbia, na cidade de Barranquilla.

O principal objetivo desta mega-estrutura foi substituir a ponte existente e aumentar a altura disponível, o que permite a passagem de grandes embarcações. Isso melhora as condições de navegabilidade do Rio Magdalena, principal eixo fluvial da Colômbia, contribuindo de forma decisiva para o desenvolvimento do Caribe Colombiano.

O projeto da Ponte Pumarejo, com um vão central atirantado de 380 metros, comprimento de 2.173 metros e uma largura de tabuleiro de 38 metros, constituiu um desafio elevadíssimo em termos de criação e engenharia.

A execução das zonas centrais dos tabuleiros obrigou à criação e fornecimento de quatro carros de avanço, designados de FT10, com a capacidade única de realizar aduelas de 10 metros, que apresentavam um peso de 500 toneladas.

A movimentação deste megaequipamento, com um peso de 165 toneladas, cumprindo com parâmetros de elevada segurança e simplicidade, foi

assegurada por diversos sistemas hidráulicos.

Para permitir a colocação em cada segmento de tabuleiro, da peça metálica de ancoragem dos tirantes, o FT10 foi dotado com um sistema de pontes gruas, que possibilitavam também a sua utilização noutros trabalhos, nomeadamente na colocação de armaduras.

A segunda fase de construção dos tabuleiros apresentava um desafio técnico considerável, devido ao posicionamento central dos tirantes

duplos da ponte, inviabilizando a adoção de uma configuração de carros de alas superiores.

Assim nasceu o carro de alas CM10, um equipamento com um conceito inovador, em que todos os dispositivos de comando se operavam pela parte inferior do tabuleiro da ponte. Devido a estas características singulares, o equipamento foi dotado com mecanismos altamente sofisticados, para reduzir ao máximo o risco de um eventual acidente.

O seu sistema hidráulico, concebido para executar todos os processos de cofragem, descofragem e avanço de uma forma totalmente automatizada, permitiu que a colocação em serviço para o segmento de tabuleiro seguinte fosse efetuada em tempos muito reduzidos, promovendo, ao mesmo tempo, a redução do esforço humano nas tarefas envolvidas.

Proceder à montagem, colocação em serviço e operação destes equipamentos, no menor tempo possível, cumprindo com exigentes protocolos de segurança, foi o principal desafio que a equipe de obra teve que superar.

Todos os equipamentos, excetuando a estrutura superior dos carros de avanço, foram montados sobre plataformas colocadas nas fundações dos dois principais pilares, sen-

*Trabalhar com
equipamentos tão
especiais e de grande
tamanho fez com que
a segurança fosse um
desafio, também pela
complexidade das
tarefas envolvidas*



do depois utilizado nas suas elevações para o tabuleiro um sistema de *heavy-lifting* com cabos de aço. Este sistema foi igualmente utilizado para todas as descidas, transposições e subidas dos equipamentos nos dois pilares adjacentes aos principais, bem como nas descidas finais.

A construção dos segmentos do tabuleiro dividiu-se em duas fases, a primeira executada com carros de avanço superiores, e a segunda com a utilização de carros de alas inferiores, sendo obtida uma duração para

os ciclos de trabalho de oito dias, acrescidos de quatro dias para os trabalhos de colocação e tensionamento dos tirantes.

A construção de cada aduela com os carros de avanço superiores envolveu a colocação de 140 metros cúbicos de concreto, 68 toneladas de aço de reforço e 47 toneladas de cabos de aço para o sistema de tirantes.

Estes trabalhos foram apoiados por dois sistemas de pontes rolantes instalados nos equipamentos, que também manusearam toda a cofra-

gem e a colocação da peça metálica de ancoragem dos tirantes, com um peso de 20 toneladas.

A construção dos segmentos com os carros de alas inferiores CM10, com um comprimento de 10 metros e 11 metros de largura, envolveu a colocação de 75 metros cúbicos de concreto, 20 toneladas de aço de reforço e quatro escoras exteriores pré-fabricadas em concreto armado.

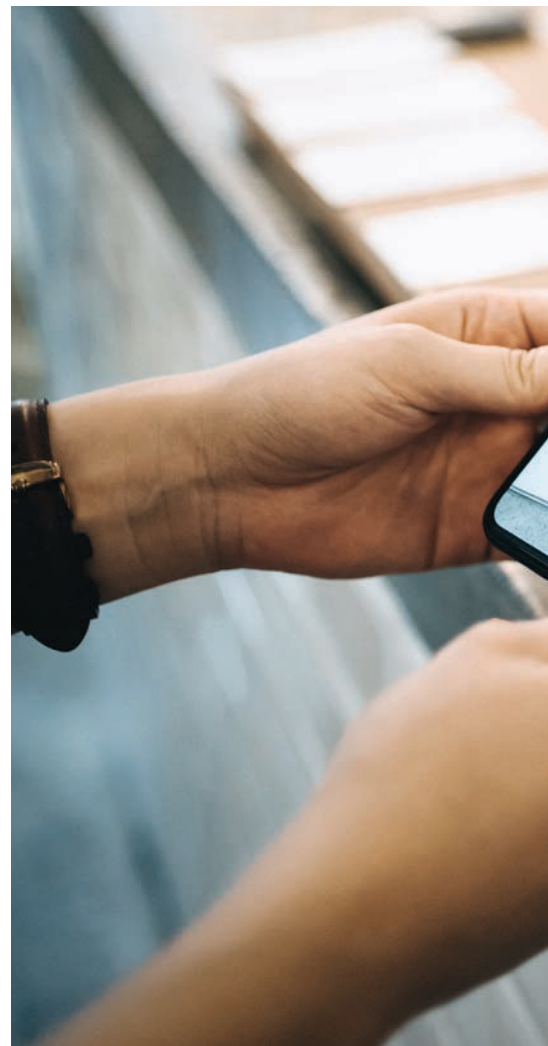
No que corresponde à segurança em obra, foi muito desafiador trabalhar com estes equipamentos tão especiais, por virtude da magnitude do seu tamanho e complexidade das tarefas envolvidas. No entanto, como os mesmos já foram fornecidos integrando de uma forma muito cuidada os conceitos de segurança coletiva, este fator contribuiu decisivamente para facilitar a execução dos trabalhos no local, tendo como consequência a ausência de acidentes de trabalho perante tarefas de elevada complexidade e risco.

Em contexto real, estes equipamentos demonstraram uma adequação perfeita para todos os trabalhos desenvolvidos e, simultaneamente, apesar da grande dimensão, peso e sofisticação dos seus mecanismos, constituíram uma agradável surpresa por sua simplicidade, eficácia e rapidez de manuseamento.

Os três pilares da cultura da nossa empresa são a segurança, qualidade e inovação. O trabalho desenvolvido no projeto de construção da nova ponte de Pumarejo em Barranquilla, na Colômbia, é bem demonstrativo desta cultura empresarial. Principalmente pela criação, fabricação, alocação e operação dos carros de avanço FT10 e dos carros de alas CM10. 

Economia sem contato terá impacto duradouro

Pandemia alterou o comportamento e o hábito de consumir, criando um novo normal que deve se tornar permanente



Nesta página:

1. Economia sem contato ganhou novo significado durante a pandemia

Na página oposta:

1. Há muito potencial para a economia de baixo contato nas áreas da saúde e educação, que ainda operam de forma tradicional

Não tocar em nada ou em quase nada ganhou um novo significado com a pandemia. Esta demanda cada vez maior por interações sem contato é uma tendência que vem sendo chamada de *Touchless Economy* ou *Contactless Economy*. A pandemia obrigou o ser humano a reavaliar e a reajustar suas escolhas e seu estilo de vida. A economia sem toque é resultado dessas escolhas e deve continuar a definir a vida de todos pelos próximos anos.

De acordo com um estudo recente da consultoria Deloitte, chamado *Contactless Economy: Are you prepared?*

(em português, Economia sem contato: Você está preparado?), o mundo passou por repetidas crises e a humanidade sempre encontrou uma maneira de sair mais forte e resiliente, muitas vezes dando início a uma nova era de renascimento e crescimento.

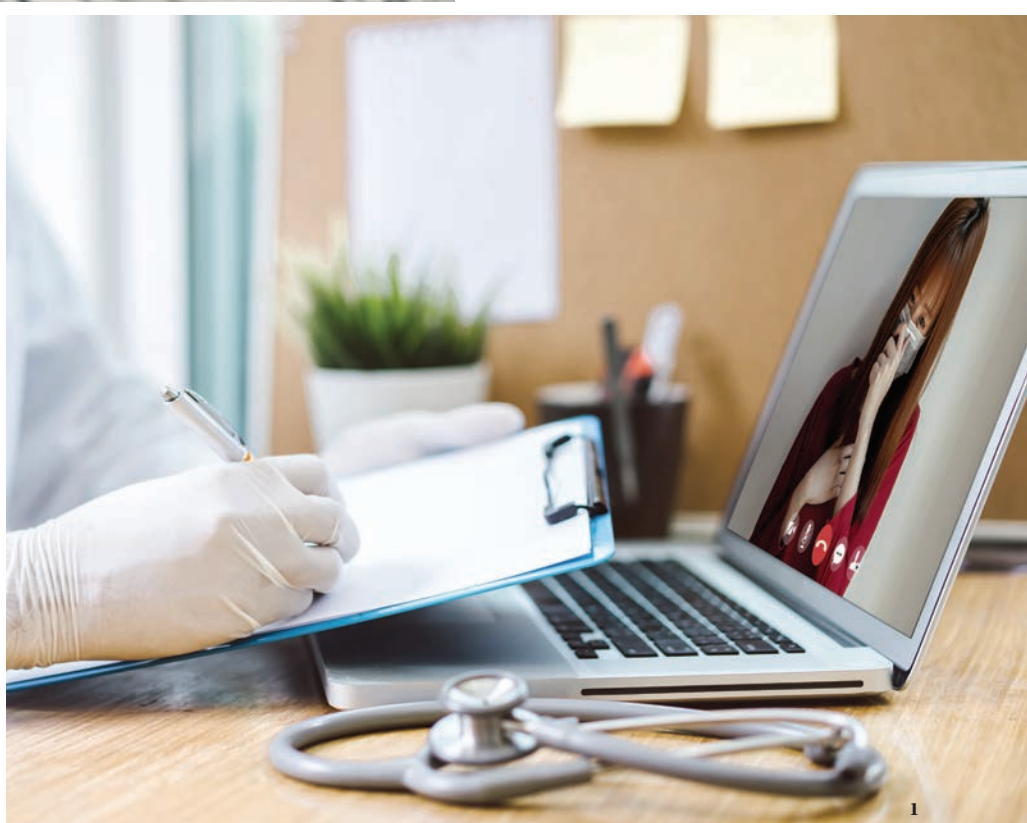
"A ascensão da economia sem contato é o grande diferencial entre esta crise e as anteriores", reforça o relatório, destacando que a economia sem contato foi impulsionada tanto pela oferta (aumento das tecnologias digitais e análise de dados) quanto pela demanda (aumento da necessidade de conveniência e maior conscientização

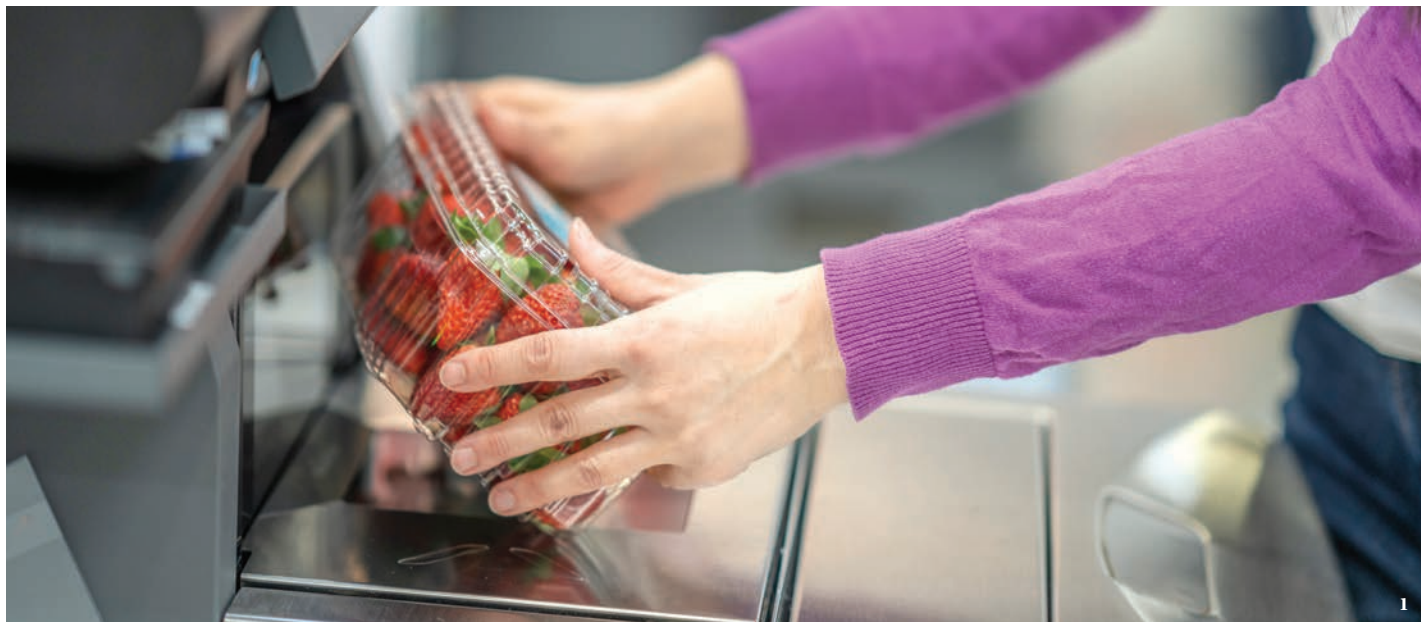


O consumo sem sair de casa tem potencial de ser um mercado de US\$ 3 trilhões em 2025

para saúde e segurança). Estas ofertas e demandas já existiam, mas foram acelerados devido à crise.

A Deloitte estima que o consumo sem sair de casa tem potencial de ser um mercado de US\$ 3 trilhões em 2025, sendo o lazer e a educação os principais produtos consumidos e, financeiros, saúde e produtos de consumo, os três principais setores de maior crescimento. Para aproveitar ao máximo este avanço, o estudo enfatiza que as empresas e organizações precisam avaliar como as necessidades e comportamentos de seus clientes estão evoluindo dentro da economia sem contato e desenvolver





novas propostas de valor para os segmentos de clientes.

Para Sergio Almeida de Sousa, especialista em economia comportamental e professor doutor do Departamento de Economia da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP), a economia *touchless* ganhou força na pandemia e, como a pandemia está durando um período relativamente longo, a adaptação comportamental exigida provavelmente está criando hábitos permanentes entre muitas pessoas.

“Em alguma medida, todos esses novos comportamentos vão sobreviver ao fim da pandemia, mas numa escala menor do que muitos imaginam. Mas, ainda falamos de respostas a uma situação que em toda probabilidade sabe-se ser temporária. Comportamentos comuns pré-pandemia serão retomados. No agregado, vamos observar mais desses comportamentos do que antes, mas menos do que o que observamos durante a pandemia”, explica.

Pagamentos sem contato

O vice-presidente de Desenvolvimento de Negócios da Mastercard Bra-

sil, Paulo Frossard, conta que uma pesquisa da empresa, realizada em 2020, revelou que 75% dos brasileiros disseram que a Covid-19 os incentivou a usarem pagamentos por aproximação. Além disso, os dados internos da Mastercard mostraram que, no último ano, houve um crescimento de 298% nesse formato, no comparativo ano a ano. Foram mais de 330 milhões de transações realizadas sem contato.

Em 2020, a Mastercard realizou uma pesquisa com a Kantar que revelou que entre as pessoas que preferem essa forma de pagamento, 23% passaram a utilizá-la após o início da pandemia e 35% dos que já possuíam um cartão com a tecnologia intensificaram seu uso. Outra pesquisa da Mastercard revelou que 63% dos entrevistados afirmaram que diminuiriam o uso do dinheiro físico após a pandemia da Covid-19. Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), em 2020, as transações por aproximação foram realizadas 587 milhões de vezes, um crescimento de 374% quando comparado ao ano anterior.

Outra empresa que viu a utilização da tecnologia *contactless* aumentar nos pagamentos foi o Grupo Carrefour

Em 2020, as transações por aproximação foram realizadas 587 milhões de vezes, um crescimento de 374% quando comparado ao ano anterior

Nesta página:

1. Lojas autônomas serão cada vez mais comuns para atender à crescente demanda por comodidade e menos contato

Brasil. Segundo Paulo Farroco, CIO do Grupo Carrefour Brasil, faz alguns anos que a tecnologia *contactless* é uma realidade presente nas operações do grupo. “Ela proporciona ao consumidor uma experiência mais moderna, conveniente e rápida na hora de pagar pelas compras. Para a gestão de loja, trouxe celeridade no processo de pagamento e contribuiu na redução de filas. Observamos também, por conta da pandemia, um exímio aumento do uso da modalidade”, revela.

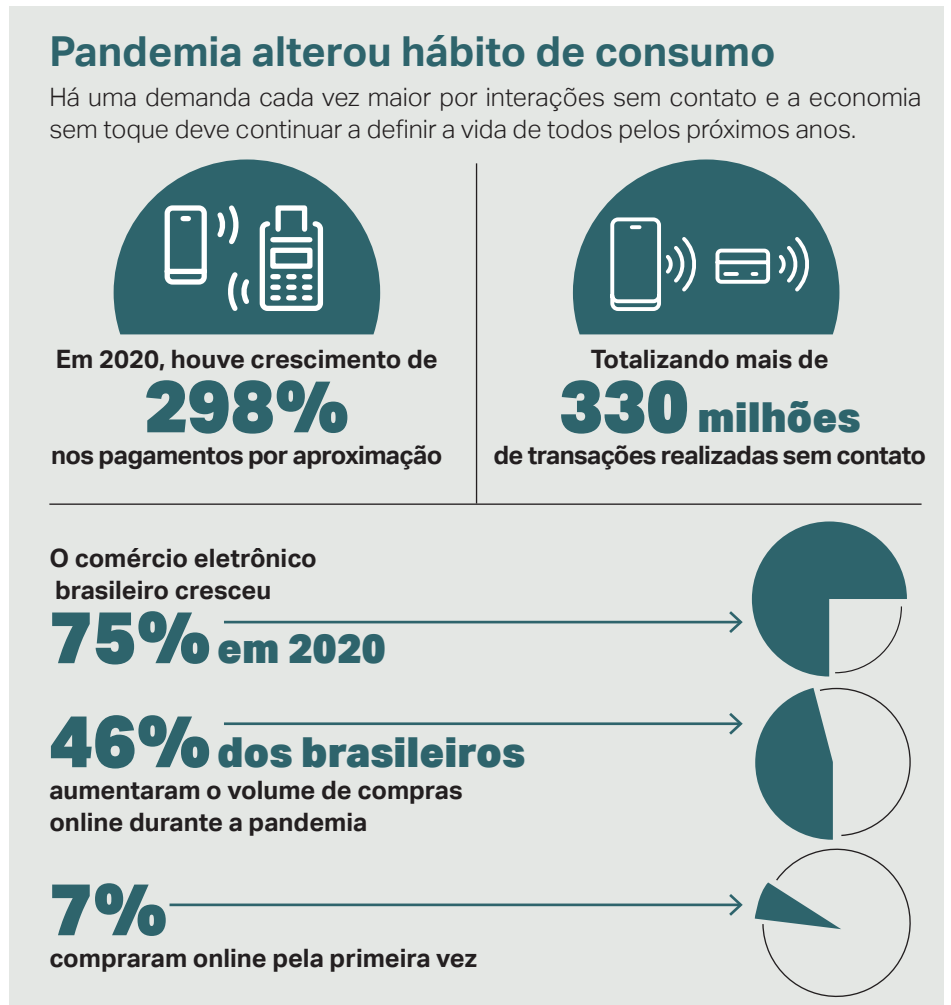
Entre as principais mudanças e inovações que o Carrefour fez em seu modelo de negócio no último ano, devido à pandemia, o CIO destaca a forma totalmente integrada e sinérgica entre todos seus negócios e canais, além da digitalização dos processos administrativos e da experiência e jornada de compra dos clientes, com as transações por meio do PIX e do Auxílio Emergencial do Governo Federal.

Para o executivo do Carrefour, o isolamento social alterou o comportamento do consumidor, que migrou rapidamente para as plataformas *online*. No entanto, ele acredita que as lojas físicas não perderam espaço, já que os formatos são complementares, e o consumidor ainda gosta de ver o produto e fazer compras presenciais.

E-commerce e lojas autônomas

De acordo com o relatório *Mastercard's Recovery Insights: Shift to Digital* (em português, Percepções de recuperação: Mudança para o digital), o comércio eletrônico dobrou em participação de vendas durante a pandemia. A pesquisa revelou que cerca de 20 a 30% da mudança global para o digital impulsionada pela Covid-19 deve ser permanente.

Em parceria com a *Americas Market Intelligence* (AMI), outro estudo da Mastercard revelou que 46% dos brasileiros aumentaram o volume de compras *online* durante a pandemia, enquanto 7% compraram *online* pela primeira vez. Como resultado, o comércio eletrônico brasileiro cresceu 75% em 2020, no comparativo ano a ano, conforme indica o relatório Mas-



tercard *SpendingPulse*. Além disso, 70% dos entrevistados afirmam usar os canais digitais para todas ou para a maioria das transações de serviços financeiros.

Desde 2018, o Grupo Carrefour Brasil testa em suas lojas o sistema *Scan & Go* e recentemente anunciou duas lojas totalmente autônomas, usando este sistema via aplicativo Meu Carrefour. Segundo Paulo Farroco, este formato de loja Carrefour *Express Scan & Go* possui um alto valor agregado ao portfólio de expansão do Grupo Carrefour Brasil e traz a proposta de ser replicada em ambientes mais controlados, como prédios comerciais e residenciais, lojas itinerantes e empresas, para atender à crescen-

te demanda por comodidade e compras menores.

Desafios no Brasil

Parte desta retomada dos comportamentos de antes da pandemia se deve aos desafios que a economia *touchless/contactless* enfrenta no Brasil, já que uma grande parte da população brasileira não tem acesso à internet e a equipamentos necessários para acessar a internet. Para o professor da FEA-USP, há uma interação entre renda e cultura, que explica como a economia *touchless* se difunde nas regiões do globo. Países mais ricos em geral, com boa infraestrutura de internet e uma cultura, estão mais avançados. Já o Brasil é heterogê-



Há muito potencial para a economia de baixo contato, em especial na saúde e educação, além do varejo e financeiro

Nesta página:

1. Pandemia incentivou os brasileiros a usarem mais os pagamentos por aproximação

neo, e alguns setores, como o financeiro, estão avançados tanto quanto nos países ricos, mas ainda há um enorme potencial a ser explorado.

Segundo Sousa, o avanço da economia de baixo contato para além dos bolsões mais ricos dos centros urbanos depende da remoção desses gargalos de infraestrutura. "Temos que lembrar que cerca de 30% dos domicílios não têm internet no Brasil. E muitos domicílios que têm internet possuem uma velocidade muito baixa. Aliás, a velocidade da internet no Brasil é uma das piores entre os países industrializados. É preciso entender o grau de concentração do mercado de provedores desses serviços e o tipo de regulação sendo praticada, que pode estar impedindo mais concorrência no setor", adverte.

No entanto, o especialista em economia comportamental admite que há muito potencial para a economia de baixo contato, em especial na saúde e educação. Para ele, estes setores ain-

da operam de forma muito tradicional, a despeito do enorme potencial que a tecnologia criou para a provisão de alguns serviços nas áreas. Os setores de varejo e financeiro também podem explorar o desejo de muitos de ter experiências de compra e de pagamento sem visita a unidades físicas.

"Isso não quer dizer que os negócios nestes setores deixarão de ser preponderantemente presenciais, mas apenas que há bastante espaço neles para o avanço da economia *contactless*. Para isso, há a necessidade de avançar a digitalização das suas operações, expandindo seus canais de venda (internet, redes sociais, WhatsApp, outros) e criando oportunidades de experimentar o consumo *online/virtual*, no limite, claro, do que o produto/serviço permitir", explica o professor, acrescentando que "entre as principais tendências, o uso de meios digitais de pagamento, em detrimento do papel-moeda, tende a ganhar mais força".

Digitalização e inclusão

O processo de digitalização faz parte do pilar de transformação digital do Plano Carrefour 2022, que é o planejamento da companhia para suas diversas unidades de negócio. Entre eles, está o objetivo de tornar a rede referência no universo omnicanal, com a integração de suas lojas físicas e *online* e investimento em novas tecnologias.

Em 2020, a empresa realizou avanços importantes. No *e-commerce* Carrefour, lançou uma nova plataforma que, com estrutura de *marketplace* e serviços omnicanais, conecta a operação *online* com lojas físicas. Além disso, lançou um novo aplicativo que conecta diferentes negócios, como *e-commerce*, lojas físicas, serviços financeiros, postos e drogarias.

