



Retratos de família

**Um Panorama do
Histórico e Perspectivas
das Empresas
Famíliares Brasileiras**

Pesquisa 2015/2016

ACI Institute
Uma iniciativa
da KPMG



KPMG Board Leadership Center

Exploring issues. Delivering insights. Advancing governance.

kpmg.com/BR



A mensagem que resume a presente pesquisa é:

**a empresa familiar
de hoje continuará
sendo uma empresa
familiar no futuro.**

A KPMG, com o apoio do ACI Institute e do Board Leadership Center, pesquisou juntamente aos líderes de empresas familiares brasileiras (*family business*) o perfil de suas organizações, expectativas em relação ao mercado, e seus principais desafios e estratégias para o futuro, buscando compreender como a estrutura de governança existente oferece os alicerces necessários para o desenvolvimento do seu negócio.

As principais constatações da pesquisa apontaram o desejo da manutenção do poder dentro da família controladora, com baixo interesse na entrada de novos sócios ou aliança com terceiros, e pouca pretensão de realizar mudanças societárias. No mesmo sentido, foram identificadas importantes decisões sendo tomadas diretamente por membros da família que atuam, frequentemente, como parte da gestão.

De forma geral, a mensagem que nos foi transmitida pela maioria das empresas familiares pesquisadas é que a empresa familiar de hoje continuará sendo uma empresa familiar no futuro.

Boa leitura!

Sidney Ito

Sócio-líder de Governança Corporativa e Riscos e do ACI Institute do Brasil

Sebastian Soares

Sócio-líder de Mercado Empreendedor da KPMG no Brasil



ACI Institute
Uma iniciativa
da KPMG



KPMG Board Leadership Center
Exploring issues. Delivering insights. Advancing governance.

Conteúdo

Introdução	05
Perfil das Empresas Familiares Participantes	06
Os Negócios da Empresa Familiar	09
Financiamento do Family Business	12
Estrutura de Governança Corporativa das Empresas Familiares	14
Conselho de Administração e seus Comitês	18
Diretoria Executiva	22
Perspectivas do Family Business	24
Conclusão	25
Distribuição Geográfica das Empresas Familiares Participantes	26

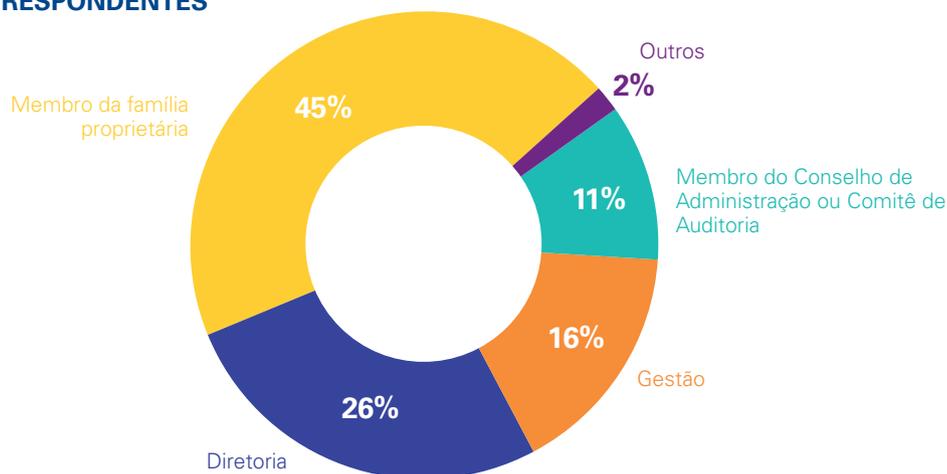
Introdução

A pesquisa foi aplicada em território nacional durante o segundo semestre de 2015. Os membros da família proprietária foram os maiores colaboradores da pesquisa (45%), seguidos da diretoria (26%), gestores (16%), e membros do Conselho de Administração e Comitê de Auditoria (11%). No total, foram 201 respondentes distribuídos em 16 estados brasileiros, que apontaram preocupações como a incerteza política do país e a redução do faturamento e da lucratividade. A análise dos dados permitiu perceber a dinâmica atual das empresas familiares e a maneira como têm se posicionado diante das mudanças no cenário econômico, além dos diferenciais que enxergam em sua estrutura.

As organizações que integraram a pesquisa são majoritariamente do setor de serviços (25%), bens de consumo e varejo (24%), bens industriais (18%) e agronegócios (14%). 86% têm mais de 100 funcionários (com 41% informando possuir mais de 1.000 funcionários) e 69% possuem faturamento anual maior que R\$ 100 milhões, sendo que 42% são empresas de grande porte, segundo classificação do BNDES e da Lei nº 11.638 (que definiu as empresas de grande porte para fins da aplicação do IFRS no Brasil) – com receita maior que R\$ 300 milhões/ano. Em relação à idade destas empresas, 77% têm mais de 20 anos de existência e, em 88% a geração que ocupa o poder máximo é a primeira (fundadores) ou a segunda.

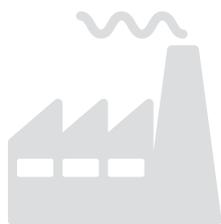
Ainda sobre o perfil das empresas estudadas, a forma jurídica mais comum entre os respondentes foi a sociedade limitada (63%), e a estrutura de propriedade mais frequente foi o controle majoritário (66%). Por fim, 77% são controladas por uma única família, enquanto 23% têm controle multifamiliar.

CARGO DOS RESPONDENTES

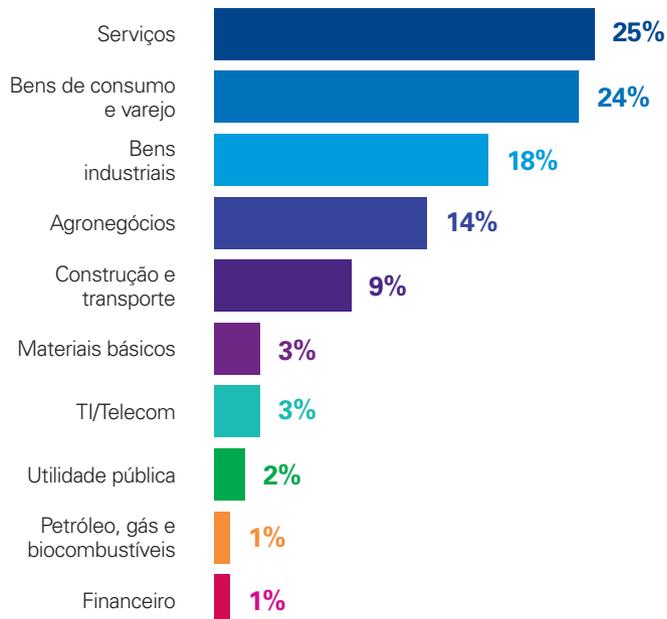


77% das empresas participantes são controladas por uma **única família**

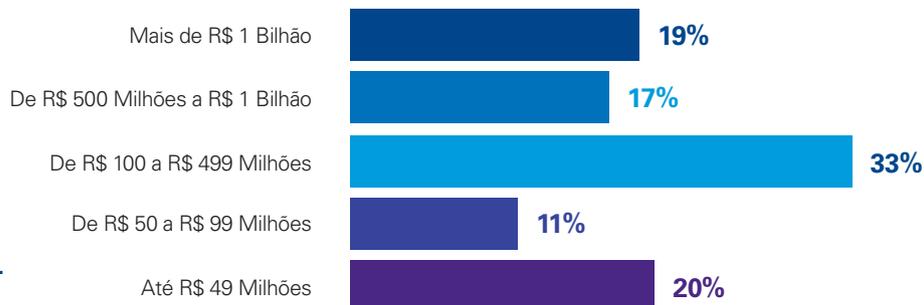
Perfil das Empresas Familiares Participantes



