

Trench  
Rossi  
Watanabe.

**ECONOMIA  
CIRCULAR**

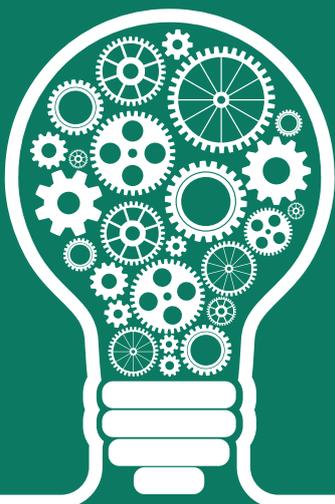
trenchrossi.com

# Negócios de bens de consumo e varejo se deparam com uma variedade de questões ao longo da vida de seus produtos: desde o momento em que surge a ideia, passando por pesquisa e desenvolvimento, produção, marketing, venda e distribuição, até o produto ser finalmente retirado do mercado.

Os desafios incluem, entre outros, planejamento de uma estrutura de negócios e estratégia tributária, avaliação das necessidades de contratação de empregados, associação às joint ventures apropriadas, proteção de informações confidenciais e segredos comerciais, conformidade com exigências de rotulagem de produto, leis de proteção ao consumidor e regulamentações de propaganda, condução de auditoria da cadeia de suprimentos, gestão de questões de propriedade intelectual e mitigação de riscos de responsabilidade pelo produto e preocupações relativas a antitruste ao longo de todo o processo.

Em um ambiente cada vez mais regulado e complexo, em que um mínimo deslize pode ter consequências significativas, garantir que sua empresa cumpra com todas as exigências legais e regulatórias é, hoje, um assunto para a alta administração. Uma governança corporativa sólida é a base para crescer e proteger um negócio sustentável de longo prazo. Questões como exigências de rotulagem, proteção de dados e escrutínio aprimorado de estratégias tributárias corporativas precisam ser tratadas no início do processo de desenvolvimento do produto se você quiser evitar problemas adiante.

## VOCÊ JÁ PENSOU SOBRE...



- ✓ A proteção adequada para suas informações confidenciais e segredos comerciais?
- ✓ A implementação de total visibilidade e rastreamento da sua cadeia de suprimentos (por exemplo, conformidade com a Lei de Combate à Escravidão Moderna)?
- ✓ Negociações eficientes de seus contratos com fornecedores nas diferentes categorias (por exemplo, depósito, logística, compra e cadeia de suprimentos)?
- ✓ Garantir que sua plataforma de e-commerce cumpra com as regulamentações de privacidade e antitruste, além de implementar um processo para tratar de vazamento de dados?
- ✓ Conformidade com as exigências de rotulagem de produto, tais como normas de saúde e segurança do consumidor?
- ✓ Como administrar questões de recall de produto e mitigar responsabilidades no pós-venda?

- Gerir riscos de responsabilidade por produto e recall
- Assegurar conformidade com proteção ao consumidor no pós-venda
- Implementar estratégia de gestão de cadeia de suprimentos para reciclagem, recuperação de fontes e descarte dos produtos

- Projetar estrutura do negócio
- Proteger direitos de PI
- Estruturar colaborações com terceiros
- Conceber uma estratégia tributária

Fase 1  
**Inovação,  
Conceituação  
e Pesquisa**

Fase 2  
**Desenvolvimento de  
Produto: Antes do  
lançamento**

Fase 4  
**Pós-Venda e  
Fim de Vida**

Fase 3  
**Produção, Cadeia  
de Suprimentos e  
Distribuição**

- Conduzir auditoria de aquisição
- Gerenciar exigências de conformidade de fabricação
- Implementar estratégia de distribuição e vendas

- Considerar as exigências regulatórias de produto
- Mitigar riscos de responsabilidade
- Garantir proteção de marca
- Gerenciar carteira de imóveis
- Tratar de questões de preço de transferência e conformidade tributária
- Planejar com antecedência para lançamento de comércio eletrônico
- Avaliar necessidades de RH



# FASE 1

## INOVAÇÃO, CONCEITUAÇÃO E PESQUISA

✓ Ao planejar um novo produto, **pense nos objetivos de curto prazo e de longo prazo do seu negócio para projetar uma estrutura de negócios adequada.**

• **Você pode querer criar um novo setor na sua empresa ou constituir uma nova entidade** para manter os ativos principais da sua marca separados das atividades de produção, marketing, distribuição e logística, de modo a alocar o risco na estrutura do negócio. Manter os ativos principais da sua marca separados de seus outros ativos pode facilitar opções futuras, seja de financiamento, licenciamento ou em uma venda.

