

O Magazine da Câmara  
de Comércio Suíço-Brasileira

The Magazine of the  
Swiss-Brazilian Chamber  
of Commerce

# SWISSCAM

## BRASIL

65

2011  
R\$ 10,00

foco

# esportes

focus

# sports

jurídico

## Protocolo Verde da Febraban

legal

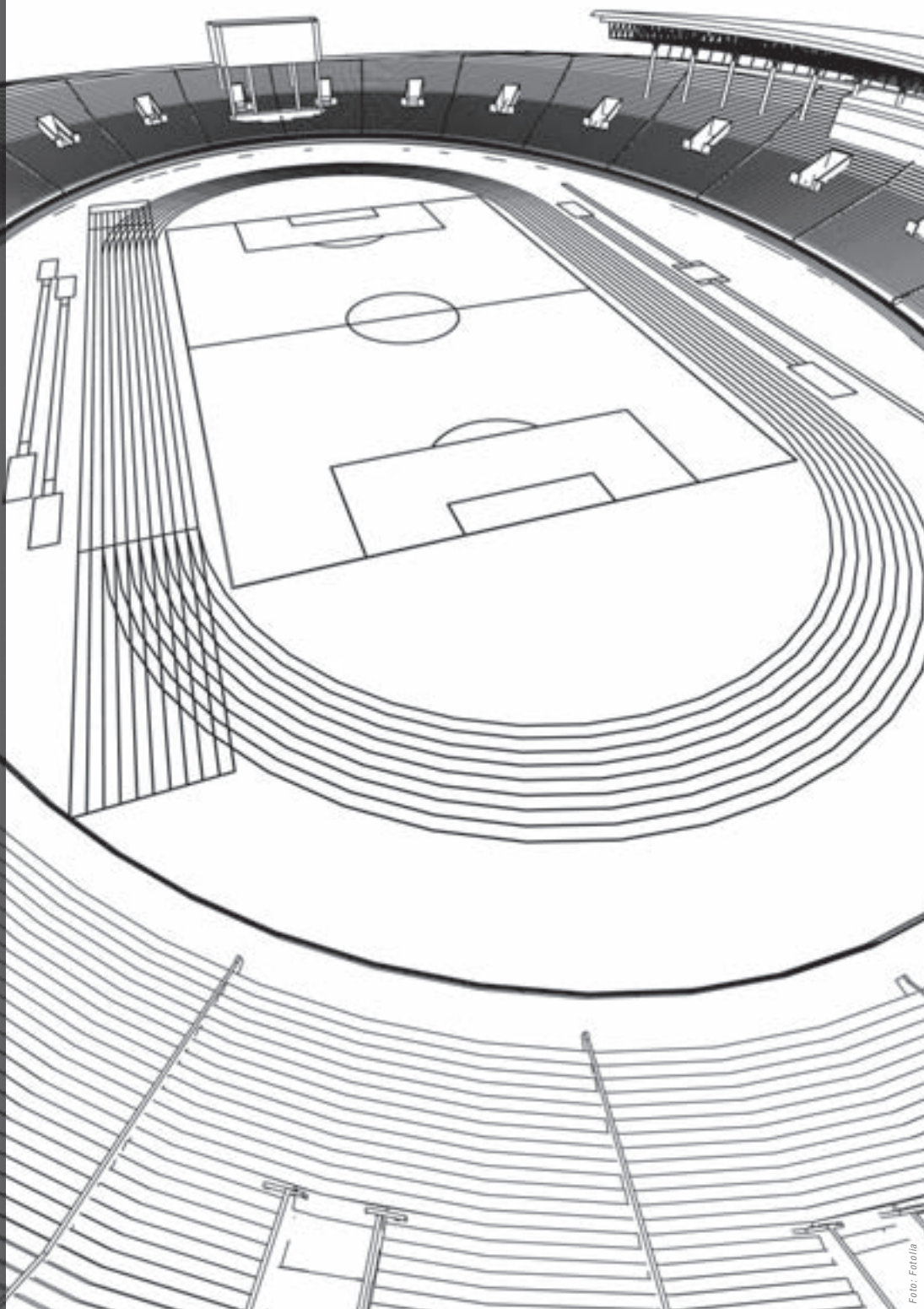
## Febraban Green Protocol

notícias da SWISSCAM

AGO 2011  
SWISSCAM na Suíça

chamber news

AGM 2011  
SWISSCAM in Switzerland





## SAIBA QUEM ESTÁ AJUDANDO A SALVAR VIDAS

Investindo continuamente em pesquisa e desenvolvimento, a Roche tem personalizado a forma de diagnosticar e tratar diversas doenças, contribuindo para a qualidade de vida das pessoas.

serviço de informações  
☎ 0800-7720-289  
[www.roche.com.br](http://www.roche.com.br)



# Ciclo do esporte no Brasil



Foto maior: Adenilson Nunes/AGECOM. Foto menor: Scopia

O Brasil começa a vivenciar um ciclo produtivo na área do Esporte: Jogos Militares (2011), a Copa das Confederações (2013), a Copa do Mundo (2014), a Copa América (2015) e as Olimpíadas e Paraolimpíadas (2016).

por **Ney Campello**

**E**sse ciclo virtuoso eleva o esporte à condição de estratégia nacional de desenvolvimento e promoção humana, e a Bahia estará representada em sua quase totalidade.

Quando focamos na Copa do Mundo de 2014, não podemos deixar de destacar o crescimento e a representatividade da temática, com a aproximação do evento. Uma correta compreensão do que significa para o país a condição de anfitrião do maior evento midiático do planeta, e em que contexto este evento se realizará, certamente contribui para dele extrairmos o máximo de benefícios esportivos, econômicos e sociais para a

sociedade brasileira. Há que se observar, com igual importância, os requisitos atinentes à aplicação dos recursos públicos nas competições, com o fito de assegurarmos transparência, eficiência e controle social dos investimentos que serão realizados. O país que sedia as competições atua como provedor dos requisitos estipulados, mediante os contratos celebrados entre a entidade, o governo federal e as sedes. É importante destacar também que o esforço público para o atendimento de tais exigências é compensado com a visibilidade internacional, somada à incorporação da expertise e os ganhos tecnológicos.

Segundo estudos do Ministério do Esporte, os impactos da Copa 2014 na economia brasileira

Estádio da Fonte Nova sendo implodido e o projeto para a construção da Arena Fonte Nova, que será uma das sedes da Copa do Mundo 2014. Estádio Fonte Nova being imploded and the project for the construction of Arena Fonte Nova, which will be one of the venues of the 2014 World Cup.

podem alcançar cifras próximas a R\$ 183 bilhões, sendo a maior parte (73%) referente aos reflexos indiretos na economia. A Copa do Mundo de 2014, além de catalisadora e indutora de aceleração de obras e projetos estruturantes, oferece ao país oportunidades variadas, sejam elas econômicas, esportivas ou socioculturais. É a oportunidade de planejarmos cidades requalificadas e sustentáveis, gerar soluções para os problemas metropolitanos da mobilidade, elevar a qualidade na prestação de serviços, modernizar a rede hoteleira, reestruturar aeroportos e portos, requalificar a infraestrutura turística, revitalizar o centro histórico e fomentar a expressão da diversidade cultural brasileira, objetivos que precedem o evento e representarão expressivo legado, se alcançados. ▶

No plano da infraestrutura, o maior dos nossos desafios se refere à mobilidade urbana e à acessibilidade. A Copa pode e deve contribuir para uma solução de mobilidade sustentável, metropolitana, multimodal e integrada, oportunizando transporte público de qualidade e de longo prazo para a população. A Arena Fonte Nova é outra obra estruturante e de centralidade para o Governo da Bahia. Além de um estádio moderno, seguro e confortável, será um equipamento multifuncional, inserindo Salvador no circuito internacional do entretenimento.

Na dimensão do capital humano, principal dos legados da Copa, a Secopa pretende mobilizar todas as instituições qualificadoras, públicas e privadas, para o desafio de treinar e qualificar

**Os impactos da Copa 2014 na economia brasileira podem alcançar cifras próximas a R\$ 183 bilhões, sendo a maior parte (73%) referente aos reflexos indiretos na economia.**

baianos, formando habilidades e competências essenciais para receber bem os turistas, mas, sobretudo, constituir opção de empregabilidade e sobrevivência no pós-copa. Com relação ao legado institucional, destaco a recente celebração entre o Governo do Estado e a Prefeitura de Salvador, de um Termo de Cooperação que institui o Comitê Organizador Unificado, instância de monitoramento conjunto que se articulará com a FIFA/COL e todos os entes responsáveis pelas dimensões de preparação do evento.

A clareza de objetivos do projeto baiano constitui legitimidade para reivindicar a abertura e/ou o encerramento da Copa das Confederações e a abertura do Mundial de 2014. Sustenta esse pleito por sua representatividade cultural, civilizatória e pelo bom estágio de desenvolvimento do Programa Copa 2104 na Bahia. Dois são os grandes objetivos que almejamos alcançar com o Mundial de 2014: ganhar a Copa, expressão de nossa paixão pelo futebol, e ganhar com a Copa, motivação maior em busca de oportunidades e benefícios que sejam internalizados à sociedade baiana. ■

## Informação

### Information

Devido a problemas com a Locaweb, pedimos desculpas aos associados que porventura não tenham recebido os convites da SWISSCAM. Caso ainda tenha problemas, por gentileza entre em contato. Due to problems with our host server Locaweb, we apologize to our members that haven't received by chance SWISSCAM invitations. In case you still have problemas, please get in touch.

## editorial

# Sports cycle in Brazil

Brazil will soon be embarking on a cycle of major sporting events with the Military Games (2011), the Confederations Cup (2013), the World Cup (2014), the America Cup (2015), and the Olympics and Paralympics (2016).

by **Ney Campello**

**T**his virtuous cycle of events raises sport to the status of a strategy for national development and human progress, and Bahia as a whole will be engaged in this process.

In relation to the 2014 World Cup, we cannot fail to highlight its large scale and dominant role as the event nears. A clear notion of what it means for Brazil to be hosting the planet's biggest media event and the context in which this event will take place will certainly help us to reap the biggest benefits possible in terms of sporting, economic and social consequences for Brazilian society. Equal weight should be given to the requirements relating to the use of public resources for the competitions with the aim of ensuring transparency, efficiency and social control of investment. The host country for these competitions acts as the provider of the stipulated requirements through contracts between the entity, federal government and venues. Another important point to note is that the public effort to meet such requirements is rewarded by international visibility, plus the incorporation of expertise and technological gains.

Research conducted by the Ministry of Sports shows that the impact of the 2014 World Cup for the Brazilian economy may be near R\$ 183 billion, most of which (73%) will be in the form of indirect effects for the economy. The 2014 World Cup will not only act as a catalyst, inducing faster progress on construction and infrastructure projects, but will also offer Brazil many

opportunities in terms of its economic, sporting, and sociocultural effects. This is an opportunity for us to improve city planning with sustainable urban complexes, find solutions to the problems of metropolitan mobility, improve quality in the service sector, modernize our hotel network, restructure our ports and airports, upgrade our infrastructure for tourism, revitalize our historic cities and encourage the expression of Brazil's cultural diversity, all of which were aims already held before the event, but which will represent a significant legacy if they are accomplished.

In terms of infrastructure, the greatest of our challenges refers to urban mobility and accessibility. The Cup can and should contribute to a sustainable solution for urban mobility that will be metropolitan, multimodal and integrated, thus an opportunity to raise the quality of public transport long-term for Brazilians. As a major stadium for the event, Arena Fonte Nova is also a key part of structure for Bahia's state government. This modern, safe and comfortable stadium will be multifunctional and thus ensure Salvador's place on the international entertainment circuit too.

**The impact of the 2014 World Cup for the Brazilian economy may be near R\$ 183 billion, most of which (73%) will be in the form of indirect effects for the economy.**

On the human capital side, the most important of the legacies from the World Cup, Bahia's State Secretary for 2014 World Cup Affairs (Secopa) plans to mobilize all qualifying institutions, public and private, for the challenge of training and qualifying local people in Bahia to acquire the abilities and skills essential for welcoming tourists, but particularly to provide options for employability and making a living after the World Cup. In relation to the institutional legacy, I would highlight a recent agreement between the state government and the municipality of Salvador to set up a Unified Organizing Committee as a joint monitoring body articulating with FIFA/LOC and all entities responsible for different aspects of preparing for the event.

Given the clearly stated objectives for Bahia's project, the state may legitimately claim the role of hosting the opening and/or closing of the Confederations Cup and holding the opening events for the 2014 World Cup. Its ambitions in this sense are sustained by its cultural and civilization representativeness, and the favourable development of the 2104 World Cup Program in Bahia. There are two major goals that we hope to accomplish with the 2014 World Cup: may our winning the World Cup, as an expression of our passion for soccer, and our winning with the World Cup be our greatest sources of motivation to pursue opportunities and benefits, as aims assimilated by society in Bahia. ■



**Ney Campello** é Secretário Estadual para Assuntos da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, do Governo do Estado da Bahia.

**Ney Campello** is State Secretary for 2014 World Cup Brazil Affairs, of the State Government of Bahia.

e-mail: [ney.campello@secopa.ba.gov.br](mailto:ney.campello@secopa.ba.gov.br)



Câmara de Comércio Suíço-Brasileira  
Swiss-Brazilian Chamber of Commerce  
Schweizerisch-Brasilianische Handelskammer  
Chambre de Commerce Suisse-Brésilienne

Avenida das Nações Unidas, 18.001  
04795-900 São Paulo (SP) Brasil  
Tel +55 (11) 5683 7447  
Fax +55 (11) 5641 3306  
swisscam@swisscam.com.br  
www.swisscam.com.br

Presidente - President  
Christian Hanssen

Vice-presidentes - Vice-Presidents  
Carlos Roberto Hohl  
Antonio Carlos Guimarães

A Câmara de Comércio Suíço-Brasileira,  
constituída em 1945, é filiada à União das  
Câmaras de Comércio Suíças no Exterior  
e à Câmara de Comércio Internacional.  
The Swiss-Brazilian Chamber of Commerce,  
founded in 1945, is affiliated to the Swiss  
Foreign Trade Chambers and the International  
Chamber of Commerce.

www.swisscam.com.br



## agenda

**9** Dia Nacional da Suíça. Swiss National Day.

## jurídico legal

**12** O Protocolo Verde, os bancos e a retomada dos negócios. Green Protocol, banks and return of business.

## convidado guest

**16** Por trás de cada esporte, uma grande aliada: a Química. Behind every sport there is a great ally: Chemistry.

## conexão suíça swiss connection

**20** Greater Geneva Berne area (GGBa) no Brasil. Greater Geneva Berne area (GGBa) in Brazil.

## meio ambiente environment

**26** Alternativas sustentáveis para pequenos e grandes eventos. Sustainable alternatives for both small and large events.

## cultura culture

**29** 2º Panorama do Cinema Suíço Contemporâneo. 2<sup>nd</sup> Panorama of Contemporary Swiss Cinema. / Festa Internacional da Francofonia. International Festival of Francophony.

## comunidade suíça no brasil swiss community in Brazil

**34** Clube Esportivo Helvetia. Helvetia Sports Club.

## notícias da SWISSCAM chamber news

**11** AGO 2011. AGM 2011. / Comitês SWISSCAM. SWISSCAM committees. **28** SWISSCAM na Suíça. SWISSCAM in Switzerland. / Business Breakfast.