SETOR DE INDÚSTRIA

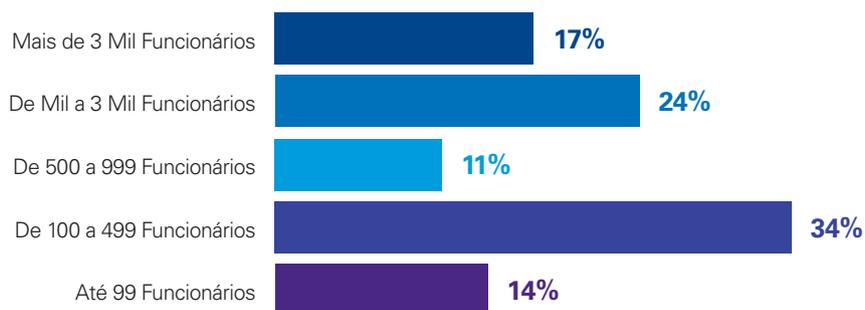


FATURAMENTO ANUAL

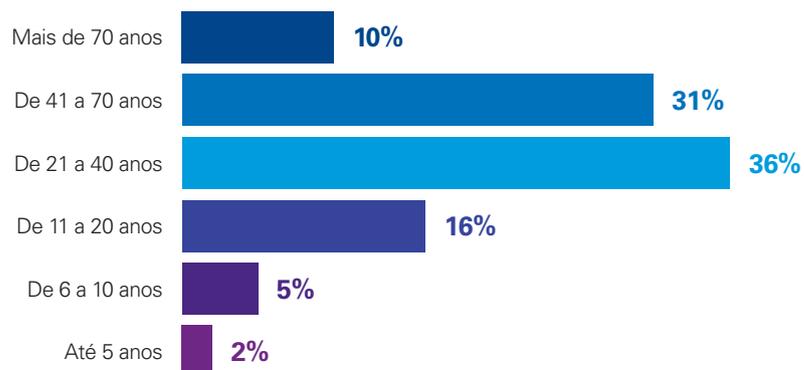




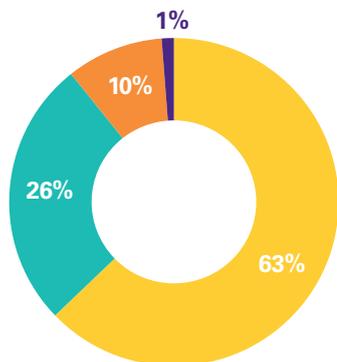
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



IDADE DA EMPRESA

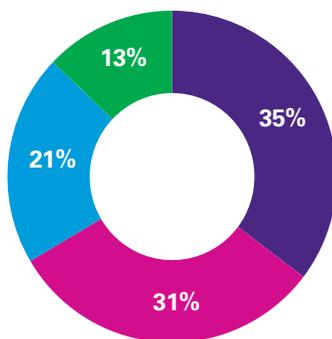


I FORMA JURÍDICA



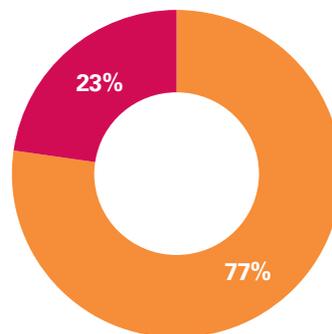
- Ltda.
- S.A. fechada
- S.A. aberta
- Outra

II FORMA DE CONTROLE ACIONÁRIO



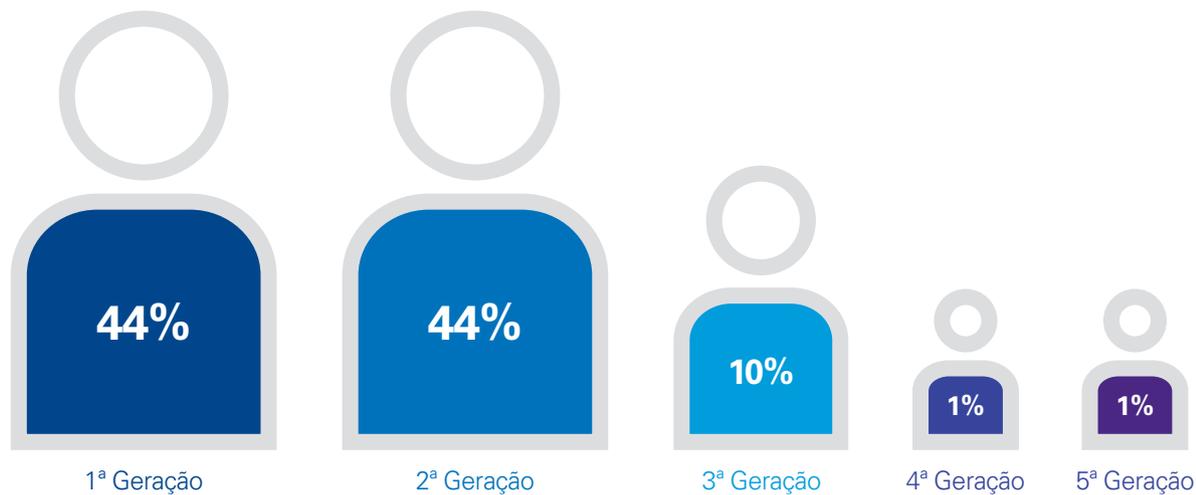
- Majoritário direto (pessoa física)
- Majoritário indireto (pessoa jurídica)
- Compartilhado direto (pessoa física)
- Compartilhado indireto (pessoa jurídica)

III TIPO DE CONTROLE



- Familiar
- Multifamiliar

I GERAÇÃO DA FAMÍLIA NO PODER MÁXIMO NA EMPRESA ATUALMENTE



Os Negócios da Empresa Familiar

Algumas questões abordaram a percepção dos respondentes sobre o desenvolvimento do seu negócio. Nesse sentido, foram apontados resultados que refletem a situação econômica desfavorável do país, especialmente no que diz respeito ao crescimento do desemprego: 49% dos respondentes afirmaram que reduziram seu quadro de funcionários nos últimos seis meses. Nesse mesmo período, apesar de 41% terem aumentado sua receita em relação a períodos anteriores, 35% enfrentaram uma redução nesse indicador e 24% se mantiveram estáveis.

Da mesma forma, os respondentes se mantiveram cautelosos em relação à expansão dos negócios: apenas 35% ampliaram sua abrangência geográfica nos últimos seis meses, tendência que deve se manter para o próximo ano, segundo as suas expectativas. Algumas das razões são a preocupação com a incerteza política, a redução da lucratividade e do faturamento:

Das empresas com intenção de investimento, **68%** pretende empregá-lo em seu negócio atual, **20%** investirá em expansão nacional ou internacional e **12%** buscará a diversificação dos negócios.

