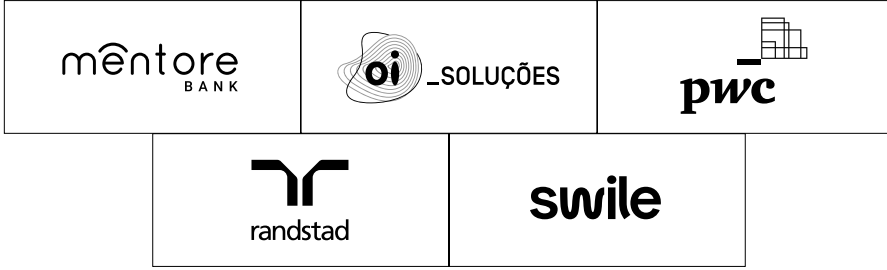


MASTER



PREMIUM

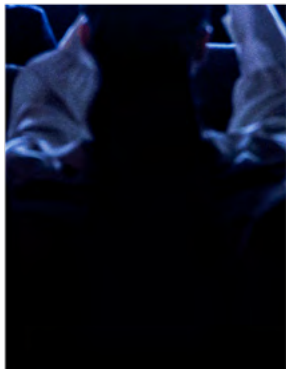


APOIO ESPECIAL



[EXPERIENCE CLUB] CONFRARIA DE CEOs

ECONOMIA



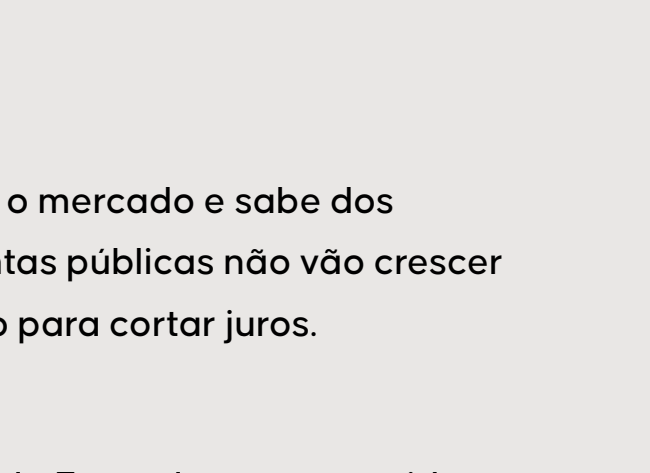
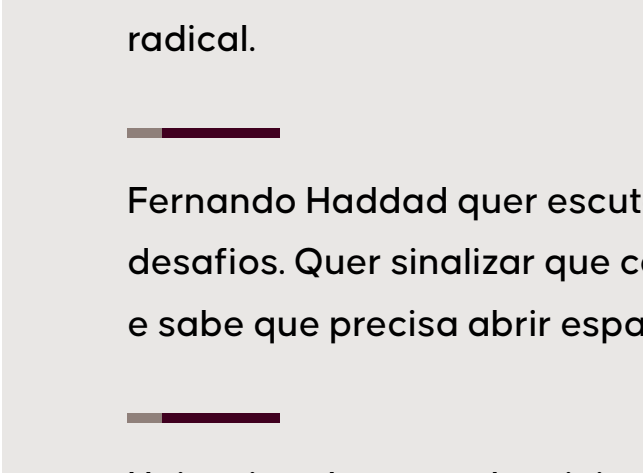
JUROS SEGURAM CRESCIMENTO, MAS CENÁRIO DEVE MELHORAR EM 2024

O Brasil está longe de ter um cenário ruim. Apesar dos juros elevados (juro real mais alto do mundo), que vão segurar o crescimento deste ano pelo custo elevado do crédito, é possível, se o governo der a sinalização correta de que será responsável com as contas públicas, ter uma melhora no próximo ano. O que está causando incerteza nos agentes econômicos são os sinais errados nos primeiros meses de governo e a falta de clareza do que vai fazer.

Esse foi o panorama traçado pelo economista-chefe do BTG Pactual, **Mansueto Almeida**, ex-secretário do Tesouro e um dos maiores especialistas do país em contas públicas. Ele fez uma apresentação na Confraria de CEOs, primeiro evento do calendário do Experience Club de 2023. O encontro, que teve Economia como tema, reuniu cerca de 200 empresários e CEOs de empresas convidados do Experience Club no JW Marriot, nesta terça-feira, dia 11 de abril.

Mansueto ainda afirmou que o Brasil não corre risco de ter uma crise social, apesar da polarização política, e que o plano fiscal proposto pelo ministro da Fazenda, Fernando Haddad, é suficiente para evitar o colapso nas contas públicas que se temia no fim do ano passado. Ele lembrou que o Brasil já fez muitas reformas nos últimos anos, o que preparou a economia para resistir a esses problemas conjunturais.