## foco: esportes focus: sports

**6** O Badminton na vida de um suíço-brasileiro. Badminton in the life of a Swiss-Brazilian.

**14** À procura de talentos. Talent hunting.

**18** Incentivos fiscais no esporte. Tax incentives for sport.



Foto: ©Sauber Motorsport AG

**22** A Sauber, por Peter Sauber. Sauber, by Peter Sauber.

**24** Um mega evento, e mesmo assim sustentável. A mega event, and nevertheless sustainable.

**30** Copa 2014: oportunidades e riscos para a imagem do país anfitrião. 2014 World Cup: opportunities and risks for the host country's image.

**32** Entrevista com Jorge Muzy. Interview with Jorge Muzy.

Próxima edição: Energia.  
Next edition: Energy.

# O Badminton na vida de um suíço-brasileiro



Foto: Rohan C. Fernando

Paulo von Scala conta suas experiências profissionais no Brasil e na Suíça com o segundo esporte mais praticado e o mais rápido de raquete do mundo, o Badminton, e como o conciliou com seus estudos e trabalho.

por Paulo von Scala

**A**os 12 anos conheci a Suíça, país de origem de meu avô materno e do qual eu herdei o passaporte deste país. Através de um programa de intercâmbio para suíços que nasceram no exterior, passei três semanas na casa de uma família em um vilarejo na Suíça. Ao voltar ao Brasil, a família me deu duas raquetes e algumas petecas para que pudesse continuar jogando o esporte que tanto havia praticado durante minha estadia.

Apaixonado pelo esporte, procurei um local para praticar em São Paulo, e após poucos meses de prática comecei a competir nos campeonatos regionais e nacionais. Quatro anos depois, aos 17 anos, tive minha primeira experiência de entrar na seleção brasileira e participar de um campeonato mundial por equipes em Praga, na República Tcheca. Aquele foi o primeiro de cinco torneios internacionais até terminar o colegial. Não foi fácil combinar o esporte e as viagens com a escola, mas a motivação de competir fora e ter uma oportunidade única fazia me preparar para tudo que fosse possível.

**Aos 17 anos, tive minha primeira experiência de entrar na seleção brasileira.**

Logo depois decidi estudar em Lausanne, pois, além de abrigar naquela época uma excelente universidade de administração de empresas, ali estava também o centro de treinamentos da seleção suíça de badminton. Excelente combinação para um jovem que queria muito estudar na Suíça, mas que encontrou também no esporte os vínculos necessários para suportar três anos de invernos longe dos pais, dos amigos e do calor brasileiro. Após o horário de aula, quando não ficava na biblioteca estudando, dedicava minhas horas à noite para treinar e dar aulas. Meu desejo era, além de me formar, também me tornar um grande atleta de badminton.

A Suíça, por ter uma quantidade de praticantes de badminton muito maior do que o Brasil naquela época (5.000 federados e 120.000 praticantes, contra 500 federados e 3.000 praticantes no Brasil – 1998), oferecia também diversos apoios e oportunidades. Após um ano de treino no centro de Lausanne, fui convidado a jogar pelo clube na primeira divisão e, após mais um ano, o treinador da seleção suíça

me convidou para integrar a seleção daquele país. Foi um grande choque cultural. Na Suíça eles planejam o ano inteiro com antecedência. Durante o período de recesso de dois meses no verão, você recebe os treinos de preparação para a temporada e também já sabe exatamente quantos torneios, fins de semana de treino e quantos campeonatos internacionais você participará.

**Meu melhor resultado no badminton: ser campeão suíço na categoria individual em 2002.**

Vivi essa programação durante um ano, até minha partida para um intercâmbio na Suécia. Foi aí que mais uma vez a combinação de estudos e esporte motivou a minha decisão. Em Uppsala havia a possibilidade de frequentar uma excelente escola e ao mesmo tempo conhecer estudantes do mundo inteiro. Para minha grande sorte, descobri que, naquela pequena cidade a 70 quilômetros ao norte de Estocolmo, também se encontrava o melhor clube de badminton do país, com jogadores que não só estavam entre os melhores de um país, mas também entre os melhores do mundo.

Não consegui me destacar entre os melhores daquele clube, mas o fato de treinar com jogadores de tão alto nível me fez alcançar meu melhor resultado no badminton: ser campeão suíço na categoria individual em 2002. Os estudos se encerraram na Suíça com a realização de um estágio no departamento de finanças corporativas de uma empresa de consultoria em Zurique.

Voltando ao Brasil, tentei trazer e aplicar meus aprendizados. Treinei uma equipe de oito jogadores durante dois anos em um clube em São Paulo e após passar pela quarentena de três anos (período que um atleta deve esperar para competir por outro país) voltei a competir em 2006 pela seleção brasileira.

A minha carreira esportiva se encerrou nos Jogos Pan-Americanos. Infelizmente enfrentei por duas vezes o favorito e campeão do torneio, tanto na categoria de simples como de duplas. Mas a experiência de participar de um dos maiores eventos esportivos organizados no Brasil, com a presença de amigos e familiares torcendo por você, foi uma experiência que nunca esquecerei. ■



Paulo von Scala, da seleção brasileira, enfrenta o Canadá, nas categorias individual e de dupla, nos Jogos Pan-Americanos de 2007, Rio de Janeiro. Paulo von Scala from the Brazilian team playing singles and doubles against Canada at the Pan American Games 2007 in Rio de Janeiro.

Fotos: Regina Tanner

focus: sports

# Badminton in the life of a Swiss-Brazilian

Paul von Scala talks about playing professional badminton in Brazil and Switzerland and how he was able to do so while at school or work. Of the world's racket sports, badminton is second in terms of numbers involved and speed.

by **Paulo von Scala**

At the age 12, I first travelled to Switzerland, home of my maternal grandfather, from whom I inherited a Swiss passport. Through an exchange program for foreign-born Swiss, I spent three weeks with a family in a village there. On my return to Brazil, the family gave me two rackets and a few shuttlecocks so that I could continue playing the sport I had practiced so often during my stay.

I was passionate about badminton, so I found a place to practice in Sao Paulo and within a few months I was competing in regional and national championships. Four years later, at the age of 17, I had my first experience of playing for Brazil at a world championship in Prague, in the Czech Republic. It was the first of five international tournaments while I was at high school. Fitting in sport and travel with school work was not easy, but I was motivated to compete internationally and grasp a unique opportunity, so I got ready to tackle everything that came my way.

Soon after that, I decided to go to university in Lausanne, which had an excellent business adminis-

My first experience of playing for Brazil was when I was 17.

tration course at that time, and the Swiss badminton team's training centre was there too. This was a great combination for a young man who was eager to study in Switzerland, and sport provided the ties needed to put up with three years of long winters away from parents, friends and warm weather in Brazil. After school, when I was not studying in the library, I spent my time at night training or teaching. As well as getting a degree, I wanted to become a great badminton player.

In Switzerland, numbers playing badminton were much higher than in Brazil at that time (5,000 federation members and 120,000 players, against 500 and 3,000 in Brazil – 1998) and the sport offered more support and opportunities. After a year training at the Lausanne centre, I was asked to play for the club in the first division. A year later, the national coach asked me to join the Swiss team. It was a big culture shock. In Switzerland, they plan these things a whole year in

My greatest achievement in badminton: winning the Swiss championship individual category in 2002.

advance. During the two-month summer recess, you train to get ready for the season and you know exactly how many tournaments, weekend training sessions and international championships are coming up.

I spent a year on this kind of schedule before leaving for an exchange-program period in Sweden, where I was once again motivated by combining studies and sports. At Uppsala, I was able to go to an excellent school and at the same time meet students from all over the world. I was very lucky to find that this small city 70 km north of Stockholm had the best badminton club in the country, whose players were not only among the best in Sweden but also among the best in the world.

I was not able to stand out much among the best players at that club, but the fact of training alongside them at a high level led me to my best achievement in badminton: winning the Swiss championship individual category in 2002. My university course in Switzerland ended with an internship in the corporate finance department of a Zurich consulting firm.

On returning to Brazil, I tried to apply what I had learned there and trained a team of eight players at a Sao Paulo club for two years. After a three-year quarantine period (time you have to wait before competing for another country) I started playing for Brazil in 2006.

My sporting career ended at the Pan American Games. Unfortunately I was matched against the tournament favourite and winner twice, in both singles and doubles. However, playing at one of the top sporting events in Brazil with friends and family cheering you on was an experience I will never forget. ■

# SIGVARIS

LIFE FOR LEGS

## Meias Sigvaris, um cuidado a mais no seu dia a dia...

**Você sabia que pode usar meia de compressão graduada diariamente?**

- Extremamente confortável e elegante;
- Alivia o desconforto e peso nas pernas;
- Melhora sua circulação sanguínea.

*Mais saúde e beleza para as suas pernas!*

A linha terapêutica Sigvaris oferece tudo isso para você.



SIGVARIS, LIFE FOR LEGS are registered trademarks of Cossutti & Cie AG, St. Gallen/Switzerland, in many countries worldwide.

Para mais informações, acesse um de nossos canais para contato.



[twitter.com/sigvarisbr](https://twitter.com/sigvarisbr)



[pt-br.facebook.com/sigvaris.br](https://pt-br.facebook.com/sigvaris.br)



SAC SIGVARIS  
0800 707 7311

[www.sigvaris.com.br](http://www.sigvaris.com.br)





## Agenda

# Dia Nacional da Suíça Swiss National Day

## XXXV Festa da Tradição

31 de julho de 2011 domingo

31<sup>st</sup> July 2011, Sunday

### Colônia Helvetia

Al. Antonio Ambiel, 895 – Indaiatuba - Bairro Helvetia

Tel.: (19) 3885 0219 / E-mail: [info@helvetia.org.br](mailto:info@helvetia.org.br)

[www.helvetia.org.br](http://www.helvetia.org.br)

## Festa Suíça

06 de agosto de 2011 sábado, das 15h às 21h

06<sup>th</sup> August 2011, Saturday, 03 p.m. - 9 p.m.

### Clube Esportivo Helvetia

Av. Indianópolis, 3.145 São Paulo

Tel.: (11) 2275 6738 / E-mail: [helvetia@clubehelvetia.com.br](mailto:helvetia@clubehelvetia.com.br)

[www.clubehelvetia.com.br](http://www.clubehelvetia.com.br)

## Almoço Comemorativo

01º de agosto de 2011, segunda-feira

01<sup>st</sup> August 2011, Monday

Detalhes serão enviados aos associados da SWISSCAM.

Further details will be sent to SWISSCAM members.

## Distintividade na Proteção da Propriedade Industrial

Gewerblicher Rechtsschutz  
mit eingebauter Unterscheidungskraft

Patentes

Patente

Marcas

Marken

Desenhos Industriais

Geschmacksmuster

Transferência de Tecnologia

Technologietransfer

Licenciamento

Lizenzverträge

Franquias Empresariais

Franchising

Software

Software

DANNEMANN  
SIEMSEN  
BIGLER &  
IPANEMA MOREIRA

[dannemann.com.br](http://dannemann.com.br)

Rio de Janeiro • São Paulo • Brasília



Estudar na

# SUÍÇA

sem sair do  
**Brasil**



- "aprender com a **cabeça**" • desenvolver integralmente habilidades e competências
  - "aprender com o **coração**" • formar cidadãos
  - "aprender com as **mãos**" • agir com responsabilidade
- Heinrich Pestalozzi*

**escola suíço brasileira**  
schweizerschule  são paulo



**colégio suíço brasileiro**  
schweizerschule  curitiba

Rua Visconde de Porto Seguro, 391  
04642-000 São Paulo (SP) • Tel. +55 11 5682 2140  
esbsp@esbsp.com.br • www.esbsp.com.br

Rua Wanda dos Santos Mallmann, 537  
83323-400 Pinhais (PR) • Tel. +55 41 3525 9100  
chpr@chpr.com.br • www.chpr.com.br

# AGO 2011

A Assembleia Geral Ordinária da SWISSCAM foi realizada em São Paulo, dia 17 de março de 2011, no Hotel Transamérica.

Na ocasião, foi divulgado o Relatório Anual da Diretoria, contendo a Ata da Assembleia Geral Ordinária 2010; a Mensagem do Presidente; a Mensagem do Embaixador da Suíça no Brasil, Wilhelm Meier; a Mensagem da Embaixadora do Brasil na Suíça, Maria Stela Pompeu Brasil Frota; Eventos 2010; Destaques da Economia Brasileira e a lista dos associados. A publicação é ilustrada com fotos da Estrada Real, rota turística do caminho criado por tropeiros para escoar os tesouros de Minas Gerais.

Stephan Buser, diretor executivo, apresentou as atividades da SWISSCAM, o balanço e a demonstração de resultados de 2010, assim como o orçamento e as atividades planejadas para 2011. Todas as contas e o orçamento para 2011 foram aprovados por unanimidade.

Após a reunião, os convidados assistiram à palestra do economista João Luiz Mascolo, que abordou o tema "Cenários para a economia brasileira". ■

## chamber news

# AGM 2011

SWISSCAM's Annual General Meeting (AGM) was held at Hotel Transamérica in Sao Paulo, on March 17, 2011.

The management committee issued its annual report containing the following: minutes of the 2010 Annual General Meeting; Message of the President; Message of the Swiss Ambassador to Brazil Wilhelm Meier; Message of the Brazilian Ambassador to Switzerland Maria Stela Pompeu Brasil Frota; Events in 2010; Highlights of Brazil, and our membership list. The publication is illustrated with photographs of the Estrada Real, a tourist route following the trail used by mule trains to ship out treasure from the state of Minas Gerais.

Stephan Buser, executive director, presented the chamber's activities, balance sheet, and income statement for 2010, as well as the budget and activities planned for 2011. All these accounts and the budget for 2011 were voted unanimously.

After the meeting, guests attended a talk on "Scenarios for the Brazilian economy" given by the economist João Luiz Mascolo. ■



Ronaldo Cianciarulo, Clube Helvetia; João Luis Mascolo, palestrante; Christian Hanssen, SWISSCAM; Wilhelm Meier, Embaixada da Suíça; Stephan Buser, SWISSCAM. Ronaldo Cianciarulo, Clube Helvetia; João Luis Mascolo, palestrante; Christian Hanssen, SWISSCAM; Wilhelm Meier, Embaixada da Suíça; Stephan Buser, SWISSCAM.

## Comitês SWISSCAM

Veja aqui quais foram as últimas palestras realizadas pela SWISSCAM. Todas as apresentações estão disponíveis em nosso website. Para mais informações acesse [www.swisscam.com.br/comites](http://www.swisscam.com.br/comites).

### Comitê Jurídico / Coordenador: Gustavo Stüssi

31 de março – "Refis da Crise - Consolidação"

Palestra ministrada por Eduardo Pugliese e Bruno Baruel Rocha, do escritório Souza, Schneider, Pugliese e Sztokfisz Advogados.

27 de maio – "Direito da Concorrência no Brasil - Novidades e Tendências"

Palestra ministrada por Adriana Franco Giannini, do escritório Trench, Rossi e Watanabe Advogados.

17 de junho – "Operações de aquisição de ativos e de participação societária: Aspectos Negociais e Jurídicos"

Palestra ministrada por Fabiana Nitta, do escritório Sonia Marques Döbler Advogados e Edmo Colnaghi, da ABB.

