

# E-COMMERCE Varejo online deve movimentar somente este ano quase US\$ 2 trilhões em negócios em todo o mundo

## OMC quer acordo sobre comércio eletrônico

ELIANE OLIVEIRA

Agência O Globo, Brasília

Pelo menos 20 países associados à Organização Mundial do Comércio (OMC) – entre os quais Brasil, Estados Unidos, Japão, México, Rússia e as nações europeias – já começam a se preparar para negociar um acordo para regulamentar um mercado que deverá movimentar, somente este ano, quase US\$ 2 trilhões em negócios: a economia digital, com ênfase para o comércio eletrônico. As discussões começam a esquentar este mês e a expectativa é que um esboço sobre o que seria esse marco regulatório ficará pronto na próxima reunião ministerial da OMC, agendada para o fim de 2017.

Os debates já começaram e têm à frente o diretor-geral

da OMC, Roberto Azevêdo. Nas últimas semanas, Azevêdo conversou pessoalmente sobre o tema com o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, no Vale do Silício, nos Estados Unidos, e, paralelamente à reunião do G-20 (grupo que reúne as 20 maiores economias do mundo), na China, ele se reuniu com Jack Ma, dono do Alibaba. O dirigente da OMC também esteve com representantes de Google, eBay, Uber, PayPal, além de associações de startups e pequenas empresas.

“Esta é uma agenda para a qual o Brasil tem de estar preparado, pois a agenda negociadora brasileira sempre se baseou em coisas mais tradicionais. Não há como se evitar o assunto, que já é uma realidade”, disse Azevêdo, que conversou, ainda

**Os debates já começaram e têm à frente o diretor-geral da OMC, Roberto Azevêdo**

**Segmento terá um faturamento de R\$ 53,5 bilhões no Brasil este ano**

sobre o tema, com o presidente Michel Temer e o ministro das Relações Exteriores, José Serra.

**Infraestrutura**

O leque de pontos que devem ser discutidos no campo multilateral para a elaboração de um marco regulatório abrange desde a facilitação de comércio para pequenas e médias empresas no comércio internacional, infraestrutura e acesso à internet até regras para a proteção do consumidor e do empreendedor em transações eletrônicas internacionais.

Também estão incluídas discussões sobre a liberdade de transmissão de dados, privacidade, reconhecimento de assinaturas digitais e, mais recentemente, a multiplicação de exigências re-

lativas à localização de servidores – ou seja, quando um governo obriga que a empresa instale seus servidores no seu próprio território para que possa operar naquele país.

“Já existem marcos legais espalhados pelo mundo, mas é preciso harmonizar os conceitos e criar uma espécie de e-PIB”, disse Ludovino Lopes, conselheiro da Câmara e-Net.

Maurício Salvador, presidente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, estima que, em 2016, esse segmento terá um faturamento de R\$ 53,5 bilhões no Brasil. Segundo ele, já existe um grande avanço na exportação de serviços e até mesmo de produtos. Vide aplicativos como Uber, AirBnB, ou marketplaces como Alibaba e eBay.

“O digital não tem fronteiras. A legislação internacional e o comércio entre países devem acompanhar essas mudanças”, disse Salvador.

Para o especialista Gerson Rolim, devido ao crescimento constante e significativo da economia digital, há uma busca por mais regulação doméstica e internacional, fomentada por diversos eixos, tais como o tributário, o de segurança e o protecionista. Daí a razão de o tema ser levado, cada vez mais intensamente, aos fóruns multilaterais.

Ele destacou que existem grandes assimetrias nas regulações nacionais. O mundo atual, com padrões distintos, regionalizados, tem se mostrado um entrave significativo à produtividade e na inovação digitais.

### CURTAS

#### Ambev promove campanha

Os 32 mil funcionários da Ambev no Brasil vão visitar sexta-feira bares, restaurantes e supermercados para alertar consumidores e profissionais desses estabelecimentos a terem atitudes responsáveis quando forem beber, vender ou servir bebidas alcoólicas. Só aqui na Bahia os 1.730 colaboradores da companhia estarão envolvidos na ação e mais de 62.600 pontos de vendas serão visitados durante o mês de setembro. A mobilização faz parte da sétima edição do Dia de Res-

ponsa, data criada para reforçar o compromisso da cervejaria com a promoção do consumo responsável.

**A mobilização da cervejaria faz parte da sétima edição do Dia de Responsa**

#### Vivo lança ferramenta inédita

A Vivo lançou um recurso inédito e gratuito para que seus clientes pós-pagos tenham mais comodidade e controle no uso e nos gastos da família com a internet 4G. A funcionalidade permite ao titular do plano distribuir a franquia para cada um de seus dependentes. Tudo isso de forma simples, rápida e intuitiva, pelo aplicativo Meu Vivo, disponível para smartphones Android e iOS, e também na web. O titular do plano compartilhado pela família pode acompanhar o con-

sumo de internet de cada dependente e distribuir a franquia de acordo com as necessidades de cada um.

