

O MAIOR DEBATE DA AMÉRICA LATINA

THEODORA CIOCCARI
Diretora de Comunicação do IEE
diretoriacomunicacao@iee.com.br



O maior debate de ideias da América Latina. Assim a revista Forbes definiu o Fórum da Liberdade, que nos dias 6 e 7 de abril de 2020 chegará a sua 33ª edição.

Poucos sabem, mas este grande fórum é organizado por empresários de até 35 anos de idade, associados do IEE – Instituto de Estudos Empresariais. Em 1984, o IEE foi fundado por 20 integrantes que sonharam formar e incentivar jovens lideranças com base nos conceitos de economia de mercado e livre iniciativa. Ao completar 35 anos neste início de dezembro, a instituição conta com mais de 200 associados que atuam em empresas que geram impacto de quase 25% no PIB do Estado.

Por meio do Fórum da Liberdade, os fundamentos do liberalismo puderam ser discutidos, desmistificados e apresentados para a so-

cidade. Em abril deste ano, o total de participantes ultrapassou 5 mil pessoas presencialmente e mais 350 mil online. O fórum definitivamente é vanguarda: tivemos a presença do atual ministro da Economia, Paulo Guedes, pelo menos seis vezes como palestrante, quan-

Os questionamentos sobre o que é ser liberal pairam nas mentes dos mais jovens e dos mais velhos

do o Brasil ainda não conhecia o nome dele. Proporcionamos ao público oportunidades raras, como o debate entre os pré-candidatos à Presidência da República, ao vivo no palco em 2018, ou o líder da Operação Mãos Limpas,

Antonio Di Pietro, da Itália, frente a frente com o juiz Sergio Moro, da Operação Lava-Jato. Já foram mais de 500 horas de conteúdo produzido, 23 livros publicados, palestrantes de mais de 25 países – dentre eles, cinco vencedores do Prêmio Nobel e nove chefes de Estado.

Em 2020, a responsabilidade será ainda maior, pois fala-se que o Brasil vive uma primavera liberal. Privatizações deixaram de ser tabu, ajuste fiscal está no vocabulário da mídia nacional e as reformas estão caminhando.

Os questionamentos sobre, de fato, o que é ser liberal pairam nas mentes dos mais jovens e dos mais velhos e geram intensos debates na arena virtual. O fórum 2020 será a oportunidade de respirar este debate, olhos nos olhos. Será imperdível.

O AMBIENTE DE NEGÓCIOS E A GM

RICARDO HINGEL
Economista, consultor e
conselheiro de empresas
rhingel@gmail.com



Na semana passada tive a satisfação de participar da cerimônia oficial de inauguração de expansão da fábrica da General Motors em Gravataí, com a introdução de uma nova linha de produtos que agregaram àquela unidade modernização de processos e tecnologias produtivas e a fabricação de produtos de ponta no mercado nacional.

A expansão da fábrica havia sido anunciada em agosto de 2017 e contou com investimentos na ordem de R\$ 1,4 bilhão. Tendo participado das negociações que trouxeram a planta para o Rio Grande do Sul em 1996, em todas as suas etapas, ver o corpo que aquele projeto tomou, passados mais de 20 anos, é motivo de satisfação. Quando do anúncio da expansão escrevi nesse espaço um conjunto de seis artigos onde tentei resumir aquelas negociações.

Ressalto que quando da primeira reunião com os executivos da montadora, o Rio Grande do Sul não fazia parte de seu leque de opções de localização, fruto do ambiente de negócios negativo que viam aqui, em face de experiências anteriores.

O Brasil precisa urgentemente atrair investimentos em todas as áreas, o que só se realiza com a criação de um ambiente de negócios pró-iniciativa privada e pró-empresendedores para atrair capitais, centro do atual esforço do governo federal.