“O Brasil tem potencialidades muito grandes. Mas o juro alto machuca o crescimento. Esse juro que tem que cair. Em circunstâncias muito mais adversas, no governo Temer, caiu”, afirmou. “O que precisamos é que o governo dê o guidance correto.”



ACOMPANHE OS PRINCIPAIS INSIGHTS DE MANSUETO:

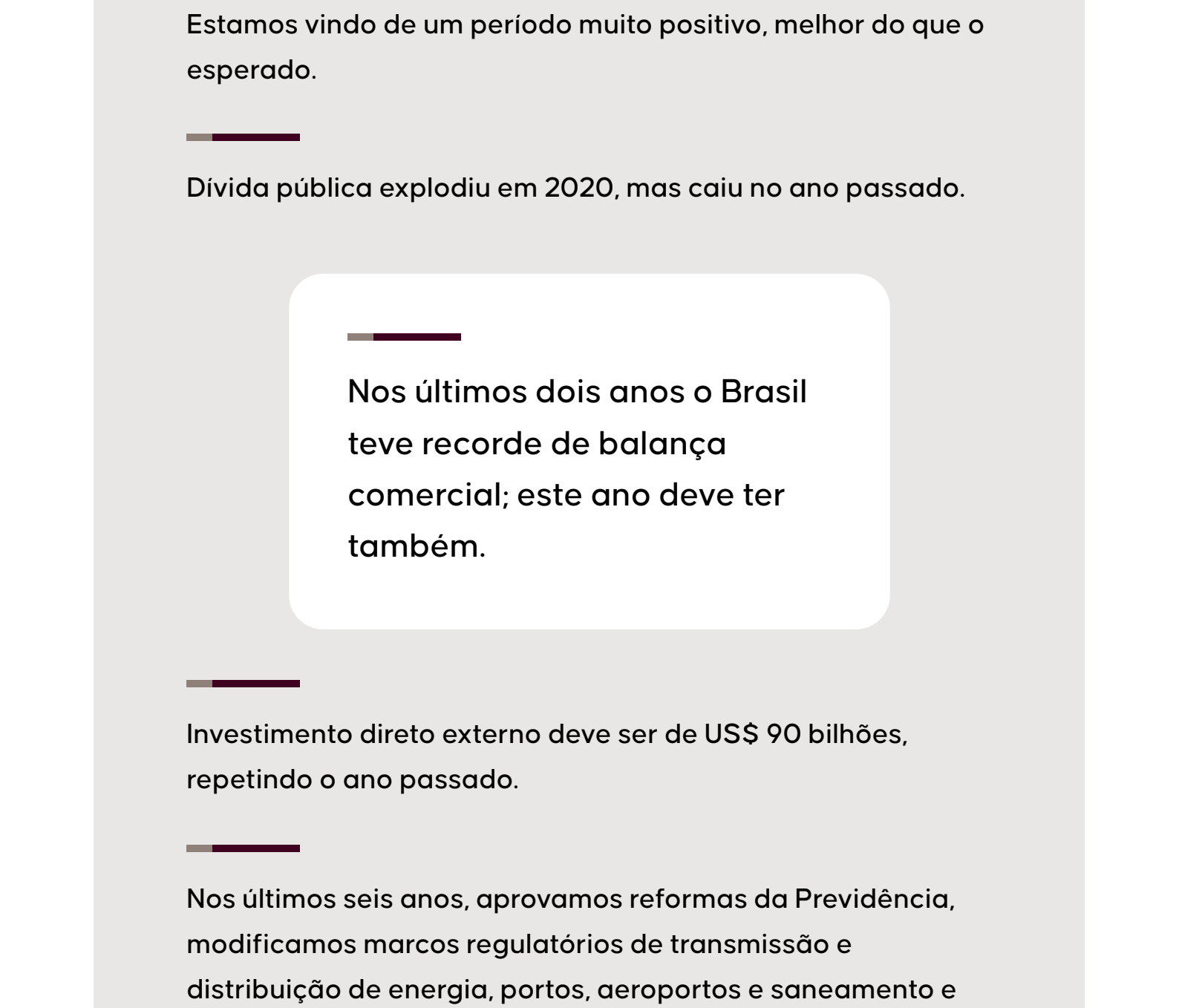
Estamos num momento de muitas incertezas. Governo falhou na comunicação e mercado reagiu mal.

Governo terá que conversar com o Congresso para chegar a um meio-termo. Congresso vai barrar qualquer proposta radical.

Fernando Haddad quer escutar o mercado e sabe dos desafios. Quer sinalizar que contas públicas não vão crescer e sabe que precisa abrir espaço para cortar juros.

Hoje a interlocução do ministro da Fazenda com o presidente do Banco Central é muito boa.

Juro do Brasil está muito alto – juro real acima de 7%, mais alto do mundo. Vamos crescer pouco por causa disso.



