

EEDITORIAL

O valor da ética

Qual o valor da ética na sociedade em que vivemos? A palavra ética pode ser definida como o conjunto de normas e princípios que norteiam a boa conduta do ser humano. Dada a valorização do tema em diversas esferas da sociedade – no ramo empresarial, no posicionamento profissional, nas relações pessoais e na política –, é que o Ibef-ES escolheu o assunto como pano de fundo para esta edição.

Além disso, nós, associados, temos uma motivação a mais para abordarmos a temática. É que foi revisado, e está em fase de aprovação, o Código de Ética do Ibef nacional. O responsável pela coordenação do trabalho é o consultor Luiz Affonso Romano, e é ele também quem fala da importância de estarmos sempre criando situações para se falar de ética, em especial, nos bancos das instituições de ensino e nas empresas.

A ética na propaganda foi outra vertente abordada no informativo, tendo sido discutida pelo publicitário Washington Olivetto. Em entrevista, ele reitera que ser ético não é um desafio, é uma obrigação.

A discussão do tema torna-se bastante propícia, ainda, dada a proximidade das eleições municipais em todo o Brasil. O analista político André Gomyde, de forma esclarecedora, preparou para o JORNAL DO IBEF-ES uma avaliação do processo eleitoral e do posicionamento de cada candidato da Capital e dos eleitores, que se mostram mais conscientes quanto à escolha dos futuros prefeitos e vereadores.

Ainda nesta edição, Carlos Lira de Aguiar, presidente de uma das gigantes capixabas, a Aracruz Celulose, fala sobre responsabilidade social. Confira também a lista de eventos previstos para os próximos meses e programa-se. Boa leitura.

Otacílio Pedrinha de Aguiar
PRESIDENTE

Código de Ética é revisado

“O cidadão deve ser implacável com as empresas e autoridades que não respeitam os preceitos éticos e ter sempre em mente que direito não é um favor. Não comprem seus produtos e nem adquiram suas ações.” A opinião é de Luiz Affonso Romano, coordenador da comissão de elaboração do Código de Ética do Ibef (criado em 1998) que lidera agora a comissão de revisão pela qual o código passa. Com o texto pronto, o próximo passo será a apreciação do documento pela Assembléia Nacional do Instituto.



Especialista no assunto – é consultor da Fundação Getúlio Vargas, diretor do Instituto Brasileiro dos Consultores de Organização e coordenador do Código de Ética da Confederação Brasileira de Voleibol – Luiz Affonso acredita que, mesmo diante da revisão de velhos padrões, da reavaliação de antigos critérios e da necessidade de novas condutas face às mudanças que caracterizam o século 21, certos princípios devem ser preservados.

Segundo ele, essa é, inclusive, uma exigência da sociedade. “Efetivamente, no mundo, observa-se a recorrência dos anseios éticos, os reclamos dos preceitos morais ante às transformações vivenciadas pela sociedade, pelas ins-

tuições, pelas comunidades profissionais e pelos indivíduos”.

O maior desafio neste momento, na opinião de Luiz Affonso, é exigir que os que detêm o poder sejam modelos de atitudes éticas. “Assim vamos inoculando a ética na população, a fim de retirá-la da passividade de não reagir contra o que não é correto. Se a sociedade não exige os seus direitos, paga o preço elevado da irresponsabilidade daqueles a quem os confia e perde a oportunidade de construir um país decente, onde não apenas os corruptos sejam punidos, mas também os corruptores que se fazem de vítimas por terem comprado benefícios”, comenta.

No campo profissional, Luiz Affonso atenta para a valorização do indivíduo com conhecimentos técnicos e valores pessoais consistentes. “O novo profissional será avaliado não apenas como técnico, mas principalmente como pessoa, que possui valores, atitudes e comportamentos”, enfatiza. Nesse sentido, acredita que as faculdades, universidades e empresas não investem na formação de pessoas capazes de lidar com o trabalho em equipe de alto rendimento, a administração de conflitos, a construção a partir de divergências, o respeito ao limite dos outros e a ética.

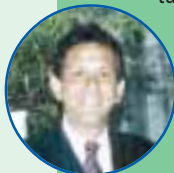
Código de Ética

O Código de Ética do Ibef foi elaborado por decisão da presidência nacional, com o objetivo de congregar a aspiração moral dos seus associados. Buscou-se conhecer a opinião de cada um dos sócios sobre quais seriam os princípios éticos mais significativos que norteariam a conduta do profissional de finanças.