### Comitê Financeiro e Econômico / Coordenador: Frederico Turolla

27 de abril – "Mercado Imobiliário: aquecido ou bolha? Impactos no seu Negócio"

Palestra ministrada por Gunther Grineberg, CEO da ilre capital, consultoria especializada em *real state*.

### Comitê de Recursos Humanos / Coordenadora: Maria Lúcia Gadotti

19 de maio – "O RH Estratégico"

Palestra ministrada por Ugo Franco Barbieri, sócio da Horton International.

### Comitê de Comunicação e Marketing / Coordenadora: Angélica Rotondaro

13 de maio – "Copa e Olimpíadas: como usar incentivos fiscais para posicionar sua marca"

Palestra ministrada por Jorge Muzy, Presidente do Grupo Muzy.

## SWISSCAM committees

These have been the most recent talks organized by SWISSCAM. All presentations are available on our website. For more details visit [www.swisscam.com.br/committees](http://www.swisscam.com.br/committees).

### Legal Committee / Coordinator: Gustavo Stüssi

March 31 – "The special crisis program for paying back taxes (REFIS) - Consolidating tax liabilities"

Talk given by Eduardo Pugliese and Bruno Baruel Rocha from the law office Souza, Schneider, Pugliese and Sztokfisz

May 27 – "Competition Law in Brazil - News and Trends"

Talk given by Adriana Franco Giannini from the office of Trench, Rossi and Watanabe.

June 17 – "Acquisitions of assets and equity interest: legal and business aspects"

Talk given by Fabiana Nitta from the office of Sonia Marques Döbler and Edmo Colnaghi of ABB.

### Finance and Economic Committee / Coordinator: Frederico Turolla

April 27 – "The real-estate market - overheated or a bubble? Impacts for your business"

Talk by Gunther Grineberg, CEO of ilre capital consulting firm specializing in real estate.

### Human Resources Committee / Coordinator: Maria Lúcia Gadotti

May 19 – "Strategic HR"

Talk by Franco Ugo Barbieri from Horton International.

### Communication and Marketing Committee / Coordinator: Angélica Rotondaro

May 13 – "The World Cup and the Olympics: using tax incentives to position your brand"

Talk by Jorge Muzy, president of Muzy Group.

A hand in a blue sleeve is shown placing a blue cube onto a window frame. The window looks out onto a green field under a blue sky. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

jurídico

# O Protocolo Verde, os bancos e a retomada dos negócios

por **José Augusto Martins,**  
**Luciana V. Pereira e Renata Amaral**

Seguindo tendência internacional que se vislumbra irreversível, a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) firmou em 2009, o chamado “Protocolo Verde” com o Ministério do Meio Ambiente.

**O**s bancos que a ele aderirem deverão envidar seus melhores esforços para: (i) oferecer linhas de financiamento e programas que fomentem a qualidade de vida e o uso sustentável do meio ambiente; (ii) considerar os impactos e custos socioambientais na gestão de ativos e análise de projetos; (iii) promover o consumo consciente; e (iv) informar, sensibilizar e engajar as partes interessadas em políticas sustentáveis. Efetivamente, desde os Princípios do Equador, criados pelo Banco Mundial em 2003, diversos bancos internacionais passaram a exigir, como condição para empréstimos, que seus clientes inserissem a variável ambiental em seus projetos de financiamento. Ademais, no País, a vinculação de créditos oficiais ao licenciamento ambiental encontra-se desde 1981, pela Lei que institui a Política Nacional do Meio Ambiente. Assim, importantes bancos de desenvolvimento, tanto nacionais como internacionais, já incluíam dentre os critérios de análise de crédito, o atendimento, pelo financiado, à legislação ambiental, à exigência de apresentação de avaliações ambientais e à adoção de boas práticas socioambientais.

O Protocolo Verde, contudo, abre uma nova perspectiva para a implantação de critérios ambientais mais amplos, adequados e eficazes. A par das razões universalmente aceitas como necessárias para a manutenção da qualidade da vida e mesmo da sobrevivência do planeta em geral, nenhum banco pode, hoje, correr o risco de emprestar ou fazer negócios com empresas que estejam ou possam vir a estar respondendo por infrações ou crimes ambientais e sociais.

O Protocolo torna ainda mais importante a avaliação prévia da viabilidade do empreendimento sob o enfoque de compliance às leis municipais, estaduais e federais relativas à proteção de ecossistemas, de comunidades locais, de bens de valor histórico-cultural etc. Vislumbra-se, no futuro próximo, tanto no País como alhures, a implantação de inúmeros projetos de energia renovável, recuperação ambiental, reciclagem, apenas para citar algumas poucas atividades nesse campo. Também se espera a reestruturação regulatória do mercado de créditos de carbono, na questão chamada “Pós-Kyoto”. Este tema foi discutido de maneira ampla na convenção anual

**Nenhum banco pode, hoje, correr o risco de emprestar ou fazer negócios com empresas que estejam ou possam vir a estar respondendo por infrações ou crimes ambientais e sociais.**

internacional chamada “Carbon Expo”, que este ano ocorreu em Barcelona, Espanha, na última semana de maio e que contou com bancos públicos e privados, organismos internacionais, organizações não-governamentais, fundos de investimento, empresas e governos. Não há dúvida, assim, que o ressurgimento dos negócios a partir da recuperação e da saída da atual crise será pautado pela questão socioambiental e pelos investimentos sustentáveis. ■

# Green Protocol, banks and return of business

Following the apparently irreversible international trend, the Brazilian Federation of Banks (FEBRABAN) signed in 2009 the so-called "Green Protocol" with the country's Ministry for the Environment.

by **José Augusto Martins, Luciana V. Pereira and Renata Amaral**

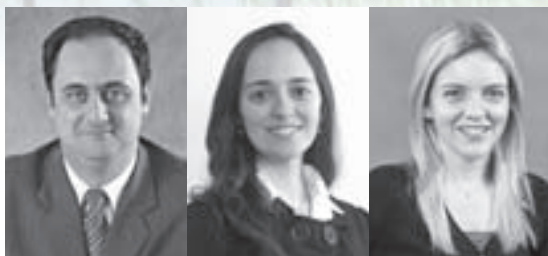
No bank today can run the risk of lending to, or doing business with, companies that are or might be at some point responsible for environmental and social infractions or crimes.

The banks that have signed on, have committed to exerting their best efforts to: (i) offer financing lines and programs that stimulate the quality of life and sustainable use of the environment; (ii) take into account the social and environmental impacts and costs in asset management and project analyses; (iii) promote consumer awareness; and (iv) inform, enlighten and engage the interested parties in sustainable policies. Since the creation of Ecuador Principles by the World Bank in 2003, a number of international banks have effectively exacted, as one of the terms for loans, that their clients include an environmental variable in their financing projects. Moreover, in Brazil, government credits have been linked to environmental licensing since 1981, based on the Law that instituted the Brazilian Environmental Policy. Thus the leading development banks, as well as domestic and international banks, already include credit analysis criteria, compliance on the part of the borrower, with environmental legislation, requirements to present environmental evaluations and incorporate good social and environmental practices.

The Green Protocol, however, opens up a new perspective for the implementation of a broader more appropriate and effective set of environmental criteria. On the lines of universally acceptable reasons such as necessary for the maintenance of the quality of life and even the survival of the planet in general, no bank today can run the risk of lending to, or doing business with, companies that are or might be at some point responsible for environmental and social infractions or crimes.

The Protocol makes a prior viability evaluation of the company even more important inasmuch as concerns compliance with municipal, state and federal laws related to the protection of ecosystems, local communities and valuable historic and cultural objects etc. It calls for, in the near future, both in Brazil as well as elsewhere, the implementation of a number of renewable energy projects, environmental recovery and recycling to name just a few activities in this area. It also calls for a market regulatory restructuring of carbon credits in the matter referred to as "post-Kyoto." This subject was discussed in a broad sense at the annual international convention entitled "Carbon Expo" which this year took place in Barcelona, Spain, in the last week of May, comprising private and public banks, international agencies, nongovernmental organizations, investment funds, companies and governments. There is no doubt that resurgence of businesses based on the recovery and exit from the current crisis, will be guided by social and environmental issues and sustainable investments. ■

Foto: Fotolia



**José Augusto Martins**, especializado em direito internacional e bancário, sócio de Trench, Rossi e Watanabe Advogados; **Luciana V. Pereira** e **Renata Amaral**, associadas do grupo de direito ambiental e mudanças climáticas do mesmo escritório.

**José Augusto Martins**, a specialist in international and banking Law, partner of the Law firm Trench, Rossi e Watanabe Advogados; **Luciana V. Pereira** and **Renata Amaral**, associates of the environmental Law and climatic changes group of the same firm.



No Brasil, mais de 300 mil postos de trabalho deixam de ser preenchidos anualmente por falta de capacitação profissional, segundo levantamento feito pelo Sistema Nacional de Emprego.

# À procura de talentos

por **Marcus Vinícius Freire**

O esporte olímpico brasileiro, que também padece de falta de mão de obra, verá essa situação se agravar com a realização da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Este é um ponto crucial a ser enfrentado em prol do desenvolvimento do esporte para além de 2016.

Há três meses, o Comitê Olímpico Brasileiro mantém 12 postos de trabalho abertos na sua estrutura, quase 10% de seu quadro total, sem que se consigam encontrar pessoas com os perfis adequados a assumir responsabilidades específicas. Há seis meses, uma das 29 Confederações Olímpicas Brasileiras procura preencher, sem sucesso, o seu cargo de diretor-executivo. A distância entre oferta e procura deve piorar muito. Apenas até o final de 2011, o Comitê Rio 2016 deverá contratar cerca de 150 colaboradores, o que dobrará seus quadros atuais. Em 2016, durante a realização dos Jogos, a equipe do Comitê Rio

2016 deverá chegar a 4.000 funcionários contratados – e cerca de 70 mil voluntários.

Nas últimas décadas, a grande mazela do esporte olímpico no Brasil sempre foi a falta de recursos. Após a vitória da candidatura do Rio de Janeiro, em 2 de outubro de 2009, esse quadro vem se modificando em velocidade impressionante. Os valores ainda não são os ideais, se compararmos com as grandes potências mundiais, mas agora os olhos do mundo se viraram para o Brasil, e todas as grandes e médias empresas de marketing esportivo, por exemplo, decidiram fincar bandeira no nosso país.

Por sua vez, os grandes patrocinadores mundiais, dos mais diferentes mercados, estão traçando suas estratégias para atrelar suas marcas ao esporte. Como costumamos dizer, vivemos uma década de oportunidades no esporte, que teve início com os Jogos Pan-Americanos Rio 2007 e vai até o Rio 2016.

Passamos então a ter outro problema: falta de mão de obra qualificada para satisfazer tamanha demanda, dos agentes públicos e privados. Os clubes, federações e confederações necessitam de executivos com bagagem não só esportiva,

Há seis meses, uma das 29 Confederações Olímpicas Brasileiras procura preencher, sem sucesso, o seu cargo de diretor-executivo.

mas de planejamento, gerenciamento de projetos, administração de recursos humanos e relacionamento interpessoal.

Cabe lembrar que não estamos falando apenas dos 17 dias dos Jogos Olímpicos, mas da onda criada por uma década do esporte no Brasil, que teve início com os Jogos Pan-Americanos de 2007; foi reforçada em 2009, com a vitoriosa campanha Rio 2016; terá ainda este ano os Jogos Mundiais Militares; posteriormente, em 2013, a Copa das Confederações; e, em 2014, a Copa do Mundo de Futebol. Essa década de ouro será concluída em grande estilo com a realização, em 2015, de todos os pré-eventos dos Jogos e, finalmente, com a realização dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016.

Diversas universidades têm qualificado pessoas para esse mercado em ebulição. Por sua vez, o COB, com toda a experiência acumulada de seus colaboradores e contatos esportivos internacionais, e, principalmente, em função da necessidade urgente em seus próprios quadros, bem como a de confederações, federações, clubes e secretarias de esportes, não poderia deixar de participar desse processo.

Os clubes, federações e confederações necessitam de executivos com bagagem não só esportiva, mas de planejamento, gerenciamento de projetos, administração de recursos humanos e relacionamento interpessoal.

Estrategicamente, criamos o Instituto Olímpico Brasileiro (IOB), com o objetivo de qualificar mão de obra para o novo nicho de mercado de administradores esportivos, que visa a atender às necessidades de vários agentes do esporte olímpico brasileiro. O IOB tem também entre seus objetivos uma melhor preparação para os treinadores das modalidades que ainda não possuem tal área estruturada e o desenvolvimento de processos por meio dos quais o ex-atleta possa fazer uma transição segura das competições ao mercado de trabalho.

Essa mão de obra que se qualificará para estes grandes eventos em território brasileiro com certeza será um dos grandes legados para o futuro do nosso país.

Além disso, desenvolvemos uma força-tarefa COB e Rio 2016 para, por meio de uma série de palestras nos principais MBAs do país, tentar arregimentar talentos para se juntar àquele que já é um dos maiores projetos do Brasil: o de realizar de forma espetacular os Jogos Olímpicos Rio 2016 e posicionar o Brasil entre os 10 maiores medalhistas dos Jogos Olímpicos.

Temos trabalhado com empresas de recrutamento de pessoas, mas sentimos que os talentos ainda não descobriram que este mercado está aberto para eles. Ainda mais do que isso: está precisando deles! ■

# Talent hunting

Over 300,000 vacancies are left unfilled every year in Brazil due to a lack of occupational training, according to a survey conducted by the National Employment System.

by **Marcus Vinicius Freire**

**B**razil's Olympic sports efforts, which are also being affected by shortages of manpower, will see this situation aggravated by the World Cup and the Rio 2016 Olympic Games. This is a crucial issue to be addressed for sport to be developed after 2016.

Three months ago, the Brazilian Olympic Committee's structure had 12 unfilled vacancies – almost 10% of its total staff – because it was unable to find people with the right profiles for certain responsibilities. One of Brazil's 29 Olympic sports confederations has been unsuccessfully trying to engage an executive director for six months. The supply-demand gap is only likely to become wider. By the end of 2011, the Rio 2016 committee will need a further 150 collaborators, which will double its current staff. In 2016, during the games themselves, the Rio 2016 team is due to reach 4,000 – along with some 70,000 volunteers.

One of Brazil's 29 Olympic sports confederations has been unsuccessfully trying to engage an executive director for six months.

For decades, the main issue for Olympic sports in Brazil has been lack of funds. After Rio de Janeiro's bid succeeded on October 2, 2009, this situation has been changing at incredible speed. The amounts involved are still far from ideal compared with the world's major powers, but with the world's eyes on Brazil, all the large and medium-sized sports marketing companies, to take one example, have decided to pitch their wares here.

In turn, the world's major sponsors, covering a wide range of industries, are busy formulating strategies to associate their brands with sport. As we often say, this

is a decade of opportunity in sport, from the Rio 2007 Pan American Games through to Rio 2016.

So then we move on to another problem: a shortage of manpower qualified to meet the scale of demand from public and private sectors. Clubs, federations and confederations need executives with backgrounds in not only sports, but also planning, project management, human resources and interpersonal skills.

We should note that we are not just talking about 17 days of Olympic events, but the momentum built up by a decade of sport in Brazil, starting from the 2007 Pan American Games; this was reinforced in 2009 with the successful bid to host the 2016 event; and later this year we will host the World Military Games; followed by the Confederations Cup in 2013; and the soccer World Cup in 2014. This golden decade will be going out in style with all the pre-events in 2015 and finally the Rio 2016 Olympic and Paralympic Games.