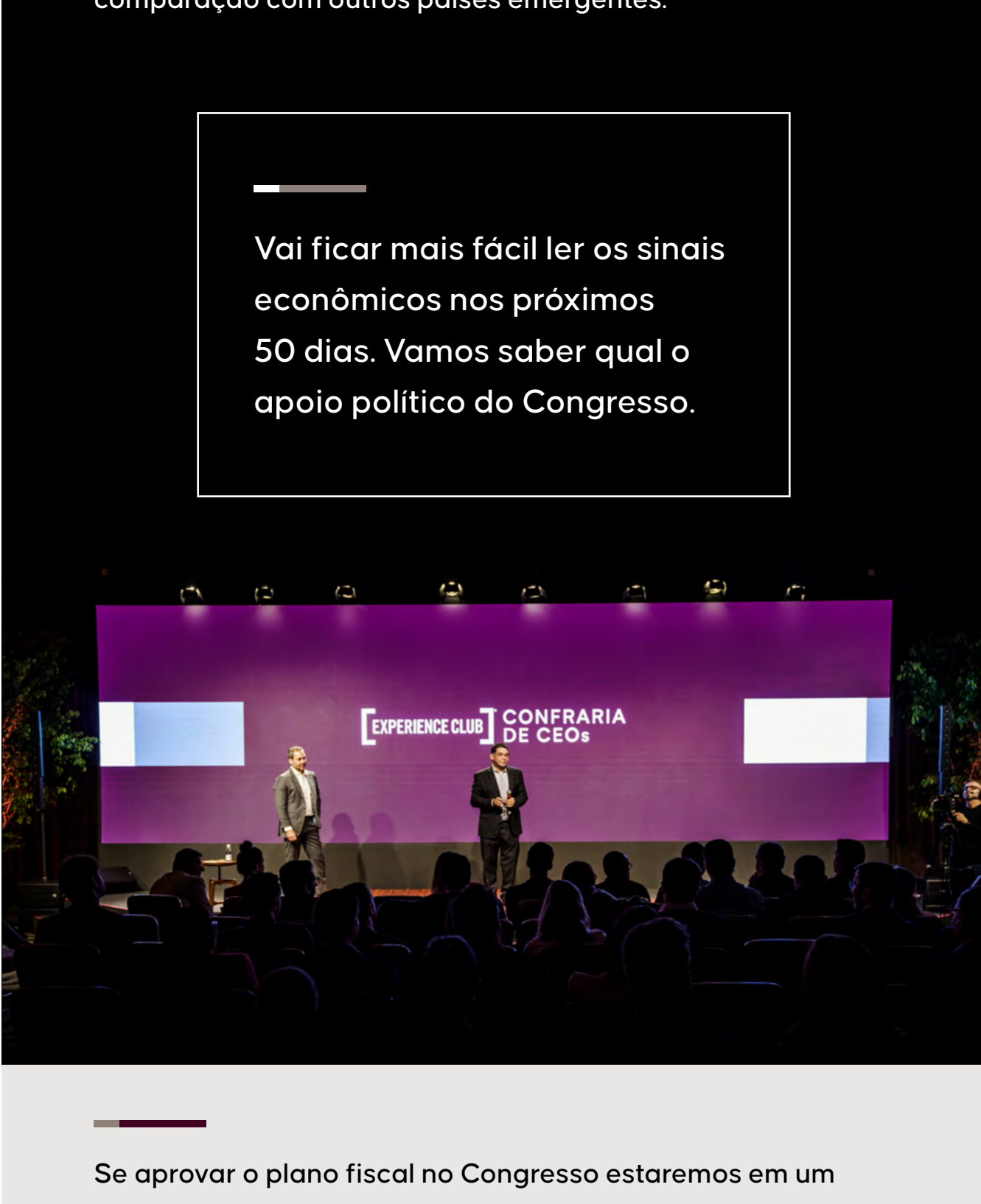
Estamos vindo de um período muito positivo, melhor do que o esperado.

Dívida pública explodiu em 2020, mas caiu no ano passado.

Nos últimos dois anos o Brasil teve recorde de balança comercial; este ano deve ter também.

Investimento direto externo deve ser de US\$ 90 bilhões, repetindo o ano passado.

Nos últimos seis anos, aprovamos reformas da Previdência, modificamos marcos regulatórios de transmissão e distribuição de energia, portos, aeroportos e saneamento e aprovamos a independência do BC. Com isso temos muitos investimentos em infraestrutura já contratados.



Déficit previsto este ano, de R\$ 100 bilhões, é melhor do que se esperava no fim do ano passado, de R\$ 230 bilhões.

O plano do governo é bom e se conseguir ser implementado o cenário muda, permitindo que o BC reduza juros.

Declaração do presidente Lula de apoio ao ministro da Fazenda sinaliza governo mais moderado.

Estrangeiros estão curiosos em relação ao Brasil – mas aguardando sinalizações mais fortes. Brasil está bem em comparação com outros países emergentes.

