



## Mercado das cervejas artesanais se destaca no Brasil

EM 2017, O NÚMERO DE CERVEJARIAS REGISTRADAS NO BRASIL REGISTROU CRESCIMENTO DE 37,7%.

Segundo dados divulgados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) apontam um crescimento de 37,7% no número de cervejarias registradas no Brasil em 2017 – 2016 terminou com 493, já 2017 encerrou com 679.

Outra informação interessante: 8,9 mil produtos foram registrados por estes negócios em 2017. Uma média de 13 para cada marca. Nos números regionais, o estado com o maior número de cervejarias é o Rio Grande do Sul, com 142. Seguem a lista: São Paulo (124), Minas Gerais (87), Santa Catarina (78) e Paraná (67).

O aumento expressivo no número de cervejarias acaba refletindo diretamente na expansão no número de bares de cerveja artesanal. E mais: esse proces-

so fez com que muitos destes bares, estabelecimentos consolidados no mercado, optassem por ampliações e melhorias para atenderem ao público sempre fiel.

E não é só na variedade e qualidade do cardápio que são melhorados com o crescimento apontado pelo MAPA, dados de um levantamento preliminar realizado

pela da Associação Brasileira da Cerveja Artesanal (Abracerveja) mostram que o número de contratações das artesanais também cresceu.

De acordo com informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), cervejarias com menos de 100 funcionários geraram 723 novos postos de trabalho de janeiro a novembro de 2017. Entre os negócios do setor com mais de 100 funcionários, 829 postos de trabalho foram fechados no mesmo período.



## Startup implanta compliance em empresas

**APLICATIVO AJUDA EMPRESAS A APURAR CASOS DE CORRUPÇÃO E DESVIOS DE CONDOTA.**

A corrupção virou pauta dos noticiários no Brasil. A cada semana, novas delações, denúncias e acusações envolvendo empresas e até o governo, recebem destacada cobertura da imprensa.

Para se ter uma ideia, em 2017, o ranking de corrupção da Transparência Internacional, que avalia a percepção da corrupção, teve uma piora significativa. O Brasil está no 96º lugar na lista do ano passado, que examinou a corrupção do setor público em 180 países. Segundo pesquisa da consultoria Deloitte em 2016, 65% das empresas pesquisadas no Brasil afirmaram ter um programa de compliance.

Os dados são bastante agravantes e negativos para o país de um modo geral, ge-



rando desconfiança e instabilidade. No entanto, acendeu um sinal de alerta em empresas de todos os portes. Hoje, pequenas, médias e grandes companhias estão mais preocupadas em evitar que surjam atos de irregularidades e corrupção internos.

Foi pensando nesse cená-

rio que o advogado Fábio Moreno e o engenheiro André Cepukas, desenvolveram o IComply, um aplicativo de fácil uso que auxilia na regularização e controle de forma mais certeira da empresa contra possíveis atos de corrupção.

“O IComply é uma ferra-

menta de compliance que busca o desenvolvimento moral e ético do funcionário, o que resulta na proteção da empresa e de seus administradores”, afirma Fábio Moreno, CEO da empresa. A ferramenta busca o desenvolvimento e disseminação de uma Cultura de Integridade, que possi-

bilita a implementação eficaz de um Programa de Compliance, protegendo a empresa e os seus administradores.

**Conheça as funcionalidades do aplicativo:**

Por meio do aplicativo, é possível que qualquer colaborador da empresa ou terceiro, acesse o aplicativo IComply, que veicula documentos e comunicados institucionais, treinamentos e questionários, vídeos e entrevistas sobre compliance. “O app alcança, com extrema agilidade e eficácia todos os colaboradores da empresa, terceiros, fornecedores e demais parceiros comerciais. Há também um canal de denúncia anônimo, além de grupos de discussões animados pelos próprios usuários”, explica Fábio.

Outro objetivo do aplicativo é aprimorar e facilitar o acesso ao programa de compliance, produzindo provas positivas para a empresa a partir dos dados de acesso gerados pelo aplicativo, como tempo de uso, participação em treinamentos, respostas aos questionários.



# A linguagem corporal diz muito em uma entrevista

**T**emos uma habilidade impressionante de nos comunicarmos, mesmo quando não usamos palavras. A linguagem corporal tem uma capacidade incrível de transmitir sinais e informações que falam muito sobre nossa personalidade, sobre nosso estado de espírito. Dentro de um processo de recrutamento e seleção é indispensável passarmos a mensagem correta.