Foram seis meses de trabalho, iniciado com o envio de um questionário com trinta conceitos-chave a cerca de quatro mil executivos em todo o País e finalizado com a impressão de uma publicação. Os conceitos mais votados foram probidade/honestidade, responsabilidade, transparência, lealdade, cumprimento à lei, senso de justiça, qualidade, busca de inovação, auto-estima e imparcialidade.

Em seguida, foi redigida uma minuta do código e encaminhada às seccionais do Ibef, tendo sido analisada pelas Diretorias e devolvida à Comissão de Ética. Em 30 de julho de 1998, uma Assembléia Nacional, realizada no Rio de Janeiro, aprovou por unanimidade o conteúdo do código, que se transformou em referencial de conduta para a área financeira.

A revisão pela qual o Código passa instituiu um Conselho Diretor Seccional, no âmbito do Conselho Diretor Nacional, criando, para tanto, o Comitê Seccional de Ética, cuja atuação consistirá em apurar fatos e recomendar ao Conselho Diretor Seccional as medidas cabíveis nos termos do Estatuto Social em caso de quebra do decoro profissional por parte do executivo afiliado ao Ibef.



Consórcio Imobiliário CAIXA: mais uma opção para você

O Consórcio da CAIXA chegou ao mercado como mais uma alternativa de aquisição da casa própria para famílias de diversas faixas de renda. É possível comprar imóveis prontos (novos ou usados), de lotes urbanizados e imóvel rural. O crédito também pode ser usado para quitar o saldo devedor habitacional.

O Consórcio Imobiliário da CAIXA pode ser adquirido por pessoas físicas ou jurídicas. Os valores variam de R\$ 15 mil a R\$ 150 mil, com prazos de 60 a 120 meses. Esta modalidade de consórcio habitacional permite aos interessados o uso do FGTS para lance.

Com o Consórcio Imobiliário CAIXA é possível adquirir imóveis residenciais ou comerciais, novos ou usados. Além de lotes ur-

banizados e imóveis rurais. Os sorteios ocorrem mensalmente com base no prêmio da Loteria Federal, apurado no primeiro sábado anterior à realização das assembleias. São contemplados, mensalmente, três consorciados de cada grupo sendo um por sorteio, um por lance fixo e outro por lance livre.

Os grupos mais procurados têm sido aqueles com prazo de 120 meses, onde se concentra o maior percentual dos participantes (68%), interessados em cartas de crédito de R\$ 30 mil a R\$ 150 mil. O Consórcio também oferece os prazos de 60 e 90 meses.

Vantagens

O contrato de consórcio não gera resíduos. Também não existe incidência de juros sobre o valor das prestações e nem sobre o saldo devedor, o que torna o consórcio competitivo frente a um financiamento normal.

A correção das prestações e do valor do crédito é anual (a contar da constituição do grupo), pelo INPC (Índice de Preços ao Consumidor), índice que mais acompanha as variações salariais. É possível fazer uma simulação da carta de crédito e saber os prazos e os valores das prestações pela internet, no site da CAIXA Consórcios (www.caixaconsorcios.com.br), pela Central de Relacionamento 0800-7024000 e nas agências da CAIXA em todo o Brasil.

Lance

É possível usar o FGTS para dar lance no consórcio. Neste caso, o consorciado precisa enquadrar-se nas regras de utilização do Fundo de Garantia para habitação.

A contemplação do consorciado acontece da seguinte maneira: um por sorteio (1º prêmio da Loteria Federal do primeiro sábado anterior à assembleia), um por lance fixo (20% do valor do saldo devedor) e um por lance livre (maior percentual de amortização). Os lances poderão ser feitos pela internet, no site da CAIXA Consórcios (www.caixaconsorcios.com.br), ou pelo 0800.

Como participar

Para participar do Consórcio Imobiliário da CAIXA, basta ir a qualquer uma das 2 mil agências para fazer o contrato de adesão, com carteira de identidade, CPF e comprovante de residência. O nome do preten-
de passa por uma pesquisa cadastral.



Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 755,
Ed. Palácio da Praia, sl. 607 - CEP: 29050-420,
Euseada do Suã - Vitória-ES
Telefone: (27) 3227-7825 • Fax.: (27) 3225-5381
e-mail: ibef@ibef-es.com.br

Otacílio Pedrinha de Azevedo PRESIDENTE	Juracy Spagnol VICE-PRESIDENTE DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL
Luiz Wagner Chieppe 1º VICE-PRESIDENTE	Paulo César Monteiro Machado VICE-PRESIDENTE COMERCIAL
Augusto Henrique Brunow VICE-PRESIDENTE TÉCNICO	Viviane Gaudio Morais SECRETÁRIA EXECUTIVA
Valter Luiz Sassen VICE-PRESIDENTE DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS	

Jornal do IBEFes
Informativo do Instituto Brasileiro de Executivos
de Finanças - Espírito Santo

Editado pela
PROA LITERÁRIA

EDITOR RESPONSÁVEL
José Maria Trazzi
MTb 475/90

REDAÇÃO
Denise Klein

Tel.: (27) 3318-2236 / 3318-2194 / 9961-9908
e-mail: proaliteraria@uol.com.br

EDITORIAÇÃO: Bios - Tel.: (27) 3222-0645
IMPRESSÃO: GSA Gráfica e Editora - Tel.: (27) 3232-1266
TIRAGEM: 700 exemplares



UM INVESTIDOR NUNCA É IGUAL AO OUTRO
COM A CAIXA O SEU INVESTIMENTO TAMBÉM NÃO



CAIXA: FUNDOS ESPECÍFICOS PARA CADA INVESTIDOR.
A CAIXA tem o que você precisa para fazer o melhor uso de seus investimentos.
Portfólio flexível com diversas opções em fundos de renda fixa ou variável.
Equipamento FIC para maximizar os seus recursos com conjunção
www.caixa.com.br. Fale com a gente.

A ética na propaganda

“Ética na propaganda” foi o tema da palestra, realizada em agosto, que atraiu a maior e mais diversificada platéia de todos os eventos promovidos pelo Ibef-ES neste ano. Capaz de fazer propagandas que ficaram no imaginário popular durante muitos anos, o convidado do Instituto, o diretor de criação da W/Brasil Publicidade, Washington Olivetto, reuniu, por mais de duas horas, estudantes, publicitários, empresários, entre outros profissionais, no Centro de Convenções de Vitória. Antes do evento ele concedeu a entrevista abaixo ao JORNAL DO IBEF-ES.



IBEF-ES: DESENVOLVER SEU TRABALHO COM ÉTICA É UM DESEAFIO PARA TODAS AS PROFISSÕES, POIS, GERALMENTE, ESSE É O CAMINHO MAIS ESTREITO, MAIS DIFÍCIL DE TRILHAR. NA PROPAGANDA, QUAL SERIA A PARTICULARIDADE, A TENTATIVA DA QUAL É PRECISO FUGIR PARA CONSOLIDAR UMA CARREIRA ÉTICA? EM OUTRAS PALAVRAS, QUE TIPO DE CONDUTA FERE A ÉTICA NA PROPAGANDA?

Washington Olivetto: Mais do que um desafio, ser ético é uma

obrigação. Obviamente que posturas imediatistas, visando apenas interesses comerciais, têm mais possibilidade de gerar posturas antiéticas, o que prejudica a profissão, em particular, e a sociedade como um todo.

O CASO ZECA PAGODINHO RENDEU MANCHETES DE JORNAL, BRIGAS ENTRE AGÊNCIAS E FABRICANTES DE CERVEJA. O PÚBLICO, ENTRE O CARISMA DO GAROTO-PROPAGANDA E OS ARGUMENTOS SUSCITADOS PELA DISCUSSÃO, FICOU MEIO DIVIDIDO.

EPISÓDIOS COMO ESSE AFETAM A IMAGEM DA PROPAGANDA FRENTE À SOCIEDADE? TORNAM O CONCEITO DE ÉTICA NESTA PROFISSÃO UMA COISA ‘CONFUSA’?

Sem dúvida nenhuma afetam a imagem da profissão com um todo. Não acredito que o conceito de ética na profissão seja confuso. Assim como não existem mulheres mais ou menos grávidas, não existem pessoas ou empresas mais ou menos éticas. Isso em qualquer atividade. O curioso, e pouco observado no episódio Zeca Pagodinho, é que foram utilizados instrumentos típicos da propaganda política na publicidade comercial, gerando, assim, o fato lamentável, onde, aliás, o maior prejudicado de todos foi o próprio artista.

PROPAGANDA E ELEIÇÕES. QUEM ESTABELECE OS LIMITES ÉTICOS NESSE CAMPO?