• Se sua marca ou empresa está crescendo, **você pode precisar de capital adicional para financiar a expansão.** Quer isso signifique atrair novos investidores ou acessar o mercado de ações por meio de uma IPO, decisões estruturais que você toma no início podem gerar impacto no futuro.

✓ **Anteça-se a qualquer questão de titularidade de PI** na fase inicial para garantir que você não perca os direitos sobre a sua criação.

• **Pense em todos os direitos registrados e não registrados existentes.** Por exemplo, **proteção a segredo comercial** pode manter suas ideias e desenvolvimentos tecnológicos em confidencialidade.

• Planeje com antecedência e **implemente políticas e termos contratuais adequados para empregados e consultores**, tais como acordos de confidencialidade.

Costumam surgir complicações quando um consultor ou empregado pode reivindicar titularidade de certos aspectos da invenção.

✓ **Implementar a estrutura tributária correta evitará que reorganizações custosas se façam necessárias no futuro.**

• **Considere estruturação tributária para ativos de PI.** Por exemplo, há preços de transferência e implicações tributárias se você quiser vender ou licenciar sua marca no futuro se seus ativos forem detidos em entidade do grupo separada.

• **Beneficie-se dos incentivos e/ou créditos fiscais de P&D** disponíveis em muitas jurisdições, também conhecidos como regimes de "caixa de PI" ou "caixa de inovação".

✓ **Se você contar com cooperação de terceiros para desenvolver o seu produto (joint ventures, contratos de P&D conjuntos etc.):**

• **Assegure-se de não estar sufocando a concorrência e contrariando a legislação antitruste:** seja cauteloso com fixação ilegal de preços, divisão de mercado, troca de informações comerciais sensíveis ou outras condutas anticoncorrenciais.

• **Assegure-se de que os acordos com terceiros estejam estruturados adequadamente e bem documentados** (por exemplo, o valor dos aportes iniciais, possíveis saídas), de modo a evitar questões sobre futuros direitos de uso do produto.

# FASE 2

## DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO: ANTES DO LANÇAMENTO

- ✓ **Assegure-se de estar em conformidade com as exigências regulatórias e de rotulagem do produto**, tais como normas e certificados de saúde e segurança do consumidor, **em todos os mercados nos quais pretende vender seus produtos**. A conformidade com essas exigências será verificada mediante a importação e o fornecimento do produto.
- ✓ **Mitigue os riscos de responsabilidade pelo produto**, alocando cuidadosamente a responsabilidade pós-venda e considerando os avisos, rótulos e instruções de uso de seu produto, com referência às práticas e costumes locais.
- ✓ **Crie e mantenha atualizados os protocolos e procedimentos de recall de produtos** para que você não perca tempo valioso quando houver um problema com um produto e, além disso, rapidez é primordial nesse caso.
- ✓ **Desenvolva uma estratégia de proteção da marca** que enfoque os mercados e as questões principais (por exemplo, desenho e formato da embalagem e nome do produto).
- ✓ **Considere suas necessidades de imóveis**: Embora vender o produto possa parecer algo ainda distante, um espaço físico é essencial para lançar o seu produto e para ajudá-lo a crescer. Garantir a melhor localização para o seu produto e assegurar que o espaço reflita a imagem da marca levará tempo – então, agora é o momento de iniciar esse processo. Conduzir auditoria imobiliária para as suas necessidades de varejo ajudará a controlar custos e otimizar o processo se você planeja abrir mais lojas. **Considere, também, a conformidade com a legislação local e as regulamentações ambientais e planeje cada etapa**: construção ou aquisição, arrendamento, desenvolvimento reforma das instalações, licenças especiais etc.
- ✓ **Adote políticas de preço de transferência e planejamento tributário que reflitam a realidade comercial** para evitar penalidades. **Fique atento às medidas globais de Erosão da Base Tributária e Transferência de Lucros (BEPS)** e (re)alinhe sua tributação corporativa ao conteúdo econômico (receitas de PI) e criação de valor (P&D), evitando dupla tributação.
- ✓ Se você **pretende apostar no digital, implemente disposições de privacidade e proteção de dados** na sua plataforma de comércio eletrônico e **assegure-se de estar em conformidade com as normas antitruste**.
- ✓ **Coleta de dados e monetização podem conferir uma vantagem competitiva** por meio de ofertas de produtos personalizados; então, **assegure-se de adotar as estratégias comerciais adequadas para cumprir com as normas de privacidade**.
- ✓ **Desafios relativos à contratação de empregados variam** desde a retenção de mão-de-obra flexível até lidar com as normas complexas de salário e horário. **Áreas-chave de risco que você deve ter em mente são saúde e segurança, obrigações quanto a direitos humanos, assédio e discriminação, imigração/mobilidade e proteção de dados**.