Mesmo com as inovações voltadas a oferecer experiências de compra mais conectadas às expectativas de cada consumidor, Farroco reconhece que há um gap de inclusão digital no

país. Para ele, o acesso à internet ainda é algo a ser melhorado e democratizado no Brasil.

Já a Mastercard, como uma empresa de tecnologia em meios de pagamentos, ao longo dos últimos anos, diversificou sua estratégia de negócios e hoje oferece soluções completas e tecnologias em diferentes áreas. De acordo com Paulo Frossard, há anos a Mastercard trabalha em soluções tecnológicas e ações alinhadas com os valores da empresa e os objetivos na sociedade. Um deles é o compromisso com a inclusão financeira e digital de pessoas e de pequenos negócios, ajudando-os, por meio de parcerias, a fazer essa migração de maneira inclusiva, sustentável e segura.

Em 2020, a Mastercard lançou a Plataforma de aceleração digital para pequenas empresas, uma rede com

parceiros locais para ajudar pequenas e médias empresas na América Latina a darem um salto digital de maneira rápida e segura, oferecendo benefícios, recursos e serviços para empresas que são essenciais para a economia local, abrangendo aspectos como logística, gerenciamento remoto de funcionários, proteção contra ataques cibernéticos, administração específica de um negócio digital e marketing digital. E, até 2025, a empresa assumiu o compromisso de incluir ao sistema bancário um bilhão de pessoas.

Tendências para o futuro

Uma pesquisa realizada pela Mastercard, em 2020, apontou algumas expectativas do consumidor brasileiro para o futuro. Em dez anos, 55% dos brasileiros esperam que todas as transações financeiras sejam em tempo real, mais de 40%

acreditam que as lojas não aceitarão mais pagamentos em dinheiro, enquanto 27% desejam poder realizar pagamentos por meio de seus assistentes virtuais e 25% acreditam que não haverá mais agências bancárias, apenas bancos virtuais.

Entre as tendências para o futuro, ambos os executivos acreditam que muitas delas ganharão espaço nos próximos anos, mas é difícil definir quais se destacarão, já que velocidade em que a indústria avança faz com que seja difícil prever o futuro. Paulo Frossard, da Mastercard, acredita que é preciso olhar uma década à frente, por isso, a empresa faz investimentos estratégicos em *Blockchain*, *Open Banking*, Internet das Coisas e mobilidade urbana. Já Paulo Farroco, do Carrefour, acredita que haverá um maior interesse por abertura e uso de lojas autônomas para compras. 

MDS GROUP

€650M
prêmios

€75M
receita

880
colaboradores

MDS

Portugal *líder*
Brasil *top 3*
Espanha

MDS

África
Angola *top 3*
Moçambique

MDS

Reinsurance
Solutions
Lisboa, São Paulo
Rio de Janeiro

RCG
Risk Consulting
Group

Lisboa
São Paulo
Blumenau

HIGHDOME PCC

Protected Cell
Re(Insurance)
Company

Malta

Brokerslink

Global Insurance
Broking

Suíça
Presente em 122 países

O consultor de referência em seguros e gestão de risco.

Broker at **LLOYD'S**

mdsgroup.com.br 

Brokerslink
Partner

MDS

A evolução e prevenção contra os crimes cibernéticos

Por Eduardo Almeida, CEO da Indra e da Minsait no Brasil

Um dos maiores impactos da pandemia Covid-19 na sociedade foi certamente o aumento significativo no nível de utilização das tecnologias digitais na vida das pessoas. É difícil de se imaginar como sobreviver em uma sociedade em um momento crítico como o atual sem dispor de acesso à internet, sem que seja possível o uso de aplicativos e *softwares* para desempenhar tarefas cotidianas como trabalhar, estudar, fazer compras e se relacionar com amigos e familiares estando todos limitados em suas capacidades de atuar de forma ordinária em suas vidas.

De fato, o isolamento social aumentou o número de pessoas conectadas aos diversos sistemas e serviços da internet e também aumentou o tempo de conexão destes usuários. Como consequência, podemos afirmar que houve uma expansão significativa no que podemos chamar de superfície de contato para as ameaças de crimes cibernéticos.

Dados da Minsait, empresa de serviços digitais e cibersegurança da Indra, apontam que houve um aumento de 75% nos números de ataques por *hackers* durante a pandemia, sendo os mais comuns por meio de técnicas de *spam*, uma espécie de publicidade

Os crimes cibernéticos mais comuns evocam sensação de medo e urgência, instigam a curiosidade ou aproveitam-se da ganância dos alvos. Conhecer esses gatilhos é essencial para se prevenir

em massa, *vishing*, que é a utilização de engenharia social para obter vantagens ilícitas por meio de chamada de voz, e *smishing*, golpe por mensagem de texto supostamente vinda de uma fonte confiável.

A nova realidade em que ataques cibernéticos se tornam cada dia mais comuns na vida das pessoas demanda uma pronta reação da sociedade, incluindo empresas e governos, para se protegerem das diferentes formas de ameaças, e isso passa não apenas pelo emprego de tecnologias – que

certamente são imprescindíveis – mas também por meio de uma nova abordagem de entendimento das ameaças, adaptando sua cultura, processos e modelos organizacionais para não se tornarem uma presa fácil de predadores digitais.

Um exemplo concreto de adaptação comportamental pode ser compreendido por um estudo recente de um provedor de serviços de segurança, o qual aponta que 90% dos dispositivos descartados contém dados confidenciais dos antigos donos. A adoção de tecnologias para mitigar e prevenir riscos tem se mostrado eficaz, mas é importante lembrar que investir em treinamentos é crucial para o enfrentamento das ameaças, uma vez que os funcionários constituem a “primeira linha de defesa” e suas ações individuais podem comprometer a segurança da companhia como um todo.

A engenharia social é uma característica bastante presente neste cenário: os cibercriminosos costumam entender o perfil do usuário, suas preferências, estilos de vida, receios e criam armadilhas personalizadas. Com isso, o internauta é induzido a clicar em um *link* e abrem espaços para que *hackers* tenham acesso aos mais diferentes tipos de dados, como senhas, informações bancárias, números de cartões de



crédito ou simplesmente informações pessoais. Dentre os crimes *online*, os mais comuns são os que costumam oferecer algum tipo de benefício, oferta tentadora ou um serviço de grande valor para o usuário.

Outro ponto relevante é a compreensão de como as *fake news* contribuem para este panorama. O intuito das notícias falsas nem sempre é somente desinformar. Elas também são ferramentas utilizadas para causar algum dano a quem consome aquela informação enganosa. Atualmente, existem aplicativos e plataformas que contribuem na disseminação das chamadas *deepfake news*, nova fronteira das notícias falsas, capazes de facilmente manipular vozes e rostos com apenas uma pequena foto. Com isso, o ciberdelinquente pode gravar falas e simular reações faciais cujas consequências ma-

léticas são incalculáveis para a vítima.

Como prevenção, o primeiro passo é estar sempre alerta e adotar alguns hábitos que são simples, porém providenciais para não ser alvo fácil destes ataques. Checar se a rede de *Wi-Fi* é confiável, manter antivírus, *softwares* e aplicações atualizadas, não clicar em *links* desconhecidos e verificar a autenticidade de sites e domínios são algumas práticas que podem evitar cibercrimes.

Além da desconfiança, é importante entender os gatilhos que os ataques buscam. Os crimes mais comuns evocam sensação de medo e de urgência, instigam a curiosidade de quem recebe essas mensagens e, geralmente, aproveitam-se da ganância dos alvos para aplicarem estes golpes.

Usuários assíduos de serviços digitais, os brasileiros estão constante-

mente online nas redes sociais. O relatório *Digital in 2019*, divulgado pelas empresas *We are Social* e *Hootsuite*, constatou que 66% da população brasileira está ativa nas redes sociais. É necessário ter o controle e filtro do que é postado, tendo em vista que os perfis contêm informações que podem ser valiosas para quem age com má intenção não só virtualmente, mas também pessoalmente.

O avanço da tecnologia e dos dispositivos será sempre acompanhado pelo desenvolvimento de novos crimes cibernéticos e ferramentas para lesar os consumidores. Estar atento aos cuidados com a privacidade e entender que não há dispositivo 100% à prova de *hacker*, pode ajudar muito na proteção contra crimes e fraudes tanto para os consumidores quanto para as empresas e governos. 🌱

Os desafios da adequação à LGPD

Em vigor desde setembro de 2020, nova lei gera dúvidas e complexo processo de adaptação às empresas

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) entrou em vigor em 18 de setembro de 2020, trazendo diversos novos deveres para as empresas brasileiras e companhias internacionais com atuação no Brasil. Em meio à pandemia da Covid-19, um momento desafiador para o setor privado, a LGPD (Lei 13.709, de 2018) trouxe um novo conjunto de regras, às quais todos devem se adaptar.

E essa adaptação não é um processo simples. "Muitos pressupõem que basta copiar e colar modelos de política de privacidade e incluí-lo no site da empresa", comenta Clarissa Luz, Sócia da área de tecnologia e proteção de dados do escritório Felsberg Advogados. Especializada em Proteção de Dados, Cibersegurança e Tecnologia pela Universidade da Califórnia, a advogada explica que as políticas de privacidade devem refletir o fluxo de tratamento e o ciclo de vida dos dados pessoais: como os dados são coletados, quais bases legais autorizam cada uma das atividades de tratamento, se há compartilhamento e com quais tipos de empresas, medidas de segurança da informação e critérios de armazenamento.

Outro equívoco apontado pela especialista foi a profusão de *banners* com solicitação de consentimento para uso de *cookies* nos sites brasileiros, comportamento que, segundo

A comparação entre a LGPD brasileira e a GDPR europeia foi inevitável, mas as leis apresentam diferenças. Quem atua nos mercados brasileiro e europeu deve estar de acordo com as duas, o que exige o entendimento de cada uma

ela, foi inspirado nos sites da Europa. "Essa carona no modelo europeu não observou a ausência de dispositivos em nossa lei a esse respeito". Segundo ela, nem mesmo foi o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR), da União Europeia, que determinou o consentimento para *cookies*; foi o dispositivo da *ePrivacy Directive*, a 'Cookie Law' europeia. "No Brasil, é

possível e menos arriscada à empresa a fundamentação dessa atividade no legítimo interesse", explica.

A comparação com a GDPR europeia foi inevitável. A medida foi implementada em 2018, e tem muitos pontos em comum com a lei brasileira, aprovada no mesmo ano, embora só tenha entrado em vigor no ano passado. No entanto, segundo Luz, há diferenças importantes, principalmente quanto às bases legais, direitos dos titulares e encarregados.

A lei brasileira prevê quatro bases legais adicionais em relação ao regulamento europeu para justificar o processamento de dados, e há outras diferenças fundamentais, como o prazo para resposta a solicitações baseadas em direitos dos titulares, que na LGPD é de somente 15 dias, metade do tempo previsto no GDPR. Além disso, o GDPR caracteriza três situações para indicação de um *data protection officer*, um profissional dentro da empresa que seja encarregado de cuidar de questões referentes à proteção dos dados da organização e de seus clientes, enquanto a LGPD simplesmente determina a todos operadores e controladores que apontem um encarregado, que pode ser pessoa física ou jurídica.

Com isso, mesmo empresas europeias atuantes no Brasil ou empresas brasileiras com atividades na Europa devem se adequar à lei brasileira. A LGPD deve ser respeitada por todos que rea-



1

lizarem tratamento de dados, ou seja, coleta, armazenamento, processamento, compartilhamento, entre outros, dos dados de pessoas localizadas no Brasil. O GDPR, por outro lado, aplica-se ao tratamento de indivíduos localizados na União Europeia e no Reino Unido.

"A empresa já adequada ao GDPR deve rever o mapeamento de dados e as bases aplicadas aos registros de atividades, ajustar políticas de privacidade, cláusulas e contratos, inclusive *data processing agreements* (acordos de processamento de dados) e *intercompany agreements* (acordos entre empresas), realizar treinamentos de conscientização que apontem as diferenças entre os regulamentos e preparar o comitê de privacidade para os aspectos intrínsecos a esta realidade normativa diversa", esclarece a advogada.

Importância e efeitos da LGPD

A proteção de dados é um tema de extrema relevância na atualidade, e que causa preocupação em muitos usuários de internet. Segundo a especialista, que também é professora e palestrante convidada em faculdades como Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), "se nos últimos anos o cenário era incerto, atualmente temos cada vez mais certeza quanto ao terreno fértil de aplicação da LGPD. A postura proativa adotada pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) tem fortalecido a regulamentação".

Com efeito, em fevereiro, a ANPD publicou seu planejamento estratégico

Nesta página:

1. LGPD exige que empresas tenham atenção na solicitação, tratamento e compartilhamento de dados de seus clientes e parceiros

para os próximos dois anos, com previsão de edições normativas para temas fundamentais a serem complementados, como a regulamentação diferenciada para *startups*, micro e pequenas empresas, a metodologia para o cálculo das sanções administrativas, e a definição de situações que demandem a elaboração do Relatório de Impacto à Proteção de Dados.

Clarissa Luz aponta também as recentes cooperações interinstitucionais da ANPD com Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), Ministério Público Federal e Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), que demonstram a preocupação com a privacidade dos usuários. "O cenário de aplicação da lei, portanto, é positivo e reflete um crescimento exponencial da cultura à proteção a dados pessoais, ainda que nosso país seja incipiente no tema", complementa.

Todo o processo de adequação deve se pautar em fatores diversos, como a estrutura da empresa, seu modelo de negócios, formas de processamento e natureza dos dados pessoais tratados. "Contudo, algumas medidas são fundamentais, como treinamentos de conscientização, políticas de privacidade externas e corporativas, adaptação de contratos entre agentes de tratamento de dados quando feito o compartilhamento, além do mapeamento e registro das atividades realizadas com dados pessoais. Afinal, não se pode proteger o que se desconhece".

A incipiência do Brasil neste tema é observada também na experiência de cada empresa com a nova lei. "Não raro verificamos cláusulas de proteção de dados em contratos celebrados entre agentes de tratamento com muitos equívocos, em especial quanto à natureza dos agentes", sinaliza a advogada. Ela explica que, diferente da GDPR, que prevê expressamente a figura dos "responsáveis conjuntos pelo tratamento", a LGPD não o faz, o que cria dificuldades ao negociar aspectos de autonomia na

Treinamentos de conscientização, políticas de privacidade externas e corporativas, adaptação de contratos entre agentes de tratamento de dados quando feito o compartilhamento e mapeamento e registro das atividades realizadas com dados pessoais são atividades fundamentais



1



2



definição de finalidades e meios para o tratamento. Essa é uma situação vivida especialmente por empresas de consultoria e seus clientes, os quais costumam apresentar modelos de cláusulas pelas quais imputam a todo e qualquer prestador de serviços, automaticamente, a natureza de operador.

Já companhias do mercado financeiro, por exemplo, contam com a base legal de proteção de crédito, que facilita o tratamento de dados neste segmento. "Aspectos específicos devem ser verificados caso se trate de instituições financeiras, setor altamente regulado. Com efeito, as inúmeras obri-

gações legais e regulatórias podem vir a justificar diversas atividades de tratamento de dados pessoais. Estas instituições financeiras e outras autorizadas a funcionar pelo Banco Central possuem regulamentações específicas que já versavam sobre proteção a dados pessoais e medidas de segurança da informação".

As empresas *data-driven* passam por outro desafio, já que as transferências internacionais de dados pessoais devem seguir a legislação da origem do dado coletado. "Se uma empresa brasileira transfere dados para uma outra localizada em Portugal, ainda

Na página oposta:

1. Mesmo com a lei, é importante que os usuários tenham uma postura cuidadosa com seus próprios dados

2. Clarissa Luz, Sócia da área de tecnologia e proteção de dados do escritório Felsberg Advogados

que seja do mesmo grupo econômico, deverá observar os mecanismos legais", explica. Segundo a advogada, ainda faltam orientações da ANPD a respeito deste assunto, mas a prática comum no mercado é adotar os mecanismos similares previstos na GDPR.

Com tantos pormenores a serem observados, é muito complexo realizar a adequação de uma empresa à lei sem a ajuda de um parceiro especializado. Clarissa Luz deixa uma dica. "Costumo dizer que, se houver dúvida sobre a legitimidade de um processamento, atente-se aos princípios da LGPD: coleta do mínimo de dados necessários e adequados ao serviço ou produto informado, medidas de segurança adotadas desde a concepção, informações facilitadas e transparentes sobre o tratamento e compartilhamento e garantia de *opt-out* nas comunicações promocionais".

A Sócia do escritório Felsberg afirma também que não se pode esquecer dos princípios do direito civil, que são a base de toda a relação jurídica, como a boa-fé, a liberdade contratual e a ética das relações. Segundo ela, a LGPD vem para garantir maior propriedade sobre os dados e equilibrar a privacidade com o tratamento necessário dessas informações pelas empresas. A advogada recomenda, no entanto, que os próprios titulares dos dados adotem também uma postura mais cuidadosa com a sua privacidade neste mundo excessivamente digital e de alta exposição. 



Jovens, promissores e portugueses

Empresas de pessoas com menos de 30 anos decolam em Portugal



Portugal tem a segunda maior taxa de nascimento de novas empresas da União Europeia, de acordo com o Gabinete de Estatísticas da União Europeia (Eurostat). Muitas dessas empresas têm chamado a atenção do mundo por suas ideias inovadoras e pela pouca idade de seus fundadores.

Prova disso é que vários desses jovens talentosos figuraram nas últimas edições da lista '30 under 30' da Forbes europeia, que destaca os mais brilhantes empreendedores, criadores e *game-changers* com menos de 30 anos do continente. Em 2021, foram cinco nomes portugueses na lista, que se destacaram nas áreas de finanças, ciência e cuidados de saúde e tecnologia. No ano passado, doze portugueses foram distinguidos. Pesquisadores e cientistas também têm lugar na lista, mas os empreendedores são a maioria dos selecionados.

É com esforço, estudo e muita dedicação que eles chegaram lá. Pedro Andrade, de 24 anos, figurou na lista deste ano por sua criação, a Hunter Board. Ele e três sócios desenvolveram juntos um skate elétrico com um sis-

Nesta página:

1. A Hunter Board é um skate elétrico criado em Portugal

2. Pedro Andrade, de 24 anos, é CEO da Hunter Boards, seu segundo empreendimento



tema de suspensão que permite o uso em qualquer terreno – do asfalto das cidades às trilhas acidentadas em meio à natureza.

Formado em Marketing, Andrade é hoje CEO da Hunter Boards, cuja ideia surgiu em 2017. O desenvolvimento do projeto bem desenhado levou quase três anos. O resultado é um skate que chega a 55 quilômetros por hora, tem uma bateria fácil de trocar e com autonomia para 38 quilômetros, um motor de 3,6 mil watts e um sistema de curvas extremamente ágil, além de ser resistente à água. Conta com um controle remoto que permite escolher entre diferentes modos de funcionamento e é feito com o mesmo tipo de alumínio utilizado pela indústria aeroespacial para reforçar asas de aeronaves e construir partes de foguetes.

O sistema de suspensão eficiente é o grande diferencial da Hunter Board, pois acaba com um dos problemas mais comuns enfrentados por usuários de skates elétricos ao redor do mundo: a chance de quedas em condições mais instáveis, como pistas de terra. Isso garante agilidade em baixas velo-

cidades, e uma estabilidade notável em deslocamentos rápidos.

O produto final é um item de luxo, criado para amantes de pranchas do mundo todo – skates, *longboards*, pranchas de surfe, entre outras. As primeiras Hunter Boards começaram a ser vendidas em setembro de 2020. “Nós tínhamos 50 unidades à época do lançamento. Nossa ideia era testar o mercado. Vendemos todas”, conta Andrade. A Hunter Board é vendida atualmente por US\$ 1.849, mas o envio não é imediato. Isso porque, após a venda das 50 unidades iniciais, a empresa já tem uma lista de espera de mais de 6 mil pessoas.

Só esse número já diz “sucesso estrondoso”. Mas é ainda mais fascinante pois não houve investimento em propaganda. O skate chegou a diversos países apenas com o poder do “boca a boca”.

Andrade é um verdadeiro exemplo da nova geração de empreendedores portugueses. A Hunter Boards é a sua segunda empresa. A primeira, Craft Wallet, produzia carteiras minimalistas. Seu sócio na Craft Wallet é também sócio da Hunter Boards. Foi após vender a empresa que os dois mergulharam, junto a outros amigos, no novo projeto. “Eu me vejo criando mais coisas no futuro”, conta o CEO. “Mas agora eu estou na Hunter, e nosso foco é aumentar a capacidade produtiva e crescer na América do Norte, Europa e Austrália”.

Com 27 anos, Sara Gonçalves também já está em seu segundo empreendimento. A jovem foi premiada pelo Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia com a estatueta EIT Woman, por ser uma mulher notável no ecossistema do empreendedorismo, além de ter vencido o concurso Montepio Acredita Portugal e sido finalista da Vodafone Big Smart Cities com uma de suas ideias.

Sua trajetória profissional começou no curso de Engenharia Agrônômica, o que a levou a ser Cofundadora da TriggerSystems, uma plataforma para negócios agrícolas com soluções

Nesta página:

1. Sara Gonçalves, de 27 anos, é fundadora e CEO da Actif, seu segundo empreendimento

Vários jovens talentosos de Portugal figuraram nas últimas edições da lista '30 under 30', da Forbes europeia, que destaca os mais brilhantes empreendedores, criadores e game-changers com menos de 30 anos do continente

de *software* e *hardware* para poupar energia e água. Durante seus quatro anos como Diretora de Operações, ela ajudou a empresa a alcançar um faturamento anual de € 200 mil, captou cerca de € 1 milhão em investimentos e participou de diversos programas de aceleração.

Com o tempo, Gonçalves descobriu que sua verdadeira paixão é a tecnologia. Hoje, ela trabalha em um novo desafio: a Actif, uma *startup* que busca promover um melhor envelhecimento garantindo ferramentas digitais para idosos, famílias e profissionais. Ainda em estágios iniciais, a Actif se utiliza da tecnologia para oferecer diversos tipos de atividades para idosos em vídeos gravados ou ao vivo, de forma a estimular movimento e atividades físicas. "Em clínicas de repouso, sempre notei que o ambiente era um tanto triste, as

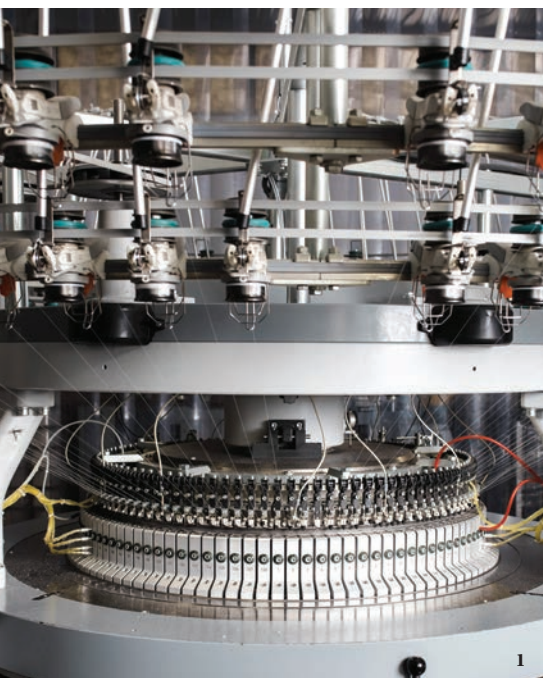
pessoas ficam muito tempo diante da televisão e não são estimuladas. Muitas vezes, a administração desses locais não tem fundos ou equipe para trabalhar esse lado, por isso criamos a Actif", explica.

Embora ainda esteja dando os primeiros passos com este novo empreendimento, Gonçalves usa da experiência anterior em busca pelo sucesso dessa nova empreitada. "Existem muitas empresas que têm uma solução, mas ainda estão procurando pelo problema", brinca. "Acredito que é importante ter uma missão clara e buscar investimento pensando não apenas no que se faz, mas se há pessoas dispostas a pagar por esse serviço". Ela conta que nesta etapa, é essencial registrar tudo o que foi feito, cada teste e cada resultado, de forma a ter métricas úteis para o desenvolvimento do negócio.



PORTUGAL
MAIS
PERTO DE SI

INVESTIMENTO COM TAXAS COMPETITIVAS
TRANSFERÊNCIAS INTERNACIONAIS SEM TARIFAS*



A empreendedora comemora também o impacto positivo que ela e seus sócios podem causar na sociedade. Inicialmente, Gonçalves se interessava pela área de pesquisa acadêmica, que acredita causar muitos impactos sociais positivos. Mas acabou encontrando outros caminhos para isso.

António Rocha, por sua vez, aprecia a oportunidade de causar um impacto positivo no meio ambiente. O jovem de 26 anos é Cofundador, Vice-Presidente de Hardware e Diretor de Tecnologia da Smartex.ai, uma *startup* que usa a inteligência artificial para transformar a indústria têxtil.