Clubs, federations and confederations need executives with backgrounds in not only sports, but also planning, project management, human resources and interpersonal skills.

Several universities have been training people for this buoyant market. Brazil's Olympic Committee is by necessity highly involved in this process, having accumulated experience among its collaborators and international sporting contacts, and mainly due to the urgent need in its own ranks as well as those of its confederations, federations, clubs and state sports departments.

Strategically, we created the Brazilian Olympic Institute (IOB) to train staff for the new niche market of sports administrators and so meet the needs of various agents in Brazil's Olympic sports. The IOB's objectives include better training for coaches in areas that still lack structure and developing processes so that former athletes may securely transition from competing to the regular job market.

Having well-trained staff for these great events in Brazil is sure to be one of the great legacies for its future.

We are also developing a COB taskforce for Rio 2016 and, through a series of talks at the main MBA centres, we are trying to recruit talent to join those already working on one of the biggest projects in Brazil: a spectacular staging of the Rio 2016 Olympic Games and ensuring Brazil's place among the top ten Olympic medal winners.

We have been working with recruiters and headhunters, but we feel that many talented people have not yet realized that this market is open to them. Moreover, it is in need of them! ■



**Marcus Vinicius Freire** é superintendente-executivo de Esportes do Comitê Olímpico Brasileiro e medalhista olímpico (prata, no vôlei, em Los Angeles-84).

**Marcus Vinicius Freire** is executive superintendent for Sport with the Brazilian Olympic Committee and Olympic medal winner (silver, volleyball, Los Angeles-84).

# Por trás de cada esporte, uma grande aliada: a Química

A Química joga a favor de cada esportista para que ele alcance sua máxima performance.

por *Liliana Rubio*

A civilização humana sempre teve como premissa a evolução e, em todas as culturas, desde a antiga Grécia, o esporte tem sido reconhecido como parte essencial desta jornada – uma jornada de superação e competitividade, que busca alcançar os mais altos padrões de eficiência e desempenho. Para essa evolução, sempre contribuiu uma antiga e reconhecida aliada: a Ciência, ou melhor, a Química, presente nos materiais inovadores e de alta tecnologia para vencer dia após dia as próprias marcas.

Química para os mais rápidos, para os mais precisos, para cortar as águas e alcançar os picos mais altos – os esportes e as atividades físicas a incorporam em grande escala para melhorar sua performance e, para isso, envolvem as mais diversas indústrias: têxtil, plásticos, construção, alimentação, farmacêutica etc. Especialidades químicas funcionais e inovadoras são desenvolvidas e colaboram constantemente com a evolução do setor esportivo. Elas estão presentes no amplo mundo das cores e dos aditivos que garantem características físicas únicas, estimulando e satisfazendo as expectativas dos consumidores mais exigentes. Lançamentos que cumprem com os mais altos padrões de qualidade, de desempenho e de cuidado ambiental identificam e exploram a diversidade de aplicações que o mundo moderno exige, utilizando modernas tecnologias que abarcam desde os tecidos das roupas e os diversos equipamentos esportivos até o próprio campo onde os esportes são praticados.

A Química está presente nos tecidos e nos calçados esportivos, nos quais as fibras sintéticas e naturais adotam as tendências de cores da moda e fazem a grande diferença; são cores vibrantes e de alta resistência à luz, ao calor, às condições

ambientais e à lavagem. Encontra-se também, e mais ainda, no amplo mundo da funcionalidade em que, por meio dos aditivos, se garante a maleabilidade, a leveza, o controle de umidade, a rápida secagem, a evaporação do suor, a resistência ao desgaste e a proteção ultravioleta. Isto sem falar na saúde dos atletas – a tecnologia incorpora os efeitos antimicrobiais ao vestuário e ao calçado, garantindo o controle de bactérias e fungos. Enfim, garante efeitos funcionais e cores adequadas a cada modalidade, privilegiando o conforto de atletas profissionais ou entusiastas do esporte – porque conforto é uma questão de Química.

Os equipamentos esportivos – como varas, nadadeiras, paraquedas, cordas, entre outros – são produzidos com materiais que mantêm a cor estável e intensa por mais tempo e garantem a impermeabilidade. Além disso, incorporam novos *blends*, como nanocompostos e fibras de carbono, para garantir alta resistência ao impacto e à tensão, leveza e durabilidade, com qualidade. Os campos de futebol e a construção das grandes arenas esportivas também contam com a contribuição da Química que, com receitas inovadoras, assegura a proteção e a segurança de todos os materiais utilizados, como assentos dos estádios, grama sintética e bancadas. Suas aplicações conferem proteção contra o desgaste provocado pela exposição ao sol, alta resistência à abrasão e durabilidade, intensidade de cor e proteção contra o fogo – porque durabilidade e proteção também são uma questão de Química.

Apesar das oscilações da economia mundial e de seu impacto na indústria, o mercado dos produtos químicos que atende aos esportes atingiu um dos crescimentos mais estimulantes dos últimos tempos, devido aos investimentos significativos introduzidos para viabilizar a infraestrutura para os grandes eventos esportivos internacionais neste setor bilionário. O grande desafio está em desenvolver e incorporar ao segmento materiais de altíssimo desempenho. E, neste cenário, a Clariant está presente, a serviço do esporte, como líder mundial em especialidades químicas, com larga experiência e com centros de desenvolvimento sempre voltados para a inovação. ■





guest: clariant

# Behind every sport there is a great ally: Chemistry

Chemistry plays in favour of every athlete so that they can achieve maximum performance.

by **Liliana Rubio**

**H**uman civilization has always taken evolution as a given and in all cultures since ancient Greece, sports have been acknowledged as an essential part of this journey – one involving excelling and competing, seeking to reach the highest standards of efficiency and performance. Science, or rather, Chemistry has always contributed towards this evolution, found in innovative materials and high technology, to surpass day after day their own scores.

Chemistry, to be the quickest, to be the most accurate, to glide through the water and reach the highest peaks; sports and physical activities incorporate improvements to performance on a large scale, and therefore involve a very broad range of industries: textiles, plastics, construction, food, pharmaceuticals etc. Functional and innovative chemical specialties are developed and continually help toward the evolution of the sports sector. They are found in a wide range of colours; additives that assure unique physical characteristics stimulate and satisfy the most demanding consumer expectations. New product releases that comply with the highest standards of quality, performance and environmental care identify and explore a wide range of applications that the modern world demands, using modern technologies embracing everything from clothing material, sporting goods and even the fields on which sports are played.

Chemistry can be found in sports fabrics and shoes, in which synthetic and natural fibres adopt the trends and fashionable colours and make a big difference; they are in vibrant colours, highly resistant to light, heat, environmental conditions and washing. It is also

found to an even greater extent in the broad world of functionality which, by means of additives, can assure pliability, lightness, moisture control, quick drying and perspiration evaporation, wear resistance and ultraviolet protection. We cannot forget to mention the health of the athletes; technology incorporates antimicrobial effects in the dressing room and shoes assuring bacteria and fungus control. This guarantees functional effects and colours appropriate to each type of sport, benefitting both professional and amateur sports enthusiasts and comfort, because comfort is a question of Chemistry.

Sporting goods such as poles, flippers, parachutes, cords, as well as other products, are produced using materials that maintain colour stability and intensity for a longer time and insure impermeability. Additionally they incorporate new blends such as nanocomposites and carbon fibres enabling resistance to impacts and pressure, lightness and durability and quality. Football fields and the construction of large sports arenas rely on contributions from Chemistry using innovative formulas to make objects such as stadium seats, synthetic grass and bleachers. Applications safeguard against wear caused by sun exposure, high resistance to abrasion and durability, colour intensity and fireproofing – because durability and protection are also a matter of Chemistry.

Despite fluctuations in the world economy and its impact on industry, the chemical product market, which supplies the needs of the sports industry, has achieved one of its most encouraging growth spurts in recent years, owed to significant investments made to enable the infrastructure for large international sporting events in the billion dollar sector. The biggest challenge is to develop and incorporate within the segment extremely high performing materials. In this regard, Clariant is present and at the service of sports as a world leader in chemical specialties and its broad experience and development centres are at all times devoted to innovation. ■

*Masterbatches tailor-made para assentos de estádio com cores, retardantes de chama e estabilizantes à luz ultravioleta. Como nos estádios da África do Sul, em Polokwane, Durban e Pretoria. Masterbatches tailor-made for coloured, flame retardant and ultraviolet light stabilized seats, as in the stadiums of South Africa, in Polokwane, Durban and Pretoria.*



**Liliana Rubio** é Gerente de Marketing – Segmento Aditivos e P&D para América Latina – Clariant – BU Masterbatches.

**Liliana Rubio** is Head of Marketing Segment Additives & R&D Latin America of Clariant — BU Masterbatches.

# Incentivos fiscais no esporte

Foto: Sanja Gjenero/RGB Stock

Agora o negócio é investir em esporte, seja com verba corporativa ou com o aproveitamento das leis de incentivos fiscais.

por **Kátia Seadi** e **Márcio Godoy**

A partir de 2010, o Brasil se torna oficialmente o centro mundial dos esportes por conta dos eventos que irão acontecer nos próximos anos:

- 2011 – 5º Jogos Mundiais Militares – RJ
- 2013 – Copa das Confederações
- 2014 – Copa do Mundo FIFA
- 2015 – Copa América
- 2016 – Jogos Olímpicos e Paraolímpicos

A realização destes eventos certamente contribuirá para o aumento significativo das iniciativas no campo esportivo e para a valorização deste setor nos cenários nacional e internacional.

No Brasil, há anos que o esporte é tratado apenas como uma oportunidade. De maneira geral, os investimentos feitos no meio esportivo carecem de um planejamento estratégico de longo prazo, da construção de uma marca associada a uma modalidade e do posicionamento que a empresa deseja transmitir aos seus consumidores. A maioria das

**Pessoas Físicas podem descontar até 6% da declaração do Imposto de Renda devido, e Pessoas Jurídicas até 1% do Imposto de Renda devido (tributadas com base no lucro real) para patrocínio.**

empresas investe em ações pontuais, na exposição da sua marca durante a transmissão de um único evento, sem uma estratégia clara ou duradoura.

Agora, investir em esporte se tornará uma necessidade, deixará de ser uma ação tática para se tornar uma estratégia fundamental dentro do planejamento das empresas.

Para potencializar os investimentos das empresas, hoje é preciso enxergar o incentivo fiscal como uma estratégia de negócio para os investimentos em projetos esportivos, objetivando ganhos institucionais, mercadológicos e princi-

palmente envolvendo as unidades de negócios e a cadeia produtiva da empresa.

O Ministério do Esporte é o órgão responsável por promover e fomentar as questões do desporto de acordo com as estratégias do Governo Federal, com vistas a alcançar o desenvolvimento do país, uma vez que investir no esporte é, definitivamente, investir em saúde, educação, inclusão social, geração de renda.

A LEI FEDERAL DE INCENTIVO AO ESPORTE Nº 11.438/06 é um importante instrumento, pois permite que Pessoas Físicas e Jurídicas patro-

**Atualmente são mais de 50 municípios com leis de incentivos, considerando que até 20% do ISSQN/IPTU devido pode ser destinado a projetos esportivos.**

A dedução do incentivo estadual é de até 5% do ICMS devido destinados a projetos esportivos previamente aprovados pelos órgãos competentes.

cinem e/ou façam doações através de incentivo fiscal, ou seja, destinar uma parcela do Imposto de Renda devido diretamente para os projetos aprovados no Ministério do Esporte. Pessoas Físicas podem descontar até 6% da declaração do Imposto de Renda devido, e Pessoas Jurídicas até 1% do Imposto de Renda devido (tributadas com base no lucro real) para patrocínio.

Atualmente são nove estados que possuem leis de incentivos fiscais para projetos esportivos. A dedução do incentivo estadual é de até 5% do ICMS devido destinados a projetos esportivos previamente aprovados pelos órgãos competentes, sendo que cada Estado possui uma legislação tributária pertinente.

Da mesma forma alguns municípios possuem leis de incentivos fiscais esportivos, como Porto Alegre-RS, Itajaí-SC, São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Campinas-SP, Poços de Caldas-MG, Belém-PA. Atualmente são mais de 50 municípios com leis de incentivos, considerando que até 20% do ISSQN/IPTU devido pode ser destinado a projetos esportivos previamente aprovados pelos órgãos competentes, sendo que cada município permite investimentos diretos em projetos ou fundos. ■

O livro *103 Dicas - O que toda empresa precisa saber para utilizar incentivos fiscais* - Autores: Márcio Godoy, Karina Ruffo e Kátia Seadi - Editora Difusão Cultural do Livro, versão Inglês e Português - é uma literatura que apresenta de forma clara e didática algumas leis de incentivos fiscais nacionais e internacionais.

The book *103 Dicas - O que toda empresa precisa saber para utilizar incentivos fiscais* [103 tips - What every business needs to know to use tax incentives] by Márcio Godoy, Karina Ruffo and Kátia Seadi - published by Editora Difusão Cultural do Livro in both English and Portuguese - provides a clear and easily understood review of local and international tax incentive legislation.

focus: sports

# Tax incentives for sport

Investing in sport is now major business, whether funded by corporate budgets or by legalised tax breaks.

by **Kátia Seadi** and **Márcio Godoy**

As of 2010, Brazil officially became the world centre for sports in light of the events scheduled for the next few years:

- 2011 – 5<sup>th</sup> World Military Games – RJ
- 2013 – Confederations Cup
- 2014 – FIFA World Cup
- 2015 – America Cup
- 2016 – Olympic and Paralympic Games

These events will certainly contribute to significant growth in initiatives in the field of sports and a higher profile for this sector on the local and international stages.

Individuals may deduct up to 6% from their income tax declaration. Corporations may deduct 1% of their income tax liability (based on taxable income) against spending on sponsorship.

In Brazil, sport has been seen as merely a possibility for years. Generally, investments in sports require long-term strategic planning to build a brand associated with a certain event and get the right positioning a company wishes to convey to its consumers. Most companies invest in specific initiatives to ensure brand exposure when an event is broadcast, without having any clear long-term strategy.

Now, investing in sport will become a necessity, and a key strategy as part of corporate planning rather than a tactical move.

To boost business investment, tax incentives have to be seen as business strategy for investments in sporting projects to obtain institutional marketing gains, particularly involving business units and the production chain.

The Ministry for Sport is the body responsible for promoting and fostering sporting matters in accordance with federal government strategies in order to drive economic development. To invest in sport is

Over 50 municipalities have now passed tax incentives laws, and up to 20% of liability for local services and property taxes (ISSQN/IPTU) may be used for sports projects.

also to invest in health, education, social inclusion and income generation.

FEDERAL SPORT INCENTIVE LAW No. 11438/06 is an important tool since it allows individuals or corporate entities to sponsor and/or make tax-deductible donations, or use part of their income tax liability directly for spending on projects approved by the Ministry of Sport. Individuals may deduct up to 6% from their income tax declaration. Corporations may deduct 1% of their income tax liability (based on taxable income) against spending on sponsorship.

Nine state governments have legislation providing tax incentives for spending on sporting projects. They allow a deduction of up to 5% of tax liability for ICMS (a VAT tax) for sports projects previously approved by competent bodies, and each state has its own legislation on the matter.

[There is] a deduction of up to 5% of tax liability for ICMS (a VAT tax) for sports projects previously approved by competent bodies.