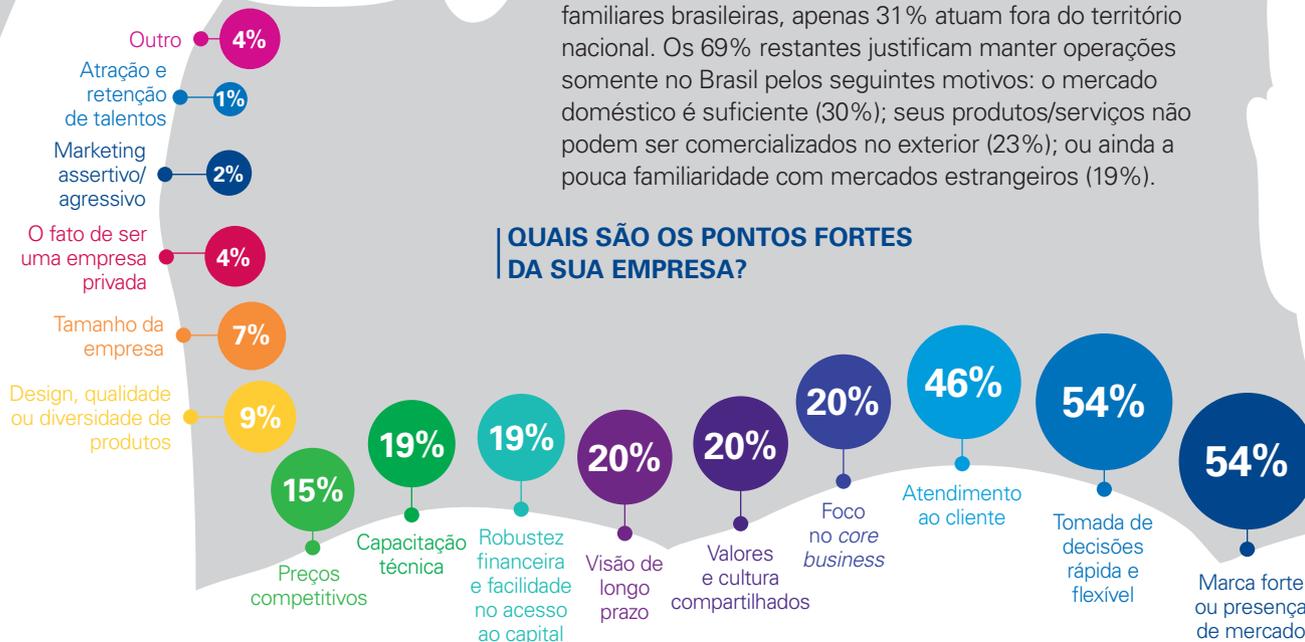
QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES DA EMPRESA FAMILIAR HOJE?



Apesar destas preocupações, 42% estão confiantes em relação à sua situação econômica nos próximos seis meses e, nesse sentido, 68% incluirão investimentos em seu plano estratégico. Das empresas com intenção de investimento, 68% pretende empregá-lo em seu negócio atual, 20% investirá em expansão nacional ou internacional e 12% buscará a diversificação dos negócios.

Com relação à abrangência geográfica atual das empresas familiares brasileiras, apenas 31% atuam fora do território nacional. Os 69% restantes justificam manter operações somente no Brasil pelos seguintes motivos: o mercado doméstico é suficiente (30%); seus produtos/serviços não podem ser comercializados no exterior (23%); ou ainda a pouca familiaridade com mercados estrangeiros (19%).

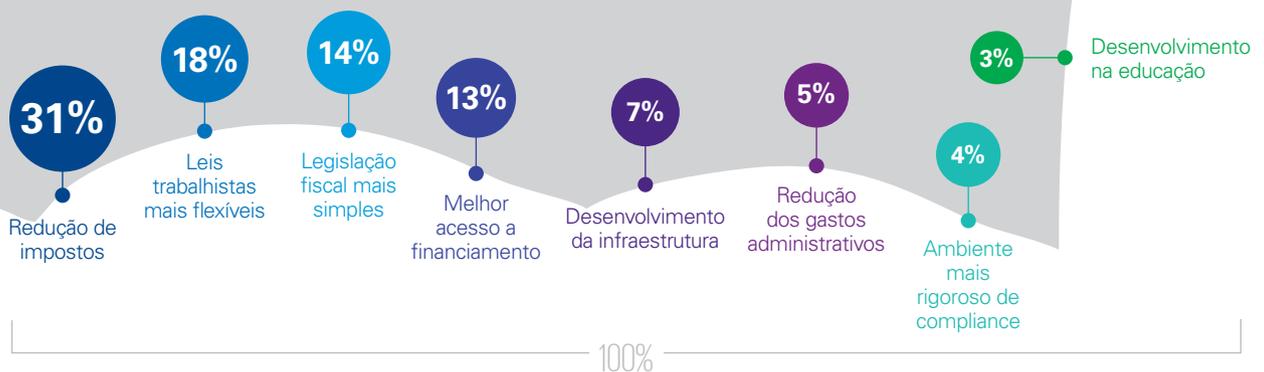
QUAIS SÃO OS PONTOS FORTES DA SUA EMPRESA?



Para enfrentar o complexo cenário atual, as empresas familiares contam com alguns pontos fortes de seu perfil peculiar: tomada de decisões rápida e flexível, visão de longo prazo e foco no *core business*.

Questionados sobre alterações de contexto, 31% afirmaram que a redução de impostos beneficiaria seu negócio, 18% citaram leis trabalhistas mais flexíveis e 14%, uma legislação fiscal mais simples. Com esses resultados, pode-se notar um alto “custo país” percebido pelas empresas familiares brasileiras.

QUAL MUDANÇA MAIS BENEFICIARIA O SEU NEGÓCIO?



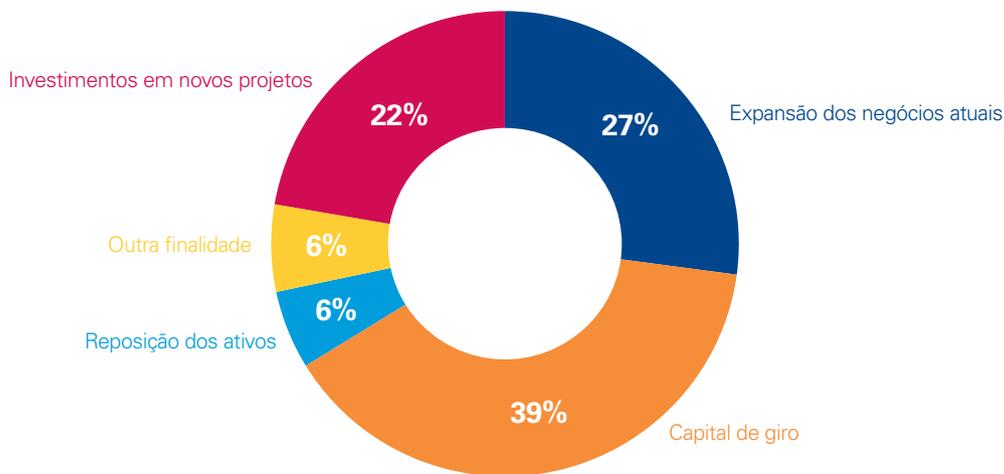
Financiamento do Family Business

Partindo para o assunto relativo à fonte de financiamento, 63% utiliza-se de empréstimos e financiamentos bancários como principal forma de captação de recursos, enquanto 24% dispõe de investimento dos proprietários para financiar o negócio. A finalidade primária desta captação é, para 39% dos respondentes, a necessidade de capital de giro, e também a expansão dos negócios, sejam eles os já existentes (27%) ou novos projetos (22%).