Vai ficar mais fácil ler os sinais econômicos nos próximos 50 dias. Vamos saber qual o apoio político do Congresso.



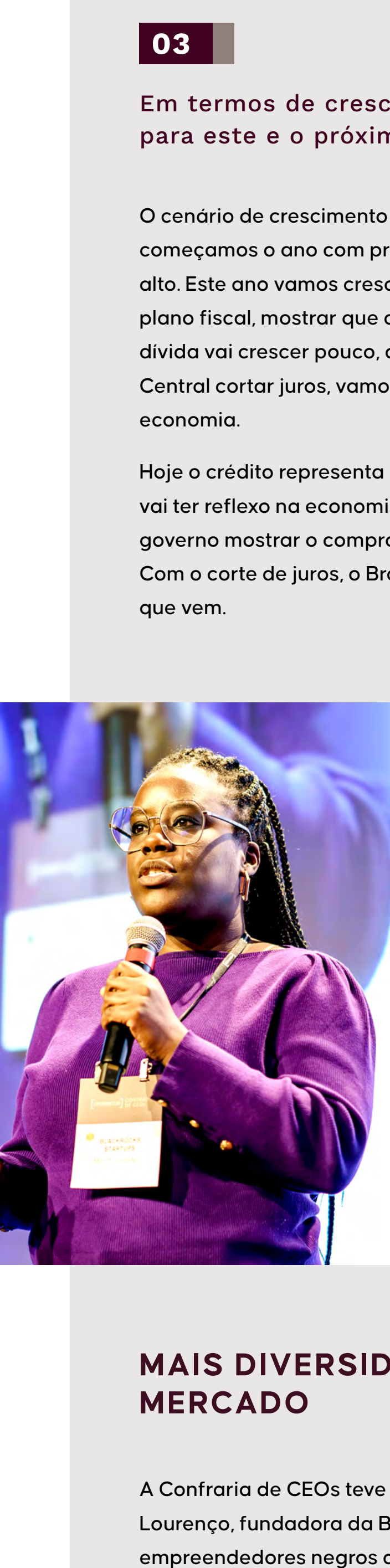
Se aprovar o plano fiscal no Congresso estaremos em um bom cenário.

O PIB vai crescer pouco, mas não teremos recessão. Em 2024 o crescimento será maior.

Cenário externo não preocupa. O mundo vai nos ajudar com o crescimento de China.

No médio prazo os problemas são mais complexos. Temos que investir em educação, simplificar a carga tributária, incentivar a inovação e nos abirmos para o resto do mundo.

É um governo ainda em busca de equilíbrio. Mas estou positivamente impressionado com a equipe econômica.



“

O **arcabouço** sendo aprovado no Congresso vai ajudar bastante o mercado a reduzir a incerteza e pode ajudar o Banco Central a cortar juros.

MANSUETO ALMEIDA
ECONOMISTA-CHEFE DO BTG PACTUAL

3 PERGUNTAS PARA MANSUETO ALMEIDA:

01

Você acha que o arcabouço fiscal do ministro Fernando Haddad foi suficiente para passar uma mensagem de responsabilidade fiscal?

O arcabouço fiscal que o governo divulgou controla e reduz o crescimento da dívida e coloca um teto para o aumento do gasto público, o que é algo positivo. O governo ainda está aprimorando o que foi apresentado no primeiro momento. O arcabouço sendo aprovado no Congresso, eu acho que sim, vai ajudar bastante o mercado a reduzir a incerteza e pode ajudar o Banco Central a cortar juros.

02

Como está o Brasil em termos de atração de investimento direto estrangeiro?