Some municipalities have tax incentive laws for sports events too, namely Porto Alegre-RS, Itajaí-SC, São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Campinas-SP, Poços de Caldas-MG, and Belém-PA. Over 50 municipalities have now passed tax incentives laws, and up to 20% of liability for local services and property taxes (ISSQN/IPTU) may be used for sports projects previously approved by the competent bodies, and each municipality allows direct investments in projects or funds. ■



**Kátia Seadi** é Consultora de Patrocínio do IN-PRÓ – Instituto Movimento Pró-Projetos e **Márcio Godoy** é Diretor Executivo do IN-PRÓ – Instituto Movimento Pró-Projetos.

**Kátia Seadi** is sponsorship consultant of IN-PRÓ – Instituto Movimento Pró-Projetos. and **Márcio Godoy** is executive director of IN-PRÓ (Instituto Movimento Pró-Projetos).

[www.institutomovimento.com.br](http://www.institutomovimento.com.br)

# Greater Geneva Berne area (GGBa) no Brasil



Entrevistamos o Sr. Hamilton Belizario, representante no Brasil do GGba, agência de desenvolvimento econômico da Suíça ocidental e representante dos cantões de Berna, Friburgo, Vaud, Neuchâtel, Genebra e Valais. Sua principal missão é apoiar as empresas estrangeiras interessadas em investir e se estabelecer na Suíça ocidental.

**O senhor é o representante do GGba no Brasil. Qual é a função desta organização?**

O GGba é a promoção econômica da Suíça ocidental. É uma associação criada em 2009 pelos governos dos seis cantões membros, e sua função é apoiar as empresas internacionais com projetos de desenvolvimento e estabelecimento na Suíça. Nós somos uma plataforma única para as empresas que desejam criar uma estrutura na Suíça ocidental (filial comercial, centro de decisão, unidade de produção ou de P&D), e nosso serviço é gratuito.

**O GGba é ativo no Brasil desde janeiro de 2011, com um escritório em São Paulo.**

**As empresas brasileiras estão realmente interessadas em investir na Suíça?**

O Brasil é um dos oito países estratégicos do GGba onde nós temos escritórios. Além disso, o GGba representa a única região da Suíça a ter uma presença no Brasil e estamos orgulhosos disto. De fato, o Brasil é um país extremamente importante para nós, e percebo que a Suíça desfruta de uma excelente imagem aqui. As empresas brasileiras se globalizam mais e mais. A Europa é um mercado importante para elas e a Suíça oferece uma

localização particularmente central. O GGba está situado entre os três principais mercados da Europa continental, a França, a Alemanha e a Itália e tem ainda a vantagem de estar em um fuso horário que permite se comunicar facilmente com a Ásia e a América. Recebemos diversos grupos brasileiros em nossa região nestes últimos anos e podemos citar especialmente o grupo de mineração Vale que instalou nas margens do lago Léman seu centro de negócios para todas as operações internacionais com suas atividades comerciais, de marketing, de *trading*, assim como suas atividades financeiras.

**Quais são as vantagens da Suíça ocidental para uma empresa brasileira interessada em se desenvolver na Europa?**

Primeiro de tudo, eu diria que as condições num contexto geral são muito favoráveis. A estabilidade política e um clima social muito calmo fazem da Suíça um destino de escolha para toda empresa que busca se estabelecer solidamente na Europa. A Suíça ocidental é uma região majoritariamente francófona mas onde o alemão tem um papel igualmente primordial; em linhas mais gerais, a região é amplamente multilíngue e multicultural e os investidores se beneficiam

O GGba está situado entre os três principais mercados da Europa continental, a França, a Alemanha e a Itália e tem ainda a vantagem de estar em um fuso horário que permite se comunicar facilmente com a Ásia e a América.

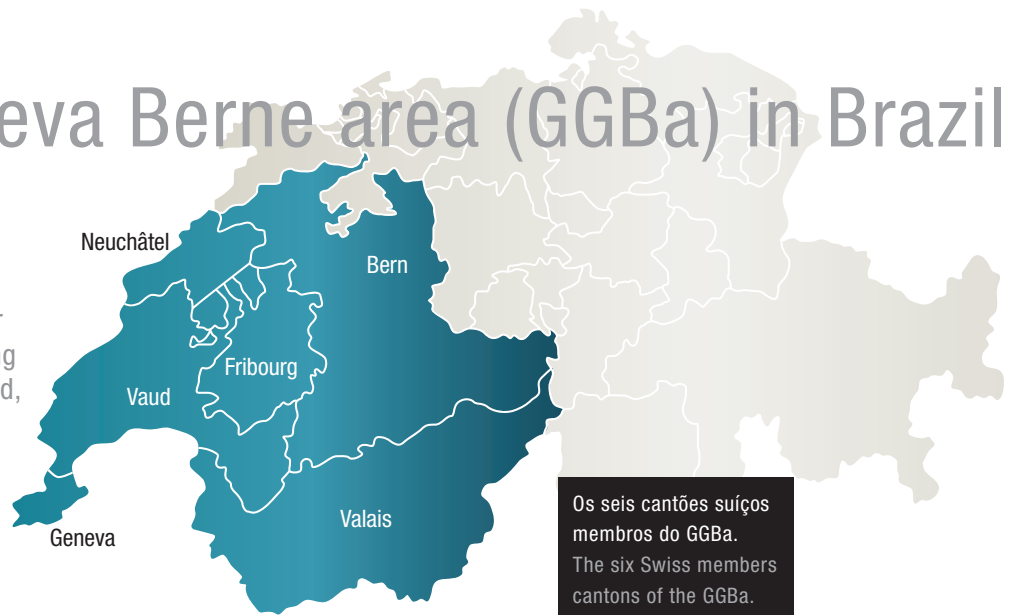
de uma legislação de trabalho muito liberal, com autoridades pró-ativas e receptivas aos empresários. Além disto, a qualidade e a produtividade da mão de obra têm ótima reputação, e a região dispõe de muito boa infraestrutura.

**E a questão dos impostos?**

A Suíça é atrativa fiscalmente e isto graças à sua excelente situação financeira que é a consequência direta de uma gestão muito prudente do dinheiro público. Entretanto, o sistema fiscal nem de longe é a principal razão de escolha dos investidores que se instalam em nossa região. Bem mais, são outros critérios que fazem a diferença, como a qualidade da mão de obra, a rede de competências e de *clusters*, e igualmente o ambiente e a qualidade de vida. ■

# Greater Geneva Berne area (GGBa) in Brazil

We interviewed Mr. Hamilton Belizario, the Brazilian representative of GGba, the economic development agency for western Switzerland encompassing the cantons of Bern, Fribourg, Vaud, Neuchâtel, Geneva and Valais. Its main mission is to assist foreign companies interested in setting up business ventures or investing in western Switzerland.



Os seis cantões suíços membros do GGba.  
The six Swiss members cantons of the GGba.

### As GGba's representative in Brazil, could you tell us about the organization's role?

GGba fosters western Switzerland's economic development. The association was founded in 2009 by the governments of the six member cantons, and its role is to support international companies with plans to set up business ventures or develop projects in Switzerland. It acts as a unique platform for companies wishing to build different kinds of structures in western Switzerland (sales subsidiaries, decision-making centres, manufacturing plants, or R&D units), and our service is provided free of charge.

### GGba has been active in Brazil since January 2011, with an office in Sao Paulo. Are Brazilian companies really interested in investing in Switzerland?

Brazil is one of GGba's eight strategic countries in which we have offices. In addition, GGba represents the only Swiss region that has a presence in Brazil, and we are proud of this. Indeed Brazil is an extremely important country for us. I see that Switzerland has an excellent reputation here too. Brazilian companies are increasingly becoming globalized. Europe is a key market for them, and Switzerland provides a particularly central location. The GGba is located amid

The GGba is located amid continental Europe's three main markets – France, Germany, and Italy – and it has the advantage of being in a time zone that enables easy communications with Asia and America.

continental Europe's three main markets – France, Germany, and Italy – and it has the advantage of being in a time zone that enables easy communications with Asia and America. We have welcomed several Brazilian groups visiting our region in recent years, in particular, the Vale mining conglomerate who located offices on the shore of Lake Lemman as a centre for all its international sales, marketing, trading, and financial business.

### What are the advantages of western Switzerland for a Brazilian company interested in developing in Europe?

First of all, I would say that conditions there are very favourable in the wider context. Political stability and an untroubled social climate make Switzerland the destination of choice for any company want-

ing a solid base in Europe. Western Switzerland is mostly French-speaking but German has an equally important role in the region; more generally, the region is broadly multilingual and multicultural, and investors benefit from very liberal labour legislation. The authorities are proactive and responsive to business needs. Moreover, the workforce has a very good reputation in terms of quality and productivity, and the region has very good infrastructure.

### What about taxation?

Switzerland has an attractive tax system reflecting its excellent financial position as a direct result of very prudent stewardship of the public coffers. However, the tax system is by no means the main reason for investors who decide to settle in our region. Far more important criteria that make a difference are high quality staff, our skill clusters, the environment, and quality of life. ■

Contato: Hamilton Belizario  
E-mail: h.belizario@ggba-switzerland.ch  
Tel.: 55 (11) 3256 7588 / Cel.: 55 (11) 9285 3950  
Contact: Hamilton Belizario  
E-mail: h.belizario@ggba-switzerland.ch  
Tel. 55 (11) 3256 7588 / mobile: 55 (11) 9285 3950



## Escolha a escola de negócios líder na Suíça e acelere a sua carreira.

A Universidade de St. Gallen oferece cursos de graduação, masters, doutorado e MBA nas áreas de Administração, Economia, Direito e Ciências Sociais.



Office São Paulo: 55 (11) 5683-7449 • www.unisg.ch

# A Sauber, por Peter Sauber

A Sauber Motorsport AG, sediada em Hinwil, é uma construtora de carros de corrida que participa da Fórmula 1 desde 1993. Hoje a empresa possui cerca de 280 funcionários que trabalham arduamente para o sucesso da equipe na categoria. Porém esta história remonta ao início dos anos 70 quando Peter Sauber iniciou sua trajetória na construção de carros para o automobilismo. Fizemos uma breve entrevista com esta lenda do automobilismo suíço falando de passado, presente e futuro, a qual vocês conferem a seguir.



Fotos: © Sauber Motorsport AG

**O que fez com que se interessasse em participar do automobilismo, considerando-se que, infelizmente, o automobilismo foi banido na Suíça na década de 50?**

Isto foi pura coincidência. Na verdade, não me interessava por carros e automobilismo. Em 1967, eu dirigia um Fusca, e um amigo meu me convenceu a turbiná-lo. Isto despertou em mim o gosto por mexer em carros. Eu modifiquei o Fusca de tal maneira que ele acabou perdendo sua licença para circular. Dirigi este carro em algumas Club Races, mas, na época, já me interessava mais por projetar do que por dirigir. Em 1970, projetei e construí meu primeiro carro, com o qual venci o campeonato suíço de carros de corrida esportivos.

**Quais foram os passos até chegar na F1?**

Em 1970, fundei minha própria empresa e, a partir daí, passei a projetar e construir carros de corrida. Depois do C1, vieram o C2, o C3, o C4 e o C5; e foi com o C5 que conseguimos alcançar nosso primeiro sucesso internacional, em meados da década de 70. A partir de meados da década de 80, passamos a utilizar motores da Mercedes, o que fez com que, aos poucos, se estabelecesse uma parceria com a montadora alemã. Em 1988, passamos a ser a equipe de fábrica da Mercedes no Campeonato Mundial de Esporte-Protótipos. Em 1989, com o Sauber-Mercedes C9, comemoramos

uma vitória dupla em Le Mans e também ganhamos o título de pilotos e equipes do Campeonato Mundial de Esporte-Protótipos, feito que repetimos em 1990. Quando o Campeonato Mundial de Esporte-Protótipos começou a perder em interesse, decidimos entrar para a Fórmula 1. E, quando a Mercedes decidiu, repentinamente, abandonar o projeto, demos o primeiro passo sozinhos em 1993, já ganhando pontos no Campeonato Mundial graças à quinta posição alcançada na primeira corrida em Kyalami.

**Houve momentos em que pensou em desistir?**

Sim, houve e foram vários. Sempre que éramos eliminados em Le Mans. E quando havíamos gasto toda nossa energia no decorrer de uma semana e ficamos de mãos abanando. Aconteceu mais de uma vez de eu ligar para a minha esposa e dizer que tudo estava acabado. E um ano mais tarde, lá estávamos nós de novo!

**Qual momento o senhor considera o melhor na história da Sauber?**

Os melhores momentos foram a vitória dupla em Le Mans, em 1989, e a vitória dupla no GP do Canadá, quando Robert Kubica ganhou de seu colega de equipe Nick Heidfeld. Outra conquista importante foi quando ocupamos o quarto lugar no Mundial de Construtores de 2001, como equipe particular.

**Em sua opinião, como está o cenário para novos talentos na F1, já que o senhor é especialista em trazer grandes pilotos para este esporte (Frentzen, Räikkönen, Massa, Kubica, Vettel, por exemplo)?**

Primeiramente, gostaria de registrar que nunca procurei talentos. Na verdade, sempre foram os empresários que me procuraram para promover os seus pilotos. No decorrer de um ano, são relativamente muitos e o segredo é escolher o certo. Uma escolha destas é uma mistura entre avaliação de resultados propriamente ditos e instinto. Isto tem funcionado muito bem.

**O senhor acredita que um dia a Suíça possa voltar a ter corridas de automóveis, especialmente a F1?**

Corridas nas montanhas e *rallies* são permitidos, mas, infelizmente, as corridas de circuitos não são. Seria bom se tivéssemos um circuito na Suíça no qual pudessem acontecer corridas de diferentes tipos. Não estou pensando na Fórmula 1 porque isto não seria realista em virtude de diversas dificuldades de ordem prática.

**Podemos observar que a equipe cresceu consideravelmente este ano. Quais são as expectativas da equipe suíça para a segunda metade da temporada de 2011?**

Antes do início da temporada, estabelecemos a meta de acumular pontos em todas as corridas e de melhorar significativamente a nossa posição

# Sauber, by Peter Sauber

Sauber Motorsport AG, located in Hinwil, is a racing car manufacturer and has been participating in the Formula One since 1993. Today, the company has approximately 280 employees that work hard so the team can be successful in its category. However, this story goes back to the early 70's, when Peter Sauber started his career building race cars. We conducted a brief interview with this Swiss motorsport legend, in which he speaks about the past, present and future, as you can see below.

no Mundial de Construtores. Tivemos sucesso até agora, e a meta permanece a mesma para o resto da temporada. Caso tenhamos uma oportunidade para avançar, certamente o faremos.

**Qual é a sua impressão a respeito do circuito de Interlagos e da corrida deste ano?**

O circuito de Interlagos tem um charme todo próprio. Ele está muito bem inserido na paisagem e é muito interessante do ponto de vista da pilotagem. E principalmente o clima entre os torcedores é sempre ótimo. Em 2009, conquistamos ali pela última vez um lugar no pódio – até agora – portanto, temos boas lembranças de Interlagos.

**Quais metas a equipe deverá alcançar nos próximos anos?**

Depois que a BMW abandonou a F1 no final de 2009, tivemos que fazer a transição de equipe de fábrica para equipe particular, ou seja, fazer cortes drásticos no orçamento e no número de funcionários. Este processo foi muito complicado e ainda não está concluído. Queremos recuperar a eficiência que já tivemos no passado, assim, no futuro, poderemos avançar e estabelecer metas mais exigentes. ■

Diesen Artikel finden Sie auf unserer Website [www.swisscam.org](http://www.swisscam.org) in der Rubrik "Artikel aus dem SWISSCAM Magazine" auf deutsch.

