

POLÍTICA ECONÔMICA - A3

Política de juros está na contramão

Dos 20 países em todo o mundo acompanhados pelo Itaú Unibanco, apenas o Brasil decidiu pelo aumento da taxa básica.



OPINIÃO - A2

Luiz F. Sambugaro

Dentre os fatos do varejo em 2013, os altos índices de perdas nas pequenas empresas.

FINANÇAS - B2

Western Union é atraído pelo País

Maior volume de gastos no exterior e mercado local influenciaram o banco americano a expandir sua atuação no Brasil.

BOVESPA ↑ +0,36% ONTEM	45.697 PONTOS	DÓLAR COMERCIAL ↓ -0,04% ONTEM	R\$ 2,344 US\$ 1,00	EURO ↑ +0,12% ONTEM	R\$ 3,2533 € 1,00	PETRÓLEO WTI ↓ -1,08% ONTEM	US\$ 100,03 BARRIL	CAFÉ ALTA MOGIANA ↑ +2,71% ONTEM	R\$ 485,01 SACA
-------------------------------------	-------------------------	---	-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------	--	------------------------------	---	---------------------------

Moeda local com Argentina ajudaria médio exportador

SÃO PAULO Pequenos e médios exportadores podem ser beneficiados se Brasil e Argentina entrarem em acordo para ampliar as transações com pagamento em moeda local, o que permitiria fechar operações sem o uso de dólares, conforme deve ser proposto pela missão de autoridades brasileiras que estará em Buenos Aires na próxima sexta-feira.

A missão deverá costurar os detalhes de uma "operação salvamento" do comércio Brasil-Argentina. A expectativa é que o sistema a ser apresentado tenha estrutura de garantia em dólares dos bancos centrais, o que daria a exportadores e importadores de ambos os lados a opção de pagar e receber em pesos ou reais por meio de uma instituição bancária.

"Se o pequeno e médio exportador brasileiro não precisar

usar mais dólar nas operações, os negócios serão feitos de forma mais confortável e mais previsível, porque evitaria os solavancos do câmbio", analisou o presidente da Câmara de Comércio Argentino Brasileira, Alberto Alzueta

Um reforço no sistema de pagamento em moeda local entre os países complementaria ainda outra proposta em negociação para auxiliar grandes exportadores, responsáveis por 50% do comércio bilateral, como indústrias de automóveis, autopeças, máquinas e equipamentos. Os dois governos têm discutido a criação de uma linha de crédito à exportação de até US\$ 2 bilhões. As operações teriam prazo de três meses, renovação automática, mas sem garantia do Tesouro brasileiro.

FERNANDA BOMPAN | AE
→ POLÍTICA ECONÔMICA | PÁG. A4

Clima impacta no PIB e acelera a inflação

SÃO PAULO Os problemas climáticos registrados nos meses de janeiro e fevereiro – forte seca no Centro-Sul e chuva excessiva em outras regiões do País – devem fazer com que o Produto Interno Bruto (PIB) da agropecuária fique abaixo dos 7% registrados em 2013. O mau desempenho da produção agrícola pode impactar negativamente o resultado do PIB nacional e alavancar a inflação.

"Analistas do setor estimam que já perdemos R\$ 10 bilhões em receita em 2014", diz o presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB), Gustavo Diniz Junqueira.

Produtores do Estado de São Paulo contabilizaram perdas de até 70% em culturas como milho, amendoim, laranja, café, cana-de-açúcar e tomate.

De acordo com o economista da Unesp, Carlos Cinquetti, retrações no agronegócio têm impac-



to direto e indireto: provocam a alta dos preços dos produtos para o consumidor e desestabilizam a balança comercial, com o desequilíbrio das exportações.

As atuais alterações climáticas têm sido provocadas por um ciclo

que acontece a cada 30 anos e faz com que o verão e o inverno sejam mais rigorosos.

O tomate – grande vilão da inflação no ano passado – volta a ser o alvo da alta dos preços. Segundo o produtor João Linzoni, de Ibitinga, as caixas da fruta passaram de R\$ 40 para até R\$ 90 desde janeiro. "Tenho duas estufas, em uma delas perdi 70% da produção. Neste tipo de cultivo, a partir de um metro, o sol seca a planta e não dá mais frutos", diz.