Não fazemos campanhas políticas e nem de empresas governamentais. É assim desde a fundação da empresa e será para sempre. Trabalhamos única e exclusivamente para a iniciativa privada.

TANTO O CÓDIGO DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA QUANTO O CÓDIGO DE ÉTICA DA PROPAGANDA JÁ TÊM MAIS DE 25 ANOS. E É INEGÁVEL QUE, NESSE TEMPO, AS COISAS MUDARAM MUITO E NUMA VELOCIDADE IMPRESSIONANTE. EM SUA OPINIÃO, SERIA A HORA PARA UMA REVISÃO NESSES DOCUMENTOS, A FIM DE ATUALIZÁ-LOS?

Sem dúvida, e sempre com uma conotação de regulamentação e nunca de censura, coisa que defendo para todas as áreas e, particularmente, para aquelas atreladas à comunicação, como é o caso da publicidade e do jornalismo.

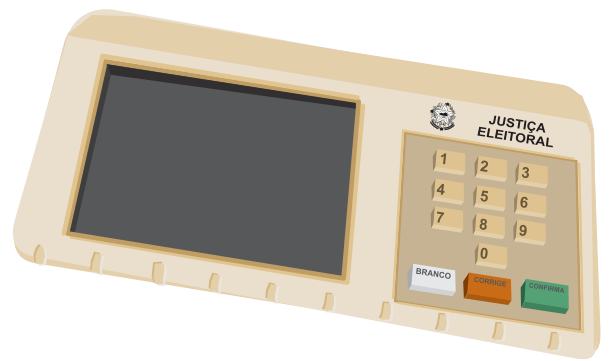


A palestra do publicitário reuniu mais de 300 pessoas no Centro de Convenções de Vitória



Eleições municipais 2004

É tempo de eleições. No dia 13 de outubro, cidadãos de todo o Brasil irão mais uma vez às urnas para escolherem os futuros prefeitos e vereadores dos municípios onde moram. Mas o que esta eleição traz de novo? Quais são as principais características do processo eleitoral deste ano? Confira abaixo a avaliação que o analista político, mestrando em Políticas Sociais da Ufes e consultor de empresas André Gomyde fez sobre o tema para o JORNAL DO IBEF-ES.



“A primeira diferença que se pode destacar entre as eleições deste ano e as anteriores é o nível de conscientização do eleitorado. Houve uma evolução na maneira do eleitor enxergar o processo eleitoral, de uma forma fisiológica para uma forma um pouco mais ideológica; e esta é uma evolução que deriva do próprio exercício democrático do voto. Hoje, o eleitor está mais

consciente e acostumado a ouvir propostas e interpretá-las. Isso exige maior atenção dos candidatos, que não podem mais fazer promessas vazias e que não estejam fundamentadas nas competências legais do cargo e nem na realidade orçamentária do município. Outra diferença marcante é a redução no número de vereadores das Câmaras Municipais na maioria dos municípios brasileiros. Com isso, o voto de legenda ficou mais forte, pois o coeficiente eleitoral aumentou e gerou alianças entre partidos de grande peso na busca de aumentar a possibilidade de eleição de seus candidatos proporcionais. O cenário político atual levou as eleições municipais a uma polarização entre aqueles que apóiam o Governo Federal e os que são contra. Em 2000,

esta polarização não era tão forte. No caso do Espírito Santo, o quadro é ainda mais confuso. O governador Paulo Hartung foi eleito por um conjunto amplo de forças políticas, no intuito de remodelar o Estado. Hoje, Hartung já dá uma nova cara ao Estado e todas as forças políticas querem utilizar-se da imagem do Governador para angariar votos. No entanto, estas forças disputam entre si nos municípios e aí é feita a confusão. Faz bem o governador em manter-se como magistrado neste processo.

Quanto ao posicionamento dos candidatos, o do Partido dos Trabalhadores (PT) segue a estratégia adotada em todo o território nacional, que é a da nacionalização das eleições, buscando fortalecer-se na imagem do presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, e prometendo a utilização de recursos federais para a realização dos projetos prometidos. O candidato do Partido Progressista (PP) preferiu a linha da emoção. Busca emocionar o

eleitor com *jingles* bem estruturados e com imagens que tocam o coração. Por outro lado, coloca-se como o médico que vai diagnosticar e solucionar todos os problemas. Funciona bem no público das camadas sociais D e E. O candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) mostra as realizações de seus aliados na prefeitura e promete avançar. Como possui um bom tempo de televisão, consegue trabalhar bem o que o eleitorado quer ver, que são propostas factíveis, comprovadas com realizações anteriores. O efeito disso fica visível na reversão da pesquisa de intenção de votos realizada pelo Ibope, em que o candidato passa de terceiro para primeiro colocado após o início do horário eleitoral gratuito. Por fim, os candidatos do Partido da Causa Operária (PCO) e do Partido Trabalhista Nacional (PTN) aproveitam o pouco tempo de televisão e a falta de propostas concretas para firmarem seus nomes no cenário político local.”