Somente este ano, a Smartex.ai ajudou indústrias têxteis de malharia circular a economizar 1,3 milhão de litros de água, 12,2 mil quilos de tecidos e 109,9 mil quilowatts de energia elétrica. Isso é feito por meio de uma tecnologia que automatiza com inteligência artificial e câmeras uma das piores tarefas na fabricação de malhas, que é o controle de qualidade. “Quando feito

A Smartex.ai automatiza uma das piores tarefas na fabricação de malhas e, com isso, ajuda a economizar tempo e matéria-prima

Nesta página:

1. Indústrias têxteis de malharia circular são o público-alvo da Smartex.ai
2. António Rocha, de 26 anos, é Cofundador, Vice-Presidente de Hardware e Diretor de Tecnologia da Smartex.ai

Na página oposta:

1. Carla da Cruz Mouro, Presidente Executiva da Fundação da Juventude

manualmente, esse processo consiste em ficar muitas horas olhando as malhas e buscando defeitos microscópicos, muito difíceis de ver a olho nu. É extremamente cansativo”, conta. Neste tipo de indústria, os defeitos acontecem de forma repetitiva, e só após serem identificados é que se pode parar as máquinas e corrigi-los. Com isso, perde-se tempo e matéria-prima. A Smartex.ai ajuda a detectar os defeitos e parar a máquina, e então informa o defeito ao operador. “Para se ter de fato um impacto ambiental grande, é importante que nós consigamos aliar esse impacto ambiental a um benefício financeiro, e acho que conseguimos isso de forma muito natural”, opina.

Rocha também foi distinguido na cobiçada lista da Forbes com seus sócios em 2020. Formado em engenharia física pela Universidade do Porto, ele conta que o processo de criação da *startup* começou ainda em seu terceiro ano da faculdade, conciliando o desenvolvimento da ideia com os estudos e, posteriormente, com seu emprego. Só depois de alguns anos

foi possível se dedicar integralmente ao projeto.

“Eu não tinha interesse em ter meu próprio negócio. Acima de tudo, e acho que isso é um pouco da engenharia, tenho prazer em criar sistemas e construir coisas desde o início, desde a fase da concepção”, comenta. E foi esse prazer que o impeliu a ir em frente e agarrar as oportunidades que apareceram. Ele e os dois sócios conseguiram não apenas investimento inicial, mas um investidor pronto para aconselhá-los na melhor direção. De fato, o primeiro investidor impôs uma condição: que os três empreendedores passassem um período em Shenzhen, na China, para aprender mais sobre a indústria.

Por que Portugal?

Portugal tem um ecossistema propício para o empreendedorismo, e isso vem de longa data. Há mais de 30 anos, o país conta com a Fundação da Juventude, que surgiu justamente para fomentar o empreendedorismo, e por isso o carrega em seu DNA. A fundação nasceu com o apoio de 21 instituições públicas e privadas e auxiliava jovens empresários a tirarem suas ideias do papel. Ainda em 1990, criou a primeira incubadora do país e uma das primeiras do mundo, chamada de Ninho de Empresas – nome mantido até hoje. A iniciativa pioneira visava dar respostas às necessidades dos jovens candidatos a empresários, com ideias criativas e inovadoras, mas com escassos recursos financeiros. Com o tempo, a fundação passou a investir também na educação e formação profissional dos jovens, criou programas de cidadania e voluntariado, emprego e empreendedorismo, criatividade e inovação, e ciência e tecnologia, sempre pensando no empoderamento dos jovens.

“Somos pioneiros na área do empreendedorismo”, conta Carla da Cruz Mouro, Presidente Executiva da fundação. “Anualmente, realizamos o Concurso e Mostra Nacional de Jovens Empreendedores, que se distingue por

Foi em Portugal que surgiu uma das primeiras incubadoras do mundo, o Ninho de Empresas, da Fundação da Juventude, em 1990

receber e premiar tanto projetos de jovens universitários como de estudantes do ensino médio”, explica.

A Presidente Executiva lista vários motivos que tornam Portugal um bom país para empreender, como um ecossistema que permite a criação de sinergia entre empreendedores, o fato de Portugal ser palco de grandes eventos mundiais de empreendedorismo, como o Web Summit, e a oferta de mão de obra altamente especializada e formada em algumas das melhores universidades da Europa. “Além disso, Portugal oferece, pela legislação, ex-

celentes ferramentas e garantias para receber o jovem empreendedor”.

O Coordenador do projeto especial UC Business, da Universidade de Coimbra, Nuno Mendonça, também acredita que os incentivos portugueses são ótimos para os empreendedores. “Os sistemas de apoio desenvolvidos pelo governo de Portugal, com diferentes incentivos adequados às diferentes necessidades dos empreendimentos, permitem o alavancar de processos, reduzindo os insucessos, assim como a articulação com instituições de ensino superior, permitindo o desenvolvimento tecnológico de processos e produtos”, opina. O UC Business é o serviço responsável por conectar os pesquisadores da Universidade de Coimbra e as empresas, promovendo uma ativa valorização e transferência de tecnologia e conhecimento para as empresas.

Antônio Rocha conta que ele e os sócios chegaram a avaliar a possibilidade de lançar a Smartex.ai na China, mas acabaram optando por Portugal. “É um bom país para empreender primeiramente porque está inserido no



Dicas de ouro

Começar a empreender em Portugal pode ser um desafio, mas há diversas dicas que podem melhorar o processo.

1

"É importante encontrar uma grande missão, que o empreendedor goste e em que acredite muito, pois tudo parte daí".

SARA GONÇALVES

Fundadora e CEO da Actif

2

"Começar o projeto com a ajuda de um mentor de outra geração pode prevenir dificuldades nas primeiras fases. A aprendizagem intergeracional é muito importante".

CARLA DA CRUZ Mouro

Presidente Executiva da Fundação da Juventude

3

"É preciso saber que se tudo correr bem, estamos fazendo um comprometimento a longo prazo. É preciso muito trabalho e, às vezes, será necessário abdicar de algumas coisas da vida para trabalhar".

ANTÓNIO ROCHA

Co-Fundador, Vice-Presidente de Hardware e Diretor de Tecnologia da Smartex.ai

4

"Uma das minhas primeiras sugestões é a escolha adequada do local a instalar-se. Também sugiro que se olhe para Portugal como uma porta para um mercado de 500 milhões de consumidores, exigentes e com regras próprias, mas sempre ávidos de novos produtos ou serviços, que garantam o desenvolvimento da Europa".

NUNO MENDONÇA

Coordenador do Projeto Especial UC Business, da Universidade de Coimbra

5

"É preciso ser capaz de lidar com as críticas e ser imune ao medo de falhar. E isso é algo que se aprende com o tempo".

PEDRO ANDRADE

CEO da Hunter Boards

mercado europeu. Mas também por ser um país pequeno, o que faz com que não seja tão difícil chegar aos tomadores de decisões de grandes empresas. Isso facilita o processo de testar ideias pela primeira vez". A startup conseguiu encontrar fábricas parceiras para desenvolver o produto em Portugal logo no início.

O CEO da Hunter Boards também

cita o tamanho do país como um diferencial para os empreendedores, mas por outros motivos. "Além de poder testar os produtos de uma forma mais eficiente e conseguir chegar ao mercado todo com poucos recursos, como o país é pequeno, sou incentivado a pensar globalmente", pondera. Para ele, quem empreende em países com o mercado interno gran-

de não precisa criar uma empresa capaz de vender no mundo todo logo de início. Mas o mercado português impulsiona seus empreendedores a pensar globalmente ainda na concepção da ideia.

Começar desde cedo

Segundo Nuno Mendonça, da Universidade de Coimbra, os empreendedores das últimas gerações são cada vez mais novos e tendem a ser mais originais. "Se a geração Y está mais centrada nos alunos universitários, a geração Z assenta no desempenho de empreendedores pré-universitários, que normalmente já conviveram com o empreendedorismo a nível familiar e com menor medo de arriscar", explica.

"Para estimular o empreendedorismo junto aos jovens, é preciso desafiá-los a pensar fora da sua zona de conforto, com desafios e ações bem direcionadas. É essencial que o estímulo ao empreendedorismo ocorra o mais cedo possível, alinhado à formação da personalidade dos jovens, até os 12 anos de idade, preferencialmente", comenta o Coordenador.

A Fundação da Juventude segue este preceito e tem iniciativas até mesmo para crianças na educação infantil, que envolvem jogos didáticos que se pode jogar individualmente ou em grupos. Para os adolescentes, há atividades que estimulam a busca para soluções de problemas simples, de forma a mostrar o princí-

"O fracasso é uma excelente fonte de aprendizagem e precisa ser visto como algo natural"

Na página oposta:

1. Nuno Mendonça, Coordenador do projeto especial UC Business, da Universidade de Coimbra



pio do empreendedorismo e promover o olhar crítico.

Segundo a fundação, apenas 70% das *startups* sobrevivem ao primeiro ano. Dessas, 32% conseguem superar os oito primeiros anos e tornarem-se empresas consolidadas. Por isso, alguns programas da instituição mostram a importância de falhar diversas vezes até chegar à ideia correta, reconhecendo o que fez o projeto dar errado e sendo resiliente para seguir em frente.

“É necessário desmistificar o termo fracasso no processo empreendedor”, concorda Mendonça. “O fracasso é uma excelente fonte de aprendizagem e precisa ser visto pelos empreendedores como algo natural, que pode, mas não deve acontecer. Existem muitos exemplos de projetos excelentes, que tendem a desaparecer em pouco anos”, finaliza. +

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL ESTÁ EM NOSSO DNA

SOLUÇÕES DIGITAIS PARA EFICIÊNCIA
E QUALIDADE NA **MEDICINA DIAGNÓSTICA**

www.ness.com.br/health

São Paulo - BRASIL | Porto - PORTUGAL

@ness.health | [f /ness.health](https://www.facebook.com/ness.health) | [in /company/ness-health](https://www.linkedin.com/company/ness-health)

 **NESS Health**

Conscientizar para incluir

Por Mário Queiroz Andreoli, Secretário Executivo do Instituto Singular de Talentos e Consultor do Instituto Hippocampus de Psicologia

Em ambiente corporativo, não são raras as vezes que nos deparamos com situações de difícil entendimento e administração quando o tema é PcD – sigla que define a “pessoa com deficiência”. Mas PcD é muito mais que só uma sigla. Trata-se de uma necessidade latente por inclusão, um chamado para a igualdade, diversidade e oportunidade.

O gestor que não está sensibilizado e informado com a inclusão dificulta as ações do RH. Ele quer um deficiente auditivo que ouça. Que um deficiente visual enxergue. Que uma pessoa com deficiência física não tenha nenhum comprometimento motor. E que uma pessoa com deficiência intelectual não tenha limitações.

Infelizmente, ainda vivemos situações em que, na maioria das vezes, o PcD é mais cobrado do que as pessoas sem deficiência – mesmo que esta cobrança seja velada. São exaltados por erros, limitações e condutas que, na realidade, qualquer um poderia ter. Se cumpre suas atividades e rotinas, não fez mais que a obrigação. Se não cumpre, é porque é um PcD.

Mas muitos gestores esquecem que a maioria das pessoas com deficiência as adquiriram ao longo de sua vida e, na maioria das vezes, por meio de acidentes e violência urbana. Vivendo em uma megalópole como São Paulo, por exemplo, com certeza cada um de nós pode se tornar uma pessoa com deficiência a qualquer momento. Inclusive, infeliz-

mente, em tempos de pandemia, já está mais que comprovado que as consequências a longo prazo da doença podem também afetar brutalmente a condição física e motora de uma pessoa.

Isso não vai retirar dos novos PcDs suas competências e qualidades profissionais. Mas urgentemente eles precisarão sim de adaptação e acessibilidade como um todo para continuar desempenhando suas funções. Então, o hoje dos PcDs pode ser o amanhã de qualquer um de nós.

E daí se torna ainda maior a importância de programas de inclusão e da contratação de pessoas com deficiência nas empresas, a qual já era grande. Neste aspecto, cabe ao RH um papel estratégico e de destaque na inclusão da diversidade, garantindo que as admissões não sejam feitas apenas para cumprir uma lei, mas sobretudo, para de fato serem inclusivas. A responsabilidade é de todos.

Pensar e desenvolver um projeto educacional preconiza que recursos e metodologias estejam alinhados em todo o processo de aprendizagem, bem como com os quatro pilares da educação da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). O primeiro deles é aprender e conhecer. O ato de compreender, descobrir ou construir o conhecimento incentiva a pesquisa individual para desenvolver o senso crítico e despertar a curiosidade intelectual, promovendo a autonomia, a capacidade de discernimento e a to-

Muitos gestores esquecem que a maioria das pessoas com deficiência as adquiriram ao longo de sua vida. O hoje dos PcDs pode ser o amanhã de qualquer um de nós

mada das próprias conclusões.

O segundo é o de aprender a fazer. Esta etapa apresenta aos aprendizes PcD aplicações práticas para mobilizar as habilidades cognitivas, o que possibilita que eles mesmos façam escolhas, pensem criticamente, solucionem problemas, atuem da forma mais adequada em situações incertas e com ética, e não confiem em modelos pré-existentes.

O terceiro é o de aprender a conviver, trabalhando no aprendiz a diversidade e a inclusão durante todo o programa, assim como o desenvolvimento e exercício da empatia em torno do aprendizado da não-violência, em que a hostilidade dá lugar ao espírito colaborativo.

E, por fim, o quarto é aprender a ser. Nessa etapa, é trabalhada a diversidade de personalidades e talentos, para que não haja nenhum padrão de comportamento a ser seguido. Para tanto, são dadas oportunidades para que os aprendizes vivenciem situações que permitam descobertas e experimentações culturais, sociais, artísticas, desportivas, científicas e estéticas, ampliando a descoberta do potencial de cada um e contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional, focado em desenvolver as habilidades do futuro.

Então, por que não aprender a conhecer, fazer, conviver e ser? Para se pensar!

Aqui vai um dado que pode ser um incentivador para as áreas de capital humano: a inclusão de pessoas com deficiência pode motivar outros colaboradores. Sim! Uma empresa que mostra valores positivos e inclusivos em sua missão consegue engajar seus funcionários. Uma pesquisa americana mostrou que 84% das pessoas não



veem sentido ou valores éticos em suas empresas e, por isso, não se engajam em seus trabalhos.

A partir do momento em que uma empresa se mostra preocupada com a sociedade, responsável por melhorar a qualidade de vidas e começa a se posicionar de forma ética e correta, ela passa a ser um referencial de valor e um lugar onde as pessoas estão motivadas na filosofia de rotina da empresa. Consequentemente há

aumento da produtividade, qualidade e inovação.

Uma empresa não se limita a apenas benefício econômico para um país, mas ela influencia na política, sociedade, sustentabilidade e qualidade de toda uma região. Por isso, ter a participação de pessoas com deficiência não é uma obrigação e muito menos solidariedade, mas sim um dever de dar a oportunidade daquela pessoa PcD ser um indivíduo semelhante a todos. 

Câmara Portuguesa reelege Nuno Rebelo de Sousa e lança novo site

Expectativas do mandato incluem volta dos eventos presenciais e projeto para mulheres empreendedoras

Na página oposta:

1. Leila Pigozzi Alves (Vice-Presidente da Câmara Portuguesa, DDSA), Nuno Rebelo de Sousa (Presidente da Câmara Portuguesa, EDP Brasil) e João Ribeiro da Costa (Vice-Presidente da Câmara Portuguesa, TozziniFreire Advogados)

Nuno Rebelo de Sousa foi reeleito Presidente da Câmara Portuguesa de Comércio de São Paulo na última Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária da instituição, realizada virtualmente em 26 de abril. Com algumas alterações na chapa, que agora inclui Leila Pigozzi Alves na vice-presidência, ao lado de João Ribeiro da Costa, os novos membros do conselho foram reeleitos com unanimidade e se mostram prontos para mais dois anos de trabalho.

O primeiro mandato de Nuno Rebelo de Sousa foi marcado pelo desafiador ano de 2020 e a pandemia da Covid-19. Na ocasião, a Câmara se reinventou com rapidez, e a equipe inteira agiu de forma unida e otimista, sempre com

foco nas necessidades dos associados. "Mais que manter contato com nossos associados e parceiros, trabalhamos incansavelmente para continuar apoiando cada um deles, principalmente em um momento tão complexo para todos", avalia o Presidente.

Por ser um espaço de socialização e *networking*, essa reinvenção não foi simples, já que o coração da Câmara é sua sede, a Casa Araújo Pinto, uma nobre construção próxima à Avenida Paulista tombada como patrimônio em 2005 pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo (Conpresp). O que mais movimentava os trabalhos da instituição eram os encontros e eventos que ali ocorriam.

Mas o cenário desafiador trou-



xe excelentes resultados, como foi o caso do desempenho dos *webinars*, eventos virtuais realizados pelos associados, que reuniram centenas de convidados ao longo do ano para ensinamentos e debates sobre assuntos diversos.

“Tivemos muito cuidado com a promoção de eventos virtuais, pois tínhamos consciência que este era um caminho que estava sendo explorado por diversas organizações e empresas. Por isso, mantivemos critérios rígidos de qualidade e conteúdo, garantindo que os eventos continuassem relevantes para nossos associados”, informa João Ribeiro da Costa, Vice-Presidente da entidade.

Depois de dezenas de *webinars* promovidos desde o ano passado, a instituição agora vê associados repetindo a iniciativa junto à Câmara e investindo em novos eventos neste formato em 2021. A tendência é que esse tipo de evento siga acontecendo mesmo quando os presenciais estiverem liberados e voltarem a fazer parte da rotina da instituição.

Também vieram para ficar a união da equipe da Câmara e a proximidade com os associados. “Nosso negócio sempre foi aproximar, mas acredito que vamos continuar acompanhando de perto as necessidades dos associados”, explica Leila Pigozzi Alves, destacando que, logo no início da pandemia, a Câmara Portuguesa já estava vários passos à frente e assumia uma posição de protagonismo ao entrar em contato com seus associados para saber em que poderia ajudar, justamente em um momento em que empresas davam os primeiros passos para entender a pandemia e resolver os desafios profissionais relacionados a ela.

Outras grandes conquistas do

primeiro mandato de Nuno Rebelo de Sousa estiveram no âmbito digital: a primeira foi a remodelação das redes sociais da instituição, que tiveram como resultado um crescimento contínuo, justamente em um momento em que os usuários estavam sendo bombardeados por conteúdo; a segunda foi o lançamento do novo site da Câmara, mais dinâmico, prático e moderno, no mês de maio de 2021.

Novo site

O novo site da Câmara Portuguesa foi desenvolvido pelo Zyrgon

Nesta página:

1. Novo site da Câmara traz mais modernidade e clareza sobre suas atividades



Network Group com o objetivo de trazer mais modernidade e clareza acerca das atividades desenvolvidas pela entidade. A forma como os conteúdos são apresentados e como os componentes foram pensados traz fluidez à usabilidade e agrega ao usuário uma navegação amigável, com estética *clean*.

As imagens destacadas ao longo das seções fazem com que o usuário viaje por paisagens marcantes de Portugal e pela própria sede da Câmara. "O conceito do site traz referências modernas de componentes e de usabilidade, mas sem

perder a tradição que existe por trás da Câmara Portuguesa de São Paulo nesses cem anos de história" aponta Gabriel Orsi Tinoco, Especialista em design para experiência de usuário da Zyrgon no Brasil.

Segundo ele, os principais conceitos que basearam as decisões a respeito do site seguem as bases teóricas propostas pelo 'UX Design', em que se pensa todo o produto digital para a melhor experiência das principais pessoas que utilizam o site. "Costumo dizer que não adianta fazer algo incrível e disruptivo sem pensar em como aquilo dialoga com o público-alvo", comenta Tinoco.

"No site da Câmara, há um equilíbrio para se alcançar a inovação", explica o Especialista. "Além disso, demos muita importância ao site na versão *mobile* para *smartphones*, já que, atualmente, mais de 80% dos acessos de sites costumam acontecer por esse tipo de dispositivo. Por isso, a versão *mobile* não poderia ser apenas uma mera adaptação da versão *web*, mas sim algo pensado genuinamente em forma e função para trazer a melhor experiência nesse contexto", complementa. Isso foi levado em conta também para favorecer o site nos ranqueamentos de buscadores, para otimizar os carregamentos e melhorar a percepção de inovação associada à marca.

O maior destaque do novo site em relação às funcionalidades é que o volume de informações é tão grande quando na versão antiga, mas aproveita melhor a forma de comunicar cada coisa e trabalha com clareza a divisão das informações. Além disso, as rolagens são minimizadas por menus inteligentes, que permitem aos usuários visualizarem diversos tópicos sobre um assunto sem precisar rolar muito a página. A página inicial

"Mais que manter contato com nossos associados e parceiros, trabalhamos incansavelmente para continuar apoiando cada um deles, principalmente em um momento tão complexo para todos"



mais extensa passa a funcionar como uma grande vitrine atrativa que destaca e reflete tópicos importantes sobre a Câmara e seus serviços.

O processo completo de pesquisa, concepção de ideias, criação de telas, prototipagem, desenvolvimento e testes do site durou vários meses. Durante esse tempo, contou com sete profissionais entre *designers*, especialistas em marketing, gestores e desenvolvedores das equipes de Portugal e do Brasil da Zyrgon. Essa equipe trabalhou juntamente com a equipe de marketing da Câmara Portuguesa, num processo de cocriação.

"Isso permitiu agregar diversidade, diferentes olhares e profissionais que dialogam diretamente com o público-alvo para validar cada decisão. Posso dizer que foi uma construção coletiva que tivemos o grande prazer de participar", finaliza Tinoco.

O que esperar do novo mandato

O novo mandato traz novas metas e expectativas. "Estamos num momento único das relações entre Portugal e o Brasil. Nunca tivemos tantos brasileiros indo para Portugal, e nos próximos anos temos uma agenda muito interessante", afirma Nuno Rebelo de Sousa. O Presidente fala sobre a reinauguração do Museu da Língua Portuguesa, prevista para 2021, e o bicentenário da Independência do Brasil, que acontece em 2022 e deve contar com inúmeras comemorações em terras brasileiras e portuguesa.

Nuno Rebelo de Sousa também aponta o fato de Portugal estar na liderança da União Europeia como um bom momento para negociações de novas políticas entre o espaço econômico europeu e o Bra-

Como Portugal está na liderança da União Europeia, é um bom momento para negociação de novas políticas entre o grupo de países e o Brasil. Com esse cenário, a Câmara pretende continuar ajudando os brasileiros interessados em Portugal, seja para investir, trabalhar ou morar, assim como os portugueses interessados no Brasil

o contexto permitirá isso", revela a Vice-Presidente Leila Alves. Segundo ela, a equipe da Câmara trabalha atualmente de forma remota e, quando necessário e possível, presencialmente na sede da Câmara.

Outra grande meta para o novo mandato é a implementação do Comitê da Mulher Empreendedora e Cultura. No passado, a instituição contou com um encontro de mulheres mais focado na socialização. Este novo comitê será voltado para as mulheres empreendedoras e em posição de liderança. Embora o projeto tenha sido iniciado há alguns anos e já esteja oficialmente instituído, não pôde iniciar suas ações devido à pandemia da Covid-19, mas deve voltar a ser desenvolvido ainda em 2021, em parceria com outras mulheres do Conselho e sob a liderança de Anna Carolina Ramos Breda, também membro do Conselho de Administração da Câmara.

Networking e novos negócios

Nuno Rebelo de Sousa reforça que a entidade é uma Câmara de negócios, voltada para empresas, corporações e empresários que querem investir no Brasil ou em Portugal. "Podemos ajudar essas empresas a entender o contexto empresarial de onde elas querem investir. A grande vantagem que nós temos é efetivamente ajudar a fazer os contatos comerciais para garantir o sucesso do seu negócio", comenta. Segundo o Presidente, a Câmara cobre de todos os ângulos tudo aquilo que é do interesse dos empresários e corporações. Em Portugal, há diversos benefícios e iniciativas governamentais que os empreendedores e investidores brasileiros podem obter e a entidade pode orientar nesse sentido. Para os portu-

sil. "Em dois anos, a Câmara estará mais forte graças ao apoio e ajuda de nossos associados", completa.

Uma expectativa para este mandato é retornar com os eventos presenciais na sede da instituição assim que possível. "Nosso espaço é maravilhoso, e voltar para ele está nos nossos planos. Com os acontecimentos de 2020, ganhamos experiência e versatilidade. Então, estamos nos programando para voltar presencialmente, só não sabemos exatamente quando

LEILA PIGOZZI ALVES

*Vice-Presidente
da Câmara Portuguesa*

“

A Câmara Portuguesa de São Paulo faz um trabalho muito importante de acolhimento de projetos de negócios, projetos culturais e às vezes projetos de vida dos cidadãos portugueses e brasileiros. Nós conhecemos as necessidades desses empreendimentos e dessas ideias, e conseguimos dar atenção para o que reconhecemos como pontos de importância. Brasil e Portugal são países irmãos, e a Câmara está aqui pra acolhê-los”.

NUNO REBELO DE SOUSA

*Presidente
da Câmara Portuguesa*

“

Quero agradecer todos os nossos associados. A Câmara não existiria sem a força, sem a presença, sem o trabalho no dia a dia que os nossos associados nos permitem desenvolver. Portanto, eu quero agradecer a confiança de todos. Nossa prioridade continua a mesma de sempre: desenvolver as relações entre Brasil e Portugal, auxiliando empresas que visam a internacionalização, e ser um investimento vantajoso para nossos associados. Estamos sempre pensando em como agregar valor a eles”.