Segundo o Indicador Esalq/BM&FBovespa, o preço do milho chegou a subir mais de 27% na região de Campinas em fevereiro. Apesar da melhora do clima, o Cepea estima que a segunda safra seja ainda menor, fator que pode afetar os suínos e aves, por exemplo, que têm o milho como ração.

NAYARA FIGUEIREDO
→ AGRONEGÓCIOS | PÁG. B12

Indústria cresce 2,9%, mas cenário é delicado

SÃO PAULO O crescimento de 2,9% registrado na produção industrial de janeiro deste ano ante dezembro de 2013 não muda o cenário de incertezas que envolve o setor desde 2013 e também não indica a chegada de dias melhores no curto prazo. A conclusão é de analistas ouvidos pelo DCI, após a divulgação dos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Para os especialistas, após fechar os meses de novembro e dezembro do ano passado com retração de 0,6% e de 3,7%, respectivamente, o aumento observado no nível de atividade de janeiro apenas recompõe parte dessas perdas, mas não recupera a queda acumulada.

BRUNA KFOURI
→ INDÚSTRIA | PÁG. A9

Resumo

PMDB entra em confronto com o governo

Após uma tensa reunião a portas fechadas, a bancada do PMDB na Câmara anunciou que irá apoiar a convocação da Executiva Nacional para "realizar" a atual aliança com o PT no governo de Dilma Rousseff.

→ POLÍTICA | PÁG. A5

PP apresenta nomes para suceder Agualdo

O presidente do PP, senador Ciro Nogueira (PI), se reuniu com o ministro Mercadante e com a ministra Ideli Salvatti para discutir o nome que substituirá Agualdo Ribeiro no comando do Ministério das Cidades.

→ POLÍTICA | PÁG. A5

Justiça proíbe Skaf de protagonizar campanhas

A Justiça Eleitoral proibiu o pré-candidato ao governo de SP e presidente da Federação das Indústrias de protagonizar campanhas publicitárias da entidade no rádio e na TV.

→ POLÍTICA | PÁG. A4

Brasil fará comissão para avaliar Venezuela

A presidente Dilma Rousseff disse que a União de Nações Sul-Americanas (Unasul) vai formar hoje uma comissão entre ministros para acompanhar a situação da Venezuela.

→ POLÍTICA ECONÔMICA | PÁG. A4

União Europeia e EUA acertam ajuda à Ucrânia

União Europeia propõe corte temporário de tarifas para exportações da Ucrânia, enquanto os Estados Unidos preparam, via FMI, um pacote de garantias de empréstimo ao país.

→ INTERNACIONAL | PÁG. A12

Efeito do IPI reflete na venda de automóveis

Apesar do arrefecimento da economia, o setor automotivo ainda sente os reflexos da euforia da redução do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), incluindo os importados, no primeiro bimestre.

→ INDÚSTRIA | PÁG. A9

Distribuidoras podem quitar débitos diz Aneel

A Agência Nacional de Energia Elétrica informou que com R\$ 1,2 bilhão liberado pelo Tesouro na sexta-feira as distribuidoras de energia conseguiriam quitar os débitos referentes a garantias.

→ INDÚSTRIA | PÁG. A9

Petrobras consegue captar US\$ 13,6 bilhões

A Petrobras precisou de apenas 69 dias em 2014 para captar US\$ 13,6 bilhões, ou R\$ 32,1 bilhões e, com isso, aproximou ainda mais seu nível de endividamento para R\$ 300 bilhões.

→ FINANÇAS | PÁG. B2

Faturamento da Arcos Dorados é de US\$ 1,8 bi

A Arcos Dorados, a maior franqueada do McDonald's no mundo, informou que seu faturamento chegou a US\$ 1,842 bilhão no Brasil em 2013, 2,5% a mais do obtido em 2012.

→ COMÉRCIO | PÁG. A11

Copa impulsiona produção de televisores

A Copa já aumentou a produção de televisores no País. A indústria corre para atender ao aumento das encomendas do comércio, que deve ter sua receita elevada em R\$ 826 milhões.