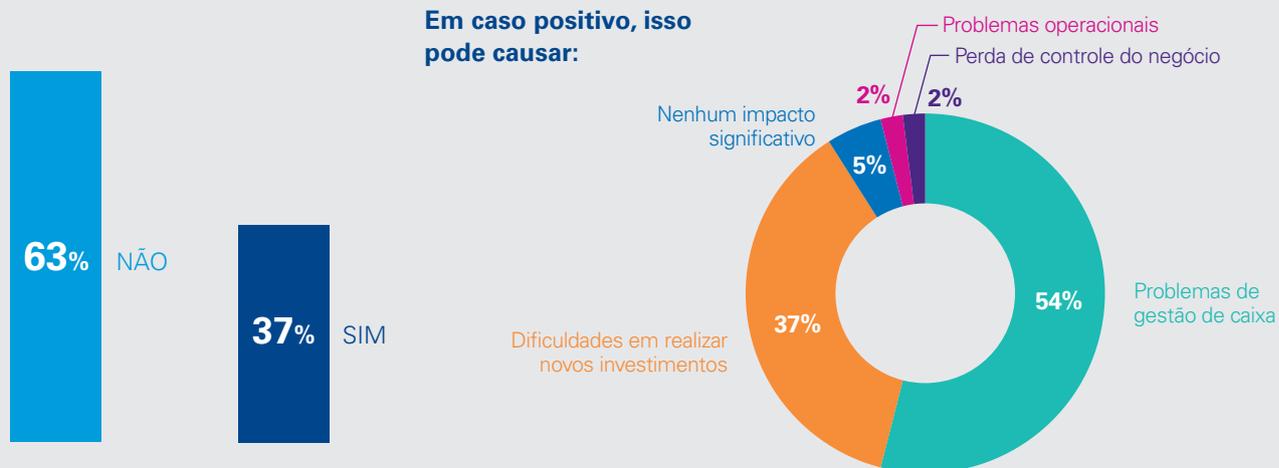
Nos últimos seis meses, apenas 37% das empresas familiares percebeu alguma dificuldade de acesso a financiamento, o que pode causar problemas de gestão de caixa (54%) ou obstáculo para a realização de novos investimentos (37%), na maioria dos casos.

Pensando no futuro de curto prazo, além do financiamento bancário e uso do capital próprio, 17% dos participantes consideram a possibilidade de aliança com terceiros e 13% avaliam a entrada de novos investidores na empresa como fontes de financiamento atrativas.

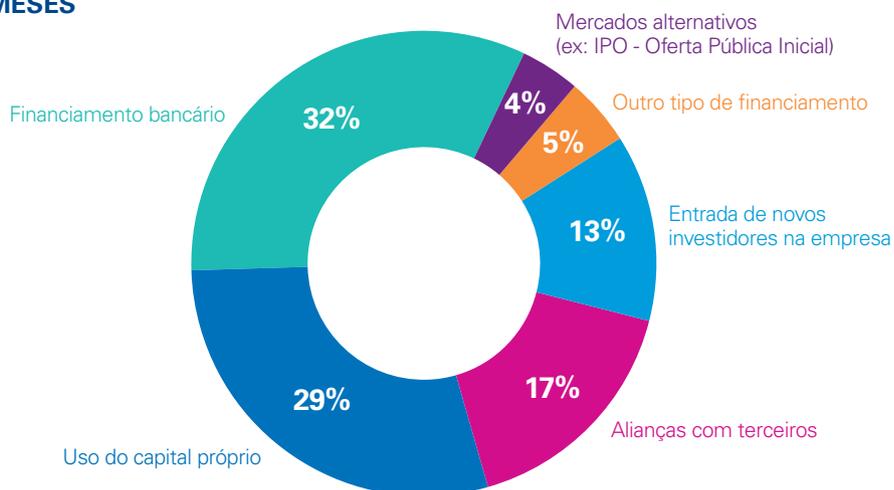
I PRINCIPAL FINALIDADE DA CAPTAÇÃO DE RECURSOS DA EMPRESA



EM NOS ÚLTIMOS SEIS MESES, SUA EMPRESA FAMILIAR TEVE DIFICULDADES DE ACESSO A FINANCIAMENTO?