Para André Gomyde, a maior conscientização dos eleitores é a característica mais marcante do processo eleitoral de 2004

www.corretaseguros.com.br

Para o Cliente Correta & Metrópole... Viver é a maior curtidão.

VANTAGEM SEGURA

Agora, através de uma completa rede de estabelecimentos conveniados, na Grande Vitória e em todo o Espírito Santo, o cliente Correta & Metrópole passa a contar com benefícios especiais como descontos, serviços extras e muito mais.*

*Esta Promoção é válida somente para os clientes de Seguros Automotivos Correta & Metrópole. Em breve as vantagens também serão estendidas aos clientes de outras linhas de produtos e serviços de nossa Companhia. Aguarde.

Correta & Metrópole
Seguros
VITÓRIA (27) 3227-9455

Atendimento 24 Horas No Local do Acidente (Grande Vitória) - Mais De 15 Mil Clientes no Espírito Santo. Presente em 22 Municípios de Norte à Sul do Estado - 14 Anos cuidando de você e sua família.

Responsabilidade Social x Crescimento

Responsabilidade Social pode ser considerada como a relação que uma empresa estabelece com todos os seus públicos no curto e no longo prazo. Para falar um pouco mais sobre esse assunto tão debatido no meio empresarial, o Ibef-ES realiza, no mês de setembro, um almoço-palestra com o presidente da Aracruz Celulose, Carlos Lira de Aguiar. O empresário adiantou para o JORNAL DO IBEF-ES alguns pontos-chave da palestra. Confira, a seguir, a entrevista.



IBEF-ES: A ÚLTIMA EDIÇÃO DOS RELATÓRIOS SOCIAL E AMBIENTAL DA ARACRUZ CE-LULOSE TRAZ UMA FRASE QUE PODE SINTETIZAR A LÓGICA EMPRESARIAL VIGENTE: "O CRESCIMENTO DA ARACRUZ TEM PROPORCIONADO BENEFÍCIOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E AMBIENTAIS, SEMPRE TENDO EM VISTA A SUSTENTABILIDADE DO EMPREENHIMENTO". A EMPRESA QUE NÃO INVESTE NO SEU RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE ESTÁ FADADA A DESAPARECER?

Carlos Aguiar: As empresas que não investem no seu relacionamento com a sociedade poderão até não desaparecer no curto prazo, mas certamente terão enormes dificuldades para manter seus negócios e sobreviver no médio e longo prazo. Tanto as demandas sociais quanto as ambientais afetam os resultados e o desenvolvimento das empresas estratégicas que não se posicionam ativamente na solução dessas demandas. Empresas res-

ponsáveis geram valor de longo prazo, tanto para os acionistas como para a sociedade em geral.

O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL SE POPULARIZOU, ESPECIALMENTE, NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS. É POSSÍVEL DIZER QUE HOJE EXISTE UMA PREFERÊNCIA – NÃO SÓ DO CONSUMIDOR FINAL, MAS DOS PRESTADORES DE SERVIÇO – EM CONTRATAR EMPRESAS QUE APRESENTAM UMA POLÍTICA SOCIAL CLARA E DESENVOLVIDA?

A globalização acelerada, a situação geopolítica complexa e as grandes diferenças culturais e de valores causadas por esses fatores são desafios que devem ser enfrentados também localmente. As empresas brasileiras já começam a mobilizar-se nesse sentido. Continuam abraçando a economia de mercado, mas estão procurando incluir parceiros e comunidades no seu negócio; trabalham tomando mais riscos, onde o acesso financeiro é limitado e

os governos não conseguem atuar; transformam necessidades em oportunidades de mercado; protegem o meio ambiente; têm responsabilidade social e padrões éticos e de cidadania.

COMO O ESPÍRITO SANTO ESTÁ SE POSICIONANDO FRENTE A ESSA NOVA DINÂMICA EMPRESARIAL-SOCIAL?