JOÃO RIBEIRO DA COSTA

*Vice-Presidente
da Câmara Portuguesa*

“

A Câmara tem tido um papel muito importante na consolidação daquilo que é uma ponte histórica entre Portugal e o Brasil, ajudando a sociedade civil – os brasileiros que se interessam por Portugal e os portugueses que se interessam pelo Brasil – a se estabelecerem nos dois países. Quando os países nascem e se unem da forma que Portugal e o Brasil se uniram, vemos que as compensações naturais de movimentos migratórios vão acontecendo, permitindo a evolução e modernização constante da relação”.





A Câmara pode orientar os associados brasileiros sobre os benefícios e iniciativas governamentais de Portugal

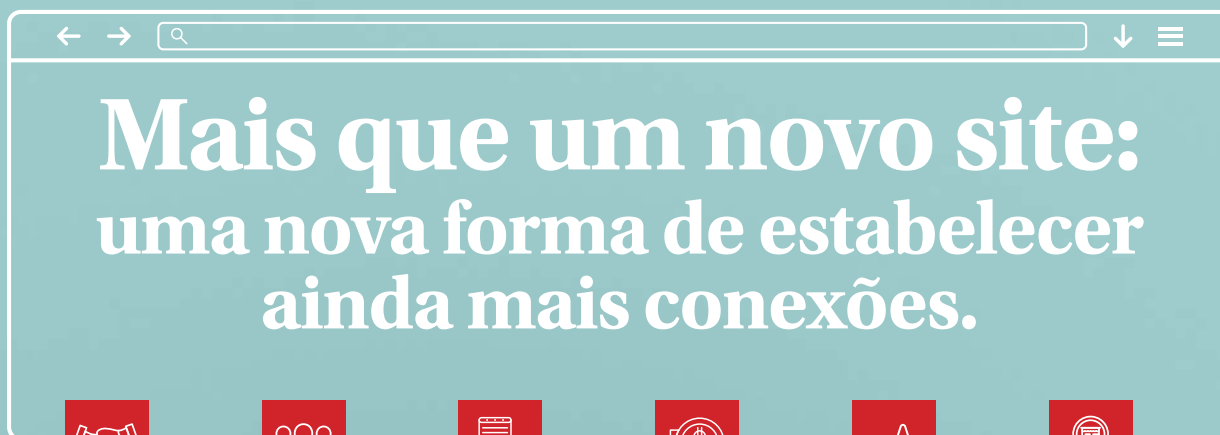
ses que investem no Brasil, a Câmara procura indicar parceiros, viabilizar as primeiras vendas e instruir a respeito do planejamento, essencial por este ser um mercado que dá retorno a longo prazo.

Leila Alves enfatiza os atributos e diferenciais da Câmara no *networking* com associados e empresas: "Os dois países têm uma língua comum, que dá um conforto para quem quer fazer negócios ou

viver em outro país. Aqui na Câmara, além de possibilitar o contato com pessoas que podem ajudar nesse tipo de transição, temos a experiência de apontar em que momentos as diferenças em termos de negócio requerem um cuidado maior". 🌱

Nesta página:

1. A Casa Araújo Pinto, em São Paulo, é sede da Câmara Portuguesa desde 2017



Mais que um novo site: uma nova forma de estabelecer ainda mais conexões.



Parcerias
e novos
negócios



Networking
qualificado



Divulgação
e visibilidade



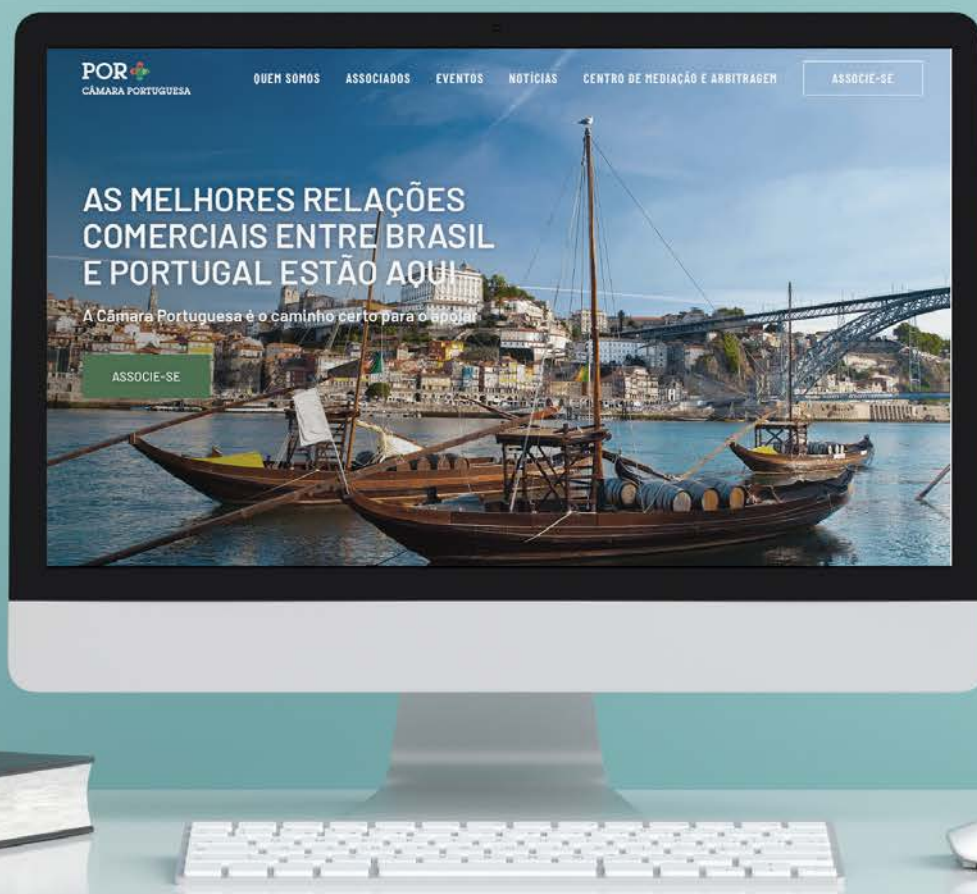
Benefícios
e descontos
exclusivos



Acesso aos
eventos



Utilização
dos espaços
da Câmara



SEJA NOSSO ASSOCIADO!

www.camaraportuguesa.com.br

Entre em contato:

geral@camaraportuguesa.com.br    @camaraportuguesasp

R. Cincinato Braga, 434 - Bela Vista, São Paulo - SP, 01333-010

(11) 4508-5223 • (11) 97734-6666

POR  **CÂMARA PORTUGUESA**

Lei da Nacionalidade Portuguesa: novas regras beneficiam brasileiros e Golden Visa terá alterações

Por Dra. Ema Cristina de Oliveira, Sócia na Martins & Oliveira Sociedade de Advogados (Nacionalidade Portuguesa)

A Lei da Nacionalidade Portuguesa, vigente desde 1981, já passou por muitas mudanças ao longo dos anos. A última alteração foi aprovada no final do ano de 2020 e beneficiou milhares de brasileiros descendentes de portugueses que desejam adquirir a dupla nacionalidade.

A motivação principal da alteração da lei foi flexibilizar a legislação portuguesa, para possibilitar que mais pessoas pudessem adquirir a nacionalidade portuguesa.

Hoje, quem tem direito à nacionalidade portuguesa são os filhos, netos e bisnetos de portugueses (sem pular duas gerações), residentes legais há mais de cinco anos em Portugal, descendentes de Judeus Sefarditas e cônjuges de portugueses com mais de três anos de relacionamento ou em união estável. Há ainda casos específicos de filhos de estrangeiros que nascem em Portugal e situações de adoção.

Destes, os principais beneficiados com as novas regras da lei foram os

netos e por consequência os bisnetos, mas também as pessoas casadas ou em união estável com um nacional português.

Com as exigências anteriores, era necessário apresentar um vínculo do solicitante com a comunidade portuguesa. Entre eles, comprovante de residência legal em Portugal ou viagens frequentes para o país. Mas também era possível apresentar comprovante de propriedade imobiliária, contrato de aluguel com mais de três anos ou participação regular ao longo dos últimos cinco anos na vida cultural da comunidade portuguesa no Brasil.

Estas exigências, em muitos dos casos, eram um impeditivo para prosseguir com o processo de dupla nacionalidade, visto que, mesmo sendo descendente de um português, nem sempre era possível apresentar os vínculos com Portugal.

Assim, com a alteração da Lei da Nacionalidade Portuguesa em dezembro de 2020, estas obrigatoriedades já não são mais necessárias, facilitando para milhares de pessoas que têm direito à nacionalidade portuguesa.

Vale ressaltar que, no caso de solicitação pelo casamento ou união estável, as novas regras valem apenas para relacionamentos com mais de seis anos. Para os casais com três a seis anos de relação, segue a necessidade da comprovação da ligação com a comunidade portuguesa. Nestes casos, a nacionalidade portuguesa se dá através da naturalização do solicitante.

Mas por que os brasileiros solicitam a nacionalidade portuguesa?

Motivos não faltam para que os brasileiros queiram se tornar cidadãos portugueses. Portugal é o terceiro país mais seguro do mundo, com o clima mais ameno da Europa e belezas naturais de Norte a Sul.

E ter a dupla cidadania traz muitas vantagens para quem a adquire. Uma delas é que o cidadão entre e saia de todos os países membros da União Europeia sem muita burocracia. E isso inclui escapar de todas aquelas imensas filas na imigração.

Outra vantagem é não necessitar de visto para entrar em países como Estados Unidos, Canadá e Japão.



A alteração na Lei da Nacionalidade Portuguesa facilitou o processo de milhares de pessoas que buscam a dupla nacionalidade, uma vez que flexibilizou exigências solicitadas anteriormente

Mais um motivo é ter a liberdade para escolher em qual país do bloco europeu viver, estudar e trabalhar.

E o mais importante é poder passar para os filhos a nacionalidade portuguesa, e assim garantir a eles mais opções de onde viver e se desenvolver profissionalmente.

E se não houver possibilidade de adquirir a dupla cidadania?

Para estes casos, são indicados os vistos de residência, com permanência superior a um ano em Portugal. Há diversos tipos de vistos que podem estar relacionados aos objetivos de

estudo, de trabalho, de investimento ou de empreendedorismo no Velho Continente. Mas também há um visto dedicado aos aposentados ou titulares de rendimentos.

E, ao adquirir a autorização de residência para Portugal, após cinco anos, o solicitante também terá direito a requerer a nacionalidade portuguesa.

Vale ressaltar que as regras do Golden Visa (visto para investidores), também sofrerão alterações significativas no seu processamento, em janeiro de 2022. As principais alterações serão:

Regra atual: transferência para Portugal de capital mínimo de € 1.000.000.

Nova regra: aumento do valor mínimo para € 1.500.000.

Regra atual: transferência de pelo menos € 350.000 para fundos de investimento ou fundos de capitais.

Nova regra: aumento do valor mínimo para € 500.000.

Regra atual: aquisição de bens imóveis residenciais no valor mínimo de € 500.000.

Nova regra: o valor segue inalterado, porém o imóvel residencial não pode estar situado no litoral, Lisboa ou Porto. Ficam elegíveis as regiões do interior do continente ou imóveis nos Arquipélagos da Madeira ou dos Açores em sua totalidade.

Portanto, é um excelente momento para iniciar o processo de obtenção da nacionalidade portuguesa e também os processos de vistos, especialmente do Golden Visa, para se beneficiar das regras atuais, que são mais vantajosas. 🌈



Aprendizados de Portugal no combate à Covid-19

Lockdown, testagem e início da vacinação foram fundamentais para redução de novos casos



1

Em meio a uma queda brusca no número de contaminados pelo coronavírus, Portugal flexibilizou um rígido *lockdown* que se iniciou em janeiro de 2021, quando o país enfrentava a pior alta no número de infecções do planeta. Por conta da gravidade da situação, foi decretado estado de emergência no início do ano, que permitiu ao governo adotar medidas duras para impedir a propagação do coronavírus e a morte de mais cidadãos portugueses. Depois de mais de três meses de regras que suspenderam liberdades da população, Portugal conseguiu reverter sua grave situação e foi da liderança mundial de novos casos de Covid-19 a único

país da União Europeia sem mortes em 24 horas. Foram dois extremos da pandemia em um curto espaço de tempo.

Portugal teve destaque no combate à Covid-19 durante a primeira e segunda ondas da pandemia. Foi um dos países europeus com menos casos de infecções e mortes. Segundo António Lacerda Sales, secretário de Estado Adjunto e da Saúde de Portugal, a pandemia chegou ao país em março de 2020, quando outros países do espaço europeu já tinham sido atingidos pela Covid-19 com grande intensidade. Esta demora na chegada do vírus ao país permitiu uma aprendizagem para que Portugal reagisse muito energicamente. “Adotamos um confinamento generalizado desde muito cedo. Além disso, procu-

“Adotamos um confinamento generalizado desde muito cedo”

Nesta página:

1. Portugal inicia última fase de flexibilização do *lockdown*

ramos dotar os nossos serviços de saúde de todas as condições para dar a resposta necessária à pandemia, em termos de equipamentos de proteção individual, capacidade de testagem, ventiladores, entre outros aspectos. Isso nos ajudou a manter os números da pandemia relativamente controlados na primeira onda”, lembra.

Para Sales, o comportamento dos portugueses no desconfinamento que se seguiu após a primeira onda foi igualmente importante para o sucesso registrado durante o primeiro semestre de 2020. Durante a segunda onda da pandemia, que ganhou especial intensidade à medida que o outono terminava, o desafio de Portugal foi manter a vida coletiva funcionando, sem impor um confinamento total inicial, e, simultaneamente, manter a pandemia controlada.

“Da nossa parte, isso exigiu continuar a aumentar a capacidade de resposta do Serviço Nacional de Saúde (SNS) para testagem, rastreamento e isolamento de doentes com Covid-19 e contatos, quanto aos cuidados intensivos e das restantes respostas dos cuidados de saúde. Todas estas medidas, associadas ao sentido de responsabilidade dos portugueses, nos permitiu manter a pandemia em níveis relativamente controlados em ambas as fases”, conta.

No entanto, com a chegada da terceira onda em janeiro de 2021, o país entrou em colapso com números altos de contágio e mortes. De acordo com o secretário, o número de casos e óbitos registrados nesta fase está relacionado a um conjunto de fatores, entre os quais o fato de o coronavírus ter maior atividade nos períodos de frio. Simultaneamente, esse período coincidiu com o aparecimento de novas linhagens do vírus, como a do Reino Unido, com maior capacidade de transmissibilidade. Para ele, o fato do Natal ser intensamente vivido em família pelos portugueses, também pode ter contribuído para o que aconteceu.

“Apesar de tudo, nesse período, a nossa principal prioridade foi garantir que nenhum português ficasse sem acesso aos cuidados de saúde neces-



sários, e conseguimos fazê-lo. O SNS trabalhou em rede, tanto em nível hospitalar como nos cuidados intensivos, o que permitiu que o sistema não colapsasse. Em paralelo, aumentamos muito a nossa capacidade de testar, isolar e rastrear contatos e, com isso, quebrar as cadeias de transmissão”, destaca.

Além do rígido *lockdown*, outra ação adotada foi uma forte comunicação com a população, para que todos se conscientizassem da importância de manter os cuidados básicos e assim garantir que o SNS continuasse a ter capacidade de resposta às necessidades. Houve ainda um intenso trabalho na identificação de casos, isolamento, confinamento e proteção, e o início da vacinação.

Com estas ações conjuntas, Portugal viu cair os números de contágio e de hospitalização. De acordo com o secretário de Estado Adjunto e da Saúde, nes-

Já foram aplicadas mais de 4 milhões de vacinas contra a Covid-19 em Portugal



Prevenção para o futuro

A ciência previu a pandemia. Diversos cientistas e especialistas advertiram ao longo dos últimos anos para a possibilidade de o mundo enfrentar uma pandemia letal por coronavírus. No relatório do *National Intelligence Council* (em português, Conselho Nacional de Inteligência), denominado *Global Trends 2035*, publicado em janeiro de 2017, há referências a um cenário de pandemia global, que reduziria as viagens globais para conter a propagação da doença, desaceleração do comércio mundial e queda da produtividade. No entanto, a menção a uma pandemia global apareceu nas quatro últimas edições deste mesmo relatório, a partir da publicação do ano 2000. Ainda assim, a pandemia de Covid-19 pegou o mundo desprevenido.

Por este motivo, Portugal e a Organização Mundial de Saúde defendem que o mundo esteja preparado para que uma próxima epidemia global não apanhe todos desprevenidos. Sales diz que o mundo precisa garantir uma capacidade de resposta para ameaças globais como as pandemias. "Isso só será possível com sistemas de vigilância e informação robustos, com comunicação global e com sistemas de saúde preparados, com níveis de investimento que lhes permitam ter a capacidade de resposta necessária. Esse esforço terá de ser global, porque as epidemias não são vencidas isoladamente, mas em conjunto e com grande espírito solidário. É uma prioridade que temos de assumir coletivamente. Para além disso, precisamos adotar definitivamente o conceito de 'saúde em todas as políticas' e compreender que aspectos como o combate às alterações climáticas são determinantes para diminuirmos a nossa vulnerabilidade futura a novas ameaças", finaliza.

te momento, uma equipe de cientistas trabalha no planeamento das próximas fases de flexibilização, com previsão de alívio progressivo de algumas medidas restritivas que ainda se mantêm. "Porém, uma maior flexibilização depende do avanço da vacinação, da manutenção dos baixos índices nas novas infecções, incidência e índice de transmissibilidade, e da capacidade de resposta dos serviços de saúde", alerta.

Vacinas em Portugal

A vacinação em Portugal vem sofrendo atrasos, como em toda União Europeia. Ainda assim, o governo conseguiu vacinar boa parte da população mais idosa e parte da população já recebeu a primeira dose. Segundo o secretário, até ao dia 11 de maio, foram administradas aproximadamente 4 milhões de vacinas contra a Covid-19 em Portugal. "Estima-se que a imunização de

grupo será alcançada quando aproximadamente 70% da população estiver imunizada, ou seja, cerca de 7 milhões de portugueses. É estimado que, durante o verão, e tendo em conta o calendário previsto de chegada de vacinas, a soma de pessoas vacinadas com as pessoas já infetadas seja superior a 70% da população. Mas, esta questão está condicionada à disponibilidade de vacinas, bem como à proteção conferida pelas vacinas e pelas infecções prévias de reinfeção e transmissão da doença", aponta.

Desde o início, milhares de cientistas por todo o mundo procuram uma solução para a pandemia. Em Portugal, a empresa biotecnológica Immunetep desenvolve uma vacina da Covid-19 por via intranasal. Mas, além da Immunetep, há pelo menos mais duas vacinas em desenvolvimento em Portugal. Uma delas é uma vacina de DNA, que está

sendo desenvolvida na Universidade da Beira Interior. A outra é resultado de uma colaboração entre a Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa e a Universidade de Tel Aviv, em Israel.

Sales ainda cita o investimento que tem sido feito pela indústria nacional no âmbito dos dispositivos médicos, e o investimento na cidade de Paredes de Coura, onde a farmacêutica espanhola Zendal irá construir uma fábrica para produção de vacinas, que deve ficar pronta até dezembro deste ano, de acordo com as estimativas. 

Nesta página:

1. Testagem, rastreamento e isolamento de doentes com Covid-19 foram intensificados

5G: impulso decisivo rumo ao futuro

Quinta geração será essencial para atender à crescente demanda de interações digitais

Carros autônomos, drones para serviços de entrega, realidade virtual e cidades inteligentes. As discussões sobre o avanço das redes de telecomunicação para o 5G são constantes em todo o mundo. Isso se deve pela expectativa de que esta nova tecnologia mude totalmente a relação com a vida em sociedade. Mas, afinal, quais são as reais consequências do avanço da rede 5G em todo o mundo?

As principais mudanças trazidas pelas redes 5G são altíssima velocidade, possibilidade de mais usuários conectados simultaneamente e baixíssimo tempo de resposta entre um dispositivo e outro. No entanto, é preciso entender que a revolução 5G

vai muito além de uma internet mais rápida para os celulares. Basta pensar nas mudanças que as redes 3G e 4G trouxeram, como envio de fotos e vídeos, criação de novos serviços como o WhatsApp e o streaming.

Segundo a consultoria Open Signal, atualmente, um bilhão de pessoas vive em áreas de cobertura 5G. Isso representa cerca de 15% da população mundial. A estimativa é que esse número chegue a 1,2 bilhão em 2024. A Coreia do Sul é o país no qual o 5G avança mais rápido, assim como Austrália, Alemanha, Japão, Arábia Saudita, Reino Unido e Estados Unidos, onde os usuários já consomem mais dados em 5G do que em 4G.

Um relatório da fornecedora de soluções de rede, comunicações



15% da população mundial vive em áreas de cobertura 5G. Até 2024, serão 1,2 bilhão de pessoas



e tecnologia eletrônica, Viavi Solutions, publicado em fevereiro de 2021, aponta que o 5G estava presente em 1.336 cidades de 61 países. Entre as regiões de maior acesso à rede está a Ásia em primeiro lugar com 528 cidades, seguida pelo bloco Europa, Oriente Médio e África (EMEA) com 459 cidades e, por últi-

mo, as Américas com 349 cidades, sendo os Estados Unidos o líder no ranking.

Em Portugal, apesar de ainda não haver uma oferta de 5G, são feitos muitos testes com a nova rede e o leilão de frequências está em curso. A perspectiva é que sua conclusão seja feita em breve. Os dados são do

Nesta página:

1. 5G terá mais velocidade, permitindo mais funcionalidades e mais usuários conectados ao mesmo tempo

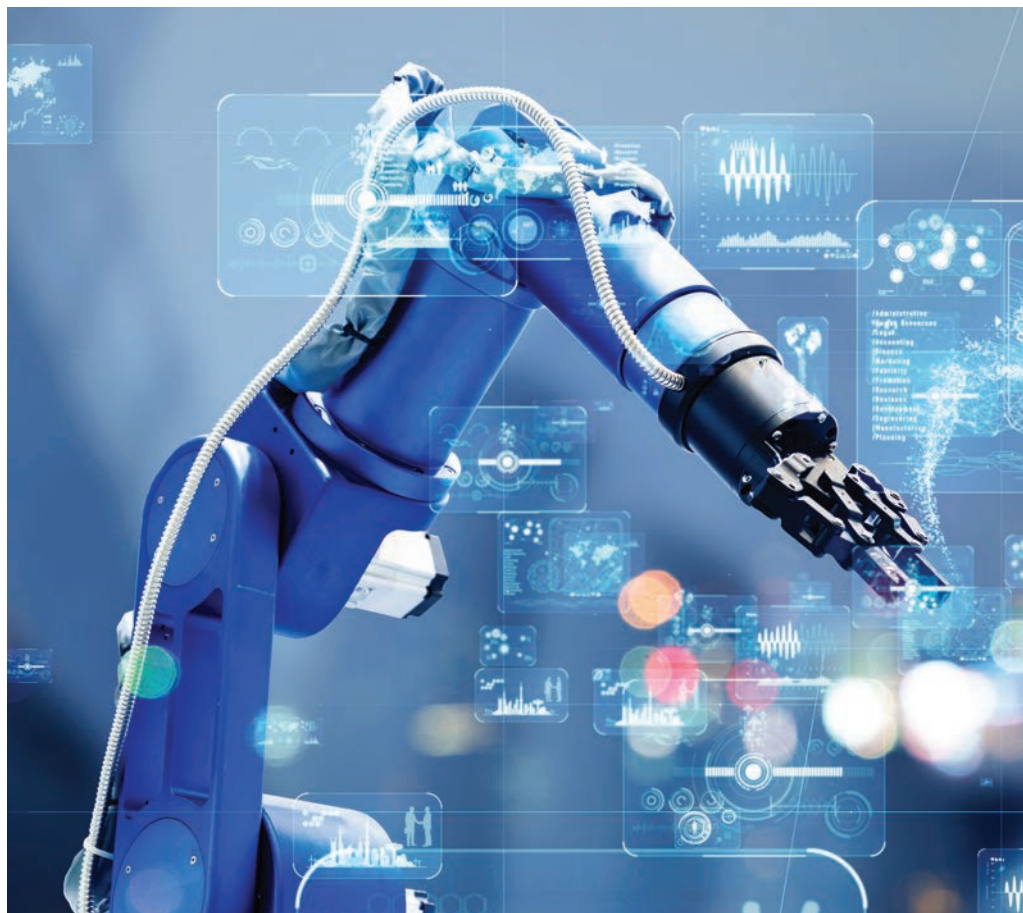
último relatório trimestral do Observatório Europeu do 5G, um organismo da Comissão Europeia que analisa o desenvolvimento da rede móvel de quinta geração na Europa e no resto do mundo.