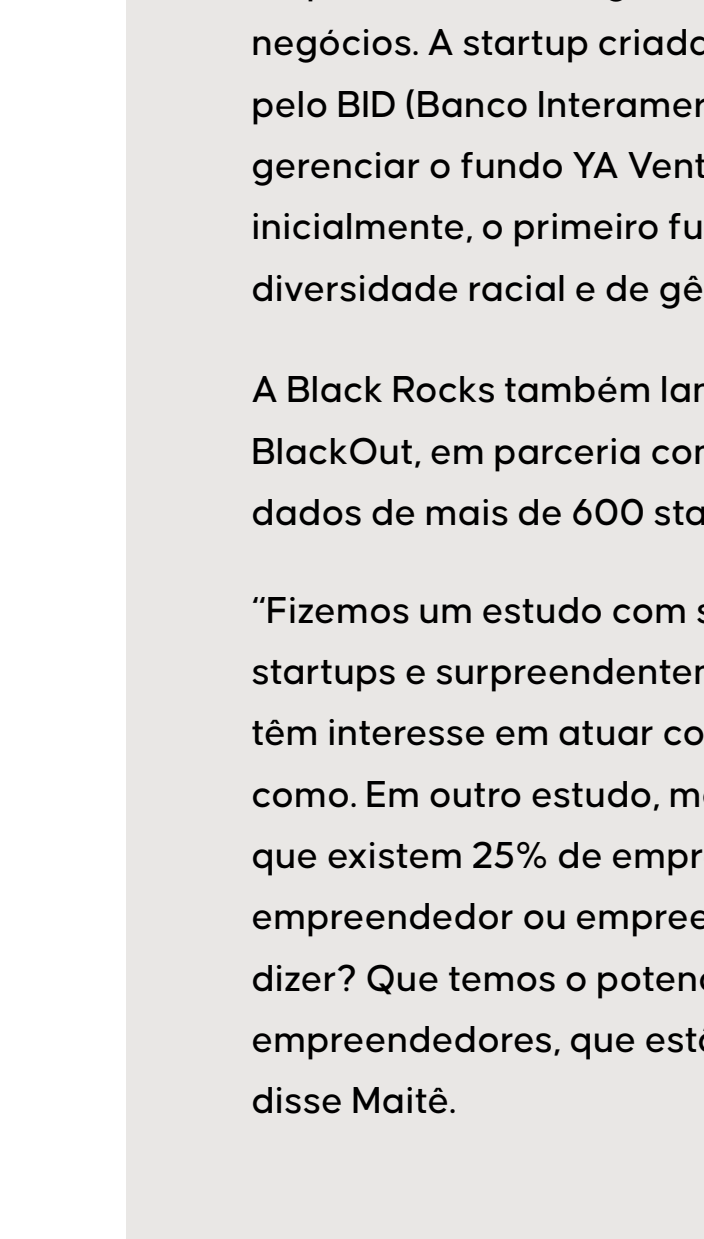
O investimento direto estrangeiro foi de US\$ 46 bilhões em 2021 e de US\$ 90 bilhões no ano passado e podemos ficar em US\$ 90 bilhões também este ano, que é um nível muito alto. O Brasil continua na lista dos países que mais recebem investimento direto estrangeiro. E se a gente sinalizar o equilíbrio das contas públicas e reformas estruturais isso pode ser muito maior, porque o investidor está muito curioso com o Brasil e avaliando se aumenta ou não sua exposição.

03

Em termos de crescimento, o que você espera para este e o próximo ano?

O cenário de crescimento hoje é desafiador, porque começamos o ano com problema de inflação e juro muito alto. Este ano vamos crescer pouco. Se o governo aprovar o plano fiscal, mostrar que as contas vão ficar sob controle e a dívida vai crescer pouco, criando as condições para o Banco Central cortar juros, vamos ter uma retomada muito forte da economia.

Hoje o crédito representa 50% do PIB, então, a queda de juros vai ter reflexo na economia muito rápido. Mas é essencial o governo mostrar o compromisso com a agenda de reformas. Com o corte de juros, o Brasil pode crescer 2% ou mais no ano que vem.



“

Um estudo americano fez uma análise e constatou que startups com **diversidade racial** entregam 3,3 vezes o valor do investimento, enquanto startups que não têm diversidade racial entregam 2,5 vezes mais.

MAITÉ LOURENÇO
CEO E FOUNDER DA BLACKROCKS STARTUPS

MAIS DIVERSIDADE RACIAL NO MERCADO

A Confraria de CEOs teve ainda uma apresentação de Maitê Lourenço, fundadora da BlackRocks Startups, que conecta empreendedores negros a capital e oportunidades de negócios. A startup criada em 2016 foi selecionada este ano pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) para gerenciar o fundo YA Ventures, com R\$ 100 milhões captados inicialmente, o primeiro fundo de investimentos com foco em diversidade racial e de gênero da América Latina.

A Black Rocks também lançou recentemente a plataforma BlackOut, em parceria com a AbStartups, com um banco de dados de mais de 600 startups de empreendedores negros.