→ INDÚSTRIA | PÁG. A9

Capacitação fortalece as franquias de baixo custo

SÃO PAULO Por serem operações de baixo investimento inicial (até R\$ 80 mil), as microfranquias – muitas delas no formato de quiosques – obrigam os empreendedores a perceberem também como manter o negócio, já que a falta de mão de obra de funcionários capacitados impacta diretamente o negócio. A taxa de mortalidade dessas operações atingiu ano passado 3,1%, conforme análise da Associação Brasileira de Franchising (ABF). Tanto as operações "em casa" (home based), quanto as com lojas físicas, sofrem com a falta de qualificação, além da desistência do próprio empreendedor, explicou o diretor executivo da ABF, Ricardo Camargo. "Quem compra

uma microfranquia de consertos, por exemplo, sofre com a inexperience na contratação do profissional. Primeiro, eles não sabem onde encontrar um marceneiro ou encanador. Já vi microfranquia fechar por falta de funcionários", lamenta.

A entidade sugere a procura de profissionais em locais especializados, como o Senac ou empresas de recrutamento profissional. Outra abordagem junto do Sebrae é ajudar os empreendedores a indicar onde e como conseguir crédito com juros mais baixos e orientar a respeito dos direitos previstos em lei (8.955/1994),

tanto do franqueador como do franqueado.

No ano passado, o segmento de franquias cresceu 11,9% e faturou R\$ 115 bilhões, na comparação com 2012. Hoje, operam no Brasil 2.703 redes no segmento, mas apesar do crescimento de 2013, para a presidente da ABF, Cristina Franco, 2014 deverá ser um ano complexo. "Existe a possibilidade de muitos feriados durante a Copa do Mundo. Só na primeira etapa dos jogos é provável que o varejo perca seis dias de vendas", ressaltou ela.

FLÁVIA MILHASSI
→ COMÉRCIO | PÁG. A11



Cristina Franco

Análise de dados digitais evolui com marketing

SÃO PAULO Alinhar estratégias de marketing baseada em informações obtidas com a tecnologia é um nicho atraente. Tanto que o Grupo Abril criou a YouFind Solutions, consultoria que pretende, a partir de uma análise minuciosa de dados, oferecer soluções de marketing a seus clientes. Outra que aposta na área no País é a francesa ESV Digital. "O objetivo é aumentar o alcance da campanha", diz Mariana Oliveira, executiva da ESV no Brasil.

ANDERSON NECO
→ SERVIÇOS | PÁG. A10

Consultoria jurídica avança também entre pequenos

SÃO PAULO Os pequenos e médios empresários brasileiros já começaram a perceber a força do ditado que diz que é melhor prevenir do que remediar. Por isso, muitos estão buscando cada vez mais por serviços de consultoria jurídica, que são largamente utilizados pelas grandes companhias há tempos. A mudança de cultura entre os pequenos ocorre com o mesmo objetivo dos grandes: reduzir custos com problemas judiciais, principalmente em áreas extremamente problemáticas das empresas, como a trabalhista e o setor tributário, que é, disparado,

um dos maiores contenciosos de qualquer empresa.

A complexidade da tributação brasileira é o principal motivo para que essa área seja tratada com cuidado especial pelas companhias. Para os grandes, a consultoria preventiva na área tributária trata de análises de procedimentos, impactos fiscais, estruturação societária, análise de procedimentos operacionais para evitar eventuais execuções, pontua um dos sócios fundadores do escritório Machado Meyer Sendacz Opice, Moshe Sendacz.

FABIANA BARRETO NUNES
→ LEGISLAÇÃO | PÁG. A8

Empresas focam em novidades de seguros para negócio menor

SÃO PAULO O mercado de seguros cresceu 9,9% no Brasil em 2013, de acordo com dados da Siscorp com base nos balanços das seguradoras. Mirando este mercado em potencial, são oferecidas soluções cada vez mais específicas para uma série de eventuais riscos que o consumidor possa sofrer, inclusive o ramo empresarial.