Aliás, Portugal é reconhecido como um dos países que mais testaram o 5G. Segundo Daniel Nunes Corujo, pesquisador e professor do Instituto de Telecomunicações (IT), de Portugal, o país tem se revelado um epicentro tecnológico.

“Temos excelentes universidades dotadas da capacidade de participar em colaborações internacionais no âmbito da investigação e normalização do 5G, em colaboração com o tecido industrial. Do ponto de vista tecnológico, Portugal está representado nos pontos chave de toda a cadeia de negócio que envolve a concepção e implantação de serviço 5G. O regulador nacional em Portugal, a Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom), disponibilizou espectro para a realização de testes e experimentos científicos, que foram feitos voltados para um contexto de integração com o ambiente empresarial”, explica.

De acordo com o pesquisador, o Instituto de Telecomunicações em Aveiro faz parte de uma dessas iniciativas. O projeto “Mobilizador 5G” conta com um operador, fabricantes, entidades industriais e acadêmicas, trabalhando em conjunto para a validação e avaliação do 5G no seu contexto de negócio.

Para ele, um dos principais desafios desta iniciativa tem sido a concretização da possibilidade de oferecer simultaneamente a integração e o acesso à tecnologia, de forma a garantir e aproveitar o 5G para reforçar a cobertura em nível nacional, além de oferecer escolhas aos eventuais clientes do serviço,



no que diz respeito a preços e possibilidades.

Leilão do 5G em Portugal

Em fevereiro deste ano, Portugal abriu a segunda fase da licitação principal para a atribuição de direitos de utilização de frequências. Portanto, o leilão ainda está em andamento e com novos operadores, além dos já tradicionais operadores existentes no território nacional.

“Existem questões sobre quais frequências continuam disponíveis e qual o tipo de usabilidade que elas irão permitir. A determinação destas frequências tem impacto profundo nos planos, aquisição de equipamento e serviços suportados pelos operadores, nas diferentes zonas do

Portugal tem se mostrado um epicentro tecnológico, com capacidade de participar em colaborações internacionais para a implementação do 5G



Página oposta:

1. As redes 5G impulsionarão vários setores da economia, como a indústria robótica



país”, comenta Corujo.

Concluída esta fase, os operadores poderão formalizar e finalizar alguns aspetos ainda em aberto e avançar para a implantação final no terreno do 5G, levando a sua abertura. Mesmo que as licitações sejam encerradas, há ainda vários procedimentos a cumprir até a entrega das licenças que permitirão avançar com os serviços aos clientes.

Em relação às expectativas após a conclusão deste leilão, o pesquisador do Instituto de Telecomunicações afirma que é fundamental resolver as questões associadas às frequências dos testes, pois estes continuam a ocorrer, mas passam a ser responsabilidade das operadoras. “Neste âmbito, é muito impor-

Evolução das redes

É preciso relembrar o que o 2G, 3G e o 4G representaram em avanços tecnológicos e de grande impacto na vida das pessoas. A segunda geração de celulares teve como grande diferencial o uso de SMS e envio de e-mails sem precisar usar um computador. Com a terceira geração, foi possível enviar fotos e vídeos para outros aparelhos pela primeira vez. A quarta geração possibilitou um ganho enorme em velocidade, o que permitiu baixar conteúdo, fazer transmissões online e outras atividades como ouvir música, assistir filmes e séries, etc. A expectativa é que a quinta geração trará um ganho ainda maior de velocidade, cerca de 20 vezes mais que o 4G, permitindo conexão entre tudo e todos.



tante a criação de parcerias, uma vez que existem muitos setores industriais que ainda precisam de mais análises e validações de como integrar as suas operações neste novo paradigma de comunicações", ressalta.

Ele destaca ainda que Portugal tem uma participação muito grande em pesquisa internacional na área e todo um ecossistema tecnológico que considera que o 5G está iminente, e que os primeiros a capitalizar da sua existência irão se beneficiar.

Impactos social e econômico

Os impactos causados com a chegada da quinta revolução da internet prometem trazer mudanças em tempo real para a economia e para a sociedade. Não existe outra tecnologia capaz de gerar uma revolução digital tão grande e impulsionar a produtividade em larga escala como o 5G. Oportunidades únicas de inovação deverão surgir com a nova rede, assim como a criação de

Em uma análise de longo prazo, é possível prever que o 5G será uma importante ferramenta de democratização do acesso à informação, educação e saúde

novas aplicações e a transformação significativa de quase tudo o que se conhece hoje.

Para Fabro Steibel, diretor-executivo do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS-Rio), o 5G será uma reinvenção da experiência proporcionada pelo 4G, mas ainda não se sabe como ela será. "Da mesma forma como aconteceu com o 4G, vamos ter que aprender novas utilidades para a nova tecnologia. Um bom exemplo disso é o Uber, ninguém tinha pensado em algo parecido antes do surgimento do 4G", lembra.

Segundo Steibel, a nova rede permitirá uma experiência simultânea e a não dependência de hardwares para processamento. Com isso, celulares e tablets irão ganhar ainda mais funcionalidades, já que hoje a capacidade de processamento das máquinas e a bateria são grandes limitadores. Com o 5G, o processamento poderá ser feito na "nuvem",

onde a capacidade da inteligência artificial é infinita. No entanto, a inovação só será possível quando ela for global.

De acordo com Tiago Reis Rufino Marins, mestre em telecomunicações e engenheiro elétrico com ênfase em telecomunicações pelo Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), toda evolução tecnológica gera impactos na sociedade e a tecnologia 5G não será diferente. Segundo ele, as redes 5G serão as grandes impulsionadoras do setor de telecomunicações nos próximos anos, com impacto nos mais diversos setores da economia, denominados de verticais de mercado, como a educação, saúde, agricultura, pecuária, indústria, entretenimento, comércio, cidades inteligentes, casas e construções inteligentes, indústria automotiva, logística, transporte, segurança, mineração, financeiro e governo.

Em uma análise de longo prazo, é possível prever que o 5G será uma importante ferramenta de democratização do acesso à informação, educação e saúde. As conexões mais rápidas e seguras possibilitarão ainda contornar problemas, melhorar processos, e, consequentemente, aumentar a qualidade da oferta.

Desafios do 5G no Brasil

A universalização da conectividade é um dos principais desafios do Brasil para a implantação do 5G. Hoje, 30% da população brasileira não tem acesso à internet. E o custo é o principal fator para a desconexão dessas pessoas. A expectativa é que o 5G seja uma tecnologia mais cara, devido a toda sua estruturação, e este custo será repassado ao consumidor. Com isso, a possibilidade é que mais pessoas fiquem desconectadas. Para que isso não aconteça, Fabro Steibel, do ITS-Rio, diz que o Brasil precisa de políticas públicas



Aplicações do 5G

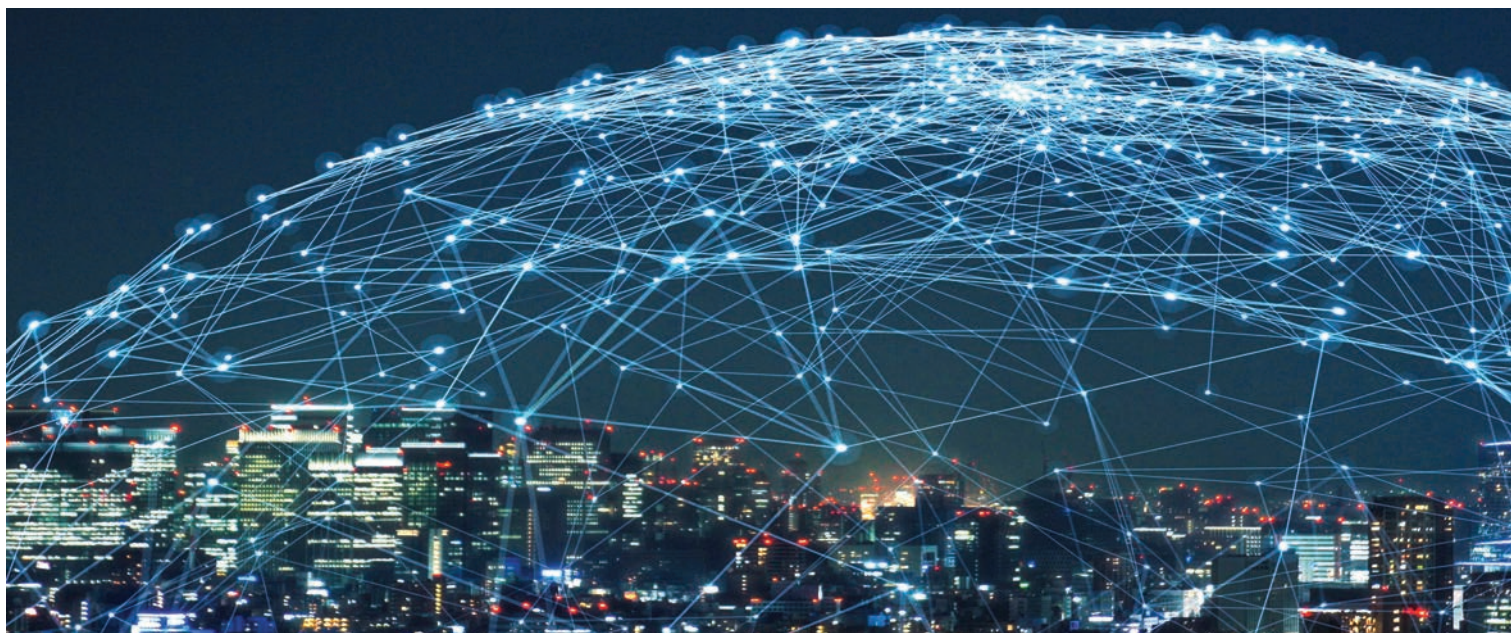
1. Nas empresas ou indústrias é possível utilizar esta tecnologia para viabilizar a automação da planta industrial, podendo ser aplicada em redes de sensores, para gerenciamento e controle do maquinário fabril.
2. Em hospitais, o 5G pode ser utilizado para os equipamentos transmitirem imagens em tempo real para o consultório do médico.
3. O atendimento médico online já é uma realidade, mas com esta nova tecnologia é possível melhorar a interação entre paciente e médico com tráfego de vídeos com resolução mais alta.
4. As chamadas cidades inteligentes podem evoluir com a utilização do 5G, agregando mais dispositivos conectados à rede, na área de segurança pública, mobilidade urbana, controle do tráfego, carros conectados, fiscalização de veículos, etc.
5. Atualmente, as pessoas conseguem realizar muitos serviços utilizando um smartphone, de serviços bancários ao entretenimento. A expectativa é que aumente ainda mais a quantidade de serviços que os usuários poderão fazer com um smartphone com a chegada do 5G.

mais eficientes e voltadas para esta parcela populacional.

Outros grandes desafios no Brasil, e em grande parte do mundo, são em relação ao licenciamento das faixas de frequência, além da questão dos investimentos, tanto para empresas quanto consumidores. Como esta tecnologia não se trata de uma

Página oposta:

1. O 5G será capaz de transformar a economia e a estrutura social de uma forma nunca vista



*As redes 5G
serão as grandes
impulsionadoras
do setor de
telecomunicações
nos próximos anos,
com impacto nos
mais diversos setores
da economia*

simples atualização de sistema, muitos equipamentos utilizados deverão ser substituídos, demandando um investimento alto por parte das operadoras. Os aparelhos celulares ou smartphones, apesar de existirem alguns modelos 5G disponíveis no mercado, ainda têm um custo relativamente alto para a grande maioria da população.

Para Gustavo Correa Lima, engenheiro eletricista com ênfase em telecomunicações, especialista em Regulação de Serviços Públicos de Telecomunicações pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e gerente de Soluções de Comunicações Sem Fio do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPQD), um dos maiores centros de pesquisa e desenvolvimento da América Latina, outro grande desafio será sua disseminação em áreas de baixa densidade populacional.

As melhorias em relação ao 4G foram possibilitadas pelo uso de espectro radioelétrico de maior frequ-

ência, que reduz a área de cobertura de uma célula. Com isso, será preciso um número muito maior de antenas para cobrir uma mesma área. Assim, áreas que já não são viáveis, do ponto de vista econômico para cobertura por grandes operadoras no 3G e no 4G, tendem a ser cada vez menos atendidas em relação às áreas urbanas. "Isso pode ampliar o hiato digital que hoje já existe entre as populações rurais", enfatiza Lima.

De acordo com Fabro Steibel, do ITS-Rio, quando o 4G surgiu, o mundo estava numa crescente. Os governos investiram para construção da infraestrutura da rede e as empresas de telecomunicação sabiam que o retorno seria garantido. Ainda assim, no Brasil, por exemplo, a rede 4G chegou a 90% de sua implementação. Porém, o cenário global hoje é diferente. A crise econômica e a pandemia minaram os recursos para o 5G. Os governos não possuem dinheiro para investir em infraestrutura e as teles não querem fazer um



grande investimento, pois não enxergam um retorno. Além disso, os consumidores não querem trocar de aparelho celular ou pagar mais pela internet.

Para Steibel, enquanto não existir um ecossistema de soluções, com universalização da conectividade, o 5G não será uma inovação para a maioria das pessoas e pode se tornar até um problema, aumentando a barreira digital. Para ele, os ganhos iniciais do 5G serão mais voltados ao B2B do que ao B2C. "As indústrias poderão se beneficiar muito mais com o 5G de imediato e digo mais, será preciso o seu uso para se manterem competitivas no mercado. O futuro da indústria é de robôs e para essa indústria robótica o 5G é es-

sencial", explica.

Mesmo com tantos desafios e muitos problemas econômicos e sociais no Brasil, Tiago Reis Rufino Marins acredita que o progresso tecnológico das redes de telecomunicações no país tende a acompanhar a evolução de países desenvolvidos e a perspectiva é que a implantação do 5G possa trazer grandes benefícios sociais e econômicos, proporcionando mais inclusão digital para a população que ainda não pode usufruir do acesso à informação. 

Página oposta:

1. A universalização da conectividade será um dos maiores desafios do Brasil para implementar o 5G

Videoconferência, Colaboração, Telefonia em Nuvem ?

 **Hator
Systems**

Saiba mais em :

www.hatorsystems.com.br



www.hatorsystems.com



EDP Brasil apresenta plano estratégico 2021-2025

Empresa pretende acelerar transição energética e ser 100% verde até 2030

AEDP Brasil conta com um ambicioso plano para liderar o processo de transição energética no setor elétrico e ter um portfólio de ativos totalmente focado nas energias renováveis até o fim da década.

Para isso, a empresa anunciou um estruturado plano estratégico com visão 2021-2025, que prevê o investimento de R\$ 10 bilhões nos principais segmentos de atuação da companhia no Brasil. No total, cerca de 90% serão destinados para as áreas de distribuição e geração solar, sendo complementado pelo segmento de transmissão.

O segmento de redes (transmissão e distribuição) será a prioridade número um da companhia, neste primeiro momento, seguida do solar para a substituição de ativos de geração hídrica. A empresa anunciou aos seus stakeholders e ao mercado financeiro sua intenção referente à reciclagem de capital para maior concentração em ativos de energia solar no Brasil.

“Nossas prioridades são arrojadas e a empresa em 2025 será melhor do que é hoje, mas será uma empresa diferente. Em termos de geração de

energia terá mais sol (energia solar) e menos água (energia hidroelétrica) e em termos de redes será maior do que os ativos de redes que temos hoje”, destaca João Marques da Cruz, CEO da EDP no Brasil.

No segmento de solar, a empresa investirá cerca de R\$ 3 bilhões em geração solar distribuída e *utility scale* com PPAs corporativos até 2025. De acordo com o CEO da EDP Brasil, a empresa fará nos próximos quatro anos o maior investimento de sua história no segmento de distribuição.

Segundo o executivo, o plano estratégico 2021-2025 tem como objetivo mitigar os riscos de operação no Brasil. Isso porque no país há uma seca estrutural, ou seja, há frequentemente mais anos secos do que úmidos, o que gera uma pressão no preço da energia hídrica. Para ele, é importante reduzir o risco hídrico e não a geração, já que a empresa quer continuar a apostar na geração de energia.

Distribuição

O CEO destaca que a intenção é crescer na distribuição, por isso, a EDP Brasil fará o maior investimento da sua história neste segmento nos



Plano estratégico tem foco em energia solar, distribuição e transmissão



2

Nesta página:

1. Em 2021, já foram investidos R\$ 177 milhões para aquisição e desenvolvimento de projetos em geração solar

2. João Marques da Cruz, CEO da EDP Brasil, traça projeto ambicioso à frente da empresa

próximos quatro anos. Em suas áreas de concessão, a companhia busca melhorar os índices de qualidade do serviço e aumentar sua eficiência. A empresa também está atenta às oportunidades de privatização e, entre as prioridades, há uma bem clara, as Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. (Celesc). "Temos cerca de 30% do capital da empresa, que nos interessa pela sinergia com outros negócios da companhia, bem como pelo potencial de seu mercado", revela.

Transmissão

O mercado de transmissão também é uma das prioridades da EDP para os próximos anos. A empresa pretende atuar ativamente para a aquisição de novos contratos, sempre em busca de negócios *greenfield* (que existem somente no papel). Além de implementar o conceito de *asset rotation* (diminuir os riscos e aumentar o retorno). "O Brasil é a única geografia na qual a EDP ingressou nesse filão e seguiremos com nossa apos-

ta nele. Nosso interesse será sempre por lotes ainda não construídos, aos quais poderemos agregar nosso *know-how* em gestão de grandes projetos de infraestrutura e em antecipação na entrega de obras", conta."

Geração hídrica

A EDP possui seis usinas hidrelétricas no Brasil, todas elas muito boas, aponta o CEO. Inclusive, três delas apareceram como as melhores do Brasil no ranking da Agência Nacional de Ener-



gia Elétrica (Aneel). A companhia avalia oportunidades no mercado para negociar alguns de seus ativos, uma vez que em seu plano estratégico o objetivo é investir cada vez mais na energia solar e menos na hídrica.

Transição energética

Diante da transformação do setor elétrico, que passa por uma grande mudança, com novas formas de produção de energia e liberalização do mercado, João Marques da Cruz destaca que para acompanhar esse movimento, a liderança da transição energética do setor e mitigação dos

riscos de operação no Brasil, é um caminho necessário para a EDP e está alinhada com a visão global do Grupo.

“Adaptar a transição energética é investir na modernização das redes e aportar na geração descentralizada solar. A razão do plano estratégico tem a ver com as alterações climáticas e o risco hidrológico e a adaptação da transição energética, que será uma realidade no Brasil”, destaca.

Ascensão do parque solar

A companhia pretende multiplicar seu parque solar em mais de 25 vezes, saindo de menos de 50 MWp e

chegando a mais de 1 GWp. A empresa tem buscado ativamente projetos para atingir essa marca. No primeiro trimestre, a EDP realizou a aquisição da AES Inova, uma plataforma de investimento em geração solar distribuída, com um investimento total de R\$ 177 milhões. A conclusão do negócio adiciona quase 34 MWp ao portfólio da EDP por meio de ativos localizados no Rio Grande do Sul, São Paulo e Minas Gerais. Além disso, no mesmo período, concluiu o acordo de investimentos para aquisição de até 40% do capital votante da Blue Sol, através da EDP Ventures.

“Estamos atentos às oportunidades que permitam escalar nossos negócios. A título de comparação, tínhamos uma média anual de R\$ 100 milhões de investimento em energia solar nos últimos anos. Neste ano, apenas com a aquisição da AES Inova, investimos R\$ 177 milhões para aquisição e desenvolvimento de projetos”, avalia o executivo.

Plano estratégico global

O plano de negócios para os próximos anos, traçado pela EDP Brasil, faz parte de uma estratégia global do grupo EDP para reforçar a sua posição de líder na transição energética. Ao longo do período de quatro anos, serão investidos 24 bilhões de euros, sendo 80% deste valor dedicado às energias renováveis, através de várias tecnologias, como eólica, solar, hidrogênio verde e armazenamento de energia, com o desenvolvimento de 4GW por ano e duplicando a capacidade solar e eólica do grupo EDP até 2025. Este novo plano vai abrir caminho para que a empresa se torne neutra em emissões de carbono e 100% verde até 2030.

“Este plano é um compromisso forte e ambicioso da EDP e inclui uma aceleração sem precedentes do nosso crescimento em renováveis, suportado pela nossa história de su-

Expectativa da EDP é multiplicar seu parque solar em mais de 25 vezes no Brasil

Na página oposta:

1. EDP Brasil fará o maior investimento da sua história em distribuição

Nesta página:

1. Companhia possui duas das melhores hidrelétricas no Brasil, de acordo com ranking da Aneel

cesso. O desafio inédito que as alterações climáticas nos impõem requer uma mudança de mentalidade e de ambição e, acima de tudo, uma ação mensurável. Não se trata apenas de levar energia às comunidades, mas sim de contribuir para que estas comunidades possam ter vidas mais sustentáveis”, destaca Miguel Stilwell d’Andrade, CEO da EDP.

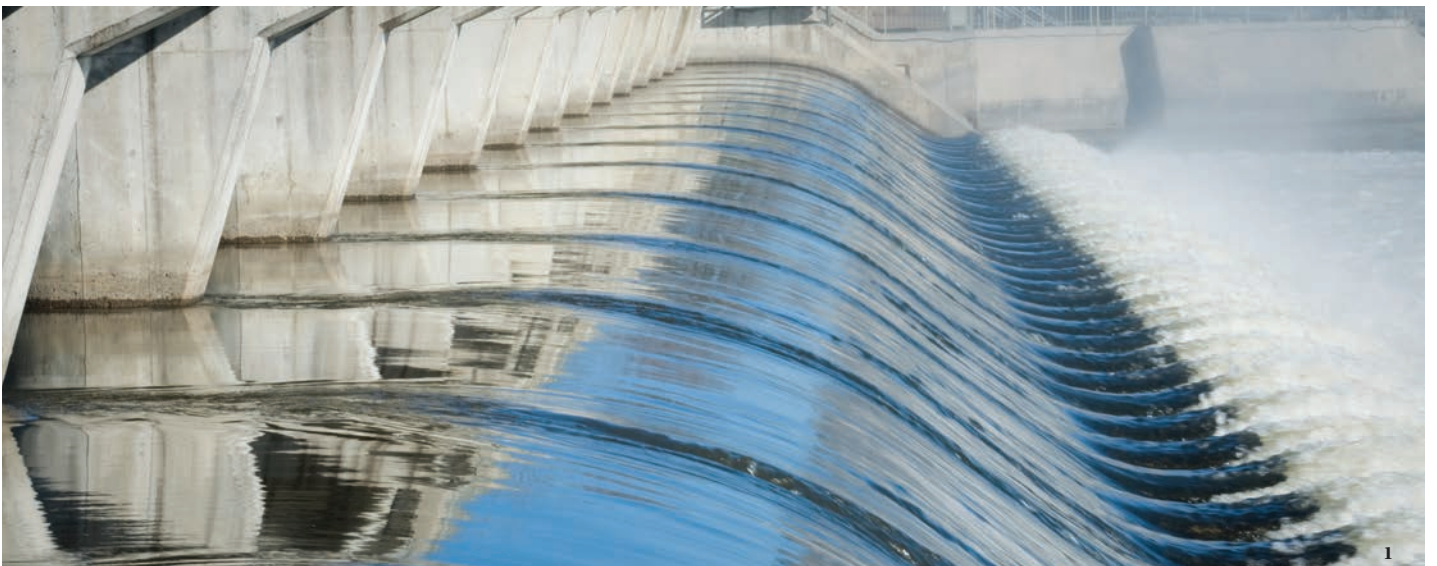
Esta visão é sustentada por três eixos estratégicos: crescimento acelerado e sustentável; organização com ADN de futuro, sustentada por um maior investimento em inovação e transformação digital; e retorno atrativo e excelência nos indicadores ESG (*Environmental, Social and Governance*.)

Resultados financeiros da EDP Brasil

Em 2020, a EDP Brasil registrou o melhor resultado de sua história pelo terceiro ano seguido, com lucro líquido de R\$ 1,5 bilhão. O valor representa um aumento de 12,7% em comparação com 2019. O EBITDA (lucro antes de taxas, impostos, depreciação e amortização) somou R\$ 3,4 bilhões, alta de 16% em relação ao ano anterior. Os resultados refletem o sucesso do Plano 3R (Reagir,

Recuperar e Reformular), estratégia adotada para mitigar os efeitos econômicos decorrentes da pandemia de Covid-19. Em maio de 2021, a EDP Brasil divulgou as informações sobre seu desempenho financeiro no primeiro trimestre deste ano. Segundo João Marques da Cruz, apesar dos efeitos da pandemia ainda serem evidentes, todos os esforços foram dedicados a fim de minimizar seus impactos e deste modo, a EDP conseguiu que os resultados do período fossem muito positivos. O EBITDA foi de R\$ 1 bilhão, aumento de 50,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, e o lucro líquido de R\$ 495,8 milhões, 82,9% superior.

Sobre as perspectivas para a progressiva abertura do mercado no Brasil, Miguel Stilwell d’Andrade diz que vê com bons olhos este processo, inclusive para o consumidor final. “A EDP é a terceira maior comercializadora privada e a maior comercializadora varejista no país. Estamos preparados para a abertura do mercado. Pela nossa experiência no mercado europeu, acreditamos que essa pode ser uma área importante de crescimento para a companhia”, finaliza. 