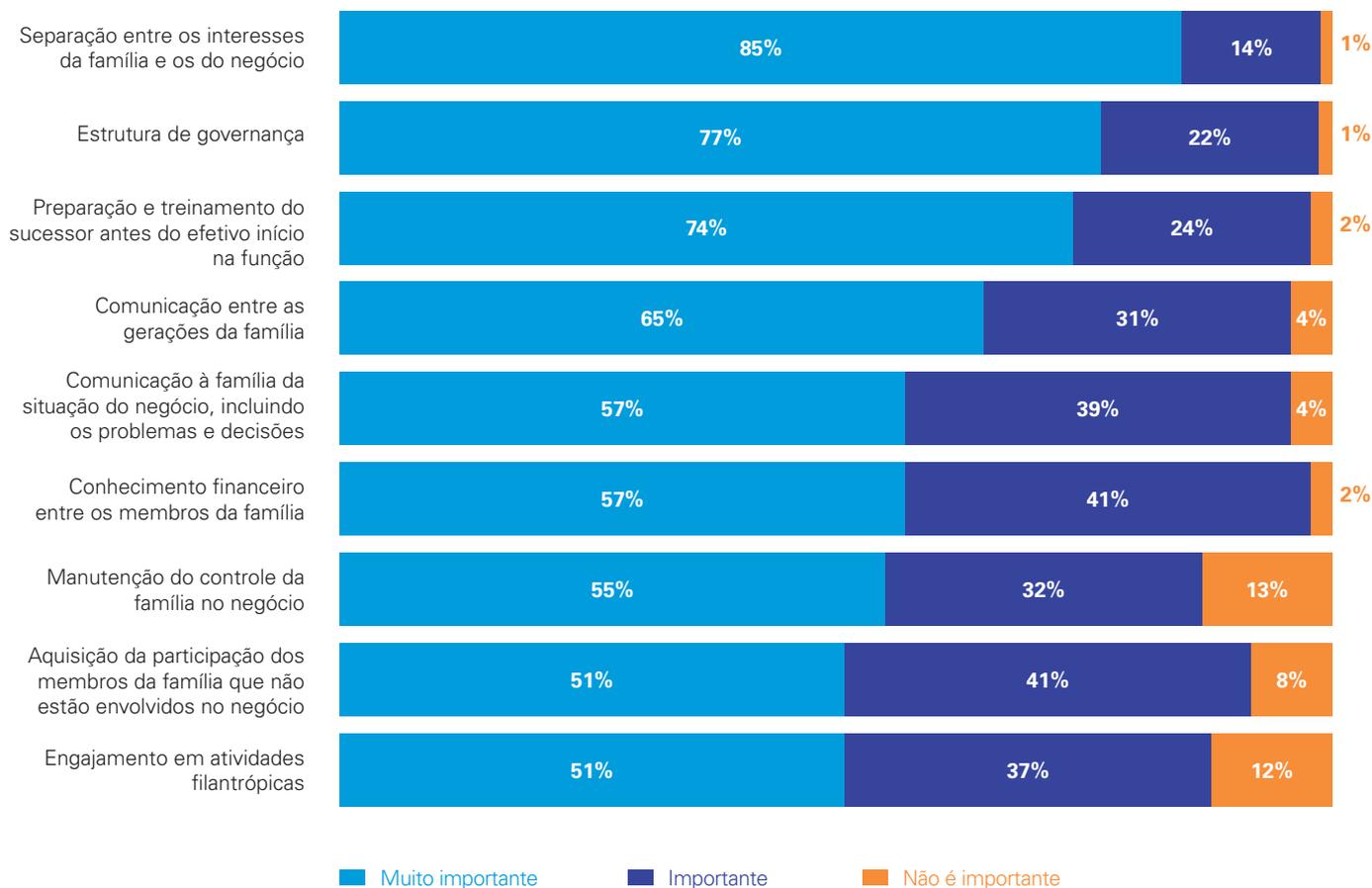


TIPOS DE FINANCIAMENTO MAIS ATRATIVOS NOS PRÓXIMOS SEIS MESES



Estrutura de Governança Corporativa das Empresas Familiares

IA IMPORTÂNCIA DAS SEGUINTESS QUESTÕES PARA O SUCESSO DA EMPRESA FAMILIAR



Apesar de algumas questões levantadas na pesquisa sobre a estrutura de governança da empresa carregarem certa obviedade, é interessante notar o nível de importância atribuído para cada item. Fica evidente a relevância dada a questões como a separação dos interesses do negócio e da família, uma governança estruturada e preparação e treinamento do sucessor dentro do *family business*.

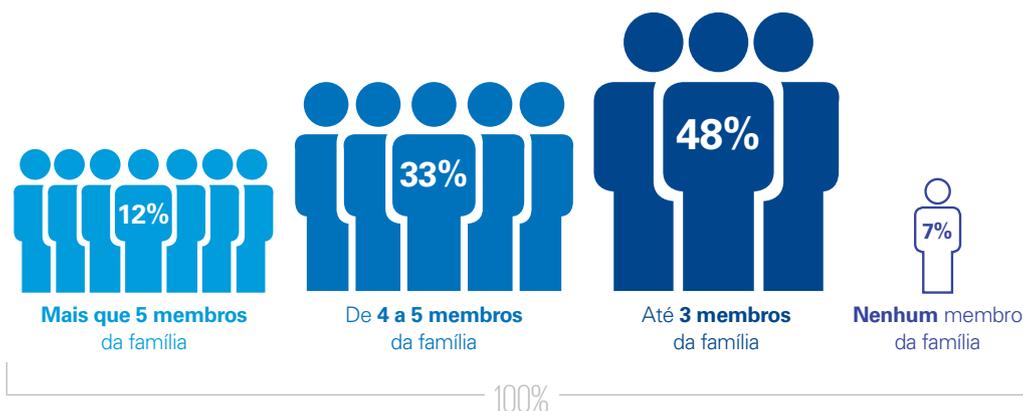
Em consonância com a relevância da separação entre os interesses da família e dos negócios identificada, 94% das empresas afirmam não misturar os gastos pessoais da família com as despesas da organização. Nesse sentido, podemos perceber que entre as empresas familiares pesquisadas há consciência da necessidade de distinção entre o patrimônio particular e o da empresa, mas ainda é importante que haja políticas formalizadas e controles internos para garantir sua concretização.

Buscando compreender de forma mais profunda a dinâmica do *family business*, o questionário também abordou a relação dos entes da família com os principais órgãos de governança da organização. Nesse sentido, 57% dos respondentes afirmou haver interesse de familiares da próxima geração em participar da gestão.

Fica evidente a relevância dada a questões como a **separação dos interesses do negócio e da família**, uma governança estruturada e preparação e treinamento do sucessor dentro do *family business*.

I QUANTIDADE DE MEMBROS DA FAMÍLIA QUE OCUPAM CARGOS NA EMPRESA

Ainda sobre a estrutura de governança das empresas pesquisadas, 49% dos respondentes constituiu um Conselho de Família ou equivalente. A seguir, apresentamos o número de membros da família que ocupam cargos na empresa:



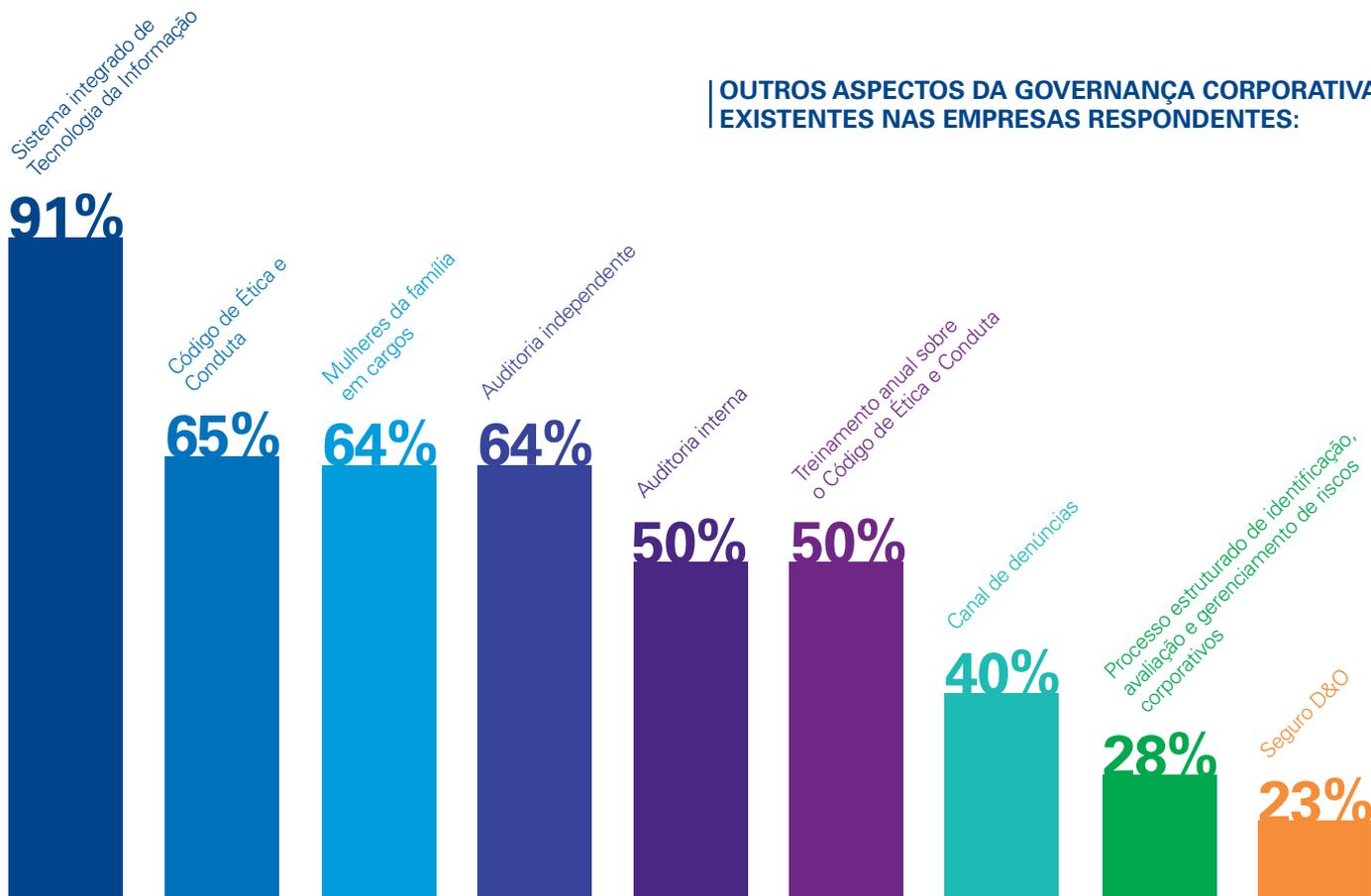
Analisando esse amplo painel, é possível perceber que as empresas familiares brasileiras já encontram-se profissionalizadas, em certa medida. Contudo, ainda há inúmeras oportunidades de melhorias em questões como mapeamento de riscos e canal de denúncias, que hoje se revelam frágeis. Especificamente sobre o processo de identificação, avaliação e gerenciamento de riscos corporativos, foi averiguado que as empresas familiares confiam essa função a diferentes áreas, como a Controladoria, o Departamento Financeiro e a área de Compliance. No total, seis áreas foram citadas como responsáveis pela tarefa de gerenciamento de riscos.