As grandes empresas instaladas no Estado, seguindo a tendência mundial, estão imbuídas do seu papel de empreendedoras sociais, desenvolvendo práticas que estão entre as mais avançadas do mundo. Assim como outras empresas no País, procuram cada vez mais parcerias com as comunidades, são ambiental e socialmente responsáveis e, acima de tudo, geram riquezas para o Estado e para o País.

DO QUE SE TRATA O PLANO ESTRATÉGICO DE SUSTENTABILIDADE, ESTRUTURADO RECENTEMENTE PELA ARACRUZ E COLOCADO EM PRÁTICA NESTE ANO?

O Plano de Sustentabilidade da Aracruz tem como objetivo internalizar o conceito de sustentabilidade no sistema de gestão, na forma de um processo: visão; objetivos, metas e planos de ação; organização; indicadores e mensuração. As etapas do processo incluem uma avaliação preliminar e a definição de objetivos, metas e indicadores para as dimensões de sustentabilidade. Áreas como governança, transparência, engajamento das partes interessadas, sistemas de gestão, aspectos ambientais e sociais serão prioritárias na elaboração do plano. Para ajudar a Aracruz nessas tarefas, contratamos duas consultorias especializadas na área: a SustainAbility, empresa inglesa e uma das referências na área de sustentabilidade empresarial, e a Atitude, consultoria sediada em São Paulo que tem seu foco em planejamento estratégico, operações, acompanhamento, avaliação e organização.

**73 agências
604 terminais de auto-atendimento**



Uma rede que não pára de crescer, como o próprio Espírito Santo!

ROTEIRO DE LIVROS

Sou Bem Maior do que Isso
Sue Bender

Editora Sextante (192 páginas)

O livro nos inspira a superar tediosos padrões de comportamento, enfrentar medos e limitações e voltar a viver com intensidade, paixão e atentos aos nossos desejos. Depois de passar grande parte da vida aprisionada por seus temores e desencantos, Sue Bender descobriu que poderia se tornar maior do que seus fracassos e decepções, maior que seu medo de dizer "sim" e capaz de lutar pelos anseios abafados em sua alma. Com bom-humor e sensibilidade, ela mostra as dificuldades mais comuns para nos sentirmos livres e em crescimento, apontando as escolhas que devemos fazer para nos expandirmos para além de nossas limitações.



Olga
Fernando Morais
Editora Cia das Letras (263 páginas)

O livro conta a história de Olga Benario, judia e comunista, que foi companheira de Luís Carlos Prestes e acabou assassinada nos campos nazistas. Nos últimos anos, poucas obras alcançaram no Brasil sucesso tão estrondoso quanto esta biografia de Olga Benario Prestes. Fernando Morais revelou-se um pesquisador competente e um escritor dotado de sensibilidade. Com simplicidade, sabedoria e grandeza, soube recriar um drama profundamente humano. Entre a guerra desencadeada pelo nazismo e a miséria da ditadura latino-americana, o autor delineou a figura lendária de uma mulher que sempre empunhou o estandarte de ideais generosos.



ANIVERSÁRIOS

Setembro

- 01 Antônio Neffa Sobrinho
- 01 Moacyr Batista de Aguiar
- 02 Carlos Fernando Zache
- 04 Antônio Lievori Neto
- 05 José Armando de Figueiredo Campos
- 05 Paulo Henrique da Costa Corrêa
- 09 Antônio Carlos de Freitas
- 11 Marcos Moulin Teixeira
- 11 Dídimo Benedito Effgen
- 13 Sérgio Pereira Pires
- 14 Maria Nilce Chieppe Moura
- 16 Antônio Geraldo Perovano
- 17 Juracy Spagnol
- 18 Marcelo Tadeu Ciuffi Munhão
- 19 Adriana Villa-Forte de Oliveira
- 21 Luiz Otávio Rodrigues Coelho
- 22 William Stauffer Telles
- 23 Antônio Lima Filho
- 24 César Augusto Gomes
- 24 João Tadeu Portero Campoi
- 26 Paulo Estevão Vieira Ramos
- 27 Edil Alves Valdino
- 29 Elio Carlos Casagrande