Project Finance ganha destaque no Brasil

Com aporte privado, esta modalidade de financiamento pode ser utilizada em diversos segmentos

Historicamente, as grandes obras realizadas no Brasil foram bancadas por entes públicos. No entanto, ao longo da década de 1990, houve no mundo todo um movimento de transição no qual o modelo de financiamento de grandes projetos, em especial os de infraestrutura, deixaram de ser financiados exclusivamente pelo poder público e passaram a contar com recursos privados. Este modelo, chamado de *Project Finance*, vem sendo usado há muito tempo em países desenvolvidos e deve ganhar destaque no Brasil nos próximos anos.

Segundo Felipe Ciampaglia, associado do escritório A. Ciampaglia Sociedade de Advogados, as operações de *Project Finance* se caracterizam em uma modalidade de financiamento predica da nos méritos do projeto financiado, e não exclusivamente nas características particulares dos tomadores do capital. "É dizer, ao contrário da modalidade de *Corporate Finance*, ou do financiamento corporativo padrão, no qual a análise de crédito é estritamente vinculada à saúde financeira da sociedade tomadora, as operações de *Project Finance* são lastreadas principalmente pela mensuração do fluxo de caixa futuro que certo empreendimento ou projeto apresenta por meio da exe-

cução de contratos específicos. Essas operações geralmente apresentam um longo prazo de amortização e carência, e juros infinitamente menores dos que os oferecidos por instituições bancárias domésticas", explica.

Tendo em vista que grande parte dessas operações acabam sendo financiadas por fundos institucionais sediados no exterior, a alta do dólar representa um grande atrativo no cenário nacional para o fomento dessas operações é a alta do dólar, já para desenvolver o mesmo projeto no Brasil do que em outros países. Portanto, este é um momento único onde o *Project Finance* se apresenta como uma solução viável para eliminar gargalos em diversos setores.

De acordo com a experiência do advogado, estes fundos acompanham o mesmo efeito pelo qual passa o mercado de capitais nacional no sentido de valorizarem operações com *tickets* cada vez menores. "Nosso objetivo é democratizar o acesso a estes fundos, de modo que projetos com *tickets* menores, de até US\$ 5 milhões, sejam igualmente apreciados e eleitos", afirma Felipe Ciampaglia. Por meio de seu escritório, ele assessora juridicamente a defesa do projeto para que haja a elegibilidade da empresa junto ao fundo em todas as etapas do processo até o recebimento



Este é um momento único no qual o Project Finance se apresenta como solução viável para eliminar gargalos em diversos setores no Brasil

Na página oposta:

1. A arbitragem é uma das principais formas de resolução extrajudicial de conflitos no Brasil
2. Felipe Ciampaglia já atuou na área societária e empresarial das maiores bancas de advocacia da América Latina e Europa e hoje é associado do escritório A. Ciampaglia Sociedade de Advogados



do *funding*, bem como a estruturação societária e contratual do projeto, que pode se consumir tanto por meio da contratação de dívida (*debt*) ou por participação societária (*equity*), ou até mesmo em um modelo híbrido entre ambos institutos.

Empresas e projetos aptos

O advogado ressalta que o mérito do projeto financiado pelo *Project Finance* não se deve exclusivamente às características dos tomadores do capital, no qual a análise é feita a partir da saúde financeira da sociedade tomadora – modalidade chamada de *Corporate Finance* ou financiamento corporativo padrão, mas sim pela mensuração do fluxo de caixa futuro que certo empreendimento ou projeto apresenta por meio da execução de contratos específicos. “Ou seja, o principal indicador de elegibilidade da operação é a capacidade de geração de fluxo de caixa futuro de determinado projeto”, explica.

Para que uma empresa ou projeto esteja apto para uma operação de *Project Finance*, são analisados o perfil e histórico

do grupo que pretende explorar o projeto, o segmento de atuação, fatores regulatórios e, principalmente, os contratos que vão perfazer a estrutura do projeto mediante determinado aporte. Já entre os principais segmentos que despertam maior interesse dos investidores estão os projetos relacionados à infraestrutura, energia, saúde, construção civil e saneamento. No entanto, entre as principais dificuldades para atrair o investimento destes fundos para projetos no Brasil, sem dúvida estão a insegurança jurídica e a instabilidade política.

Garantias dos programas

Felipe Ciampaglia ressalta que para apostar em um projeto, os fundos fazem uma exaustiva análise sob o ponto de vista jurídico e financeiro do potencial do projeto e do mercado em que ele está inserido, além de avaliarem os riscos para que estes sejam minimizados.

Em síntese, as principais garantias estipuladas em programas de *Project Finance* são: (i) as próprias quotas ou ações da

SPE que irá explorar o projeto; (ii) os direitos creditórios decorrentes da atividade a ser exercida; e (iii) bens e ativos futuros que venham a ser adquirido pela sociedade exploradora no âmbito do projeto. Existem outros instrumentos internacionais que também podem ser utilizados como a contratação de *stand by letter of credit* - SBLC. “As SBLCs são reguladas por órgãos internacionais e são garantias on first demand, isto é, garantias autônomas ao contrato principal e passíveis de serem executadas independentemente de se acionar o Poder Judiciário. Apesar de ser um instrumento frequentemente utilizado no exterior, no Brasil este instrumento ainda apresenta bastante resistência por parte dos empresários e instituições financeiras partícipes deste instrumento”.

O advogado reforça o trabalho de seu escritório na democratização do acesso ao *Project Finance* e ressalta o objetivo de que novos projetistas ou empreendedores conheçam as oportunidades existentes neste mercado. O escritório A. Ciampaglia Sociedade de Advogados já concluiu proveitosas operações por intermédio da Câmara Portuguesa de Comércio de São Paulo e estabelece que associados podem obter condições diferenciadas nas contratações. 

Qual o legado de sua marca?

Por Omar Hamam Junior, Chief Business Officer da Agência FOME

No último ano, a pandemia é a pauta principal de qualquer pessoa, principalmente dos empresários e gestores de empresas. A gestão do negócio, das pessoas e da busca por resultados continham um "intruso" que demandava novas estratégias e ações para que os negócios se mantivessem ativos e gerando riquezas. Mas, nesse contexto maluco, existe algo que foi tão desafiador quanto todas as demais metas gerenciais: a gestão de marca.

Imaginem que além de cuidar de toda estrutura organizacional da empresa para manter seus funcionários, seus clientes, parceiros, calcular margens e despesas, entre outras tantas tarefas, o empresário ainda precisou de tempo para pensar em manter a sua imagem no mercado, que se tornou ainda mais competitivo. E acreditem: muitas empresas não conseguiram fechar essa equação, e é fácil entender o porquê.

Grandes corporações viram seus números crescerem de forma avassaladora, enquanto outras, muitas vezes menores, tentam sobreviver ao caos. Mas uma coisa importante veio à tona em meio a tudo isso. O legado das marcas. E o que isso tem a ver com

o nosso momento? Em meio a tudo, como poderíamos pensar nisso?

O ponto não é o que deveria ter sido feito nesse último ano, mas o que já deveria ter sido construído ao longo do tempo, desde o início do negócio. Construir legado significa abraçar causas, criar uma ideologia empresarial, criar uma cultura corporativa que ultrapasse a questão comercial e focar nas pessoas dentro e fora da empresa, não por números, mas porque é importante. E causas não dizem respeito apenas às atitudes e bandeiras que levantamos, mas também à imagem que transmitimos de nossos produtos, o atendimento e atenção prestada em nossos serviços, o carinho que dedicamos aos colaboradores, e assim por diante.

Lá por volta de 2017, a Unilever percebeu que aquelas suas marcas que adotaram causas cresceram mais de 25% em seus respectivos mercados, e estamos falando de uma época, não tão distante, em que não tínhamos tanta exposição na mídia sobre diversidade e direitos iguais como hoje. Mas por que isso é importante? Porque é isso que as pessoas esperam das marcas. Que falem com elas para que possam criar confiança e, com isso, tornarem-se fãs de seus produtos. Eles querem ver um propó-

Construir o legado significa abraçar causas, criar uma ideologia empresarial e uma cultura corporativa, além de focar nas pessoas dentro e fora da empresa

sito nas marcas, algo que realmente exista por um motivo. Aliás, já se perguntou qual o propósito da sua marca? Seus colaboradores, parceiros, clientes e familiares sabem responder essa pergunta?

Pode parecer que estou mudando de assunto, mas legado e propósito caminham juntos, e não se engane achando que são diferentes, pois seus clientes sabem disso e buscam esses sinais no que compram. O propósito de uma marca nada mais é que o motivo dela existir, e apenas isso já responde muitas coisas, pois o propósito de uma marca é a bússola que vai definir para quem iremos vender e como iremos nos comunicar com esse público, e daí em diante se torna mais fácil definir o que realmente importa para deixarmos como legado a eles.

Uma forma de encontrar seu propósito é compreendendo o famoso *Golden Circle*, um conceito bem simples, mas poderoso, criado por Simon Sinek. Ele foi criado com o propósito (olha ele aí novamente) de provocar uma visão inversa da forma com que as pessoas planejavam suas empresas e seus produtos, mas que hoje também utilizamos para desenvolver projetos de comunicação e campanhas para produtos e serviços. Olhe como é simples! Em vez de se per-

guntar o que seu negócio ou produto irá fazer no mercado, inicie pelo porquê ele irá existir nesse mercado, e essa resposta é exatamente o seu propósito no mundo. Fácil, não é? Porém, a maior parte das pessoas não sabe responder isso, e muitas empresas que começaram pelo “o quê?” não conseguem responder o porquê de existirem. Mas nunca é tarde para isso, então tire um minutinho do seu tempo, pegue um papel, caneta e uma xícara de café, escreva o seu propósito e analise se isso realmente está alinhado com as suas estratégias de marca para seu público.

E respondendo a minha própria questão lá atrás: é preciso entender que, em meio às diversas dificuldades que o mercado nos tem coloca-

do, temos também que ter um olhar dedicado para a imagem de nossa marca e de nossos produtos no mercado e no mundo, independente de números. Uma marca amada e com propósitos bem definidos consegue fazer a diferença, tornando-se importante para muitos, mas principalmente para quem as criou e dedica todo tempo a elas.

Portanto, a provocação que quero fazer aqui é: qual o propósito do seu negócio, do seu produto e o seu, como profissional? E qual legado irá deixar para o mercado e para o mundo? Se vale a dica, faça algo que lhe deixe com orgulho e que atraia fãs para sua marca. Isso será um grande diferencial no seu mercado e para você mesmo. 



União com entidades melhora promoção de Portugal no Brasil

Embaixador de Portugal no Brasil, Luís Faro Ramos trabalha para evoluir as relações bilaterais e captar novos projetos e investimentos

Luís Faro Ramos é o novo embaixador de Portugal no Brasil. Formado em direito, é diplomata de carreira e possui passagens pelas embaixadas da Tunísia e de Cuba. Foi presidente do Instituto Camões, que promove a língua e a cultura portuguesas no mundo. À frente da Embaixada, trabalha para reforçar os laços entre Portugal e Brasil, atua para a continuidade dos projetos comerciais bilaterais e apoia o acordo entre União Europeia e o Mercosul. Nesta entrevista, o embaixador conta um pouco de suas principais metas e desafios, além da relação próxima que a Embaixada tem com a Câmara Portuguesa de Comércio de São Paulo e as demais entidades portuguesas no país.

Câmara Portuguesa em Revista - O sr. assumiu o cargo de embaixador de Portugal no Brasil em dezembro de 2020. Quais são suas metas para ajudar as relações entre Brasil e Portugal?

Embaixador Luís Faro Ramos - Primeiro gostaria de dizer que é uma grande honra assumir o cargo de embaixador de Portugal e poder representar o meu país no Brasil, que é um país único e com o qual temos um relacionamento 360 graus, muito completo e singular. Na Embaixada, tenho tarefas múltiplas, desde questões econômica, cultural e empre-

sarial, bem como o relacionamento institucional, além de trabalhos nas áreas da educação, defesa e ciência e tecnologia. Não podemos esquecer da numerosa comunidade portuguesa e de descendentes que vive e trabalha no Brasil. Para este trabalho multifacetado conto com o apoio de uma equipe excelente de profissionais da Embaixada, mas também dos Consulados, das Câmaras e Associações Portuguesas, que nos ajudam a promover os interesses entre Portugal e Brasil. Minha meta à frente da Embaixada é dar continuidade a todos os magníficos projetos que existem entre os dois países e, claro, sempre aumentar esse volume. Temos que ser sempre ambiciosos nas nossas iniciativas. Além disso, não posso esquecer nunca que Portugal e Brasil partilham dois espaços de muita importância: o espaço da língua portuguesa, com a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), e o espaço ibero-americano, com a Comunidade Ibero-Americana, onde somente Portugal e Brasil falam português junto com outros 20 países de língua espanhola.

Câmara - E quais são os principais desafios?

Embaixador - Acredito que o maior desafio é conseguir estar à altura das responsabilidades que temos como representantes de um país junto de outro

Na página oposta:

1. Luís Faro Ramos: meta é continuar com os projetos magníficos entre os dois países

país irmão, como é o caso de Portugal e Brasil. Outro desafio é a promoção dos interesses de Portugal. Para isso, contamos com um trabalho cooperado com as Câmaras Portuguesas de Comércio, Consulado Geral de Portugal em São Paulo e com a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP). Acredito que este é um desafio que está sendo bem cumprido. No entanto, temos que ampliar esta rede na mesma escala do território brasileiro e fazer com que ela trabalhe em benefício da promoção de Portugal. Mas, todos esses são desafios muito estimulantes que eu como embaixador de Portugal no Brasil abraço com todo gosto e entusiasmo. Não posso reclamar de rotina no meu dia a dia. Temos muitas iniciativas em diversas áreas. Além disso, temos a Presidência do Conselho da União Europeia, que é mais um desafio a cumprir. Na presidência, nossos esforços são para que o processo do acordo entre a União Europeia e o Mercosul avance o quanto antes, porque sabemos que ele é muito importante tanto para o Brasil quanto para Portugal e o bloco europeu. Posso dizer que temos um conjunto de desafios muito interessantes.

Câmara - O Brasil continua sendo um país de interesse para investimentos portugueses? O que espera da relação entre Brasil e Portugal, tendo em vista a pandemia e o cenário de crise?

Embaixador - É verdade que esta situação de pandemia, que já dura mais de um ano, não é favorável. No entanto, tivemos em 2020 mais de 1.500 empresas e operadores econômicos portugueses exportando para o Brasil, assim como tivemos muita exportação brasileira para Portugal. Em 2020, em relação ao último ano, o Brasil ficou no 11º lugar no ranking de clientes para o comércio de Portugal e no terceiro lugar fora do espaço da União Europeia. Isso representou cerca de 1,3% das exportações totais. Apesar da troca comercial entre os países ter sido afetada pela pandemia, entre janeiro e outubro



de 2020, e ter havido uma queda grande nas receitas do turismo, os dados provisórios deste ano apontam uma tendência de recuperação. Espero que esta tendência se confirme e acredito que para o segundo semestre do ano já possamos dizer que o movimento do comércio entre os dois países teve recuperação para os níveis de antes da pandemia. Dito isso, sempre haverá interesse de empresas portuguesas em olhar o mercado brasileiro e vice-versa. Aliás, me interessa muito tudo aquilo que possa se tornar um investimento brasileiro em Portugal, porque temos oportunidades fantásticas no país. Entre elas, destaco o potencial do Porto de Sines como hub de produtos brasileiros para a Europa, bem como de pro-

dutores portugueses para o Brasil. Outra questão importante está na área da conectividade e do digital, com a inauguração simbólica do cabo submarino que liga os dois países. O Ella Link conecta as cidades de Fortaleza, no Ceará, e Sines, em Portugal. Este projeto

"Nossos esforços são para que o acordo entre União Europeia e Mercosul avance"

européu será uma autêntica revolução digital e ajudará muito na autonomia estratégica dos dois países, permitindo que no futuro possamos fazer muitos negócios e parcerias nas áreas digital e de conectividade.

Câmara - Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos portugueses e lusodescendentes no Brasil?

Embaixador - Cada mercado é um mercado e tem as suas especificidades. Por isso, qualquer empresário que pense em investir em um país, que não seja o seu, tem que ter extrema atenção e rigor na preparação que faz para lançar as bases do seu negócio. É claro que o fator da língua ser a mesma ajuda, mas é preciso estar preparado e ter uma boa noção do que é o ambiente de negócio no Brasil. As Câmaras Portuguesas têm ajudado muito os empresários e agentes económicos portugueses que querem estabelecer uma atividade ou negócio no Brasil. Mas, não escondo que o país possui taxas consideradas altas para os empresários europeus e para a entrada de produtos e investimentos. Acredito que o acordo União Europeia com o Mercosul ajudaria bastante.

Câmara - Qual o tamanho e o perfil da comunidade portuguesa no Brasil atualmente?

Embaixador - Somos mais de um milhão espalhados por todas as regiões brasileiras, de Leste a Oeste e de Norte a Sul do país, apesar da maior concentração estar nas regiões de São Paulo e Rio de Janeiro. São portugueses e lusodescendentes que já estão na segunda ou terceira geração no país. A primeira grande imigração foi de pessoas na faixa dos 70 e 80 anos, que estão mais estabelecidas e que possuem seus pequenos comércios e que, sobretudo, já estão integrados ao dia a dia da sociedade brasileira. Agora, temos um novo fluxo de mobilidade de pessoas mais jovens que vem ao Brasil, mas não ficam

Relação comercial entre Brasil e Portugal

Apesar da troca comercial entre os países ter sido afetada pela pandemia, as

EXPORTAÇÕES BILATERAIS
se mantiveram em
2020

Mais de
1.500
empresas e operadores
económicos portugueses
exportaram para o
BRASIL

O Brasil ficou no
11º lugar
no ranking de clientes para
o comércio de Portugal e no
3º lugar
fora do espaço
da União Europeia

O país representou
cerca de
1,3%
das exportações totais de
PORTUGAL

para sempre. São pessoas qualificadas, que trabalham em multinacionais e nas áreas de tecnologia, e que estão rejuvenescendo a média etária da presença portuguesa no Brasil. É uma população diversificada e espalhada por diferentes áreas. Acredito até que não exista uma área onde não haja um português ou lusodescendente presente no Brasil.

Câmara - Os pedidos de nacionalidade portuguesa são elevados no Brasil?

Embaixador - São muitos e há cada vez mais. Inclusive, Portugal aprovou no final do ano passado uma nova lei que permite uma pessoa, que tem até o avô com nacionalidade portuguesa, pedir a sua nacionalidade. Por isso, os pedidos estão crescendo tanto quanto crescia antes da pandemia. Além disso, os pedidos de vistos e de pessoas interessadas em conhecer mais sobre Portugal para morar também estão crescendo. Portugal é um lugar fantástico e acolhedor, por isso, venham que vocês serão bem recebidos. Claro que neste momento de pandemia as coisas não estão tão bem quanto gostaríamos, mas, pensando no futuro, tenho certeza de que a relação entre os países e o fluxo permanente de pessoas crescerá cada vez mais nos dois lados do Atlântico.

Câmara - Como o sr. avalia o trabalho das Associações, Câmaras e Conselhos das comunidades portuguesas no Brasil?

Embaixador - Todos eles são aliados importantes no trabalho da Embaixada. Elas fazem parte da nossa rede de promoção dos interesses do nosso país aqui no Brasil, bem como dos interesses do Brasil em Portugal. No caso da Câmara Portuguesa de Comércio de São Paulo, apesar da pandemia em 2020, é notável o crescimento que registraram nas atividades, com muitos eventos *online* e outras iniciativas. Eu mesmo participei da Assembleia Geral Extraordinária

deles e aproveito para dar os parabéns pelo evento. Além das Câmaras Portuguesas, temos cooperação institucional com o Consulado em São Paulo e com a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP-SP), onde fortalecemos as ações de identificação de negócios com empresas portuguesas. Aliás, a Câmara Portuguesa de São Paulo é um excelente exemplo de como é a cooperação entre

todas essas entidades em relação à promoção dos nossos interesses. Seu esforço incansável de unificar as 18 Câmaras Portuguesas de Comércio existentes no Brasil é o pilar da democracia econômica portuguesa. Todas as iniciativas junto à Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil e as demais entidades institucionais portuguesas no Brasil são de muito mérito. Nosso trabalho na Embaixada é ajudar toda essa rede com as informações oficiais necessárias sobre o Estado Português e no avanço das ações para intensificar a colaboração da diplomacia econômica. As Câmaras têm feito um trabalho excepcional nas parcerias econômicas entre Brasil e Portugal e, como exemplo, posso citar os esforços para os grandes investimentos que a Embraer tem realizado em Portugal. E, por consequência, tem levado outros investimentos de empresas que estão

associadas à rede de fornecedores do grupo. Esta é uma parceria da qual nos orgulhamos muito.

Câmara - Como o sr. avalia o mercado empresarial português e luso-descendente em atuação no Brasil?

Embaixador - No geral, o empresário português que tem negócios no Brasil está bem. Claro que há sempre setores que estão diminuindo ou que tiveram queda por causa da pandemia. Mas, em geral, a situação tem sido boa para os empresários. Como o problema da pandemia é global, a maioria dos empresários de todo o mundo passa pela mesma situação. Acredito que as coisas têm ocorrido dentro das possibilidades. Ainda assim, confio que estamos em via de recuperação, já que os resultados destes primeiros meses de 2021 são um pouco melhores que os de 2020. 

"Sempre haverá interesse de empresas portuguesas em olhar o mercado brasileiro e vice-versa"



**FAÇA UM GRANDE NEGÓCIO,
AGORA COM ACESSO VIRTUAL**

A SCOTWORK TRANSFORMA A MANEIRA COMO VOCÊ FAZ NEGÓCIOS.

www.scotwork.com.br

Scotwork®



AICEP lança Made in Portugal naturally

Campanha divulga oferta portuguesa com foco nos mercados internacionais

Os eventos e feiras de construção e decoração podem estar em *stand-by* em 2021, mas estes setores não estão parados, principalmente em Portugal. E para aumentar o interesse dos outros países nos produtos portugueses para casa e construção, a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) lançou a campanha internacional Made in Portugal naturally, que visa divulgar a inovação, qualidade e tradição da produção portuguesa, além da

sua oferta de valor, responsável por criar emoções e surpreender enquanto valoriza a autenticidade, competitividade e excelência do que é produzido em Portugal.

Para despertar os sentidos e criar uma experiência diferenciada de soluções únicas e exclusivas da oferta nacional, motivando a curiosidade dos mercados internacionais, a campanha foi desenhada de forma a promover e cruzar as mais diferentes áreas dos setores de casa e construção. Assim, integrou mobiliário, iluminação, têxteis e

pisos de cerâmica, por exemplo, em um mesmo conceito de *lifestyle*.

Uma das peças mais bonitas da campanha da AICEP é o vídeo promocional, que nos leva em uma viagem por um país de emoções e atributos únicos, como cortiça, Burel, ourivesaria, cerâmica, porcelana, entalhe em madeira, entre outros. O vídeo pode ser conferido no site oficial da Made in Portugal naturally: www.portugalnaturally.pt.

No site também é possível acessar um *showroom* virtual 360°. Nele, os usuários de qualquer parte do mundo podem passear por uma residência decorada integralmente com produtos portugueses, conferindo-os de vários ângulos e já inseridos em ambientes da casa. Ao clicar nas peças, é possível ver todos os detalhes sobre elas e também acessar o site da empresa responsável pelo seu desenvolvimento. Para completar, há uma lista de empresas portuguesas de casa e construção, promovendo o contato direto e potencializando parcerias e negócios internacionais.

"A Made in Portugal naturally tem como missão focar, profissionalizar e agregar a oferta portuguesa, permitindo um reconhecimento imediato do potencial e qualidade do produto, apoiado na imagem de um país criador de tendências, que alia a tradição à inovação", afirma Luís Castro Henriques, presidente da AICEP.

Produção portuguesa

Os setores de casa e construção são responsáveis por cerca de 10% das exportações nacionais de bens em Portugal. Enquanto o de casa é marcado pela tradição na arte de saber-fazer, elevada qualidade e customização, o de materiais de construção investe na inovação e tecnologia, acompanhando as novas tendências e disponibilizando uma oferta diversificada, de elevada performance, sofisticação e *design*. Para completar, Portugal é um dos países que mais apostam em políticas de combate às alterações climáticas e que mais investem em



Página oposta:

1. No site da campanha, *showroom* virtual 360° mostra uma casa decorada apenas com marcas portuguesas

Nesta página:

2. Os setores de casa e construção portugueses são conhecidos pela alta qualidade e inovação

3. A campanha visa incentivar esses dois setores, responsáveis por cerca de 10% das exportações nacionais de bens

fontes de energia renováveis.