Adicionalmente, é possível notar a necessidade de fortalecer as questões relacionadas a Ética e Conduta, ampliando o percentual de empresas que possui um Código dedicado ao tema, que hoje limita-se a 65%.

É essencial intensificar os treinamentos nesse sentido, e receber, endereçar e tratar as eventuais denúncias, que hoje são coletadas em apenas 40% das empresas familiares.

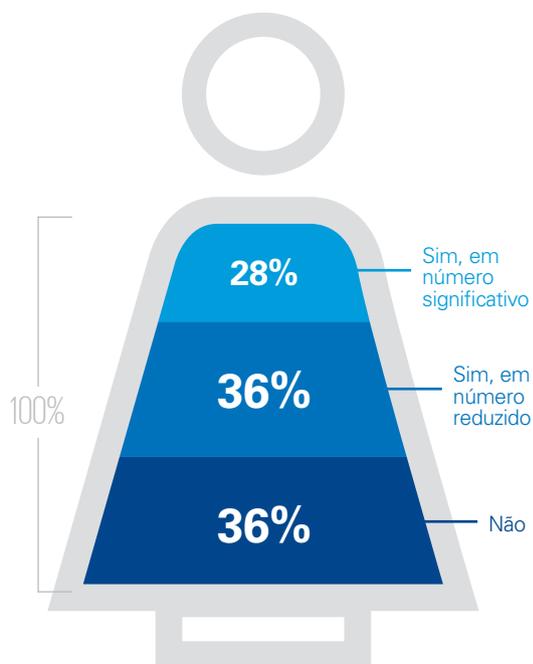
Baixo também é o número de organizações familiares que possuem apólices de seguro de responsabilidade civil para seus administradores: somente 23% dos respondentes afirmam ter um seguro D&O (Directors & Officers).

OUTROS ASPECTOS DA GOVERNANÇA CORPORATIVA EXISTENTES NAS EMPRESAS RESPONDENTES:

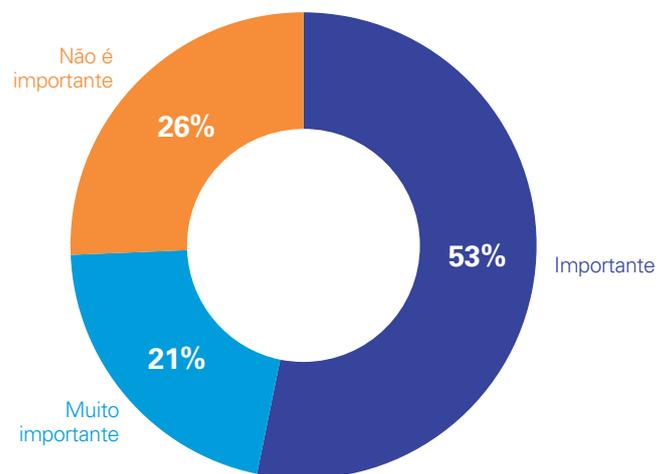


A diversidade foi outro ponto de destaque nesse panorama: 26% dos respondentes considera o assunto irrelevante para a agenda corporativa e 72% não têm mulheres da família ocupando cargos na empresa ou possuem em número reduzido.

AS MULHERES DA FAMÍLIA OCUPAM CARGOS NA EMPRESA?



IMPORTÂNCIA DO ASSUNTO DIVERSIDADE NA AGENDA CORPORATIVA



Conselho de Administração e seus comitês

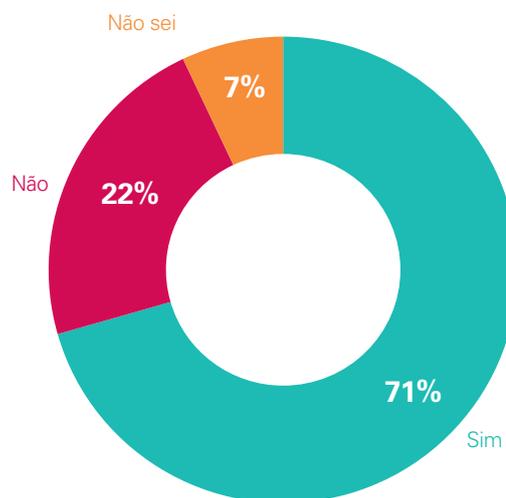
Ainda sobre os órgãos de governança existentes nas empresas familiares brasileiras, 56% delas possuem Conselho de Administração, cuja composição majoritariamente está entre 4 e 6 membros (66%). Em 53% dos Conselhos de Administração, 3 a 5 integrantes são membros da família.

Uma das atribuições do Conselho de Administração é estabelecer os negócios da empresa, com foco na sua perpetuidade. Para isso, ele é o responsável pela elaboração do plano estratégico e, para garantir a sua execução, escolhe a sua diretoria e monitora as suas ações. 68%

dos pesquisados responderam que possuem conselheiros atuando também na gestão executiva. Do mesmo modo, os cargos de presidente-executivo e de presidente do Conselho de Administração são ocupados pela mesma pessoa em 22% das empresas pesquisadas.

Com relação à comunicação entre os órgãos, 85% dos Conselhos de Administração foram os responsáveis por estabelecer os objetivos estratégicos da empresa e os comunicaram à gestão. O percentual diminui quando se pergunta se um plano estratégico foi formalmente elaborado e a sua realização acompanhada. Neste caso, o percentual cai para 65%.

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO ASSUME A RESPONSABILIDADE POR APROVAR A REMUNERAÇÃO ANUAL DA DIRETORIA EXECUTIVA?