# FASE 3

## PRODUÇÃO, CADEIA DE SUPRIMENTOS E DISTRIBUIÇÃO

- ✓ Conduza uma **auditoria de cadeia de suprimentos** (por exemplo, escravidão moderna, corrupção e rastreabilidade) para evitar danos à marca e reputação da sua empresa.
- ✓ **Garanta conscientização quanto à tributação e conformidade em sua distribuição. Sua rede de vendas deve estar ciente da conformidade anticorrupção**, gestão de preço de transferência e limitações a investimento estrangeiro direto.
- ✓ **Preste atenção a exigências regulatórias quanto à matéria-prima** e origem de componentes, em especial no que diz respeito à origem ética/sustentável.
- ✓ **Desenvolva estratégias de fornecimento para aquisição personalizadas** para obter compromissos desde o início por parte dos fornecedores e dar a você maior influência nas negociações.
- ✓ **Construa relacionamentos sólidos com terceiros, tais como fornecedores, logística, depósito etc.** e negocie cuidadosamente contratos de compra, contratos de fabricação, códigos de conduta de fornecedor etc. para evitar as armadilhas das disputas comerciais (ou seja, alocação de riscos, recursos para ausência de entrega, plano de saída).
- ✓ **Escolha estratégias de distribuição e vendas locais e globais coordenadas e práticas**, (por exemplo, distribuição seletiva, franquias, representantes, revendedores etc.) que cumpram com a legislação antitruste.
- ✓ O setor de varejo é um **alvo visado para ataques cibernéticos**, então você deve implementar requisitos apropriados de criptografia e autenticação para mitigar o risco.
- ✓ **Assegure-se de que todas as políticas e práticas de comércio eletrônico cumpram com a legislação antitruste e de proteção ao consumidor e dados.**
- ✓ **Alinhe sua estratégia de negócios à sua estratégia de PI e mídias sociais**; informe suas equipes de marketing sobre direitos de PI e os riscos das mídias sociais, como negociação do contrato com influenciador ou apoiador correto.
- ✓ Estabeleça **medidas de exigibilidade e supervisão de PI** (por exemplo, monitoramento de produtos falsificados e importações paralelas) para manter a integridade da sua marca e conter imitadores indesejados de um novo produto bem-sucedido.