Outubro

- 01 Giceli Soares de Souza
- 02 Frederico de Almeida Daher
- 04 Francisco Sérgio Del Pupo
- 04 Paulo Renato Miranda Sarmento
- 05 Helmut Meyerfreund
- 06 Arthur Carlos Gerhardt Santos
- 07 Ruy Barbosa Júnior
- 08 Osvaldo Dadalto
- 08 José Braz Neto
- 10 Willian Vairo
- 11 Lamberto Palombini Neto
- 13 Simone Chieppe Moura
- 16 José Antônio Martinez Alonso
- 22 Herivelto Baptista
- 23 José Rodrigues Clemente
- 27 Marconi Leonel M. dos Santos
- 27 Rogério Zamperlini
- 28 Leonardo Dutra Moraes Horta

NOTAS

Atualização de cadastro

O Ibef-ES está atualizando o cadastro de seus associados e solicita que todos atualizem seus dados com informações pessoais, como endereço, telefone, empresa e e-mail, para evitar que ocorram problemas com o recebimento de convites, correspondências e informativos. A atualização pode ser feita por e-mail (ibef@ibef-es.com.br), fax (27) 3225-5381 ou pelo site do Instituto no link "Fale conosco".

Regularização de cadastro

O Ibef-ES solicita aos associados que estiverem em atraso com o pagamento das bimestralidades que regularizem a sua situação junto à secretaria. É importante que a contribuição seja mantida em dia para que o associado desfrute das vantagens oferecidas pelo Instituto, por exemplo, dos descontos nas inscrições dos eventos e da participação nas visitas técnicas e nos encontros sócio-esportivos.

NOVOS ASSOCIADOS

Esses são os mais novos associados do Ibef-ES:

- Donald Hunton Thompson Junior
- Herivelto Baptista
- João Sérgio Correa de Moraes
- José Antonio Martinez Alonso
- José Márcio Soares de Barros
- José Maria Barbosa Junior
- Renato Alessandro Fragata T. Morcelli

O IBEF DEPENDE DE SUA PARTICIPAÇÃO.
INDIQUE UM NOVO SÓCIO.

AGENDA

- ARACRUZ - RESPONSABILIDADE SOCIAL E CRESCIMENTO
Almoço-palestra com presidente da Aracruz Celulose Carlos Lira de Aguiar
Data: 16 de setembro
Horário: 12h30 às 14h30
Local: Cerimonial Itamaraty
Investimento: R\$ 45,00 (sócios e estudantes), R\$ 60,00 (não sócios) e R\$ 400,00 (mesa corporativa para oito pessoas)
- XV CONEF - CONGRESSO NACIONAL DOS EXECUTIVOS DE FINANÇAS
Palestras com o presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, o diretor executivo do HSBC, Helio Duarte, o presidente da Bovespa, Raymundo Magliano, entre outros
Tema: Brasil 2020 - Uma Realidade Possível
Data: 29 de setembro a 1º de outubro
Local: Estação Embratel Convention Center - Curitiba/PR
Inscrições: www.ibefpr.com.br ou (41) 223-2499 ou 223-2693
Informações sobre pacotes de viagem: Saytur, pelo telefone 3239-3899 ou pelos e-mails angelica@saytur.com.br e flavia@saytur.com.br
- I ENCONTRO INTERNACIONAL DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS
Data: 30 de outubro a 2 de novembro
Local: Buenos Aires
Inscrições: podem ser feitas pelo e-mail informativo@ibef-es.com.br, informando o nome completo dos participantes, os números da identidade e do passaporte, a empresa do associado e o cargo, idade das crianças, telefone e e-mail
Informações: pelo site www.ibef-es.com.br ou pelos telefones 3227-7825 e 3225-5574
- 1º FÓRUM EMPREENDEDOR
FDV/IBEF - ES
Aprender a empreender: vocações, estruturas e perspectivas empresariais no ES/ Século XXI"
Data: 3 e 4 de novembro
Local: Faculdade de Vitória (FDV)
Informações: disponíveis no site do Ibef-ES (www.ibef-es.com.br) e da FDV (www.fdv.br), a partir de outubro.

Do Espírito Santo para o mundo.

A Samarco gera empregos, divisas e desenvolvimento para o Espírito Santo. Isso, porque a Samarco tem um compromisso com o Estado: atuar de forma socialmente responsável, ambientalmente correta e economicamente viável. Para a Samarco, fazer bem-feito é fazer bem para o Espírito Santo.

A Samarco é uma empresa brasileira, fundadora do Índice de Fatores que conta a história do mundo.

www.samarco.com

SAMARCO