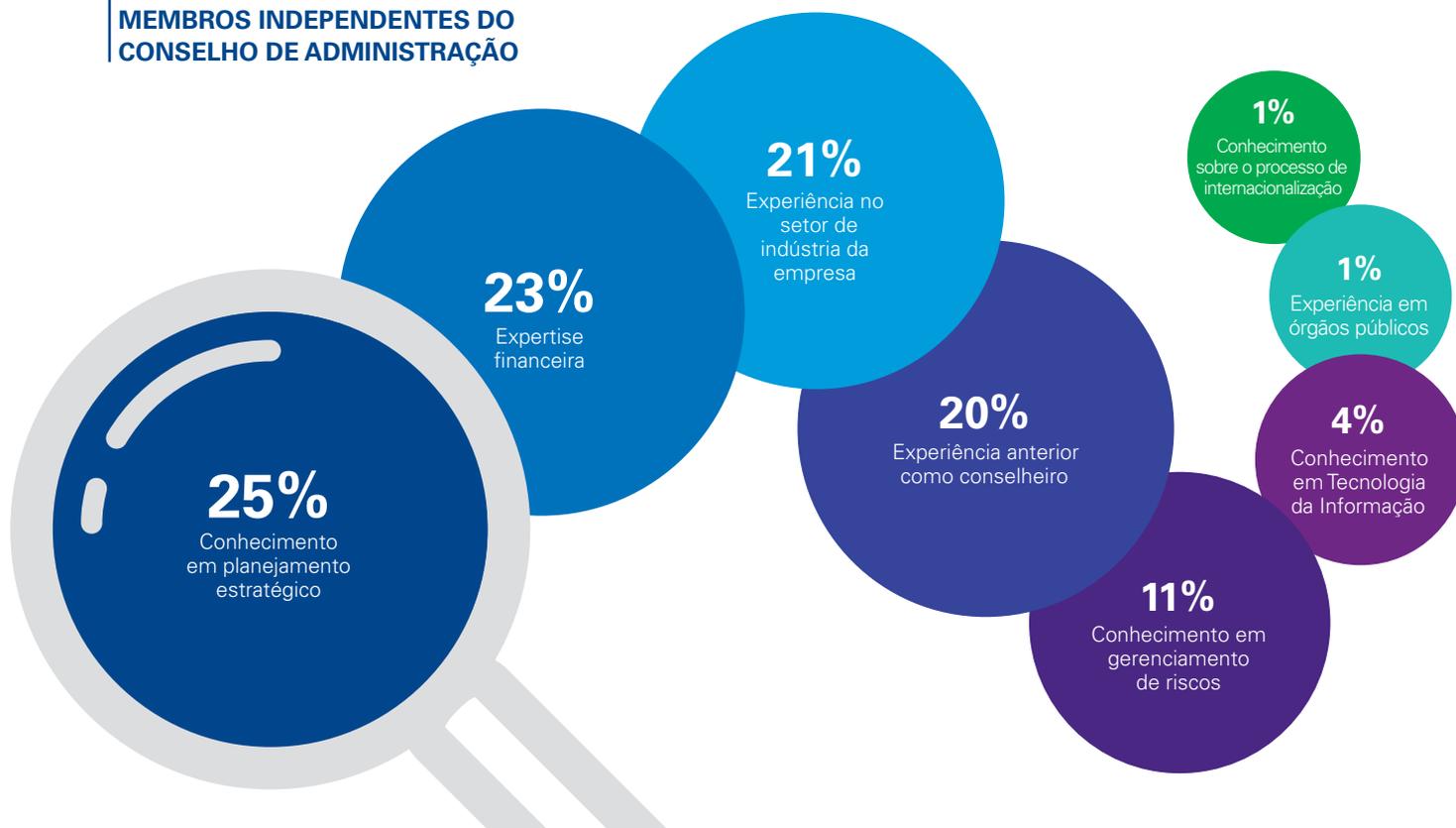


Os atributos mais procurados em um conselheiro independente

são, principalmente, conhecimento em estratégia, em finanças, experiência no setor onde a empresa pesquisada atua, experiência anterior na posição de conselheiro e conhecimento em gerenciamento de riscos.

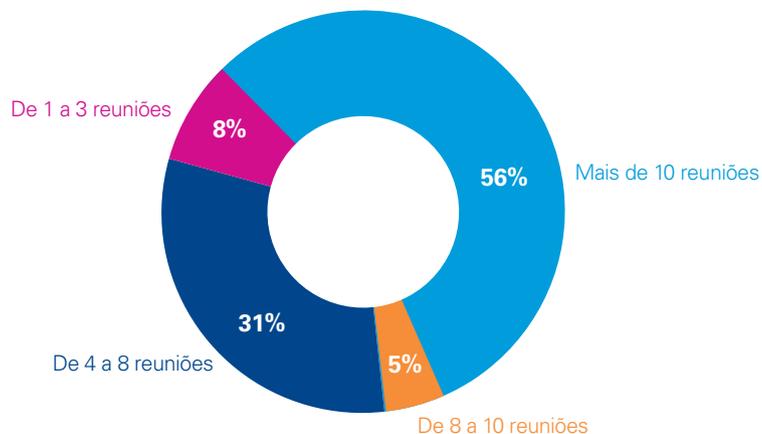
Ainda sobre a estrutura do Conselho de Administração, foi identificado que 72% das empresas familiares possuem conselheiros independentes, sendo que a maioria destes Conselhos possui um ou dois integrantes independentes, selecionados 45% das vezes por relacionamento pessoal, 35% com auxílio de uma consultoria especializada, e 20% por indicação de um acionista minoritário ou investidor. Os atributos mais procurados em um conselheiro independente são principalmente conhecimento em estratégia, em finanças, experiência no setor onde a empresa pesquisada atua, experiência anterior na posição de conselheiro e conhecimento em gerenciamento de riscos.

ATRIBUTOS BUSCADOS NOS MEMBROS INDEPENDENTES DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

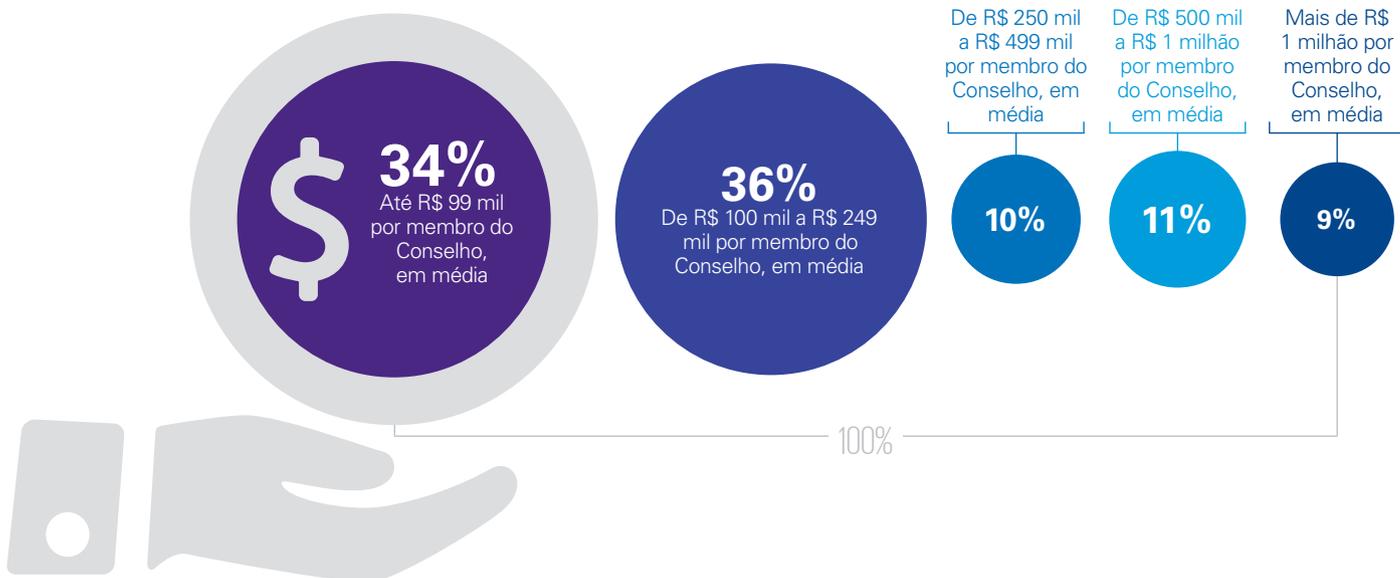


Com relação às atividades do Conselho e a sua remuneração, foi apurado que 56% dos Conselhos se reúne mais de dez vezes por ano, e que 70% das empresas remunera cada um de seus conselheiros em média até R\$ 249 mil/ano. Além disso, apenas 6% proporcionam alguma remuneração variável aos membros do Conselho de Administração.