A postura do então governo Britto foi um exemplo bem-acabado de compreensão política de um ciclo de investimentos que ocorria na época com a responsabilidade técnica que empreendimentos como aquele demandavam. Algumas centenas de milhões de impostos diretos e indiretos, milhares de empregos que se seguiram e a introdução em nossa matriz produtiva de uma indústria moderna e inovadora não deixam dúvidas daquele acerto e responderam bem aos esforços fiscais realizados.

A expulsão da Ford foi um retrocesso em nosso ambiente de negócios.

O projeto da GM pretendeu colocar aqui uma fábrica com processos inovadores e que deveria se transformar em modelo mundial, o que ocorreu, a exemplo da presente expansão, que a mantém como uma fábrica de padrão global. O complexo da General Motors em Gravataí hoje gera um veículo a cada 51 segundos e se aproxima da produção de 4 milhões de automóveis desde seu início, o que só foi possível porque houve diálogo com diversos governos estaduais que se sucederam e ajudaram a viabilizar as sucessivas expansões do empreendimento.

Somente posturas proativas e ambientes de negócios favoráveis e contemporâneos terão a capacidade de nos fazer recuperar algumas décadas de atraso econômico.

Somente posturas proativas terão a capacidade de nos fazer recuperar algumas décadas de atraso econômico

MUDAR NÃO É FÁCIL, MAS É PRECISO

IRMÃ CELASSI DALPIAZ
Diretora do Colégio Santa Inês
celassi@santainesrs.com.br



Para que as instituições de ensino sobrevivam ao tempo, resistindo décadas, precisam ter coragem e humildade para ousar. Mudanças sutis na cor do logotipo, ou mesmo no nome, não têm impacto sozinhas. As ações precisam ser suficientemente significativas para que possam atingir os objetivos propostos. A personalidade da marca precisa ser tocada, em sua essência, no intuito de impactar na vida de toda a comunidade escolar. Como encarar as pesquisas de mercado? Quem são os públicos? Suas expectativas? Em que contexto estamos? Qual legado queremos construir?

É preciso prestar atenção nos aspectos tangíveis e nos intangíveis, nas crenças e nas opiniões sobre os atributos da marca. Se debruçar sobre as formas da entrega, a qualidade dos serviços e, acima de tudo, sobre as experiências relatadas pelos es-

tudantes, famílias, professores e colaboradores. É necessário ter certeza de que as promessas são concretizadas e percebidas. Todas as informações devem ser tratadas cuidadosamente e analisadas, com um olhar profissional, imparcial, focado na razão de ser e nos valores essenciais.

Para que as instituições de ensino sobrevivam ao tempo precisam ter coragem para ousar

A construção de um novo momento exige muito diálogo, escutas atentas e dados, muitos dados. Não é fácil mudar, porém é necessário! Acreditamos que temos a essência para contribuir com a transformação das pesso-

as que impactarão a mudança do mundo. Nosso capital humano é primoroso e nosso legado institucional valioso, atualizado e necessário à sociedade. Nossa missão não mudou e nossos valores são perenes, mas a nossa visão se ampliou. Mais do que multiplicar conteúdo, formar cidadãos na sua plenitude exige novas formas e combinações para a construção do conhecimento.

Este é o momento e o protagonismo será daquele que tiver coragem de duvidar daquilo que sabe e abertura para ler este novo tempo. Ter a capacidade de experimentar e propor novas formas de conhecimento é o que nos fará grandes e capazes de engajar os estudantes e de torná-los protagonistas de uma nova história na Educação Inesiana para que, com ética e cuidado, conscientemente, possam intervir na realidade e transformar o mundo.

Opinião online



• **Jorge Barcellos**, doutor em Educação/UFRGS: "As origens da função do cobrador de ônibus estão na ética do cuidado, nunca se tratou apenas de 'dar o troco'".

GAÚCHAZH.

Leia o artigo em
gzh.rs/barcellos

Ricardo R. Hingel escreve às quartas-feiras, a cada 15 dias. Amanhã:
Gabriela Ferreira, líder de Impacto Social do Tecnopuc e diretora técnica da Anprotec.