**What led you to become interested in participating in motor racing, considering that motor racing was unfortunately banned in Switzerland in the fifties?**

Sheer coincidence. Actually, I was not very interested in cars and motor sport. In 1967, I had a VW Beetle, and a friend convinced me to tune it. This sparked the interest in tinkering; I ended up modifying the Beetle so much that it lost the approval for road service. I drove it at several Club Races, but already back then I was much more interested in designing than in driving. In 1970, I designed and built my first car, with which I won the Swiss sports car championship.

**What were the steps that led you to the F1?**

In 1970 I founded my own company and, from there, started designing and building racing sports cars. The C1 was followed by the C2, C3, C4 and C5; and it was with the C5 that, in the mid 70s, we achieved our first international success. In the mid 80s we started using Mercedes engines and little by little a close relationship with the German maker developed. As of 1988 we were Mercedes' official works team in the World Sports Car Championship. In 1989, the Sauber-Mercedes C9 brought us a double victory in Le Mans, and we also won the Drivers' and Teams' title in the World Sports Car Championship; we were able to repeat this success in 1990. When the lustre of the World Sports Car Championship began to fade, we made the joint decision to move to Formula One. When Mercedes decided at short notice to quit in 1993, we took the plunge alone and already earned World Championship points for the fifth place in the first Kyalami race.

**Were there moments you thought about quitting?**

Sure, there were several moments. Every time, we were disqualified in Le Mans. When, during a week, we had used up all our energy only to be left empty-handed. It happened more than once that I would call my wife and say that it was over. But, a year later, we were competing again!

**Which moment do you consider the best in Sauber history?**

The best moments were our double victory in Le Mans, in 1989, and the double victory at the Canadian Grand Prix, when Robert Kubica won from his teammate Nick Heidfeld. The fourth-place finish in the 2001 World Constructors' Championship, which we achieved as a private team, was also a very important achievement.

**How do you see the scenario for the emergence of new talents in F1, since you are a specialist in bringing great drivers to this sport (i.e. Frentzen, Räikkönen, Massa, Kubica, Vettel)?**

For the record, I have never searched for talents. Actually, it was always that managers would come to see me and promote their drivers. Throughout the year, there were quite a few; the secret is to choose the right one. Such a choice is the result of a mixture of the evaluation of results, pure and simple, and of my gut feeling. This has worked well so far.

**Do you believe it is possible to have motor racing, especially F1, back in Switzerland one day?**

PS: Mountain races and rallies are allowed, but unfortunately circuit races aren't. It would be nice if we had a circuit in Switzerland, where different types of races could be held. I am not thinking about F1, because that would be unrealistic due to several practical constraints.

**We can see that the team presented a considerable growth this year. So what are the Swiss team's expectations for the second half of the 2011 season?**

Before the season started, our goal was to earn points at every race and to significantly improve our position in the World Constructors' Championship. So far, we have been successful doing that, and the goal remains the same for the rest of the season. If we have an opportunity to move ahead, we will certainly take it.

**What are your impressions regarding the Interlagos circuit and the race this year?**

The Interlagos circuit has its appeal. It is nicely embedded in the landscape and is interesting from the driving point of view. And above all, there is always a great atmosphere among fans. We won our last position – so far – on the podium in Interlagos in 2009; therefore, we have good memories.

**What are the goals to be achieved by the team in the coming years?**

After BMW withdrew from F1 at the end of 2009, we had to make the transition from works team to private team i.e. we had to make drastic budget and staff cuts. This was a very complicated process, which has not been concluded yet. Our objective is to recover the efficiency we had in previous years. Then we will be able to move forward and set higher goals. ■



Monisha Kaltenborn, Sergio Pérez, Peter Sauber, Kamui Kobayashi e James Key à frente da Sauber C30. Monisha Kaltenborn, Sergio Pérez, Peter Sauber, Kamui Kobayashi and James Key ahead of the Sauber C30.



Foto: Mess / Group

# Um mega evento, e mesmo assim sustentável

A Confederação Brasileira de Futebol organizará a próxima edição da Copa do Mundo FIFA praticamente como uma grande celebração pelos seus 100 anos de existência. A abertura dos jogos será no dia 13 de junho de 2014, no Brasil.

por **Rainer Quenzer**

**D**ois anos após a Copa do Mundo, o Brasil sediará os Jogos Olímpicos. Na candidatura, o Rio de Janeiro venceu seus concorrentes Tóquio, Chicago e Madri, trazendo, com isto, mais um megaevento esportivo para o Brasil.

Além de toda a organização destes dois megaeventos, o plano de legado é de suma importância para um país emergente como o Brasil. A pergunta que deve ser respondida agora diz respeito a que imagem será deixada após os eventos. O termo "legado" (*legacy*) se refere à sustentabilidade de um megaevento e, portanto, ao planejamento consciente das instalações esportivas que deverão ser usadas mais

tarde. Em outras palavras, que instalações são úteis para a população mesmo após o evento, e como esta lacuna pode ser preenchida com infraestruturas desmontáveis. Embora o Brasil já disponha de uma grande capacidade em estádios e instalações esportivas, para estes dois megaeventos, estas capacidades terão que ser adaptadas ao número de visitantes que se espera. Por isso, o planejamento das expansões de capacidade deve ser feito de forma sustentável e previdente para que o país não fique preso a instalações esportivas grandes e caras demais quando os dois eventos terminarem.

O que aconteceria se o Brasil aumentasse a capacidade temporariamente aos níveis exigidos para os dois megaeventos? E se as caras infraestruturas

dos eventos fossem temporárias? Exemplos do passado mostram que a construção temporária mostrou-se eficiente na aplicação prática em Jogos Olímpicos e Copas do Mundo. Para a candidatura às edições da Copa do Mundo de 2018 e 2022, os candidatos vencedores, Rússia e Catar, apresentaram conceitos que passaram por um rigoroso exame quanto à sua sustentabilidade conduzido pelos comitês de organização e foram aprovados.

Construções desmontáveis são erguidas unicamente para eventos específicos. Assim que o evento termina, as instalações temporárias desaparecem – não importa se a infraestrutura consistia de portões para controle de entradas, centros de mídia, áreas para as torcidas ou ampliações de estádios com arquibancadas.

1) Estádio de Cape Town, África do Sul. Cape Town Stadium, South Africa.

2) A melhoria do setor de transportes é um dos maiores legados da Copa do Mundo para a África do Sul. O governo investiu R\$ 2,3 bilhões em estradas, estações de ônibus e metrô. The improvement of the transportation sector is one of the greatest legacies of the World Cup to South Africa's government invested \$ 2.3 billion in roads, bus stations and subways.



Foto: Marcello Casati Jr./ABF

focus: sports

# A mega event, and nevertheless sustainable

A população tem se conscientizado cada vez mais a respeito da importância de ações responsáveis. A proteção do clima é tão relevante quanto a viabilidade econômica de um evento. Os grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo FIFA de 2010 na África do Sul e os Jogos Olímpicos de Inverno de 2010 em Vancouver, já mostraram que conceitos de planejamento sustentável (plano de legado) valem a pena. “Há anos percebemos que os organizadores estão procurando cada vez mais soluções flexíveis”, diz Rainer Quenzer, chefe de planejamento da Nüssli. “Esta tendência vai continuar; no futuro, as pessoas apostarão claramente na sustentabilidade. Estamos convencidos de que grandes eventos, como uma Copa do Mundo, podem ser 100% sustentáveis – promovendo o esporte e sem prejuízo para a posteridade e para o contribuinte.” ■

Diesen Artikel finden Sie auf unserer Website [www.swisscam.org](http://www.swisscam.org) in der Rubrik “Artikel aus dem SWISSCAM Magazine” auf deutsch.



**Rainer Quenzer é**  
Chefe de Planejamento  
do Grupo Nüssli.

**Rainer Quenzer is**  
Head of Planning of the  
Nüssli Group.

[rainer.quenzer@nussli.com](mailto:rainer.quenzer@nussli.com)  
[www.nussli.com](http://www.nussli.com)

The Brazilian soccer association will organize the upcoming FIFA World Cup essentially as a gigantic celebration of its 100<sup>th</sup> anniversary. The opening match will take place in Brazil on June 13, 2014.

by **Rainer Quenzer**

**T**wo years after the gigantic World Cup Brazil will host the Olympics. In the bidding process, Rio de Janeiro prevailed over its competitors Tokyo, Chicago and Madrid, and therefore brings yet another mega event to Brazil.

Besides the entire organization of those two mega events, planning their legacy is very important for an emergent country like Brazil. The question as to which image is to remain after the events have finished needs to be answered now. The term “legacy” means the sustainability of a mega event and therefore the wise planning of sport complexes that are to be used later on as well. Or, in other words, which installations are useful for the population even after the event is over and how this gap can be filled with removable infrastructures. Although Brazil already has a large seating capacity in stadiums and sports facilities, for those two upcoming mega events those capacities will have to be adapted to the number of visitors that are expected. Therefore, it is imperative to plan this capacity expansion in a sustainable and anticipatory manner, so the country won't get stuck with oversized and cost-intensive sports facilities after both events are over.

What would happen if Brazil were to increase the capacity to the level required by the two mega events only temporarily? If the expensive event infrastructure

was temporary? Past examples show that temporary constructions have proven to be efficient for Olympic Games or World Cups. When bidding for the 2018 and 2022 World Cups, the winning candidates Russia and Qatar presented concepts that withstood scrutiny and were accepted after a strict evaluation by the critical organizing committee as to their sustainability.

Removable constructions are built solely for the purpose of the specific event. Once the event is over, the temporary installations disappear – regardless of whether the infrastructure consisted of ticket control gates, media centres, fan zones or stadium expansions with bleachers.

The population is becoming increasingly more aware of the importance of responsible actions. Climate protection is as relevant as the economic viability of an event. Large sports events, such as the 2010 FIFA World Cup in South Africa and the 2010 Winter Olympics in Vancouver, have proven that concepts for long-term (legacy) planning pay off. “We have known for a couple of years now that organizers are increasingly targeting more flexible solutions”, says Rainer Quenzer, head of planning at Nüssli. “This trend will continue; in the future, people will clearly consider sustainability. We are convinced that mega events, such as a World Cup, can be 100% sustainable, furthering sports and without disadvantages to the posterity and tax payer”. ■

# Alternativas sustentáveis para pequenos e grandes eventos



Um tema recorrente nas Políticas Estadual e Nacional e Protocolos Internacionais de Mudanças Climáticas e Biodiversidade é a co-responsabilidade socioambiental.

por **Christoph Wyder**

**A** Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 são ótimos veículos para disseminar e promover as práticas sustentáveis. A Copa do Mundo da FIFA 2006 da Alemanha foi o primeiro grande evento esportivo mundial a estabelecer objetivos mensuráveis de proteção ambiental relacionados aos seus principais impactos, como: geração de resíduos, emissões atmosféricas, transporte, consumo de energia e água. Apesar destas iniciativas, o evento emitiu

Para ser neutro em carbono a Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 terão que compensar 100% das emissões de carbono provenientes de suas atividades.

cerca de 100.000 toneladas de gases de efeito estufa, os quais foram compensados com investimento em projetos ambientais.

O Brasil hoje se destaca como um dos protagonistas no tema de sustentabilidade, seja por ter realizado a ECO 92, a maior reunião de chefes de Estado da história da humanidade com a presença

A compensação das emissões de gases de efeito estufa é feita por atividades que geram benefícios ambientais na mesma proporção do impacto ambiental causado.

de cerca de 117 governantes de diversos países, ou por possuir a maior floresta tropical do mundo e investir em matrizes energéticas renováveis. Isso coloca ao Brasil o dever de seguir este caminho e fazer dos próximos eventos mundiais de esportes exemplos da sustentabilidade. Tecnologias limpas e soluções já existem.

Para ser neutro em carbono a Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 terão que compensar 100% das emissões de carbono provenientes de suas atividades. Os principais objetivos da neutralização são:

- Calcular e reduzir as emissões de CO<sub>2</sub> e compensar as emissões que não podem ser evitadas
- Incentivar os mecanismos de desenvolvimento limpo ao ajudar a viabilizar economicamente projetos de serviços ambientais que não existiriam sem os incentivos do mercado de carbono
- Melhorar a imagem do Brasil e a credibilidade de eventos esportivos
- Educar, conscientizar e sensibilizar o mundo sobre causas e consequências das mudanças climáticas

A compensação das emissões de gases de efeito estufa é feita por atividades que geram benefícios ambientais na mesma proporção do impacto ambiental causado. Por exemplo, se um evento emitir o equivalente a 10 toneladas de CO<sub>2</sub>, esta iniciativa é compensada de modo imediato apoiando, nesta mesma proporção, um projeto de tecnologia limpa que emite menos CO<sub>2</sub> que a tecnologia usual.

O nosso destino depende de ações eficientes, participativas, justas e globais. As ferramentas para um futuro sustentável estão disponibilizadas. A Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 têm o potencial para tornarem-se agentes de transformação local, regional e global. ■



Foto: Shutterstock

O Estádio Olímpico de Munique já foi sede de diversos eventos esportivos. The Olympic Stadium in Munich has been venue to several sports events.

## environment

# Sustainable alternatives for both small and large events

Environmental co-responsibility is a recurring theme in policies and protocols for climate change and biodiversity formulated at state and national levels.

by **Christoph Wyder**

The 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympic Games will provide fine opportunities for disseminating and fostering sustainable practices.

The 2006 FIFA World Cup in Germany was the world's first major sporting event to set measurable targets for environmental protection in relation to its major impacts, such as waste generation, atmospheric emissions, transport, and energy and water consumption. Despite these initiatives, the event emitted about 100,000 tons of greenhouse gases, which were offset by investment in environmental projects.

Brazil now stands out as one of the key players in sustainability for having held ECO 1992, which was the largest gathering of heads of state in human history with the presence of some 117 leaders from various countries, as well as for having the world's largest rainforest and for investing in renewable energy matrices. This record has given Brazil a duty to continue on

In order to be carbon neutral, the 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympic Games will have to offset 100% of the carbon emissions from their activities.

Offsetting greenhouse gas emissions requires activities that generate environmental benefits in the same proportion as the environmental impact caused.

this path by ensuring that its upcoming world sporting events are models of sustainability. Clean technologies and solutions are now available.

In order to be carbon neutral, the 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympic Games will have to offset 100% of the carbon emissions from their activities. The main objectives of neutralization are:

- estimating and reducing CO<sub>2</sub> emissions and offsetting any unavoidable emissions
- incentivizing clean development mechanisms by helping to ensure economic feasibility for environmental services projects that would not exist without carbon market incentives
- improving Brazil's image and credibility for sports events
- educating, sensitizing and raising the world's awareness of the causes and consequences of climate change

Offsetting greenhouse gas emissions requires activities that generate environmental benefits in the same proportion as the environmental impact caused. So if an event emits the equivalent of 10 tons of CO<sub>2</sub>, this initiative may be immediately offset by supporting a clean technology project that emits less CO<sub>2</sub> than the usual technology.