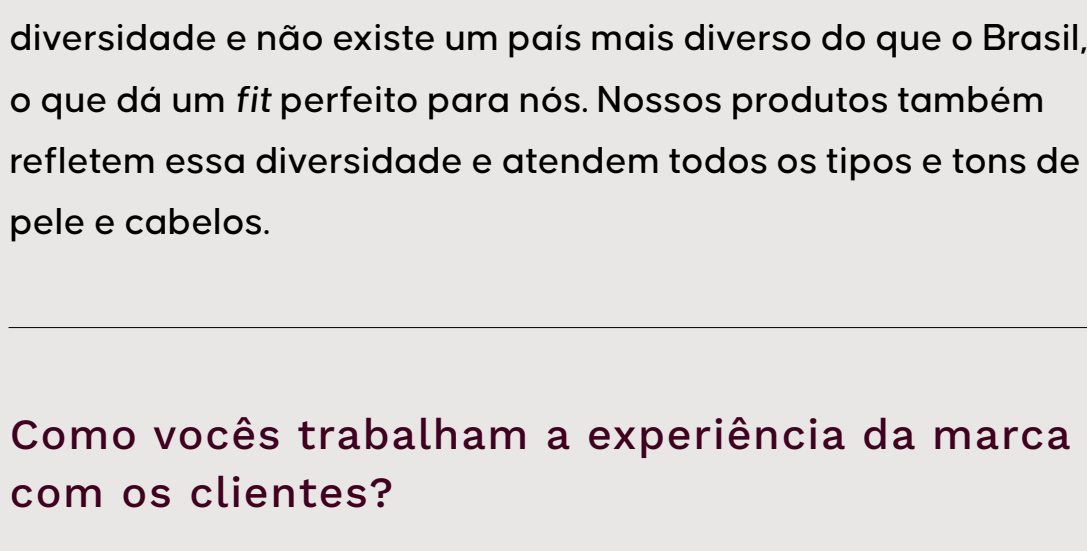
“Fizemos um estudo com stakeholders do ecossistema de startups e surpreendentemente 96% deles disseram que têm interesse em atuar com diversidade, mas não sabem como. Em outro estudo, mapeamos startups e descobrimos que existem 25% de empresas fundadas por ao menos um empreendedor ou empreendedora negra. O que isso quer dizer? Que temos o potencial de acelerar e desenvolver esses empreendedores, que estão invisíveis no ecossistema”, disse Maitê.



Painel de CEOs discute gestão nas empresas

Inteligência artificial, impacto social nas comunidades, liderança, ESG, oportunidades e desafios da economia nos negócios para 2023. A Confraria de CEOs do Experience Club reuniu CEOs de quatro indústrias – saúde, varejo, automotiva e beleza – que trouxeram exemplos práticos de como suas empresas estão navegando por esses temas em seus segmentos de atuação.

Confira abaixo os principais assuntos discutidos no painel.



ANDREA ORCIOLI
CEO DA SEPHORA BRASIL

Em termos de crescimento, o que você espera para este e o próximo ano?

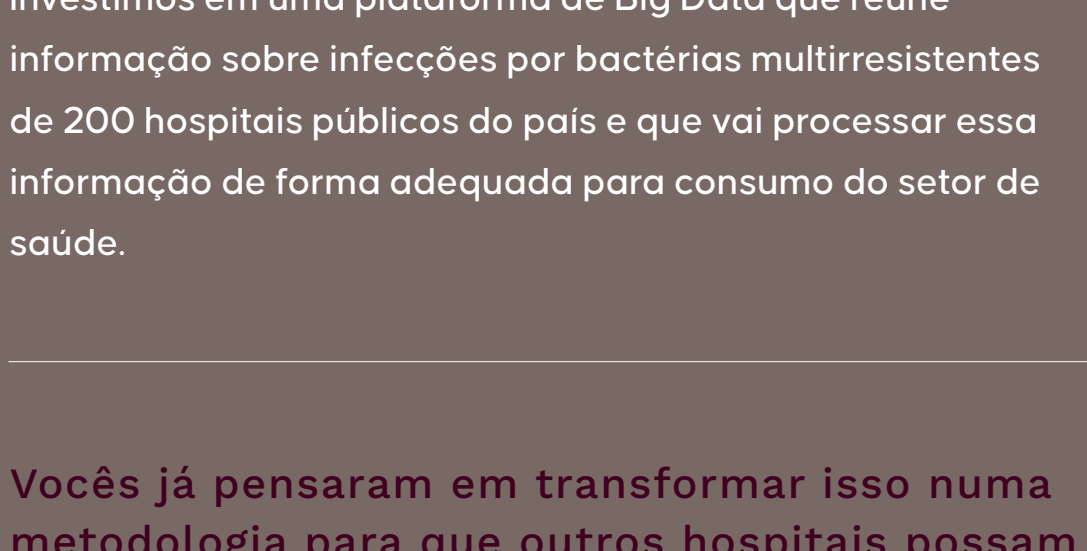
Andrea Orcioli - Quando olhamos para nosso posicionamento global, queremos expandir como as pessoas veem a beleza focando na parte extraordinária e individual de cada um de nós. Acreditamos que a beleza vem dessa diversidade e não existe um país mais diverso do que o Brasil, o que dá um fit perfeito para nós. Nossos produtos também refletem essa diversidade e atendem todos os tipos e tons de pele e cabelos.

Como vocês trabalham a experiência da marca com os clientes?

Andrea Orcioli - A experiência está no coração da Sephora. Sempre queremos trazer algo diferente e memorável para nossos clientes. Estamos com um espaço de experiência, o Casa Clube Sephora, onde é possível jogar beach tennis, fazer uma aula de ioga, meditação. Essas atividades são pagas, mas o valor investido na atividade é trocado por um voucher de mesmo valor que pode ser usado em produtos de beleza e saúde nas nossas lojas. Queremos trabalhar a saúde mental das pessoas.