Apólices que visam as pequenas e médias empresas e estão focadas em seus problemas cotidianos têm crescido. "Houve crescimento generalizado dos planos de seguros. O brasileiro está começando a adquirir essa cultura agora e, com o avanço da economia do País nos últimos anos e o mercado mais consolidado, os médios e pequenos empresários também têm buscado soluções para imprevistos do dia a dia", disse Manes Erlichman, diretor da Minutos Seguros, cuja empresa lançou opções direcionadas a 16 segmentos.

RUTE PINA
→ FINANÇAS | PÁG. B1

ÍNDICE

CADERNO A	
Opinião	A1
Índice de Empresas	A2
Política Econômica	A3 e A4
Política	A5 e A6
Legislação	A7
Indústria	A8
Serviços	A9
Comércio	A10
Internacional	A11
	A12
CADERNO B	
Finanças	B1 e B2
Indicadores	B3 a B11
Agropecuária	B12
CADERNO C	
São Paulo	C1, C2, C3 e C10
Legislação	C4 a C9
CADERNO D	
Insolência	D1 a D16

Plano de voo



LILIANA LAHORATTI
lilianadci.com.br

Liderança feminina no Chile e Davos

No mesmo dia em que a presidente Dilma brindou, durante almoço para chefes de Estado, à posse da presidente do Chile, Michelle Bachelet – e, incluindo Cristina Kirchner, da Argentina, saudou o fato de agora três mulheres presidirem nações sulamericanas –, o Fórum Econômico Mundial, em Davos, divulgou o nome da empresária brasileira Leila Velez na lista dos 214 jovens líderes globais, de 66 países. Leila é sócia-fundadora e CEO do Ins-

tituto Beleza Natural, o maior no segmento dos cabelos crespos e ondulados, com 19 salões no País e 2.300 funcionários. “Estou muito honrada. É um reconhecimento para a classe C do Brasil e uma vitória da mulher”, disse Leila. Do total de 214 escolhidos pelo Fórum, 109 são mulheres e três brasileiras: Claudia Sender, CEO da TAM Linhas Aéreas, Tatiana Lacerda Prazeres, conselheira da World Trade Organization e a documentarista Julia Bacha.

Foco nos investimentos...

A Itaú Asset Management, braço do Itaú Unibanco especializado em gestão de recursos e maior gestora privada de fundos da América Latina, foi convidada pela World Wide Fund (WWF) for Nature para ser um dos palestrantes do workshop Moving towards climate resilient investments, em Zurique, Suíça. O evento acontece hoje e será realizado pela organização em parceria com a UNEP-FI, órgão da ONU para iniciativas junto ao setor financeiro.

...e na realocação de capital

A empresa de finanças decidiu que sua participação terá como tema Superando barreiras na realocação de capital privado. A palestra em Zurique trará a apresentação da estratégia adotada pelo Itaú Unibanco para a integração de questões ambientais, sociais e de governança nas oportunidades que envolvam a tomada de decisão de investimentos.

Culinária sustentável

Luiza Helena Trajano, dona do Magazine Luiza, e Henk de Jong, presidente da Philips América Latina, vão hoje, às 14h30, à comunidade de Heliópolis, em São Paulo, para inaugurar escolinha de culinária sustentável. Três nutricionistas vão ensinar gratuitamente aos moradores como produzir alimentos usando itens descartáveis como cascas de frutas e talos.

Encontro privado

O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva visitou ontem a sede da fabricante de pneus Pirelli em Milão, na Itália. Aos diretores da multinacional, Lula fez uma apresentação sobre a situação do Brasil e da América do Sul. O encontro foi fechado à imprensa. A América Latina representa cerca de 35% das vendas globais da Pirelli.

Cabeça de chapa

O presidente nacional do PSD, Gilberto Kassab, foi aplaudido por lideranças políticas e militantes em São Caetano do Sul como o melhor nome da legenda para encabeçar a chapa ao governo do Estado de São Paulo. Os aplausos aconteceram na reunião de segunda-feira (10), que discutiu os planos do partido para 2014.

Sócio e presidente

Um dos mais renomados especialistas no Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) do País, o professor Roberto Dias Duarte agora é sócio e presidente do Conselho da NTW Franchising, rede de franquias contábeis fundada em 2010 que tem 15 unidades no Brasil e uma em Moçambique.