**FUNCIONALIDADE**

Ao longo do mês, o titular pode fazer mudanças, ampliando ou reduzindo as cotas estabelecidas para cada dependente, de acordo com o consumo de cada um

#### Madero cresce 40% no 1º semestre

A rede Madero de restaurantes, que em Salvador está presente no Shopping Barra, cresceu 40% nos seis primeiros meses deste ano, em relação ao mesmo período do ano passado, alcançando um faturamento de R\$ 191,1 milhão no período. Parte desse crescimento foi impulsionado pela inauguração de seus novos restaurantes no primeiro semestre, sendo quatro Containers e dois steakhouses em Porto Alegre (RS), Vitória (ES), Araranguá (SC), Taboão da Serra (SP),

Anápolis (GO) e Itu (SP). Somente nessas novas operações foram investidos R\$ 14 milhões.

**PROJEÇÕES**

A projeção do grupo é faturar mais R\$ 259,5 milhões no segundo semestre deste ano, ultrapassando a marca de R\$ 450,6 milhões em faturamento no ano de 2016

## POR DENTRO DA PROPAGANDA

Informativo produzido pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO-BAHIA.

www.sinaprobahia.com.br

### GESTÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA É DISCUTIDA NO INTERIOR DO ESTADO



Workshop itinerante Ideia em Movimento, em Itabuna, no dia 24/08. (Foto: Pedro Augusto)

Com o objetivo de melhor qualificar o mercado publicitário em todo o Estado, o Sinapro-Bahia promoveu, no mês de agosto, nas cidades de Itabuna e Feira de Santana, as primeiras edições do Workshop Itinerante Ideia em Movimento. “A interiorização das ações do Sindicato é uma das premissas da minha gestão, por isso vamos continuar realizando outras edições, tanto do Workshop Itinerante, quanto do Encontro Regional das Agências de Propaganda, em todas as nossas regionais”, afirma Gustavo Queiroz, presidente do Sinapro-Bahia.

Voltada para os profissionais do mercado publicitário, a capacitação teve como tema Gerenciar o controle operacional e estratégico de uma agência. As palestras foram ministradas por Antônio Lino Pinto, sócio da Viramundo Consultoria em Gestão (SP), diretor da Confederação Nacional da Comunicação Social (CNCs) e diretor da Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro). “Esse é um assunto muito importante, principalmente neste momento de crise. Abordamos todos os pontos que impactam a gestão financeira de uma agência, tais como tributos, gestão de pessoas, elaboração de orçamento e fluxo de caixa”, explica Lino.

Em Itabuna, o evento foi realizado no Itabuna Palace Hotel, no dia 24 de agosto, e reuniu publicitários e representantes de agências e do mercado publicitário local. “A realização do Workshop repercutiu muito bem entre as agências afiliadas do Sinapro-Bahia na Regional Sul”, garante Rui Carvalho, sócio-diretor da RCM Propaganda e Delegado da Regional Sul do Sinapro-Bahia.

Já no último dia 25/08, foi a vez do Auditório da UNEF - Unidade de Ensino Superior de Feira de Santana receber o Workshop itinerante. “Foi uma das experiências mais proveitosas e com grande participação das agências locais”, ressaltou André Mascarenhas, sócio-diretor da agência Artecapital e vice-presidente do Sinapro-Bahia. Para ele, nunca foi tão necessário discutir a eficiência na gestão e as alternativas de diversificação, quanto nesse momento de instabilidade econômica. “A abordagem de Lino, como sempre muito precisa, além de compartilhar sua importante trajetória empresarial, traz uma visão otimista sobre o futuro do nosso negócio”, concluiu Mascarenhas.

#### AGÊNCIAS ASSOCIADAS

18K, AGÊNCIA UM, ART3, ARTECAPITAL, ATIVA, BAHIA, BISS, BOANOVA, BRANDBOOM, CAMPOS DE IDEIAS, CARAMOLA, COM, CIDADE, CONTAINER, CRIANTE, DESIGN PRINT DUOX, ELO, ENGENHO NOVO, ESSENCIAL, FILOPEQUENO, GURI, IDEIA 3, IMPACTO, LADOB, LEALUTE, LINK, M21, MAGO, MANGALÔ PROPAGANDA, MANGALÔ PUBLICIDADE, MARCATINA, MEIO, MERCADO, MORYA, MUITO MAIS, NATIVA, OBJECTIVA, OCP, P55, PLANET, POGGIO, PROPEG, PROSPECT, RCM, ROCHA, SERTÃO, SLA, TEMPO, TUPPI, ÚNICA, VIMÁDIA, VISÃO, W4, YAYÁ, ZANINA, ZÁS.

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA  
**Sinapro**  
BAHIA

www.sinaprobahia.com.br

# PÓS DA CIDADE

INDICADA POR QUEM É ESPECIALISTA

CURSOS NAS ÁREAS DE SAÚDE, GESTÃO, EDUCAÇÃO E DIREITO

INSCRIÇÕES ABERTAS

MENSALIDADES A PARTIR DE R\$ 132\*



3254-6036 • 3254-6037  
faculdaadedacidade.edu.br/pos  
/faculdaadedacidade

\*CONSULTE AS CONDIÇÕES