Our fate depends on initiatives of this kind and their being efficacious, participative, fair and global. The tools needed for a sustainable future are now available. The 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympic Games have the potential to become agents of change locally, regionally and globally. ■



**Christoph Wyder**, diretor comercial da ECCAPLAN [www.eccaplan.com.br](http://www.eccaplan.com.br), é formado em Esportes pela Universidade de Berna e Marketing pela UC Berkeley com MBA em Gestão Ambiental pela FGV.

**Christoph Wyder** is commercial director of ECCAPLAN [www.eccaplan.com.br](http://www.eccaplan.com.br), and holds degrees in Sport from University of Bern and Marketing from UC Berkeley, as well as an MBA in Environmental Management from FGV.

# SWISSCAM na Suíça



1



2



3



4

Em abril, Stephan Buser, Diretor Executivo da SWISSCAM, encontrou com os associados em um restaurante brasileiro em Zurique para um *happy hour*. Com bebidas e salgadinhos típicos, ao som de samba, todos tiveram uma noite agradável para conversar e trocar experiências.

No início de maio, o presidente da SWISSCAM, Christian Hanssen, e o Diretor Executivo, Stephan Buser, participaram da Assembleia Geral Anual da SwissCham, a associação das câmaras suíças no exterior. O encontro deste ano foi realizado em Milão e os participantes puderam se beneficiar da bem equipada Casa Suíça, que une as atividades do Consulado Geral, Switzerland Tourism e, claro, a Câmara de Comércio na Itália.

Depois, a SWISSCAM e outras câmaras suíças da América Latina participaram da Semana da América Latina (Latin American Week). Em Lugano e Lausanne, os diretores gerais destas câmaras apresentaram *insights* sobre fazer negócios em seus respectivos países para um público interessado. No dia 12 de maio, eles participaram do LatAmDay em Zurique. Durante este dia, as câmaras compartilharam informações sobre os países latino-americanos expondo materiais em suas respectivas mesas. No auditório, representantes do governo suíço, do Banco Interamericano de Desenvolvimento, assim como representantes de empresas manifestaram sua opinião sobre o mercado latino-americano. As colegas do Peru, Colômbia e Chile compartilharam suas experiências das viagens informativas para empresários suíços que elas ajudaram a organizar em 2010 e 2011. O congresso foi encerrado com o tocante depoimento da Irmã Mayer, uma empreendedora social com projetos no Chile, Bolívia e Peru. ■

## chamber news

# SWISSCAM in Switzerland

In April, Stephan Buser, executive director of SWISSCAM, met the members in a Brazilian restaurant in Zurich for a happy hour. With typical drinks and snacks as well as the sound of samba, everybody had a nice evening to chat and exchange experiences.

In early May, SWISSCAM's president, Christian Hanssen, together with Stephan Buser, participated in the Annual General Meeting of SwissCham, the umbrella organization of all Swiss foreign chambers of commerce. This year, the meeting was held in Milan and the participants had a chance to profit from the well equipped Swiss House which unites activities from the General Consulate, Switzerland Tourism and of course the Swiss Chamber of Commerce in Italy.

After this, SWISSCAM and the other Swiss chambers of commerce in Latin America participated in a Latin American Week. In Lugano and Lausanne, the general directors of these chambers presented insights about doing business in their respective countries to an interested audience. On 12<sup>th</sup> May, they all participated at the LatAmDay in Zurich. During this day, the chambers shared information on the Latin American countries at information tables. In the auditorium, representatives from the Swiss Government, the Inter-American Development Bank as well as company representatives gave their views on the Latin American market. The colleagues from the chambers of Peru, Colombia and Chile shared their experience of the fact finding trips for Swiss entrepreneurs which they helped organizing in 2010 and 2011. The congress was closed by the touching exposé from Sister Mayer, a social entrepreneur with projects in Chile, Bolivia and Peru. ■

## Business Breakfast: aspectos relativos ao exame de patentes na área químico-farmacêutica – a atuação da ANVISA

A SWISSCAM e o escritório Dannemann Siemsen, especializado em propriedade industrial, promoveram o seminário "Aspectos relativos ao exame de patentes na área químico-farmacêutica – a atuação da ANVISA" no dia de 10 de maio, em São Paulo. O encontro, que reuniu cerca de 30 convidados, contou a participação de Alexandre Lourenço, examinador e pesquisador em Propriedade Industrial do INPI, e Ronaldo Luiz Pires, diretor jurídico da Interfarma. Lourenço apresentou os aspectos relativos ao exame de patentes químico-farmacêutica. Já Pires defendeu os investimentos em pesquisa e desenvolvimento para novos medicamentos como estratégia competitiva para manter e ampliar a participação dos laboratórios farmacêuticos no mercado. ■

## Business Breakfast: aspects of patent examination in the chemical-pharmaceutical area – ANVISA operations

SWISSCAM and the Law firm Dannemann Siemsen, specialized in industrial property sponsored the seminar "Aspects of patent examinations in the chemical –pharmaceutical area – ANVISA operations" on May 10 in Sao Paulo. The meeting, which brought together some 30 guests, featured participation of Alexandre Lourenço, examiner and researcher in Industrial Property of the Brazilian Trademarks and Patents Office the INPI, and Ronaldo Luiz Pires, legal director of Interfarma. Lourenço presented aspects concerning chemical and pharmaceutical patent examinations. Pires defended investments in research and development for new medications as a competitive strategy to maintain and expand participation of pharmaceutical laboratories on the market. ■

# 2º Panorama do Cinema Suíço Contemporâneo



O Homem de Areia, Sennentuntschi e Aves de Verão: alguns dos filmes exibidos. Der Sandmann, Sennentuntschi e Sommervogel: some of the films shown.

O Consulado Geral da Suíça em São Paulo trouxe ao Brasil, em parceria com o SESC São Paulo e com o apoio do CCBB - Centro Cultural do Banco do Brasil, treze filmes inéditos selecionados do 46º Festival Solothurn de Cinema. O Panorama apresentou ao público, entre os dias 13 e 22 de maio, uma coletânea da atual produção cinematográfica da Suíça, que contempla as várias regiões do país, com suas peculiaridades linguísticas e estética própria. ■

culture

## 2nd Panorama of Contemporary Swiss Cinema

In partnership with SESC Sao Paulo and support from Centro Cultural Banco do Brazil (CCBB), the Consulate General of Switzerland in Sao Paulo brought over thirteen new films selected from the 46th Solothurn Film Festival. From May 13 - 22, audiences saw a selection of current film production in Switzerland, which covered the country's different regions with their particular aesthetic and linguistic features. ■

## Festa Internacional da Francofonia



Os Cônsules gerais Sylvain Itté (França), Peter Claes (Bélgica), Abina Dann (Canadá), Hans Hauser (Suíça) e Louis Hamann, diretor do Escritório do Québec, viram, entre outros títulos, os filmes *Operação Casablanca* e *Cúmplices*. The general consuls Sylvain Itté (France), Peter Claes (Belgium), Abina Dann (Canada), Hans Hauser (Switzerland) and Louis Hamann, director of Quebec Office, saw, among other titles, the films *Opération Casablanca* and *Complices*.

Para comemorar o Dia Internacional da Francofonia (20 de março), os Consulados Gerais da França, da Bélgica, do Canadá e da Suíça, junto com o Escritório do Québec, realizaram de 15 a 31 de março a “Festa Internacional da Francofonia 2011 em São Paulo”, sempre com o objetivo de promover o idioma francês e compartilhar valores comuns, destacando-se a preservação da diversidade cultural. O evento contou com apresentações culturais, filmes, teatro, conferências, debates, entre outros. ■

## International Festival of Francophony

In Sao Paulo, from March 15 - 31, to commemorate Francophonie International Day (March 20), the consulates general of France, Belgium, Canada, and Switzerland, together with the Quebec Office, staged the “International Festival of Francophony 2011” promoting the French language and sharing common values while emphasizing the preservation of cultural diversity. The event included cultural performances, films, theatre, lectures, and debates. ■

# 2014 World Cup: opportunities and risks for the host country's image

by *Manfred Ritschard*

2014 FIFA World Cup Brazil: this is supposed to be the best World Cup ever. What soccer officials have evoked for a long time – i.e. the fantastic opportunity to position Brazil as an excellent host country – may also turn into a disaster for its image. Thanks to large training companies, though, host cities may become better prepared to play their role of hosts.

**D**uring the World Cup, large crowds of excited supporters will flock to the host cities and surrounding regions and – at least that is what is expected! – spend lots of money. In addition, there will be many Brazilian supporters watching the matches outdoors and in the international community. All expect a perfectly organized long party, which – hopefully! – will happen without any wild riots and major mishaps.

Now let's look at it from the perspective of the people that during the 2014 World Cup will provide services to the public: cab drivers, police officers, street vendors, waiters in restaurants, salespeople, railway employees and many others. For these people, World Cup days are labour-intensive, stressful and exhausting. Many of them will be relieved when everything is over.

Thousands of volunteers, specially recruited for the 2014 World Cup, will also play an important hosting role. They will be extremely motivated and therefore work almost for free: the joint experience, the "World Cup spirit" and attractive merchandising articles they will receive as

gifts is pay enough for them. Many of those volunteers have probably never been faced with such a challenge before. Will they be able to sustain their enthusiasm when their nerves are on the edge due to the crowd? How will they deal with sensitive situations? Are a couple of briefings and a written manual enough? How will all these ambassadors of the Brazilian hospitality be prepared for the 2014 World Cup?

Time is running out for host cities to present their concepts on how they wish to approach these training campaigns. Instructing and training thousands of participants on how to behave and deal with difficult situations in the commotion of supporters represents an enormous logistical challenge. Planning and implementation require much more than a year. And before that, the funding of those projects has to be provided. In Brazil, planning is normally done on a short-term basis. Can that work?

Based on our experience with similar training campaigns for the UEFA European Cup 2008, we suggest the "train the trainer" principle. Special training sessions will qualify

supervisors and project managers of different companies as service coaches, i.e. to conduct individual 10-minute training sessions with staff members, in which they will rehearse previously prepared and defined behaviour towards visitors. This means that when the supporters come on rushing, less stress-related service errors happen and that supporters really feel welcome in Brazil.

Thanks to the 2014 World Cup the quality of services and thus Brazil's image shall exhibit an enduring improvement. The perspective of visitors and of the media coverage is therefore decisive: is the visitor treated well and does he feel welcome? The training campaigns' main goal is to make the visitors that come to the World Cup go "aah" and "ooh" and to establish a professional communication with them.

This may be achieved through training campaigns that focus on establishing a friendly contact with visitors, but also on dealing with stressful situations and complaints in a confident manner. Brazil shall also win the hospitality cup. The starting whistle is soon to be blown and tension is sure to increase! ■



Foto: Celsa Pupo/Contrasto

Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014: esta deverá ser a melhor Copa do Mundo de todos os tempos. O que há muito tem sido apregoado pelos dirigentes do futebol – ou seja, a enorme oportunidade de posicionar o Brasil como excelente país anfitrião – também pode se transformar em um desastre para a sua imagem. Graças a grandes campanhas de treinamento, no entanto, as cidades-sede podem se preparar melhor para desempenhar o seu papel de anfitriãs.



Joseph Blatter, presidente da FIFA, anuncia oficialmente o país-sede da Copa 2014. Joseph Blatter, president of FIFA, announces officially the host nation of the World Cup 2014.

# Copa 2014: oportunidades e riscos para a imagem do país anfitrião

por **Manfred Ritschard**

**D**urante a Copa, multidões de torcedores animados afluirão às cidades-sede e às regiões vizinhas e – assim se espera! – gastarão muito dinheiro. Juntem-se a isto os muitos torcedores brasileiros que também acompanharão os jogos ao ar livre e na comunidade internacional. Todos estão contando com uma longa festa, perfeitamente organizada, que – espera-se! – vai se desenrolar sem grandes excessos e sem maiores desastres.

Agora, mudemos o foco para aquelas pessoas que durante a Copa 2014 continuarão a prover serviços públicos: taxistas, policiais, vendedores ambulantes, garçons em restaurantes, vendedores, funcionários ferroviários e muitos outros. Para estas pessoas, os dias de Copa são de trabalho intenso, estressantes e cansativos. Muitas delas ficarão aliviadas quando tudo isto tiver acabado.

Milhares de voluntários, recrutados especialmente para a Copa 2014, também desempenham um papel importante como anfitriões. Eles estarão muito motivados e por isto trabalharão praticamente de graça: a experiência conjunta, o “espírito da Copa” e atrativos artigos de *merchandising* ganhos são recompensa suficiente para eles. Muitos destes voluntários nunca enfrentaram tal desafio. Será que o entusiasmo deles vai resistir quando estiverem com os nervos à flor da pele por conta da multidão? Como vão lidar com situações delicadas? Será que alguns *briefings* e um manual serão suficientes? Como todos estes

embaixadores da hospitalidade brasileira estão sendo preparados para a Copa 2014?

O tempo está ficando curto para que as cidades-sede apresentem os conceitos de como querem abordar estas campanhas de treinamento. A instrução e o treinamento de milhares de participantes de como se comportar e lidar com situações difíceis em meio a um tumulto de torcedores representa um enorme desafio logístico. O planejamento e a execução demandam muito mais do que um ano. E antes disto, é preciso assegurar o financiamento destes projetos. No Brasil, costuma-se planejar em curto prazo. Isto pode dar certo?

Com base na nossa experiência em campanhas de treinamento semelhantes para a Copa da UEFA 2008, recomenda-se o princípio “treine o treinador” (*train the trainer*). Treinamentos especiais habilitarão superiores e encarregados de projetos de diferentes empresas a agirem como “*coaches* de serviço”, ou seja, a realizar sessões individuais de 10 minutos de duração com os colaboradores, nas quais serão ensaiados os padrões de comportamento previamente elaborados e definidos no contato com os visitantes. Isto faz com que, quando

chegar a avalanche de torcedores, ocorram menos erros no serviço em decorrência do estresse e os torcedores se sintam realmente bem-vindos no Brasil.

A Copa 2014 deve melhorar de forma duradoura a qualidade dos serviços e com isto também a imagem do Brasil. Para isto, a visão dos visitantes e a cobertura da mídia são decisivas: o visitante é bem tratado e se sente bem-vindo? O objetivo principal das campanhas de treinamento é suscitar nos visitantes que vêm para a Copa pequenos “aaaaahs” e “ooooohs” e estabelecer uma comunicação profissional com eles.

Isto pode ser alcançado através de campanhas de treinamento, cujo foco está voltado para o contato simpático com os visitantes, mas também para a administração competente de situações estressantes e de reclamações. O Brasil também deve levar a taça da hospitalidade. O apito de abertura dos jogos está se aproximando e a tensão vai aumentar! ■

Diesen Artikel finden Sie auf unserer Website [www.swisscam.org](http://www.swisscam.org) in der Rubrik “Artikel aus dem SWISSCAM Magazine” auf deutsch.



**Manfred Ritschard** é formado em treinamento corporativo e especialista em turismo. Ele leciona Marketing nas Escolas Superiores Técnicas de Genebra e Basileia e na Escola Superior de Turismo de Lucerna.

**Manfred Ritschard** graduated as company trainer and Tourism specialist. He teaches Marketing at the Technical Colleges in Geneva and Basel and at the Lucerne School of Tourism.

[www.manfredritschard.ch](http://www.manfredritschard.ch)

With his in-depth knowledge of the sector, Jorge Muzy provides an overview of sport in Brazil and explains why it is worth investing in this direction. He specializes in consultancy for the efficient use of incentive laws providing tax breaks for corporate spending on sporting and cultural activities as the president of the Muzy group of companies and chairs the boards of three institutes named Lead, Sustain and Compete.