A linguagem não falada representa 60% daquilo que o candidato comunica. Sendo assim, é crucial ficar atento às mensagens que podem ser interpretadas ao longo da entrevista. Veja oito dicas, sendo que quatro delas causam uma boa impressão e as outras quatro podem prejudicar o candidato.

**Sorrir:** Sorrir é fundamental para criar um vínculo de empatia com o recrutador. O sorriso representa seu estado emocional, sua simpatia e seu entusiasmo em participar daquele processo de seleção. É uma linguagem corporal poderosa que fala muito sobre sua personalidade. É um convite para tornar a entrevista uma conversa mais leve - sem falar que quebra o gelo do primeiro contato.

**Aperto de mãos:** Um aperto de mãos firme, decidido e com atitude também representa sua energia e disposição de estar ali. Mais do que mostrar sua presença e ânimo em participar da entrevista, um aperto de mãos presente mostra que você encara seus desafios de frente, que você sustenta o que está falando. Mas, é claro que nada disso faz sentido se você não olhar nos olhos.

**Olhos nos olhos:** Conversar olhando nos olhos demonstra verdade e convicção no que se está falando. É claro que encarar o recrutador pode criar um clima descon-

## CONFIRA 8 DICAS DE LINGUAGEM CORPORAL QUE VÃO TE AJUDAR A SE SAIR BEM EM UMA ENTREVISTA DE EMPREGO.



fortável, mas mostrar por meio do olhar seu interesse e integridade são excelentes formas de se comunicar para causar uma boa impressão.

**Postura:** Tanto a postura alinhada na hora de caminhar quanto de se sentar são importantíssimas. Ao se sentar, mantenha a coluna reta. A melhor forma é sentar-se do meio para a ponta da cadeira, prestando atenção para manter os pés paralelos ao chão. Mantenha uma distância confortável da mesa. Muito próximo e debruçado pode causar um desconforto no ambiente. Muito distante passa a sensação de descaso.

**Gesticulação:** Para os que gostam de articular com as mãos, recomendo tentar conter o impulso "espalhafatoso". Embora seja quase impossível falar sem gesticular, movimentos expansivos e excessivos demonstram inquietude, certa imaturidade e nervosismo. Além de tudo, desconcentram o entrevistador.

**Síndrome das pernas inquietas:** Diretamente relacionada com a gesticulação, a síndrome das pernas inquietas é facilmente reconhecida pelo movimento frenéticos dos pés e pernas. Além de causarem um sentido de urgência, apressando o entrevistador,

o gesto demonstra uma ansiedade fora de controle. Mesmo que seja um hábito inocente, a mensagem que passa é que a pessoa está com pressa. Atrévida a essa mania, está o tamborilar de dedos sobre a mesa.

**Cruzar os braços:** É um bloqueio inconsciente. Claramente uma forma que o corpo encontra de manter a pessoa longe e mostrar que está sendo invadida uma zona de segurança. Pode transmitir também tédio e insatisfação com a entrevista.

**Checar o celular:** A pior atitude de todas, na minha opinião, e certamente o mal do nosso século. A inabi-

lidade das pessoas em se desconectar e estarem 100% presentes, destrói excelentes oportunidades. Quando estou conduzindo a entrevista, deixo a pessoa à vontade para atender uma ligação, caso seja necessário. Mas, se percebo que as notificações estão sugando a atenção do profissional, eu perco o ânimo de continuar o processo.

Talvez a dica mais importante que eu posso dar é que a pessoa seja transparente e autêntica.

Débora Lima da Cunha - headhnter na Trend Recruitment, boutique de recrutamento e seleção para marketing e vendas.

Fundado em 1934

Diretor Responsável: Eduardo Carvalhaes Nobre  
(Registro DR-MT/SRTE/MG - Nº 11.411)

Propriedade de O Debate Ltda - CNPJ: 19.403.088/0001-10  
Redação - Av. Amazonas, 2234 - Santo Agostinho - 30180-003  
Belo Horizonte/MG - (31) 3337-8008

Edição 2673 - Maio de 2018

Paulo Pinheiro Chagas (1934-1953)  
Oswaldo Nobre (1953-2007)  
Diretoria Executiva  
Luisa Maria Maia Nobre - Redação  
Eduardo Carvalhaes Nobre - Mídias Digitais

Site: [www.odebate.com.br](http://www.odebate.com.br)  
Gerente: Sandra Regina Valentim Maia  
Projeto Gráfico: Carlos Alexandre Domingues  
Órgão de Utilidade Pública pela Lei 1.950,  
da Câmara Municipal de Belo Horizonte

Os artigos e colunas assinados não expressam necessariamente a opinião do jornal.