Anuário 2014

A revista eletrônica Consultor Jurídico convida para o lançamento do Anuário da Justiça São Paulo 2014. O evento acontece no dia 19 de março, às 18h, no Tribunal de Justiça de São Paulo, com concerto do tenor Jean William.

Colaboração: Leda Rosa

EDITORIAL

Sudeste empreendedor

OS DADOS DA PESQUISA EMPREENDEDORISMO NO BRASIL DA Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2013 trazem informações estratégicas para todos os agentes públicos e privados envolvidos na formação de políticas voltadas para o empreendedor brasileiro. Com 10 mil entrevistas – 2 mil em cada região brasileira – de pessoas com idade entre 18 e 64 anos, a sondagem revelou que a opção pelo próprio negócio teve expansão desde 2012. Naquele ano, o total de empreendedores no País somava 30,2%, face a 32,3% constatados em 2013. O incremento aponta para um total em torno de 40 milhões de pessoas.

Mas o mapeamento regional apontou especificações que, se não questionam a expansão nacional, adensam o resultado e demandam análises mais elaboradas.

Artigo



LUIZ FERNANDO SAMBUGARO
luiz.sambugaro@gunnebo.com

Fatos e contradições do varejo

O que mais chamou a atenção foram os absurdos índices de perdas encontrados nas pequenas empresas

O número de shopping centers cresceu em 2013, e fechou com um total de 495 unidades. Para este ano, a previsão é que sejam inaugurados outros 41 empreendimentos. De acordo com a Serasa Experian, o volume de consultas aumentou em relação a 2012, o índice de inadimplência caiu 4% e os pedidos de falência e recuperação de empresas, idem. O movimento de clientes cresceu 5,2% no ano passado, principalmente nos supermercados (primeiro lugar) e na área de têxtil, calçados e acessórios.

Por outro lado, os dados publicados recentemente por um estudo realizado pelo Ibevar, Nielsen e Provar demonstram que as perdas continuam a crescer. Elas passaram de 1,76% em 2011 para 1,83% em 2012, e nossa experiência diz que o índice relativo a 2013, a ser divulgado neste ano, será ainda maior.

Pela primeira vez, levantou-se o estágio das perdas no segmento de pequenas empresas, com uma amostragem de 1.025 lojas, a maioria delas (96,5%) dentro do Estado de São Paulo. Ou seja, numa área onde o processo de comunicação, a disponibilidade de tecnologia e de técnicos é muito superior a qualquer outra região do país. O que mais nos chamou a atenção foram os absurdos índices de perdas encontrados nesse segmento e a quase total desatenção aos princípios e recursos à disposição desses varejistas para a redução das perdas e ganhos adicionais para o negócio. Cito alguns exemplos: o médio e grande varejo supermercadista registrou índice de 1,95% (6,6% a mais que a média do mercado) de perdas na pesquisa anual, já entre os supermercados de pequeno e médio porte o índice foi muito além, chegando a 6,7%. Imagine o quanto isso representa no bolso do varejista. No setor

Artigo



MAURO ROBERTO MARTINS JUNIOR
mrjunior@pk.adv.br

Comércio eletrônico e o CDC

A falta de habilidade legislativa do Executivo resultou na perda da oportunidade de esclarecer diversas questões

Em 14 de maio de 2013 entrou em vigor o Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor (CDC) em relação ao comércio de produtos e serviços eletrônicos. A falta de habilidade legislativa do Poder Executivo na elaboração do decreto resultou na perda da oportunidade de esclarecer diversas questões. Não foram abordados assuntos como envio de spam, tratamento dos dados pessoais dos consumidores, preço em moeda estrangeira, competência e legislação aplicáveis no caso de fornecimento a distância (inclusive no âmbito internacional), bem como utilização das cláusulas de eleição de foro e de arbitragem.

Sobre o direito de arrependimento de compras realizadas pela internet, o Decreto 7.962/2013 esclareceu apenas questões como ferramentas, rescisão de contrato, comunicação às instituições financeiras e ainda sobre a imediata confirmação da solicitação. Essas soluções foram orientadas pela vertente mais antiga de comércio eletrônico: a venda e compra de produtos físicos. Não houve atualização para o cenário mais recente, da comercialização de bens materiais, mantendo o Brasil em atraso.