Quando se fala em casa e decoração, fala-se de indústrias de mobiliário, iluminação, têxteis lar e utilidades domésticas, que abrangem cerâmica, louça metálica, vidros, cristais e cutelaria. Em Portugal, o setor é reconhecido por sua capacidade de inovar e criar tendências e pela confiança que o seu patrimônio inspira no mercado internacional. São mais de 7,6 mil empresas com 61 mil colaboradores empregados em todo o país. O valor das exportações desses produtos gira em torno dos 2,5 bilhões de euros e envolve um total de 177 mercados de destino.

Já os materiais de construção referem-se a rochas ornamentais, cerâmica, madeira, cortiça, metais, cimento, gesso, concreto, plástico, tintas, vernizes e vidro. Presentes em emblemáticos edifícios e monumentos do mundo todo, os materiais de construção portugueses têm uma oferta diversificada, elevada performance e *design* que imprimem sofisticação às mais ousadas obras da arquitetura moderna. Neste setor, há mais de 12 mil empresas portuguesas empregando aproximadamente 100 mil pessoas. As exportações chegam a cerca de 3,7 bilhões de euros, vendidos para 186 mercados. 



Literatura que atravessa fronteiras

Obras do outro lado do Atlântico enriquecem a leitura de brasileiros e portugueses



A língua portuguesa é vantagem não apenas para os negócios entre Portugal e Brasil, mas também para a produção cultural, que pode ser apreciada pelos moradores dos dois países

Quando se fala na relação entre Brasil e Portugal, a primeira característica lembrada é o idioma. Esse ponto em comum entre os dois países é uma enorme vantagem para fazer negócios e investimentos, mas não é só isso: a produção cultural dessas duas nações também desfruta da mesma vantagem, assim como os apreciadores

de literatura, cinema, música e artes em geral, que podem consumir obras de ambos os países.

Apesar das diferenças, principalmente nos coloquialismos e sotaques, a língua portuguesa é uma só. E, por isso, brasileiros têm a oportunidade ler livros de autores portugueses no idioma original, assim como os portugueses podem ler autores brasileiros. O mesmo

vale para autores de outros países lusófonos no mundo.

Entretanto, não são todos os livros que atravessam o Oceano Atlântico com facilidade e caem no gosto dos leitores do outro lado. Dos clássicos aos contemporâneos, algumas obras se destacam entre uma infinidade de opções, ganham leitores assíduos no Brasil e em Portugal e até prêmios literários nos dois países.

É o caso de "A Resistência", do paulistano Julián Fuks, romance eleito como livro de ficção do ano no Prêmio Jabuti em 2016, e que também ganhou o Prêmio Literário José Saramago no ano seguinte. Foi a partir do lançamento deste livro e do recebimento do prêmio português que o escritor e crítico literário criou uma relação forte não só com Portugal, mas com o mundo da lusofonia.

"Embora lesse algumas obras portuguesas, como Saramago e Camões, eu estava um pouco de costas para essa literatura. Como tenho origem argentina, meu olhar estava muito voltado para a América Latina, inclusive em meus estudos", explicou Fuks, que é doutor em Teoria Literária e Literatura Comparada. "Com a aproximação com país em si, por meio de eventos e publicações, o que aconteceu comigo foi uma abertura de horizontes".

O autor afirma ser complicado estabelecer os critérios que fazem um livro conseguir atravessar as fronteiras entre os dois países. "Este é um elemento enigmático, até porque é enigmático saber o que faz uma obra fazer sucesso em qualquer lugar", explica. Ele opina que a literatura que pode atravessar o oceano e ser bem recebida do outro lado é aquela que rompe as imagens preestabelecidas do brasileiro e do português, tornando possível um encontro.



1



2

Julián Fuks fala também sobre o desafio de linguagem, especialmente em obras muito carregadas em coloquialismos e gírias. “O que foi muito significativo em relação ao meu livro ‘A Resistência’ é que ele foi facilmente compreendido pelo leitor português. Não tem uma linguagem simples, mas, em Portugal, essa linguagem foi bem recebida, pois não gerava incompreensão”, comenta.

A linguagem sempre foi um desafio e, durante muitos anos, os livros portugueses foram adaptados no Brasil e os brasileiros foram adaptados em Portugal, incorporando a grafia mais usual no país ao chegar a esse novo mercado leitor. Segundo Fuks, Sarmago foi o pioneiro em rejeitar essa adaptação. Depois dele, tornou-se mais usual publicar as obras da forma original.

De fato, Leandro Sarmatz, editor e um dos fundadores da Todavia, relata que a editora optou por fazer o mínimo de adaptações em obras de autores

lusófonos de fora do Brasil, mantendo a grafia original. “Se há algum elemento de vocabulário muito diferente, colocamos uma nota com parcimônia. Mas a beleza de publicar autores de português de África ou Portugal é jus-

tamente essa: ler e ouvir nosso idioma de maneira diferente”.

Nascido em Porto Alegre, formado em jornalismo e mestre em Teoria da Literatura, Sarmatz acredita que a característica principal que faz uma

Atualmente, editores procuram manter o vocabulário original ao publicar escritores de outros países lusófonos, sem alterar coloquialismos ou grafia de palavras, tendência que começou com Sarmago



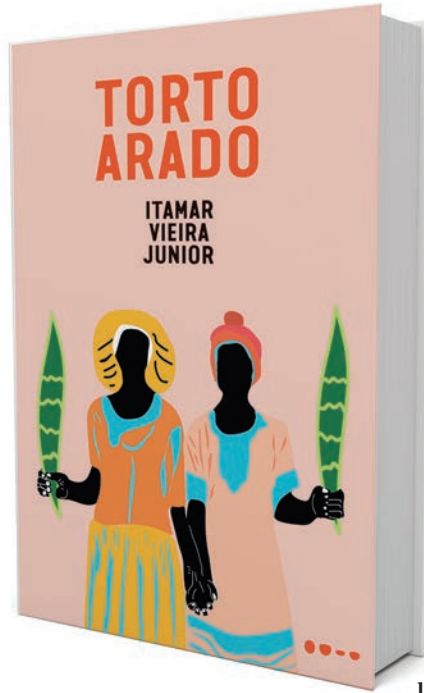
3

obra conseguir atravessar fronteiras é a qualidade. “Depois, a ressonância, ou seja, a capacidade daquela obra de falar com outros públicos que não o nativo. Seja pela temática, pela forma ou pelo contraste. Atualmente, por exemplo, as poesias brasileira e portuguesa circulam muito entre os dois continentes. Uma nova geração de poetas portugueses é lida bastante aqui, e o mesmo se pode dizer da poesia brasileira em Portugal. A ficção portuguesa sempre foi bem lida aqui no Brasil, de Eça a Saramago, passando por Isabela Figueiredo, Valter Hugo Mãe e outros”.

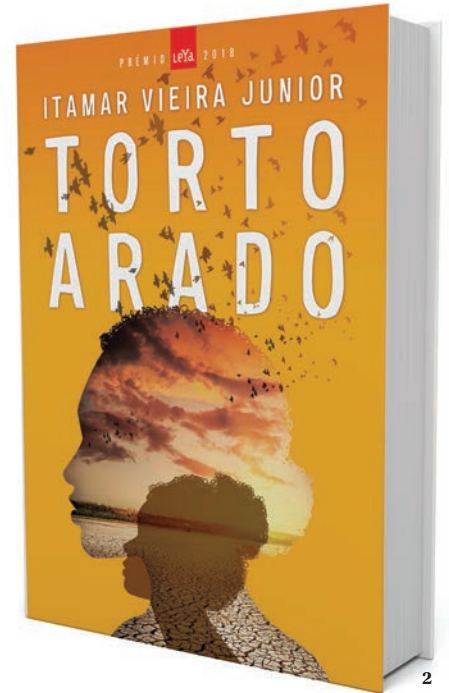
Sarmatz editou livros como ‘Torto Arado’, do brasileiro Itamar Vieira Junior, que foi publicado originalmente em Portugal após vencer o Prêmio LeYa de Romance, ‘Karen’, da primeira mulher a vencer o Prêmio Oceanos, a portuguesa Ana Teresa Pereira, e ‘A Visão das Plantas’, de Djaimilia Pereira de Almeida, portuguesa nascida em Angola. Tendo trabalhado com tamanha variedade de autores lusófonos, ele pondera que a diferença entre autores de língua portuguesa de diferentes países está nos sotaques e na visão de mundo.

“É muito rico poder trabalhar com autores de língua portuguesa de fora do Brasil. Claro que há diferenças pontuais de vocabulário, mas sobressai a unidade, graças à língua portuguesa. É muito mais fecunda a troca de referências, de maneiras de enxergar o mundo. Quando trabalho com um autor de Lisboa, ou de Luanda, a impressão que me dá é que a língua portuguesa tem uma riqueza que ainda estamos por descobrir. Porque cada povo, cada cultura, injetou sangue novo nela”, completa.

Da mesma forma que a Todavia



1



2

no Brasil, a LeYa, um dos principais grupos editoriais de Portugal, também não altera a ortografia ou faz adaptações nos livros de autores brasileiros publicados por eles. Maria do Rosário Pedreira, editora responsável pelas publicações do grupo, acredita que os portugueses estão bem familiarizados com o português do Brasil e, apenas em alguns casos, é necessário fazer uma nota de rodapé.

A editora, que é também escritora, poeta e autora de letras para fado e canções, lançou escritores como Valter Hugo Mãe, José Luís Peixoto e João Tordo. Foi ela também a editora e primeira leitora em Portugal de ‘Torto Arado’, de Itamar Vieira Junior, assim como editou outros autores brasileiros, como Joca Reiners Terron e Adriana Lisboa.

“A minha intervenção em livros de autores portugueses é maior, pois trabalho com eles desde o ma-

Página oposta:

1. Julián Fuks, escritor brasileiro autor de ‘A Resistência’, premiado no Brasil e em Portugal
2. Maria do Rosário Pedreira, escritora, poeta e responsável editorial do grupo português LeYa
3. ‘A Resistência’, de Julián Fuks, vencedor do Prêmio Jabuti em 2016

Nesta página:

1. Edição brasileira de ‘Torto Arado’, publicado no Brasil pela Todavia
2. ‘Torto Arado’ foi publicado primeiro em Portugal pela LeYa, após ganhar prêmio da editora

nuscrito, enquanto com os autores do Brasil compro os direitos de um livro que já foi publicado”, explica Maria do Rosário. Sobre a escolha das obras a serem publicadas, ela afirma que tanto com autores brasileiros quanto com portugueses, o único requisito para a publicação é

Grandes autores que atravessaram as fronteiras entre Brasil e Portugal

Brasileiros	Portugueses
ANA MARTINS MARQUES	ANA TERESA PEREIRA
CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE	DJAIMILIA PEREIRA DE ALMEIDA
CLARICE LISPECTOR	EÇA DE QUEIROZ
GUIMARÃES ROSA	FERNANDO PESSOA
ITAMAR VIEIRA JUNIOR	GONÇALO M. TAVARES
JORGE AMADO	HERBERTO HELDER
LIMA BARRETO	ISABELA FIGUEIREDO
MACHADO DE ASSIS	JOSÉ SARAMAGO
RADUAN NASSAR	LUÍS DE CAMÕES
RUBEM FONSECA	VALTER HUGO MÃE

Uma obra pode chegar a outro país por meio de grandes editoras, eventos de lançamento, professores da área literária e outros caminhos alternativos

o romance ser literário e lhe causar empatia. "Não publico nada que depois não saiba defender", relata.

Além dos aspectos literários, há também as questões práticas. Autores desconhecidos – sejam eles portugueses ou brasileiros – implicam em vendas menos certas. A editora aponta que os autores portugueses constantemente realizam sessões em escolas, bibliotecas, livrarias e festivais, circulando pelo país para tornarem-se reconhecidos. Autores estrangeiros fazem turnês curtas e, por isso, é mais difícil criar um programa para apresentá-los ao país todo. "O escritor de hoje já não é o criador que se esconde numa torre de marfim. Ele tem de se apresentar à população

leitora", pontua.

Carolina Zuppo Abed, escritora que ministra oficinas de criação literária no Brasil e em Portugal, menciona que a facilidade de circulação dos livros também é importante para que eles possam atravessar fronteiras. "Isso envolve questões mercadológicas, de *marketing*, de penetração das editoras no país. Por isso, obras com um apelo livreiro maior são mais facilmente importadas e exportadas", analisa.

Segundo a escritora, que cursou um semestre da pós-graduação em Artes da Escrita da Universidade Nova de Lisboa em 2017, onde aprofundou seu contato com a literatura portuguesa, há alguns caminhos que uma obra pode percorrer

para chegar a outro país: por meio de grandes editoras; por eventos de lançamento, saraus e pelo próprio "boca a boca" de escritores que vivem no outro país; por professores da área literária que levam publicações de pequenas editoras para estudo, introduzindo-as no círculo acadêmico; e por caminhos alternativos, como é o caso de Gregório Duvivier, por exemplo, que ganhou reconhecimento no país primeiro como humorista e posteriormente como escritor, ou de Chico Buarque, conhecido primeiramente por sua música.

"Assumindo que essa primeira barreira foi quebrada e as obras estão circulando, estão chegando ao outro país e têm visibilidade, uma



1



2

Nesta página:

1. Edição brasileira de 'Karen', escrito pela portuguesa Ana Teresa Pereira

2. Edição brasileira de 'A Visão das Plantas', da portuguesa Djaimilia Pereira de Almeida

obra atravessa fronteiras quando ela é capaz de mobilizar paixões no seu leitor que independam do contexto cultural no qual ele está inserido", sugere a escritora. "O que faz uma obra ter essa característica de se relacionar com diferentes públicos leitores é a potência que ela tem de conversar com a experiência compartilhada por todos os seres humanos", finaliza. +

A LATOURRETTE CONSULTING TEM TRÊS GRANDES OBJETIVOS

Auxiliar seus clientes a produzirem mais, diminuir custos e otimizar seus processos. Como? Por meio de tecnologia de Gestão de Informação e Automação Inteligente, RPA e Machine Learning.

Para isso, oferece uma consultoria tecnológica completa, implantando as soluções, garantindo o suporte e ensinando seus clientes a prosperarem por meio de suas soluções.

Atualmente, a **Latourrette Consulting** está presente em mais de 20 países, fornecendo produtos e serviços de Automação Inteligente para empresas líderes dos setores de Finanças, Seguros, Varejo, Logística, Transporte, Saúde e Contabilidade.

Com diversos **prêmios internacionais** e parceiro **Kofax**, **Microsoft** e **AIIM**, a Latourrette Consulting hoje conta com um braço educacional, a **Latourrette Academy**, que visa promover o ensino e capacitar cada vez mais profissionais para usarem as **ferramentas Kofax**.

Descubra como é que a Latourrette Consulting o pode ajudar:



www.latourrette-consulting.com



info@latourrette-consulting.com

A reforma da Lei de Falências e Recuperações e os métodos alternativos de resolução de disputas

Por Roberto Seixas, Sócio da área de arbitragem do Lopes Muniz Advogados Associados

A Lei nº 11.101, de 9/2/2005, Lei de Falências e Recuperações, há muito vinha merecendo reforma e atualização, não apenas para fazer frente ao dinamismo e complexidade crescentes das relações comerciais mas, sobretudo, por não atender de forma efetiva seu objetivo principal: a preservação da atividade econômica ou dos meios de produção, de forma a evitar a quebra das empresas e o conseqüente custo social.

Nesse sentido e em consonância com o desenvolvimento jurisprudencial dos últimos 15 anos, a Lei nº 14.112, publicada em 24/12/2020, veio alterar a Lei de Falências em inúmeros aspectos, dentre os quais merecem destaque: a arbitragem, a mediação e a conciliação.

Relativamente à arbitragem, foram dois os principais dispositivos incluídos.

O novo parágrafo 9º do artigo 6º da Lei de Falências determina que “o processamento da recuperação judicial ou a decretação da falência não autoriza o administrador judicial a recusar a efi-

A reforma da Lei de Falências considera e estimula a utilização da arbitragem como método alternativo de resolução de disputas, assim como a conciliação e mediação nos processos de recuperação judicial

cácia da convenção de arbitragem, não impedindo ou suspendendo a instauração de procedimento arbitral.”

Reitera-se, assim, o entendimento de que a recuperação judicial e a falência não obstam a eventual instauração de procedimento arbitral ou a continuidade de procedimento já em curso. Tal posicionamento já havia sido adotado por parte da jurisprudência, que entende ser eficaz a convenção de arbitragem, independentemente do processamento da recuperação judicial ou decretação da falência, que não são considerados causas para afastar a aplicação da convenção de arbitragem ou suspender arbitragem já iniciada.

Ainda, cumpre ressaltar que a Lei nº 14.112/2020 também incluiu na Lei de Falências o parágrafo 2º do artigo 167-M, que dispõe, relativamente ao reconhecimento de processos estrangeiros, que “os credores conservam o direito de ajuizar quaisquer processos judiciais e arbitrais, e de neles prosseguir, que visem à condenação do devedor ou ao reconhecimento ou à liquidação de seus créditos, e, em qualquer caso, as medidas executórias deverão

permanecer suspensas.”

Tais regras para a insolvência transnacional têm por inspiração a Lei Modelo da Uncitral, adotada pelos Estados Unidos e por países europeus, e objetivam reduzir a chance de fraude internacional contra credores, além de proteger os interesses dos credores nacionais frente aos estrangeiros.

Logo, fica clara a possibilidade de processos estrangeiros de insolvência gerarem efeitos no Brasil, de modo que, apesar do reconhecimento de referidos processos, os credores podem ajuizar arbitragens ou dar sequência a arbitragens já em curso, visando à condenação do devedor, ao reconhecimento de seus créditos ou à liquidação de ditos créditos.

Esse dispositivo, assim como o parágrafo 9º do artigo 6º da Lei de Falências, citado acima, evidencia, expressamente, a intenção do legislador de preservar a eficácia da convenção de arbitragem e garantir a continuidade dos procedimentos arbitrais já iniciados, o que confere maior segurança jurídica ao instituto da arbitragem no Brasil.

Assim, é claro que a reforma da Lei de Falências considera e estimula a utilização da arbitragem como método alternativo de resolução de disputas. Mas não apenas da arbitragem. A redação da Lei regulamenta uma nova seção inteira destinada à conciliação e à mediação nos processos de recuperação judicial.

Nos termos do artigo 20-A, a conciliação e a mediação deverão ser incentivadas em qualquer grau de jurisdição e, em regra, não implicarão a suspensão dos prazos previstos na Lei. Segundo o artigo 20-B, “serão admitidas conciliações e mediações antecedentes ou incidentais aos processos de

recuperação judicial.”

Ademais, de acordo com a alínea “j” do artigo 22 da Lei de Falências, ao administrador judicial compete estimular, sempre que possível, a conciliação, a mediação e outros métodos alternativos de solução de conflitos relacionados à recuperação judicial e à falência, respeitados os direitos de terceiros. É evidente, assim, o objetivo do legislador de desafogar o Poder Judiciário, incentivando a resolução de conflitos por outros meios.

Conforme ao parágrafo 1º do artigo 20-B, na hipótese de negociação de dívidas e respectivas formas de pagamento entre a empresa em dificuldade e seus credores, em caráter antecedente ao ajuizamento de pedido de recupe-

ração judicial, será facultado à empresa obter tutela de urgência, a fim de que sejam suspensas as execuções contra ela pelo prazo de até 60 dias, para tentativa de composição com seus credores, em procedimento de mediação ou conciliação.

Portanto, da mesma forma que o legislador busca expressamente preservar a eficácia da convenção de arbitragem no processamento da recuperação judicial ou na decretação da falência, verifica-se no texto da Lei a firme intenção de que a conciliação e a mediação também componham a realidade das recuperações judiciais, oferecendo às partes uma alternativa mais célere e independente do Poder Judiciário. 





Arbitragem avança em potencial para se tornar vetor econômico

Atualmente, a principal alternativa
do Poder Judiciário tradicional



Inovação e pioneirismo fazem parte do CMA, que lançou recentemente novo regulamento de arbitragem coletiva

de litígios, consolidando que o Direito não se dá somente por meio judiciais.

“A arbitragem constitui uma solução construtiva dos litígios, realizada por árbitros privados de modo organizado e, em geral, institucional, que completa a atuação do Poder Judiciário nos casos de conflitos referentes a direitos disponíveis. Ela se consolidou e se expandiu extraordinariamente nos últimos vinte anos no mundo inteiro e, especialmente, no Brasil”, declara.

Para Marcello de Camargo T. Panella, sócio do escritório Panella Advogados e vice-presidente do Centro de Mediação e Arbitragem da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil (CMA), os conflitos que surgem ou decorrem do desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias, de relações comerciais e econômicas cada mais sofisticadas, demandam soluções ágeis e específicas que, muitas vezes, escapam à *expertise* de um juiz togado.

“Essa hoje é praticamente uma constante. E é sob essa perspectiva que reside o grande diferencial da arbitragem em contrapartida à solução de litígios por meio do Poder Judiciário: a

A necessidade de administração de conflitos fora do Poder Judiciário tem crescido nos últimos anos e tornado o profissional especializado em métodos alternativos de solução de litígios um dos mais procurados no mercado de trabalho. De acordo com a pesquisa “Arbitragem em Números e Valores”, que apresenta uma radiografia do cenário da arbitragem aplicada em oito Câmaras localizadas em grandes centros brasileiros, foram registrados 289 novos procedimentos em 2019, totalizando 967 procedimentos arbitrais em andamento, um crescimento de 7% em relação ao ano anterior. Os valores

envolvidos em arbitragem nas oito Câmaras pesquisadas chegam a R\$ 60,91 bilhões.

De acordo com Arnaldo Wald Filho, sócio do Wald, Antunes, Vita e Blattner Advogados, Conselheiro Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e presidente e recém-reeleito do Centro de Mediação e Arbitragem da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil (CMA-CPCB), a evolução das soluções extrajudiciais cresceu nas últimas décadas no Brasil. Novos ramos do Direito se multiplicaram, com grandes repercussões, abrangendo diversas áreas. Desta forma, a arbitragem acabou sendo reconhecida como uma importante solução

Nesta página:

1. A arbitragem é uma das principais formas de resolução extrajudicial de conflitos no Brasil



Vetor econômico

Nas relações internacionais, é necessário contar com mecanismos ágeis e hábeis para solucionar com eficiência controvérsias emergentes de intrincadas relações comerciais, muitas vezes envolvendo legislações, normas e procedimentos diversos e não raro conflitantes, sem mencionar as diferentes perspectivas e práticas comerciais, que precisam ser equacionadas e, de alguma forma, equiparadas para a solução da discussão. Com o crescimento progressivo das relações de investimento comercial entre os países, Arnaldo Wald Filho, pioneiro na arbitragem no país, afirma que a melhor

forma de se resolver esses conflitos é por meio da arbitragem, sem a necessidade de levá-los à justiça.

Para Panella, “é aí que a arbitragem cumpre seu melhor papel, se apresentando como o mais eficaz e seguro método de resolução de conflitos advindos destas relações, já que as controvérsias entre as partes se resolvem através de regime contratualmente estabelecido de forma livre, com a definição pelas partes dos procedimentos, leis aplicáveis, árbitros especializados e flexibilidade de prazos, além da mitigação de riscos de vieses ou influências indevidas e neutralidade para o ambiente transnacional”.

Riccardo Giuliano Figueira Torre, só-

cio do Wald, Antunes, Vita e Blattner Advogados e diretor do Centro de Mediação e Arbitragem da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil (CMA), defende ainda que a arbitragem seja um vetor econômico e de segurança jurídica para o investidor, justamente por conta de todas as suas vantagens. “Ter árbitros especializados, rapidez e qualidade nas decisões são vantagens importantes para atrair investidores. Desta forma, os investidores terão a tranquilidade de saber que irão participar diretamente de todo processo e não ficarão à mercê do Judiciário e suas instâncias”, completa.

Esta é também a opinião do advogado João Ribeiro da Costa, vice-presidente da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil e sócio do TozziniFreire Advogados, especialista em operações de M&A nacionais e internacionais, que destaca o papel que a arbitragem tem tido no ambiente de negócios do país: “a consolidação da arbitragem no Brasil tem dado aos investidores a segurança de uma alternativa especializada, mais célere e eficaz na resolução dos conflitos que decorrem dos contratos que veiculam suas transações.”

Entes públicos

O Brasil é um dos países mais favoráveis do mundo à arbitragem e o Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem dado sucessivas decisões que reafirmam a sua importância. Segundo Riccardo Torre, a arbitragem está absolutamente consolidada no Brasil e as estatísticas das Câmaras mostram este resultado. A regulamentação da participação de entes públicos na arbitragem impulsio-

nou o setor, mas ainda há muito espaço para crescimento no país.

Ao longo dos últimos anos, houve uma crescente utilização da arbitragem como método para resolução de conflitos na administração pública. Por isso, em 2015, a Lei da Arbitragem foi modificada e a arbitragem passou a ser formalmente utilizada como método pelos órgãos ligados ao governo. Para Torre,

esta foi uma grande mudança que trouxe um impacto proporcional ao aumento de casos na arbitragem.