# Vendas de veículos aumentam 38,5% em um ano

A Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) anunciou que, no primeiro quadrimestre do ano, foram vendidos 762.880 veículos, 21,3% a mais do que o registrado no mesmo período do ano passado.

O mês de abril representou alta de 4,8% em relação a março, com a venda de 217,3 mil unidades no mês. Na comparação com abril do ano passado, a alta foi de 38,5%.

Ao divulgar os dados, o presidente da Anfavea, Antonio Megale, destacou o resultado como “o melhor abril desde 2015, e o melhor mês desde dezembro de 2015, o que significa que aos pouquinhos o número está voltando”.

As exportações de automóveis registraram alta de 8,4% em abril, com a venda de 73.152 veículos. Com relação ao quadrimestre, a alta foi de 7,5% na comparação com o mesmo período anterior, com a exportação de 253.359 unidades de janeiro a abril.

Os caminhões tiveram elevação de 3,9% nas vendas em abril. Foram emplacadas, no último mês, 6,2 mil unidades.

Já a produção de veículos cresceu 20,7% nos primeiros quatro meses do ano em comparação com o período de janeiro a abril de 2017, embora o mês de abril tenha registrado recuo de 0,5%, com a produção de 266,1 mil veículos ante os 267,5 mil produzidos em março.

Segundo o balanço divulgado pela Anfavea, foram fabricadas 965,87 mil unidades no primeiro quadrimestre de 2018, enquanto a produção no mesmo período do ano passado ficou em 800,19 mil veículos.

DE ACORDO COM ANFAVEA, TANTO A VENDA QUANTO A PRODUÇÃO DE VEÍCULOS NO PAÍS ESTÃO VOLTANDO A CRESCER.



## Ranking aponta as 17 marcas mais lembradas do mundo

A COCA-COLA FOI A MARCA MAIS ESCOLHIDA PELOS CONSUMIDORES NO MUNDO PELO 6º ANO CONSECUTIVO.

De acordo com a edição deste ano do levantamento Brand Footprint da KantarWorldpanel, 17 marcas de FMCG (Fast-Moving Consumer Goods, os bens de consumo rápido) foram escolhidas pelos consumidores mais de um bilhão de vezes em 2017 no mundo todo.

Os rankings do relatório mapeiam quais as marcas estão sendo compradas com mais frequência pela maioria dos consumidores. A Coca-Cola aparece em primeiro lugar pelo sexto ano consecutivo, sendo eleita 5,8 bilhões de vezes em um ano.

A Colgate e a Maggi também se destacam no pódio, sendo as marcas de cuidados pessoais e alimentos, respectivamente, mais escolhidas do mundo.

A Colgate é a única selecionada por mais da metade da população - com 62% de penetração global -, enquanto a Maggi é a Top 50 que mais cresce em presença global, com crescimento de 14% em Pontos de Alcance (CRPs), o que ajudou a subir uma posição e a se tornar a terceira no ranking deste ano.

Os pontos de alcance compõem a métrica que mede quantas famílias ao redor do mundo estão comprando uma marca (penetração) e com que frequência (escolha do consumidor), fornecendo uma representação verdadeira da escolha do comprador.



### VEJA A LISTA:

- |               |                        |                |
|---------------|------------------------|----------------|
| 1 - Coca-Cola | 7 - Nescafé            | 13 - Nestlé    |
| 2 - Colgate   | 8 - Indomie            | 14 - Sunlight  |
| 3 - Maggi     | 9 - Sunsilk/Sedal/Seda | 15 - Downy     |
| 4 - Lifebuoy  | 10 - Knorr             | 16 - Palmolive |
| 5 - Lay's     | 11 - Dove              | 17 - Sprite    |
| 6 - Pepsi     | 12 - Lux               |                |



## Campanha alerta consumidor sobre ofertas tentadoras

**CAMPANHA DESCREVE "ARMADILHAS" QUE SEDUZEM O CONSUMIDOR NA HORA DE COMPRAR.**

Comprar um vestido pela metade do preço ou um carro zero quilômetro sem precisar dar uma entrada. Essas ofertas tentadoras muitas vezes podem ser o gatilho para o consumo desenfreado.