A indústria da beleza produz muitas embalagens. Como vocês estão trabalhando o tema sustentabilidade?

Andrea Orcioli - Estamos investindo em produtos em que você compra a embalagem e depois só o refil. Também lançamos no final do ano passado um movimento chamado Clean Beauty, que incentiva marcas que não trazem em sua formulação produtos como parabeno, mercúrio ou óleos de origem animal. Também estamos revisando nossos fornecedores com um olhar para o social, a ética e a sustentabilidade.



SIDNEY KLAJNER
PRESIDENTE DO
HOSPITAL ALBERT EINSTEIN

Vocês apresentaram diversos cases na última edição do SXSW, pode compartilhar conosco quais foram?

Sidney Klajner - Em Austin, mostramos como empregar o uso de tecnologias disruptivas na saúde. Com a telemedicina, atendemos comunidades no Norte do país que levariam 24h de barco para conseguirem ser atendidos por especialistas em Santarém, no Pará. Implantamos em 200 municípios uma antena e um notebook que permitem que o médico de família possa acessar o centro de telemedicina do Einstein e fazer essa consulta de forma remota.

Na comunidade de Paraisópolis, onde a pandemia trouxe um problema de saúde mental brutal, fizemos em parceria com o Google um mapeamento da população em ruas que não têm nem nome. Trouxemos essas pessoas para um estudo que ofereceu oficinas de atividades físicas e acesso a psicólogos para mostrar o impacto positivo dessas ações nas comunidades.

Investimos em uma plataforma de Big Data que reúne informação sobre infecções por bactérias multirresistentes de 200 hospitais públicos do país e que vai processar essa informação de forma adequada para consumo do setor de saúde.

Vocês já pensaram em transformar isso numa metodologia para que outros hospitais possam escalar trabalhos sociais?

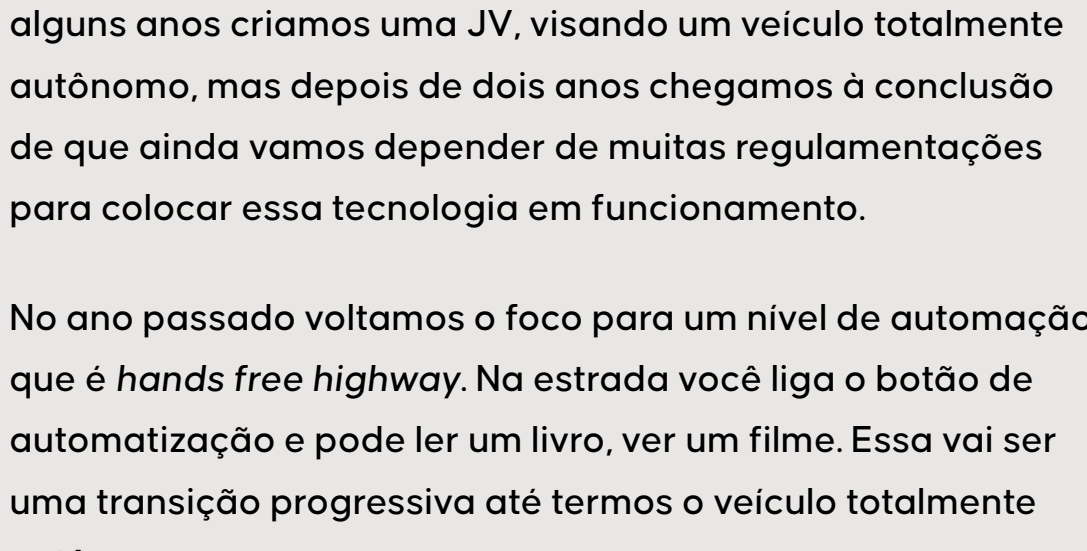
Sidney Klajner - Esse é nosso sonho, mas não existe uma metodologia única. Investimos em tecnologia sabendo que ela vai ser empregada de alguma forma, quando houver oportunidade. Um exemplo é o nosso Centro de Telemedicina, que foi lançado em 2012, mesmo sem legislação à época. Com a pandemia já estávamos prontos para atender à demanda da população. Não há iniciativa dentro do Einstein hoje que não seja pensada em como pode ser escalada para o setor público.

Qual o impacto imediato que a inteligência artificial está trazendo para o setor de saúde?

Sidney Klajner - Hoje temos 126 algoritmos em funcionamento no Einstein. Algoritmos que permitem saber com uma acurácia de até 90% se um paciente que chega ao pronto atendimento vai ficar internado ou não após 20 minutos, o que interfere no tempo de permanência no hospital.

Uma plataforma de inteligência artificial processa um grande volume de dados que não é perceptível ao cérebro de um médico e consegue prever uma deterioração clínica de um paciente oito horas antes de ela acontecer, antecipando a ação humana e prevenindo em muitos casos que um paciente da semi-intensiva vá para a UTI.