Alexandre Arruda / CBV

# Interview with Jorge Muzy

## In what way are you involved with sport?

My involvement with sport started early when I was admitted to the Air Cadets Preparatory School (EPCAR) at the age of 14. During my academic and military training, I was a pentathlon winner, and long-jump and 4 x 100 meter dash winner and runner-up. After leaving EPCAR, I dropped my own athletic career and started to act as a sports promoter, developing projects to encourage inclusion through sport. My personal experience also includes founding a sports marketing company.

## What is the situation of sport like in Brazil?

In the next five years, Brazil will be hosting the world's top two sporting events, but what we are seeing is that the government's mobilization to make Brazil a winner is still only lukewarm. Of the 400,000 local and multi-national companies eligible to use the current benefits, only 5% are leveraging tax incentive legislation. Here is my word of warning and a simple exercise in statistics: the federal law on Sports Incentives enables any individual who pays income tax to donate up to 6% of their income tax to eligible projects. If every Brazilian liable for income tax paid this percentage for sports projects, R\$ 4 billion a year would be injected into sport in Brazil.

## What could Brazil gain in the context of the major world competitions?

There are unique opportunities for growth and development in the social, economic, industrial and technological ambit. The 2014 World Cup and 2016 Olympic Games combined will inject billions of dollars into Brazil, and this money will be mobilizing at least 55 sectors of the national economy, including those most often mentioned such as tourism, trade and construction, as well as information services and financial intermediation and insurance, real estate and leases, services for companies, health and oil and gas etc. I think the social impact of sport is another point worth

mentioning. It instills discipline, prevents young people from being left idle, takes them away from criminal activities and gives the poorest a chance to become professionals, as well as fostering health, friendly and respectful behavior, and an ethical and dignified bearing.

## Has the sports incentive legislation contributed to this improvement?

This law specifically may be seen as an important advance, because it poses a means of facilitating investments, but we can not deny that it is far from achieving the results desired when it came into force in 2007: discovering new talents, playing a prominent role in major events, and fostering health, sports and education. But this is not the case of legislation in the state of São Paulo, which in my opinion, has Brazil's best incentive legislation because the percentage of up to 3% off tax liability (deducted from ICMS, a VAT-type tax) does not restrict the tax benefit to profitable companies only, and does not discriminate by size, and will guarantee R\$ 60 million for sports projects in the state, and better still, it does not make sport compete with culture, as does Rio de Janeiro's legislation.

## How much money is being turned over in sport? Has the number evolved?

Sport worldwide involves a turnover of over R\$ 400 billion. Between tickets, sponsorships, sales of sports goods, TV revenues, trading players, airline transport, hotel occupancy etc., Brazil has an annual turnover of around US\$ 2 billion, while the United States accounts for \$ 87 billion. For the 2014 World Cup, over R\$ 17 billion of investments are expected, of which R\$ 11.4 billion will be for urban mobility and R\$ 5.7 billion for stadiums. In my view, Brazil could get much more out of business opportunities in the world of sports, but it has yet to get moving. A trend that may be very profitable is the construction of sports facilities, with many ramifica-

tions such as companies specializing in building sports arenas with environmentally sustainable materials.

## Tell us about a success story.

The case I would highlight is the successful partnership between Banco do Brasil and the Brazilian Volleyball Confederation (CBV). They have out in 20 years of continuous solid work and have achieved very impressive results. So much so that Banco do Brasil is known as the volleyball bank. In 2007, a survey conducted by the institution found that Banco do Brasil's image was joined with that of the Volleyball Confederation (CBV). "The public sees the two brands as synonymous", a section of the report notes. I credit this tremendous success to continual effort and to another important achievement of the sponsor: setting up the Banco do Brasil Beach Volleyball Circuit in 1999. Currently, this competition is the largest in this sport worldwide.

## What about Brazilians' favorite sports?

I often say that Brazil's favorite sport is volleyball because soccer is not a sport, it is a religion! I say this because of the passionate relationship Brazilians have with soccer, which really is most people's favorite. Volleyball has also carved out an important place and is today a reference in championship sports. This is due to the fine job done by the CBV, which developed and carried out a consolidated project, invested in continuing training for athletes, and all infrastructure facilities for the successful development of high performance sport. In addition to getting results, Brazilian volleyball stuck to an intelligent strategy of adopting sponsor company names combined with the name of each team.

## What obstacles does Brazil still have to tackle in developing sport?

The low quality of physical education in schools and the scant importance attached to it. While it is treated as a hobby, it will be no use us having the best training facilities and equipment for high-performance athletes. Brazilians believe that athletes emerge from clubs, but the reality is that the emergence of great athletes takes place in the school environment. I think another difficulty is to instill the notion of sport requiring long-term investment in corporate culture. Getting a trained athlete ready to compete for medals in 2016 means investing in a 12-year old child now – and ensuring that investment is ongoing. A company that has its image linked to sports aggregates values such as success, achievement and determination as concepts that generate credibility for products or brands, and that directly affect volume sales. ■

# Entrevista com Jorge Muzy

Com profundos conhecimentos sobre o setor, Jorge Muzy apresenta um panorama do esporte no Brasil e explica por que vale a pena investir nesta direção. Ele é especialista em consultoria para uso eficiente das Leis de Incentivo, presidente do Grupo Muzy e preside também os Conselhos dos Institutos Liderar, Sustentar e Competir.

## Qual é a sua ligação com o esporte?

Minha ligação com o esporte começou bem cedo, aos 14 anos, quando ingressei na Escola Preparatória de Cadetes do Ar (EPCAR). Durante minha formação acadêmico-militar, fui bi-campeão de pentatlo, campeão e vice-campeão de salto em distância e campeão e vice-campeão de 4 X 100 metros rasos. Após minha saída da Epcar, abandonei a carreira como atleta e passei a atuar como incentivador da prática esportiva, elaborando projetos de inclusão através do esporte. Minha trajetória abarca também a fundação de uma empresa de marketing esportivo.

## Como está a situação do esporte no Brasil?

O Brasil receberá nos próximos 5 anos os dois maiores eventos esportivos do mundo, mas o que vemos ainda é uma mobilização morna do poder público para tornar o Brasil um país campeão. Das 400 mil empresas nacionais e multinacionais aptas a utilizar os benefícios vigentes, apenas 5% recorrem à legislação de incentivo fiscal. Fica aqui meu alerta e um exercício simples de estatística: a Lei Federal de Incentivo ao Esporte permite que toda a pessoa física que paga Imposto de Renda faça uma doação de até 6% de seu IR para projetos incentivados. Se cada brasileiro com IR a pagar aportasse essa porcentagem em projetos esportivos, seriam injetados R\$ 4 bilhões por ano no esporte nacional.

## O que o Brasil pode ganhar no contexto das grandes competições mundiais?

As oportunidades de desenvolvimento e crescimento são ímpares em âmbito social, econômico, industrial e tecnológico. Somados, a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 irão injetar bilhões de reais no país, dinheiro que movimentará pelo menos 55 setores da economia nacional, incluindo os mais citados como turismo, comércio e construção civil, além de serviços de informação, de intermediação financeira e seguros, serviços imobiliários e aluguel, serviços prestados a empresas, saúde e petróleo e gás etc. Penso que vale o registro sobre o impacto social do esporte. É disciplinador, ocupa o tempo ocioso de jovens, os retira de atividades criminosas e também traz à população mais carente a chance de profissionalização, além de promover a saúde, o comportamento amigável e respeitoso, postura ética e digna.



## A Lei de Incentivo ao Esporte tem contribuído para esta melhoria?

Esta lei, especificamente, pode ser considerada um avanço importante, pois se constitui em uma via facilitadora para investimentos, porém não se pode negar que está longe de atingir o retorno pretendido quando foi posta em vigor em 2007: descobrir novos talentos, desempenhar papel de destaque em grandes eventos, além de promover a saúde, a prática esportiva e a educação. O mesmo não acontece com a lei aprovada para São Paulo que, em minha avaliação, é a melhor lei de incentivo do país, pois o percentual de até 3% (abatido no ICMS) sobre o imposto devido não restringe o benefício fiscal apenas para empresas lucrativas, não distingue por porte, e irá garantir R\$ 60 milhões para projetos esportivos no estado, e, melhor, sem competir com a cultura como acontece com a Lei de Incentivo do ICMS do Rio de Janeiro.

## Qual é o volume de dinheiro movimentado pelo esporte? Este número tem evoluído?

O esporte movimenta mais de US\$ 400 bilhões em todo o mundo. Entre ingressos, patrocínios, comércio de materiais esportivos, cotas de televisão, negociação de atletas, transporte aéreo, ocupação hoteleira etc, o Brasil movimenta anualmente cerca de US\$ 2 bilhões, enquanto os Estados Unidos respondem por US\$ 87 bilhões. Para a Copa de 2014, já estão previstos mais de R\$ 17 bilhões em investimentos, dos quais R\$ 11,4 bilhões serão destinados para mobilidade urbana e

R\$ 5,7 bilhões para os estádios. Em minha avaliação, o Brasil poderia explorar muito mais as oportunidades de negócios no universo esportivo, mas ainda patina. Uma tendência que pode ser muito lucrativa é a construção de equipamentos esportivos, alcançando inúmeros desdobramentos como empresas especializadas em construir espaços dedicados a prática esportiva com materiais ambientalmente sustentáveis.

## Fale sobre um case de sucesso.

O case que destaco é a vitoriosa parceria entre o Banco do Brasil e a Confederação Brasileira de Vôlei (CBV). São 20 anos de trabalho sólido, contínuo e que tem alcançado resultados muito expressivos. Tanto é que o Banco do Brasil é conhecido como o banco do vôlei. Em 2007, uma pesquisa realizada pela instituição, apontou que a imagem do Banco do Brasil se confundia com a da CBV. 'O público vê as duas marcas como um sinônimo', relata trecho do estudo. Crédito esse enorme sucesso ao trabalho continuado e também a outra importante realização do patrocinador: a criação do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia, em 1999. Atualmente, a competição é a maior da modalidade em todo o mundo.

## Poderia comentar sobre as modalidades do esporte favoritas dos brasileiros?

Costumo dizer que o esporte favorito dos brasileiros é o vôlei, porque futebol não é esporte, é religião! Minha afirmação se deve à relação de paixão que o brasileiro tem com o futebol, e esse é mesmo o grande favorito da maioria. O vôlei também conquistou um espaço importante e é hoje referência de esporte campeão. Isso se deve ao belo trabalho desenvolvido pela CBV, que desenvolveu e cumpriu um projeto consolidado, apostou na formação contínua de atletas, infraestrutura e todos os aparatos para o bom desenvolvimento da prática esportiva de alto rendimento. Além dos resultados, o vôlei brasileiro aderiu a uma estratégia inteligente de valorização do patrocinador adotando o nome das empresas somado ao nome de cada time.

## Que entraves o Brasil ainda enfrenta no desenvolvimento do esporte?

A baixa qualidade e a pouca importância que se dá à Educação Física escolar. Enquanto for tratada como passatempo, não servirá de nada termos os melhores centros de treinamento e equipamentos para os atletas de alto rendimento. O brasileiro acredita que os atletas nascem nos clubes, mas a realidade é que o surgimento de grandes atletas acontece dentro do ambiente escolar. Penso que outra dificuldade é incutir na cultura das empresas que o esporte exige investimento de longo prazo. Para formarmos um atleta preparado para disputar medalhas em 2016 é preciso investir desde já em uma criança de 12 anos e garantir que esse investimento seja contínuo. Uma empresa que tem sua imagem ligada à prática esportiva agrega valores como vitória, conquista e garra, conceitos que geram credibilidade para produtos ou marcas, e isso influencia diretamente no volume de vendas. ■



Swiss community in Brazil

# Helvetia Sports Club

Currently commemorating its 49<sup>th</sup> anniversary, Helvetia Sports Club has been constantly active in events staged by the Swiss Community in Brazil throughout this period. Now the club is being opened to new members who may join the Helvetic family. You are welcome to visit our club.

In short, the club was the dream of the group of Swiss people who founded Helvetia, creating a pleasant environment with well-kept greenery as a fine venue for social, cultural and sporting activities, including tennis.

We held our traditional Brazilian party on June 4, and our annual Swiss Festival will take place on August 6, 2011. These festivities are open to club members and to friends too.

Call us at 55 (11) 2275 6738. We would be delighted to hear from you. [www.clubhelvetia.com.br](http://www.clubhelvetia.com.br) ■

comunidade suíça no Brasil

# Clube Esportivo Helvetia

O Clube Esportivo Helvetia comemorou 49 anos de existência e durante todos estes anos esteve sempre atuante nos eventos da Comunidade Suíça no Brasil. Agora, está abrindo a possibilidade para novos associados poderem fazer parte da família helvética. Venham conhecer o nosso clube.

Enfim, o clube nasceu de um sonho de um grupo de suíços que o fundou e o transformou em um ambiente agradável, com muita preservação de áreas verdes, descontraido e propício para a prática de atividades sociais, culturais, esportivas e tênis.

No dia 4 de junho foi realizada a tradicional festa junina e em 6 de agosto de 2011 acontecerá nossa Festa Suíça. Estas festas são abertas não só aos associados como também aos nossos amigos.

Contate-nos pelo telefone 55 (11) 2275 6738. Teremos imenso prazer em atender aos interessados. [www.clubhelvetia.com.br](http://www.clubhelvetia.com.br) ■

## diretório directory



Confira os endereços da comunidade suíça no Brasil e da comunidade brasileira na Suíça em nosso site.

Acesse [www.swisscam.com.br](http://www.swisscam.com.br) e clique em "Informações úteis".

Find the addresses of the Swiss community in Brazil and the Brazilian community in Switzerland on our website.

Go to [www.swisscam.com.br](http://www.swisscam.com.br) and click on "Useful information".



A STAR ALLIANCE MEMBER



Cada uma de nossas montanhas é única. E nossos hóspedes também.




**Serviço personalizado que vai ao encontro dos desejos de cada um.** A SWISS Business apresenta um novo assento que se transforma em uma cama totalmente horizontal, com regulação de ar em toda sua superfície, permitindo que você escolha a maciez ideal para ter uma maravilhosa noite de sono. A SWISS voa diariamente de São Paulo para a Suíça, com ótimas conexões para outros 48 destinos em toda a Europa. Bem vindo ao mundo da SWISS.

Para informações visite-nos em [swiss.com](http://swiss.com), ligue 11 4700-1543 ou contate seu agente de viagens preferido.

**SWISS BUSINESS:  
CONFORTO SEM PRECEDENTES**

SEU VOO, **SWISS MADE.**

**SWISS.COM**



A Nestlé compartilha  
valor com o Brasil  
de N formas. N de Nestlé.

NESTLÉ. ELEITA A MARCA MAIS VALIOSA, MAIS ADMIRADA, DE MAIOR CONFIANÇA,  
MAIOR PRESTÍGIO E MELHOR REPUTAÇÃO DO BRASIL POR N MOTIVOS. N DE NESTLÉ.  
CONHEÇA MAIS SOBRE A CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO NO SITE  
[WWW.CRIANDOVALORCOMPARTILHADO.COM.BR](http://WWW.CRIANDOVALORCOMPARTILHADO.COM.BR)

 **Nestlé**  
*Good Food, Good Life*