O combate ao consumo excessivo é o foco da campanha de educação financeira. No meu dinheiro mando eu, da Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (Abrapp).

"As mais comuns são as grandes promo-



ções com zero de entrada; pague 2 e leve 3; cartão de crédito com o limite turbinado; 50% OFF; 10x sem juros; planos anuais e a Black Friday", disse o integrante da Comissão Técnica de Estratégia e Criação de Valor da Abrapp, Cristiano Verardo.

A campanha descreve "armadilhas" que seduzem para dar dicas ao consumidor de como não se deixar levar pelo impulso de comprar e a cometer erros. Em relação aos planos de academias de ginástica, por exemplo, a recomendação é que consumidor avalie quais as vantagens e desvantagens de contratar um plano anual, semestral ou mensal e analisar a economia real ao contratar o serviço. Confira mais dicas para não ser enganado: [www.nomeudinheiromandoeu.com.br](http://www.nomeudinheiromandoeu.com.br).

## ESPM abre curso para quem quer se candidatar para eleição

**AULAS A DISTÂNCIA ENSINAM TÉCNICAS E CONCEITOS PARA FUTUROS POLÍTICOS.**

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) lançou o curso "Comportamento do Eleitor – como construir campanhas vencedoras" que discute questões relacionadas ao universo eleitoral. Ministrado pelo especialista em marketing Gabriel Rossi, o curso a distância acontecerá no dia 19 de outubro.

"Diante do novo cenário da sociedade e da comunicação na era da internet e das redes, a ideia é apresentar ferramentas e estratégias para serem usadas como diferencial, levando em consi-



deração a perspectiva do eleitor e do ambiente externo", aponta Rossi.

Além dos alicerces do branding político e eleitoral, Gabriel falará sobre os quatro arquétipos que podem ser trabalhados na esfera eleitoral e

política, segundo Roger-Gérard Schwarzenberg.

As inscrições podem ser feitas pelo link <http://www2.espm.br/cursos/ead/comportamento-do-eleitor-de-2018-e-como-construir-campanhas-vencedoras>

## Uma loja sobre rodas que vai até o consumidor, sem motorista

**CHAMADO E-PALETTE, O VEÍCULO QUE A TOYOTA QUER LANÇAR PARA OS JOGOS OLÍMPICOS DE 2020, EM TÓQUIO.**

O e-Palette é uma minivan que pode atender o comércio varejista, entregar pizzas, servir de hotel ou escritório, e também ser utilizada como veículo para deslocamentos urbanos compartilhados por várias pessoas. "Hoje você tem que ir até as lojas. No futuro, com o e-Palette, a loja vai até você", disse o presidente da Toyota, Akio Toyoda.

A Toyota quer lançar os e-Palettes até 2020, quando o Japão sediará os jogos olímpicos. A minivan tem três versões distintas, de quatro até sete metros, que levam em consideração as funções desejadas pelo cliente.



## Startup brasileira substitui cadáveres por clones virtuais



**CSANMEK DESENVOLVE TECNOLOGIA QUE CONVERTE RESSONÂNCIAS E TOMOGRAFIAS EM CLONES VIRTUAIS.**

A startup brasileira Csanmek, especializada em sistemas e soluções para o mercado educacional, desenvolveu uma plataforma educacional que converte ressonâncias magnéticas e tomografias em clones virtuais de três dimensões.

Trata-se da Plataforma Multidisciplinar 3D da Csanmek, utilizada atualmente em 50 cursos de medicina (humana e veterinária) no Brasil, Estados Unidos, México e Peru nas aulas de anatomia.

O simulador 3D, que pode custar entre R\$ 200 mil e R\$ 400 mil, funciona como uma mesa que exhibe modelos tridimensionais altamente detalhados e anatomicamente corretos de todos os sistemas do corpo humano para treinamento de cirurgias e dissecações virtuais.

A tecnologia é atualmente a principal alternativa ao uso de cadáveres em salas de aulas, além de seguir a tendência mundial de trocar corpos humanos por simuladores digitais de dissecação virtual.