Na Europa já existe, desde 1997, a Diretiva 97/7/CE, que criou um rol de exceções nas quais o consumidor não pode exercer o direito de arrependimento, como para programas de computador, jornais e revistas cuja embalagem fora violada pelo consumidor. Quem continuaria comercializando livros, jornais e revistas

A região Sudeste foi, de longe, a protagonista do incremento. Em 2012, a taxa dos estados da região era 14,2% e, no ano passado, saltou para 20,2%. Apenas o Centro-Oeste também expandiu, em patamares bem mais modestos, passando de 16,3% em 2012 para 16,5% em 2013. No Norte, a proporção foi de 17,6% em 2012 para 17,3% em 2013. No Nordeste houve queda de 16,8% (2012) para 14,9% (2013). No Sul, as taxas de empreendedorismo passaram de 15,3% (2012) para 13,6% (2013).

Uma boa pista para entender as quedas na adesão ao empreendedorismo possivelmente pode ser dada pelos fatores limitantes apontados pelos entrevistados. Os três mais citados foram políticas governamentais (impostos, burocracia e complexidade de processos), apoio financeiro e educação e capacitação.

de drogarias e afins, o índice de perdas dos grandes players foi de 0,33%, que contrasta com o absurdo 4,6% registrado entre os pequenos e médios estabelecimentos. Na área de materiais de construção, então, a situação é das piores. Enquanto os grandes varejistas registraram um índice de 1,2%, os demais acumularam inimagináveis 11,4% em perdas. Isso mesmo quase dez vezes mais.

Um dos segmentos mais ativos, principalmente em shopping centers e grandes centros comerciais, a área de confecções (vestuário) fechou com um índice de 1,02% entre as lojas dos grandes grupos, ou seja, aproximadamente 45% menor que a média registrada. E para as pequenas empresas pela primeira vez pesquisadas? Um susto. Perdas de 7,8%. Não é possível entender como convivem com resultados tão significativos. Por todos esses fatores é que nas pesquisas realizadas em 2013 com membros da maioria das associações varejistas, ao responderem sobre os temas prioritários para contribuir para a melhoria do setor, apareceram três itens de muita relevância, nem sempre nessa ordem de prioridade: gestão financeira, gestão administrativa e perdas.

Com isso, era de se esperar que o volume de novas lojas com proteção contra furtos e outros tipos de perdas crescesse mais que a média dos últimos anos, mas o que vimos, na realidade, foi uma desconfortável estagnação. Os bandidos agradecem. Senhores varejistas, despertem para a realidade da situação, busquem parceiros que possam lhes ajudar a diminuir esses elevados e crescentes índices de perdas, independentemente do seu tamanho.

Luiz Fernando Sambugaro é diretor de Comunicação da Gunnebo Gateway Brasil.