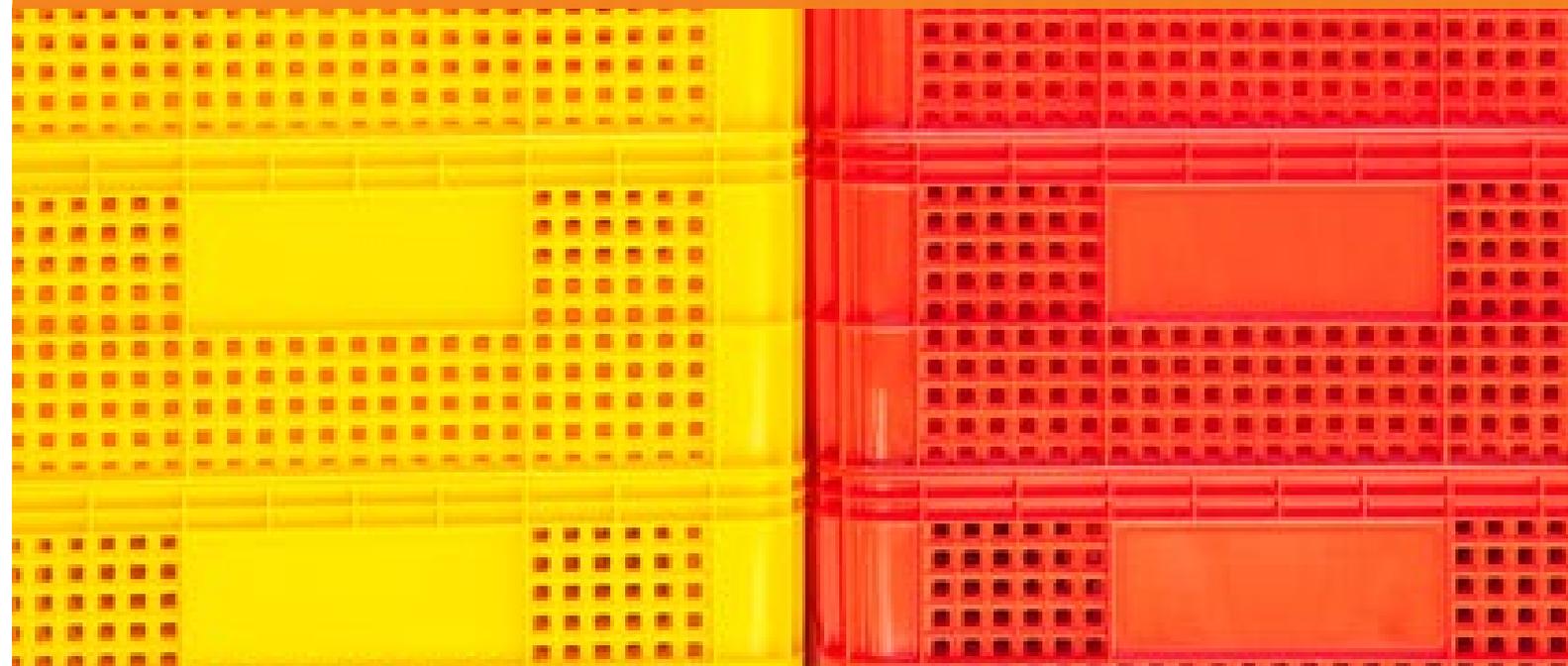
# FASE 4

## PÓS-VENDA E FIM DE VIDA

- ✓ **Colocar seu produto no mercado não é o último passo.** Antecipe-se a riscos jurídicos além do ponto de venda, por exemplo, defeitos no desenho, fabricação ou fornecimento de um produto podem causar preocupação de segurança do produto.
- ✓ **Esteja preparado para as implicações de regulamentações de segurança de produto** que se aplicam ao seu produto (por exemplo, leis específicas de recall para produtos perigosos e responsabilidades potenciais dos produtores e/ou distribuidores).
- ✓ **A tendência global está direcionada a mais regulamentação e responsabilidade estendida ao longo de todo o ciclo de vida.** Evite publicidade adversa, danos à marca e multas

consideráveis **implementando um programa robusto de pós-vendas** para tratar de possíveis reclamações, questionamentos e reivindicações por garantia por parte dos consumidores por peças sobressalentes ou produtos defeituosos.

- ✓ **Adote uma abordagem holística dos riscos de responsabilidade por produto e recall elaborando um plano de ação abrangente:** avalie as exigências em cada país, desenvolva resposta adequadas nas mídias, gestão de crise e estratégias de contencioso.
- ✓ **Implemente uma estratégia de gestão de cadeia de suprimentos para reciclagem, recuperação de fontes e descarte dos produtos** – pense em Economia Circular!



# CONTATOS

---

## São Paulo

Rua Arq. Olavo Redig de Campos, 105 - 31º andar  
Edifício EZ Towers Torre A - 04711-904  
São Paulo - SP - Brasil  
Tel.: +55 11 3048 6800  
Fax: +55 11 5506 3455

## Rio de Janeiro

Rua Lauro Muller, 116, Cj. 2802  
Ed Rio Sul Center, 22290-906  
Rio de Janeiro - RJ - Brasil  
Tel.: +55 21 2206 4900  
Fax: +55 21 2206 4949

## Brasília

SAF/S Quadra 02 - Lote 04 - Sala 203  
Ed. Comercial Via Esplanada - 70070-600  
Brasília - DF - Brasil  
Tel.: +55 61 2102 5000  
Fax: +55 61 3323 3312

## Porto Alegre

Av. Soledade, 550  
Cj. 401 - 90470-340  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Tel.: +55 51 3220 0900  
Fax: +55 51 3220 0901