Este impacto pode ser mensurado na última edição da pesquisa “Arbitragem em Números e Valores”. O estudo aponta que, em 2019, foram 48 novos procedimentos arbitrais que envolveram entes da administração pública, direta e indireta, em sete das oito Câ-

Na página oposta:

1. CMA atualizou seu regulamento e é pioneiro no lançamento da arbitragem coletiva

Nesta página:

1. Arbitragem pode ser um vetor econômico e de segurança jurídica para o investidor

liberdade de escolha, pelas partes, de árbitros especializados na matéria específica, e a submissão a um rito processual moldado pelas próprias partes que impede a apresentação de recursos e minudências formais, que acabam por impactar de forma considerável o tempo necessário para que se obtenha decisão final e definitiva”, explica.

De acordo com Panella, o que levou a arbitragem a se tornar o principal mecanismo de resolução extrajudicial de conflitos no Brasil são vantagens e diferenciais como o reduzido tempo de duração do procedimento, a escolha das leis aplicáveis, a flexibilidade, a discussão do mérito em detalhes, transparência no procedimento e, principalmente, a escolha de árbitros altamente especializados, com vivência e experiência profissional e prática das questões em discussão, algo fundamental para questões comerciais e financeiras complexas. ✚



Pioneirismo do CMA

Com o crescimento acelerado da arbitragem, o Centro de Mediação e Arbitragem da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil (CMA) busca aprimorar o trabalho de excelência exigido no procedimento arbitral, principalmente através de atualizações constantes, o que se reflete na aprovação do novo Regulamento de Arbitragem e Mediação, com a adoção da Arbitragem Expedita e da figura do Árbitro de Emergência.

Segundo Panella, a Arbitragem Expedita e o Árbitro de Emergência são um grande sucesso e o pioneirismo do CMA e da Câmara são amplamente reconhecidos. “Mais recentemente, criamos o Regulamento da Arbitragem Coletiva, um outro grande avanço e prova da vanguarda e inovação que estamos buscando imprimir ao CMA nesse processo de alcance de sua maturidade no âmbito das diversas entidades e câmaras de arbitragem existentes no Brasil, algumas delas há várias décadas. Os resultados até aqui alcançados são bastante significativos. Há muito ainda a ser feito, e não são medidos esforços por todos os envolvidos no projeto”, garante.

maras de arbitragem analisadas, o que corresponde a 16,66% de todas as arbitragens novas registradas nessas Câmaras e um crescimento de 6,73% com relação à participação em 2018, que foi de 9,93%.

Esta pesquisa anual, desenvolvida pela professora Selma Lemes, advogada e árbitra, membro brasileiro da Corte Internacional de Arbitragem

da Câmara de Comércio Internacional (ICC/CCI) e coautora da Lei Brasileira de Arbitragem, conta com dados das seguintes Câmaras: Centro de Arbitragem da AMCHAM Brasil (AMCHAM), Centro de Arbitragem da Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CAM-CCBC), Câmara de Mediação, Conciliação e Arbitragem de São Paulo - CIESP/FIESP

(CAM-CIESP/FIESP), Câmara de Arbitragem do Mercado B3 (CAM-MERCADO), Corte Internacional de Arbitragem da Câmara de Comércio Internacional (CCI), Câmara de Arbitragem da Fundação Getúlio Vargas (CAM-FGV), Centro Brasileiro de Mediação e Arbitragem (CBMA) e Câmara de Arbitragem Empresarial Brasil (CAMARB).



A. Ciampaglia Sociedade de Advogados

Felipe Toscano Ciampaglia, Associado

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

O A. Ciampaglia Sociedade de Advogados foi fundado em 1962 e se dedica à assessoria jurídica empresarial.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

O escritório atende cinco áreas, sendo elas contencioso civil e trabalhista, tributário, recuperação judicial e falência, societário e *project finance*. Para as operações de M&A e de *project finance*, conta com parcerias exclusivas com fundos de investimentos institucionais sediados no exterior.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Atendemos empresas de pequeno, médio e grande portes, independente do segmento de atuação.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

O maior desafio em operações *cross borders*, notadamente as de *project finance* e M&A, é fazer com que os fundos internacionais superem as inseguranças jurídicas promovidas por decisões muitas vezes contraditórias entre os tribunais e a instabilidade política. Em contrapartida, a disparada do Dólar frente ao Real tem atraído cada vez mais a atenção de investidores internacionais.

Informações para contato:

www.ciampaglia.com.br
felipe@ciampaglia.com.br
+55 11 3255-0845



Afaplan Planejamento e Gestão de Projetos LTDA

**Gonçalo Nuno Froes Burguete de Sousa Soares,
Sócio e Presidente**

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

No Brasil há cerca de 25 anos, atuando no mercado da construção desde 1985.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Prestamos serviços de engenharia para a construção, nomeadamente projetos, revisão de projeto, engenharia de proprietário ou gerenciamento de empreendimentos, controle tecnológico de elementos de construção, comissionamento de equipamentos e instalações, controle de segurança de barragens, gestão de processos de certificação *green building*, gestão ambiental e de segurança, assessoria e *due diligences* técnicas.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Os nossos serviços destinam-se a todos os setores da construção, como energia (eólicas, solares, barragens, LTs e SEs), infraestrutura (ferrovias, rodovias, aeroportos, telecomunicações, postos de combustíveis, etc.), edifícios (indústria, institucionais, comércio e escritórios) e obras marítimas e fluviais.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Com a cultura da Afaplan e uma política sólida de desenvolvimento de técnicos e novas tecnologias, teremos de estar sempre "up to date" e na "crista da onda", mesmo para desafios e clientes exigentes.

Informações para contato:

www.afaplan.com
info@afaplan.com
+55 11 4562-4546





Belas Clube de Campo

Bruno Martins, *Diretor Comercial*

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

A nossa estratégia começou em 2013 no Rio de Janeiro e São Paulo. Hoje somos o único resort que tem uma equipe fixa de atendimento no Brasil, sediada no Rio, que presta apoio em todo o país e em diversas áreas (apoio financeiro, jurídico, bancos, etc).

Em que área(s) desenvolve as suas atividades?

Somos um Country Club Residencial de alto padrão. Aliamos soluções residenciais (apartamentos, casas e terrenos para construção) a um conjunto de serviços - segurança 24h, escola, mercado, farmácia, academia, restaurantes, golfe, tênis, padel. Um resort em pleno contato com a natureza, a 15 minutos do centro de Lisboa.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Nosso produto é muito procurado por famílias que buscam sair do Brasil para morar em Portugal e também por clientes que querem investir pelo retorno, alugando os seus imóveis.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Um dos maiores desafios são as condicionantes nas viagens devido à pandemia. Foi necessário efetuar alguns ajustes e introduzir novos meios como *live tour*, permitindo promover o nosso produto, com grande procura em nível internacional.

Informações para contato:

www.belasclubedecampo.pt
comercial@belasclubedecampo.pt
+55 21 99405-5863



BMA Advogados

Maria da Paz Tierno Lopes,
Sócia da área de Societário e M&A

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

O BMA entrou no mercado em 1995. Desde então, uma abordagem multidisciplinar tem sido a marca registrada de nossa prática, e nos levou a desenvolver um conhecimento profundo dos setores público e privado, que nos permite entender a complexidade dos problemas de nossos clientes e responder a eles de forma rápida e criativa.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

O BMA é um escritório de advocacia *full service*, que atua em áreas como: ambiental; *compliance*, investigações e direito sancionador; concorrencial; contencioso e arbitragem; infraestrutura, regulação e assuntos governamentais; mercados financeiro e de capitais; negócios imobiliários; penal empresarial; planejamento patrimonial e sucessório; propriedade intelectual; proteção de dados, tecnologia e negócios digitais; reestruturação e insolvência; societário e M&A; trabalhista; tribunais superiores; tributário, entre outras.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

O BMA assessora diversos tipos de indústrias e clientes nacionais e estrangeiros.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Criar soluções customizadas, inovadoras e até mesmo inéditas, com foco nos negócios de cada cliente.

Informações para contato:

www.bmalaw.com.br
mvt@bmalaw.com.br
+55 11 2179-5280





Chiarottino e Nicoletti Advogados

Hélio Nicoletti, Sócio

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

Em 2007, Leandro Chiarottino e Nathalie Ciriadès Chiarottino fundaram o escritório. Após atuar 39 anos como Sócio Sênior em Pinheiro Neto Advogados, ingressei em 2012 na firma, que passou a se chamar Chiarottino e Nicoletti Advogados. Três anos depois, inauguramos a filial em Ribeirão Preto. Hoje, com 14 anos de atividade, contamos com 36 sócios.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Forte expertise no direito empresarial, com participação em inúmeros projetos de fusões e aquisições e reorganizações societárias, na solução de disputas e conflitos de alta complexidade (no contencioso cível e societário, arbitragem e mediação), e na assessoria em contratos e propriedade intelectual.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Prestamos serviços de excelência, com inovação e foco nos nossos clientes, gerando valores, relacionamentos, parcerias e confiança.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Balancear o trabalho criativo, as discussões críticas e a celeridade do trabalho em equipe versus o trabalho remoto.

Informações para contato:

www.chiarottino.com.br
mferdocia@chiarottino.com.br
+55 11 2163-8989

Chiarottino e Nicoletti

— ADVOGADOS —



Delta Foods Brasil

Carlos Alexandre Magno Sousa Pereira de Castro,
Diretor Geral

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

Desde 2013.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Na importação e comercialização de cafés (cápsulas, torrado e moído e grão), máquinas de cafés em cápsulas e profissionais e vinhos da nossa Adega Mayor, no Alentejo.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Empresas e particulares, temos ofertas para todos os canais.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

A questão cambial e depreciação do Real versus o Euro é um ponto muito sensível e relevante no negócio, pois os nossos produtos são importados. Não é possível repassar esta variação na ponta, acarretando em perda de margem. Também temos a questão do fechamento dos bares e restaurantes durante a pandemia, impactando este canal relevante para a nossa empresa. Finalmente, temos um desafio muito interessante, que é aumentar a relevância dos canais digitais da companhia, seja pela venda em nossa loja *online*, seja conectando aos *marketplaces* disponíveis, tornando os nossos produtos cada vez mais acessíveis. Há um crescimento expressivo no digital e vamos acelerar.

Informações para contato:

br.mydeltaq.com
carlos.castro@deltafoodsbrasil.com.br
+55 11 2826-1532





ETHQUO - Ethical Quotient Serviços de Compliance e Tecnologia Ltda

Manuel da Cunha Marinho, CEO

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

Desde 2018. Iniciamos nossas atividades comerciais há pouco mais de um ano, depois de dois anos dedicados às nossas tecnologias.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Atuamos com serviços de *compliance*, com ênfase em automação de *background check*. Criamos uma plataforma com tecnologia de ponta, para atendimento a todas as necessidades associadas às práticas de antecedentes e diligências de contrapartes de negócios (no jargão, KYC - *Know Your Counterpart*).

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Nosso público-alvo são *compliance offices* ou estruturas corporativas internas dedicadas ao *compliance* de KYC em empresas de todos os portes e segmentos, além de *bureaus* de investigação forense, consultorias de *compliance* e auditorias.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

A demanda por *compliance* tem crescido muito, por conta do maior compromisso das organizações com a ética e boas práticas e, com isso, temos nos desdobrado para compatibilizar estrutura e aumento de demanda.

Informações para contato:

www.ethquo.com
ana.henrique@ethquo.com
contato@ethquo.com
+55 11 3164-1448



NMAN – Nova Mídia Aplicada aos Negócios

Carlos Miguel Moreira Gama, CEO

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

15 anos.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Na realidade, a NMAN atua em diversas áreas, nomeadamente representações, importação, distribuição, locação de equipamentos, projetos especiais, salas de controle e videoconferência, corretora de seguros, corretora de imóveis, *softwares* por medida, *digital signage*, TI, entre outros. Encontra-se, neste momento, com operações no Brasil e em Portugal, e atravessando um processo de unificação como grupo empresarial.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Sobretudo clientes corporativos, com especial enfoque em multinacionais. Mas, por abrangermos diversos setores de atividade, temos um público bastante diversificado.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Continuar o projeto de integração entre todos os setores, com especial enfoque em atender clientes em ambos os países (Portugal e Brasil).

Informações para contato:

www.gruponman.com.br
carlos@nman.com.br
+55 11 2337-1073 | +55 11 99903-1073





Portus Cale Importadora

Karene Vilela, CEO

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

A Portus Cale atua no mercado brasileiro desde 1985. Somos uma importadora de vinhos que reúne rótulos consagrados pela tradição, sem deixar de reverenciar novas formas de consumo do vinho.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Venda para consumidor final via *e-commerce* e canal de vendas corporativo. Do mesmo DNA de inovação e excelência que construiu a tradição da Portus Cale em importação e distribuição há mais de 30 anos, nasceu uma plataforma *online* pensada para abraçar o consumidor de vinhos. Defendemos uma visão democrática no universo vínico e incentivamos que cada cliente descubra e construa o hábito de vinhos à sua maneira.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Vendemos vinhos para consumidores finais e projetos corporativos. Todos nossos esforços se voltam para uma oferta plural e sobretudo provocativa para quem já conhece ou ainda quer se familiarizar com o vinho. Garantimos legitimidade, criatividade e consistência para desconstruir o vinho.

Qual o maior desafio da sua companhia neste momento?

O maior desafio é criar a cultura do vinho e os impostos exorbitantes que fazem com que o produto chegue ao Brasil muitas vezes muito caro.

Informações para contato:

www.portuscale.com.br
contato@portuscale.com.br
+55 11 3675-5199

**Portus
Cale**



Scotwork Brasil

José Roberto Ribeiro do Valle, Diretor Presidente

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

A Scotwork está no Brasil desde 2003. Já treinamos mais de 2 mil pessoas de 250 empresas.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Atuamos em treinamento e consultoria de negociação. Nossos cursos aplicam-se em todo tipo de negociação, tanto nas vendas quanto nas compras, negociações internas e negociações familiares.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

A Scotwork está presente em 40 países ministrando treinamentos em negociação em 27 línguas, com um retorno financeiro (ROI) superior a 13 vezes. É um serviço de nível internacional e os participantes em geral são executivos, empresários e profissionais liberais, que negociam volumes e situações importantes para suas empresas.

Qual o maior desafio da sua companhia neste momento?

O maior desafio é mostrar ao nosso público que é possível melhorar habilidades de negociação com um treinamento estruturado e prático, simulando situações do cotidiano e da vida profissional, com negociações ao vivo, filmadas e orientadas para mudar o comportamento dos participantes.

Informações para contato:

www.scotwork.com.br
Jose.Valle@scotwork.com
+55 11 98224-0555

Scotwork
negociação



TD Construções Redes e Instalações de Gás Eireli

Celso Vieira Junior, CEO

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?
Há mais de 20 anos.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

A TD realiza serviços na área de engenharia (projetos, construções, restaurações, consultoria e gerenciamento de obras). Tem mais de cem obras entregues e mais de 1 milhão de metros quadrados de área construída desde sua fundação.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

Setor público e privado. Já realizamos para estes setores diversos tipos de obras, desde a restauração de monumentos históricos até construção de escolas, hospitais, ginásios esportivos, redes subterrâneas para área de saneamento, elétrica, telefonia, óleo e gás, pavimentação e terraplenagem. Temos expertise global dentro do universo da construção civil.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

A reforma completa do edifício-sede (EDISE) Petrobrás, localizado na av. Chile, no centro da capital fluminense, onde iremos modernizar o prédio implementando medidas de sustentabilidade e de *design* inclusivo, além do modelo de *smart-office*, no qual a ocupação e a gestão dos escritórios é mais eficiente por meio de soluções tecnológicas.

Informações para contato:

www.tdconstrutora.com.br
celso@tdconstrutora.com.br
+55 11 4035-2809



Zyrgon Network Group

Rodrigo Oliveira, Diretor Executivo

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado brasileiro?

Desde a sua fundação, a Zyrgon Network Group desenvolve planos estratégicos nos mercados português e brasileiro. Em 2020, a empresa expandiu a marca para o Brasil, numa relação de qualidade com os clientes luso-brasileiros, foco em estratégia digital, ativação de marca em nível mundial e expansão global.

Em que área(s) ela desenvolve as suas atividades?

Nas áreas de *marketing* digital, gestão de *social media*, *web design*, construção de *websites* e lojas *online*, e-mail *marketing*, SEO entre outras soluções digitais integradas. Cada projeto é diferente e cada solução é única.

A quem se destinam os seus produtos/serviços?

A empresas públicas, público-privadas, marcas portuguesas com representações no estrangeiro, com ênfase no setor hoteleiro e turismo residencial.

Qual o maior desafio de sua companhia neste momento?

Continuar a evoluir, seguir na busca crescente pela criação de produtos, com grande especificidade e qualidade técnica, potencializar as marcas e aumentar vendas para um nível global, em parceria com os clientes.

Informações para contato:

www.zyrgon.com
geral@zyrgon.com
+351 216 027 740 | +351 939 958 885



Associados

Novos Associados



ACL Brazilian Soul

Ramo de atuação: promoção e representação de empresas

Contato: Adriane Cardoso Soares

Fone: +55 21 99633-8438

E-mail: contato@aclbraziliansoul.com

Site: www.aclbraziliansoul.com



BRDR Asset

Ramo de atuação: mercado financeiro

Contato: Carlos Manuel Machado Cardoso Neto

Fone: +55 79 3011-0620

E-mail: carlos.cardoso@brdrasset.com

Site: brdrasset.com



Ever Tecnologia, Exportação, Importação e Representação

Ramo de atuação: exportação, importação, representação e TI

Contato: Patricia Magi

Fone: +55 11 98797-2003

E-mail: contato@evercomercio.com.br

Site: www.evercomercio.com.br | waymagic.net



AGX Tecnologia e Marketing

Ramo de atuação: marketing e desenvolvimento web

Contato: Gustavo Venancio

Fone: +55 11 99436-0045 | +351 961 879 150

E-mail: comercial@agxww.com

Site: agxww.com



Braver

Ramo de atuação: comércio exterior, importadora e exportadora

Contato: Kaio Cezar Camillo de Melo

Fone: +55 11 3042-5800

E-mail: kaio.melo@braver.com.br

Site: www.braver.com.br



Hator Systems Ltda

Ramo de atuação: tecnologia da informação para escritório remoto

Contato: Monica Lau

Fone: +55 11 96612-9636 | +55 11 99251-4493

E-mail: monicalau@hatorsystems.com

Site: www.hatorsystems.com.br



AR Analyses

Ramo de atuação: T.I. e certificados digitais

Contato: Alexandre Ramalho L Silva

Fone: +55 24 99958-2718

E-mail: alexandre.ramalho@ar-analyses.com.br

Site: ar-analyses.com.br



ControlDIGI - Soluções em IOT

Ramo de atuação: eletroeletrônico, inteligência artificial, tecnologia e TI

Contato: Aristóteles Melo

Fone: +351 300 509 512

E-mail: melo@controldigi.com

Site: www.controldigi.pt



Infinito Cultural

Ramo de atuação: consultoria, projetos via leis de incentivo

Contato: Fauze Jibrán Hsieh

Fone: +55 11 99454-9878

E-mail: fauze@infinitocultural.com.br

Site: www.infinitocultural.com.br



AVOAR Passagens

Ramo de atuação: viagens e turismo

Contato: Marcus Amaro da Silveira

Fone: +55 11 93084-7590 | +55 11 3253-8225

E-mail: marcus@avoarpassagens.com.br

Site: avoarpassagens.com.br



Esteves Pedraza Sociedade de Advogados

Ramo de atuação: jurídico

Contato: Fabio Esteves Pedraza

Fone: +55 19 3115-9400

E-mail: fap@pedraza.com.br

Site: www.pedraza.com.br



International Sharing School

Ramo de atuação: educação

Contato: Miguel Ladeira Santos

Fone: +351 214 876 140

E-mail: ceo@taguspark.sharingschool.org

Site: www.sharingschool.org



Invest Link

Ramo de atuação: investimento em imobiliário comercial

Contato: Hugo Seródio

Fone: +351 215 956 686

E-mail: hugoserodio@investlink.pt

Site: investlink.pt



J AMARAL
ADVOGADOS

J Amaral Advogados Associados

Ramo de atuação: jurídico

Contato: João Eduardo de Villemor Amaral

Fone: +55 11 97070-8686

E-mail: joao.amaral@jamaral.com.br

Site: www.jamaral.com.br



MAFALDA MARTINS ADVOGADOS

Mafalda Martins Advogados

Ramo de atuação: jurídico

Contato: Mafalda Dias Martins

Fone: +351 965 536 61

E-mail: mafalda@mmartinsadvogados.pt

Site: www.mmartinsadvogados.pt



lean . digital . solutions

PerformaIT Lean Digital Solutions

Ramo de atuação: consultoria e desenvolvimento de soluções digitais Lean

Contato: Leonardo Tristão

Fone: +55 19 98130-5494

E-mail: leonardo.tristao@performait.com

Site: performait.com



Consultoria Jurídica,
Contábil e Aduaneira

RF Consultoria Jurídica, Contábil e Aduaneira

Ramo de atuação: consultoria jurídica, contábil e aduaneira

Contato: Marcus R. Silva

Fone: +55 11-2909-9886 | +55 11 99000-2332

E-mail: marcus@rfconsultoriajuridica.com.br

Site: www.rfconsultoriajuridica.com.br



Suissa

Ramo de atuação: indústria

Contato: Edison Roberto Arnaud

Fone: +55 21 3584-5855

E-mail: edison.arnaud@suissa.com.br

Site: www.suissa.com.br



Revista Gula

Ramo de atuação: meios de comunicação

Contato: Miguel Icassatti

Fone: +55 11 98141-4670

E-mail: miguelicassatti@revistagula.com.br

Site: www.revistagula.com.br



Tallento Engenharia

Ramo de atuação: construção e infraestrutura, gestão de projetos e obras

Contato: David Fratel Júnior

Fone: +55 11 99145-5333

E-mail: dfratel@tallento.eng.br

Site: www.tallento.eng.br



RIBEIRO &
ALBUQUERQUE
Advogados Associados

Ribeiro e Albuquerque Sociedade de Advogados

Ramo de atuação: jurídico

Contato: Rodolfo Ferreira Ribeiro

Fone: +55 11 3831-0793

E-mail: rodolfo@ribeiroalbuquerque.com.br

Site: ribeiroalbuquerque.com.br



Techtools Group

Ramo de atuação: saúde e tecnologia

Contato: Jefferson Plentz

Fone: +55 11 98115-0110

E-mail: jeff.plentz@techtools.vc

Site: www.techtools.vc



SCS

Ramo de atuação: gestão, internacionalização de empresas e inovação

Contato: Vladimir Passarelli

Fone: +55 19 99778-4567

E-mail: processos@sisconsult.adm.br

Site: www.sisconsult.adm.br | scs-innova.pt



Teg Energia

Ramo de atuação: energia, fornecimento de geradores

Contato: Thomas Galasso

Fone: +55 11 4105-6404

E-mail: contato@tegenergia.com.br

Site: tegenergia.com.br



LISBON
GREEN
VALLEY

VENHA VIVER NO MELHOR DE DOIS MUNDOS

Situado no coração do Parque Florestal da Serra da Carregueira, em pleno contacto com a natureza e a poucos minutos do centro de Lisboa, das praias de cascais e da histórica vila de Sintra, o Belas Clube de Campo é um empreendimento com o cunho do André Jordan Group, que alia diferentes soluções residenciais, a um conjunto de serviços e infraestruturas que proporcionam uma qualidade de vida única.

VIGILÂNCIA 24 HORAS | HEALTHCLUB | ESCOLA (JARDIM-ESCOLA JOÃO DE DEUS DE BELAS | SPA | PISCINAS INDOOR E OUTDOOR | GOLFE | TÊNIS | PADEL | CICLOVIA | RESTAURANTES | PARAFARMÁCIA | MINIMERCADO | CABELEIREIRO | PARQUES INFANTIS | CICLOVIA

VISITE-NOS
lisbongreenvally.pt
+351219626616
PORTUGAL

APARTAMENTOS



LOTES



TOWNHOUSES



BE
BELAS
CLUBE CAMPO

By André Jordan
Group

Conquiste o direito de viver em Portugal

JÁ AUXILIAMOS MAIS DE 1.500 FAMÍLIAS BRASILEIRAS.
VEJA COMO PODEMOS AJUDAR VOCÊ
A REALIZAR ESSE SONHO.

ENTRE EM CONTATO COM NOSSA ASSESSORIA ESPECIALIZADA:

- Nacionalidade Portuguesa;
- Vistos de Residência;
- Golden Visa;
- Busca de certidão;
- Assessoria em imóveis;
- Homologação de documentos estrangeiros.

Acompanhe tudo sobre Portugal em nosso portal: nacionalidadeportuguesa.com.br/blog

São Paulo | 11 2096-1523 | portugal@nacionalidadeportuguesa.com.br



MARTINS & OLIVEIRA
SOCIEDADE DE ADVOGADOS



NACIONALIDADE
PORTUGUESA

Energia Solar EDP

edp

SMART

Energia para transformar sua empresa

Com a **energia solar EDP**, você economiza na conta de energia e reduz a emissão de poluentes, tornando seu negócio mais competitivo e sustentável.

Fale com quem é especialista no assunto.

ENERGIA SOLAR EDP - Mais um produto EDP Smart.

SAIBA MAIS

edpsmart.com.br