Lista de empresas e entidades citadas nesta edição

A	Academia Store	Ar 1
	Açai Raz	Ar 1
	AdTrade	Ar 2
	Albula	Ar 2
	Americanas.com	Ar 1
	Arbentel	Ar 2
	Arco Dorados	Ar 1
	Away	Ar 2
B	Bols	Ar 1
	BRF	Br 2
	Bucapê	Ar 1
C	Casa Bahia	Ar 1
	Cemarm	Ar 1
	Chocolates Brasil Cacau	Ar 2
	Colombo Advogados	Ar 1
	Cominar Concept	Ar 1
	Comnet 3G	Ar 1
D	Dell	Ar 1
	Danry	Ar 1
	De Resolite	Ar 1
E	ESV Digital	Ar 2
	ExactTarget	Ar 2
	ExactTarget Marketing	Ar 2
F	Fabrizio Giannone	Ar 1
	Facebook	Ar 2
	Fantasia	Ar 1
	Felizesi Carilhões Associados	Ar 2
	FIA	Ar 2
	Fish Ratings	Ar 2
	Flango Belle	Br 2
	Funct. Gestão Yago	Ar 2
G	Gartner	Ar 2
	Grupo Abril	Ar 2
	Grupo CRM	Ar 2
	Grupo Fita	Ar 2
I	Insua Monitoramento de Preços no E-commerce	Ar 2
J	Jaguari	Ar 1
	Joi Unibanco	Ar 2
JBS	JBS	Br 2
K	Kappa Gourmet	Ar 1
	Kopenhagen	Ar 2
L	Lalim	Ar 2
	Le Coq Sportif	Ar 1
	Libi	Ar 2
	Liberty Seguros	Ar 1
	Lindt	Ar 2
	Llocitare	Ar 1
M	Maduro Meyer Sederitz Opiza	Ar 2
	Magazine Luiza	Ar 1
	Malaysia Airlines	Ar 2
	Mallere	Ar 1
	Maria	Ar 1
	McDonald's	Ar 1
	Movato Seguros	Ar 2
	Modulo 8 Company	Ar 2
N	Nashoes	Ar 1
O	Olan	Br 2
P	Pia to Go	Ar 1
	Perobraz	Ar 2
	Petrobrás	Ar 1
	Prax	Ar 1
R	Rakuten	Ar 1
	Ricardo Brato	Ar 1
S	Santos na Área	Ar 1
	Santitas	Ar 1
	Soda Sukkles	Br 2
	Shoptime	Ar 1
	Siqueira Castro Advogados	Ar 2
	Siscom	Ar 1
	Sociologia Ogilvy	Ar 2
	Solway	Br 2
	Staxid	Ar 1
	Stupperch	Ar 1
	Subsistino	Ar 1
U	Unicid	Ar 2
	Unicredit	Ar 1
V	Vale	Ar 2
	Viterentim	Ar 2
W	Walnut.com	Ar 1
	Walter Union	Ar 2
Y	Yagoberry	Ar 1
	YouFeed Solutions	Ar 2

PANORAMA DIÁRIO COMERCIAL E PUBLICIDADE LTDA.

Conselho Editorial	
ALAIDE QUERCIA, CRISTIANE QUERCIA, ANDRÉIA QUERCIA E LILIANA LAHORATTI	
Diretoria	
Diretor Executivo	
RUBENS PEDRETTI JUNIOR rubens.pedretti@dci.com.br	
Redação	
Editora-Chefe	
LILIANA LAHORATTI liliana@dci.com.br	
Secretária de Redação	
CAROLINA GAMA SIDA	
Editores	
ANNA LUCIA FRANÇA, CAMILA ABUD, HENRIQUE VELTMAN, RENATO CARVALHO, WAGNER GUELLER	
Subeditores	
CLAUDIA BOZZO, RENÉ GARDIM	
Correspondentes	
ABC	
JULIANA CRISTINA	
Brasília	
ARNOR GONDIM	
Campinas	
MILTON PAES	
Ribeirão Preto	
BETE CAZINI	
São José dos Campos	
JULIO OTTOBONI	
Agências Notícias	
Agência Brasil (AB), Agência Estado (AE), Agência Lusa (AL) e Bloomberg (BL)	
Departamento Comercial	
Diretora de Mercado	
KATIANE OLIVEIRA katiane@dci.com.br	
Gerente Comercial	
FRANCIS PACHECO francis@dci.com.br	
Publicidade	
Para anunciar: (11)5095-5300/5301 de 2ª a 6ª, das 8 às 19 horas, e-mail: publicidade@dci.com.br	
Departamento de Assinaturas	
Atendimento ao Assinante (SAA)	
Dúvidas, sugestões ou reclamações: (11) 5094-5200 de segunda a sexta-feira, das 7:00 às 18:00 horas, e-mail: atendimento@dci.com.br	
Para assinar: São Paulo e Grande São Paulo (11) 5094-5200	
Demais localidades 0800-77-03-324	
assinatura@dci.com.br	
Redação	
Telefone (11) 5095-5200 - Fax (11) 5095-5300	
e-mail: redacao@dci.com.br	
Sede - São Paulo	
R. Major Quedinho, 90, 6ª a 8ª Andar, Centro, São Paulo, SP, CEP 01050-030 - Telefone (11) 5095-5200	
Impressão	
Taiga Gráfica e Editora Ltda.	

Associado a



«É vetada a reprodução parcial ou integral do conteúdo deste jornal, a não ser com a autorização expressa do Diretor de Redação»