O ChatGPT está permitindo que a gente estude mais. Existe uma estimativa que, para eu me manter atualizado na gastrocirurgia, teria que ler 28 artigos por dia, o que é inviável. Plataformas como essa permitem nos atualizarmos de maneira otimizada.



DANIEL JUSTO
PRESIDENTE DA
FORD SOUTH AMERICA

Você e seu time conduziram uma reestruturação enorme na Ford, deixando de produzir em alguns segmentos e investindo mais em outros. Como foi esse processo?

Daniel Justo - Em 2013 a indústria de automóveis no Brasil bateu quase 4 milhões de unidades e todas as projeções indicavam que o mercado chegaria a 6 milhões de unidades em 2022. Mas em 2016 o mercado estava vendendo 2 milhões de carros e uma capacidade ociosa de quase 50%.

Hoje a gente questiona nossa visão de futuro por todos os aspectos e a nossa disciplina de alocação de capital é muito diferente. Não é o que vai funcionar daqui a 5 anos, é o que vai funcionar ano que vem. Em 2019 resolvemos fazer uma reestruturação agressiva da operação e focar onde podemos competir para realmente vencer.

Estratégia é não só onde você vai competir, mas onde você não vai competir. Melhorias incrementais funcionam quando você está vencendo, quando se está perdendo é necessário fazer uma reestruturação mais agressiva. Ano passado a Ford América do Sul gerou o primeiro resultado positivo depois de quase 10 anos e a maior margem operacional da empresa no mundo.

A cadeia global de suprimentos mudou e isso tem afetado o supply chain das empresas em todo o mundo. Qual o impacto para a Ford?

Daniel Justo - Tivemos um impacto muito grande com a falta de semicondutores na pandemia, que afetou nossa produção e a da indústria em quase 40%. Toda a cadeia teve de se ajustar, os fornecedores passaram a produzir menos e hoje estão enfrentando dificuldades para voltar aos antigos níveis de produção.

A tendência agora é o *near shoring* e isso vai persistir por alguns anos ainda, o que gerou oportunidades, como a localização do desenvolvimento de engenharia no Brasil. Hoje tenho 2 mil engenheiros brasileiros desenvolvendo tecnologia para os Estados Unidos.

Como a Ford vê o uso de IA nos carros? Qual a tendência?

Daniel Justo - A quantidade de algoritmos em um carro hoje é gigantesca. A Ford já passou por dois momentos. Há alguns anos criamos uma JV, visando um veículo totalmente autônomo, mas depois de dois anos chegamos à conclusão de que ainda vamos depender de muitas regulamentações para colocar essa tecnologia em funcionamento.

No ano passado voltamos o foco para um nível de automação que é *hands free highway*. Na estrada você liga o botão de automatização e pode ler um livro, ver um filme. Essa vai ser uma transição progressiva até termos o veículo totalmente autônomo.

FERNANDO YUNES
SVP E COUNTRY LEAD DO
MERCADO LIVRE BRASIL

O setor de varejo tem passado por grandes desafios, como o contexto macroeconômico, o caso Americanas e a queda de valor de algumas empresas. Como o Mercado Livre está enxergando o mercado para 2023?

Fernando Yunes - O varejo como um todo está em um ano difícil. Sem julgar se o patamar atual de juros é correto ou não, ele aumenta o custo das empresas e das famílias, pressionando o poder de consumo. Estamos vendo um mercado muito mais duro em comparação com 2022, pior do que a gente imaginava. A Americanas trouxe um desafio adicional para todos os players de varejo por dificultar crédito e custos de antecipação também, impactando no PNL dos negócios.

Como a empresa vai atuar no mercado brasileiro em 2023?

Fernando Yunes - Continuamos investindo pesado, pensando no longo prazo. O foco é ganhar espaço no mercado, diferenciar nossa proposta de valor, a oferta para o cliente e para os vendedores e investir em novas linhas de negócio. Tudo é cíclico e apesar de estarmos em um ciclo mais duro ele deve reverter em algum momento para um ciclo mais positivo. Esse vai ser o ano de maior aporte no Brasil de nossa história.

O Mercado Livre é totalmente focado no cliente, mas também nos colaboradores. Como vocês estão lidando com os espaços de trabalho hoje?

Fernando Yunes - O Mercado Livre adotou o modelo opcional em definitivo. Quando entrei na empresa, no início de 2020, tínhamos 2.500 funcionários no Brasil e minha primeira reunião com a diretora de RH e o diretor financeiro foi para discutir se alugávamos um terreno vizinho para expandir a Melicidade. Hoje temos 16 mil pessoas no Brasil e a utilização do nosso escritório é de 50% nos dias de pico. Mas o presencial tem sua importância e estimulamos os líderes a criarem eventos com propósito para fazer sentido para o colaborador ir para o escritório.



Gostou?



Compartilhe