QUANTIDADE DE REUNIÕES DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO POR ANO



REMUNERAÇÃO MÉDIA PAGA POR MEMBRO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO NO PERÍODO DE UM ANO



A criação de Comitês para suporte ao Conselho de Administração é importante para tratar de temas específicos que exijam uma maior dedicação de tempo e expertise no assunto. Desta forma, os Comitês auxiliam o Conselho de Administração fornecendo opinião, comentários e informações para determinados assuntos. A pesquisa constatou que 39% dos Conselhos de Administração de

empresas familiares possuem Comitês de assessoramento, que são constituídos de acordo com necessidades específicas em determinados assuntos. Além dos Comitês de Auditoria, de Recursos Humanos, Finanças/ Investimentos, de Estratégia, de Remuneração e Riscos, mais comumente informados, 22% dos respondentes informaram que constituíram Comitês para outros assuntos.

I COMITÊS DE ASSESSORAMENTO AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



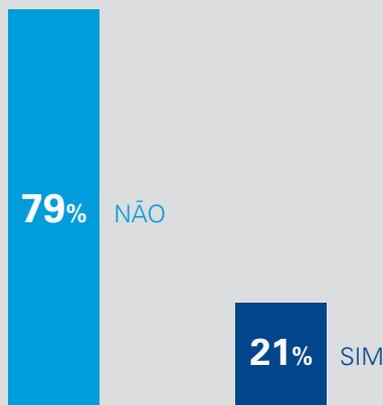
Alguns dos “outros” Comitês mencionados foram o Comitê de Inovação, Comitê de Governança Corporativa, Comitê de Operações e Comitê de Sustentabilidade.

Diretoria Executiva

Derivando para as características e atribuições da diretoria executiva, foi observado que 55% delas é composta, em sua maioria, por membros da família, enquanto 16% possui a gestão integralmente profissionalizada, sem nenhuma participação familiar. Em apenas 16% o diretor-presidente não é membro

da família. Para os 84% restantes, somente 21% pretende contratar um executivo de mercado para ocupar a posição de presidente no futuro, e quase metade deles pretende fazê-lo em até 3 anos. Em linha com essa questão, 53% das empresas afirmam possuir um plano sucessório.

HÁ EXPECTATIVAS DE CONTRATAÇÃO DE UM EXECUTIVO DE MERCADO PARA OCUPAR A POSIÇÃO DE DIRETOR-PRESIDENTE NO FUTURO?

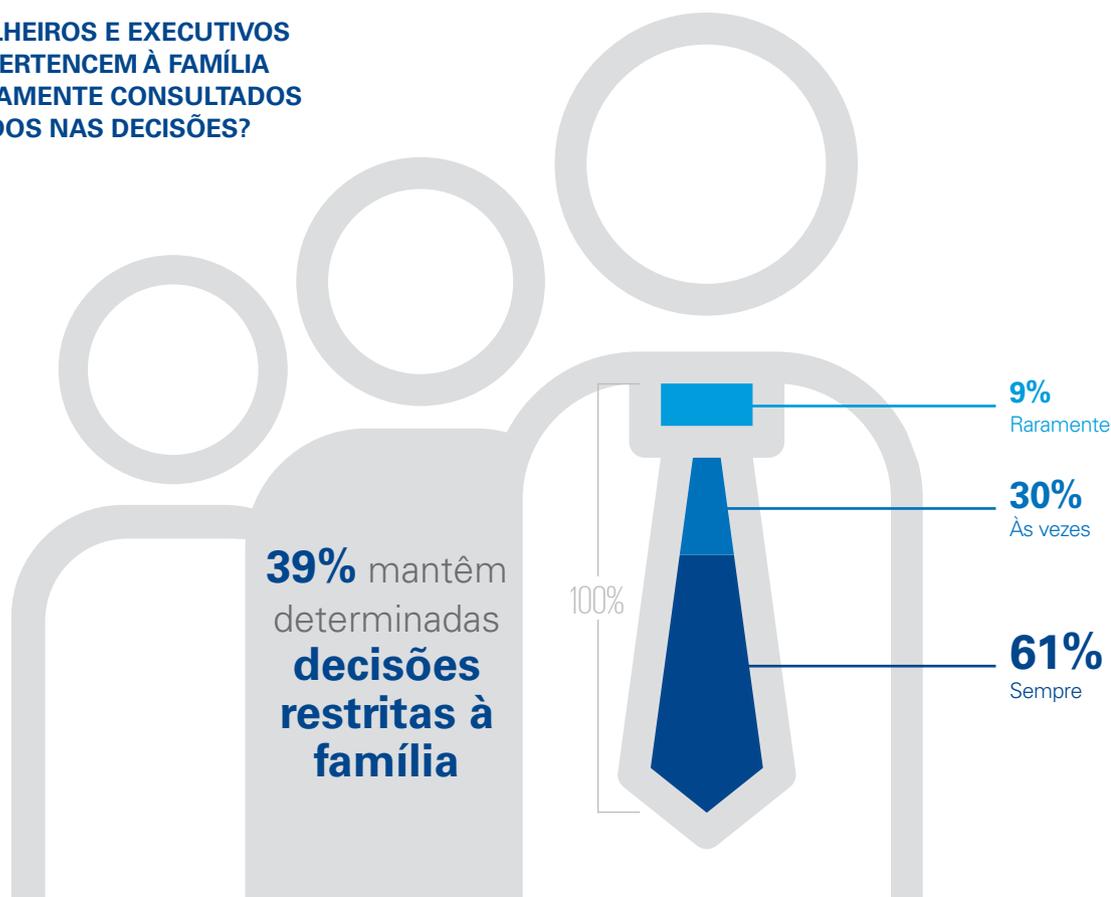


Sobre a profissionalização da empresa, foi detectado que 51% das organizações familiares não possuem critérios estabelecidos para a admissão e promoção de membros da família. Apesar disso, 59% utilizam critérios de mercado para definir e revisar a nomeação, avaliação e remuneração dos membros da família que participam da gestão.

Verificou-se, ainda, que 64% das empresas familiares brasileiras avaliam como “muito boa” a interação entre executivos da família e executivos que não pertencem à família. Apesar disso, 33% entende que a relação é “boa, mas poderia melhorar”; e 3% considera essa relação “ruim”.

Ainda sobre a interação entre familiares e não-familiares, indagamos se há decisões que são tomadas sem a consulta e o envolvimento de conselheiros e executivos não pertencentes à família. Uma parcela relevante dos respondentes (39%), informou que mantém determinadas decisões restritas à família, mesmo possuindo órgãos de Governança responsáveis por essas decisões.

OS CONSELHEIROS E EXECUTIVOS QUE NÃO PERTENCEM À FAMÍLIA SÃO DEVIDAMENTE CONSULTADOS E ENVOLVIDOS NAS DECISÕES?



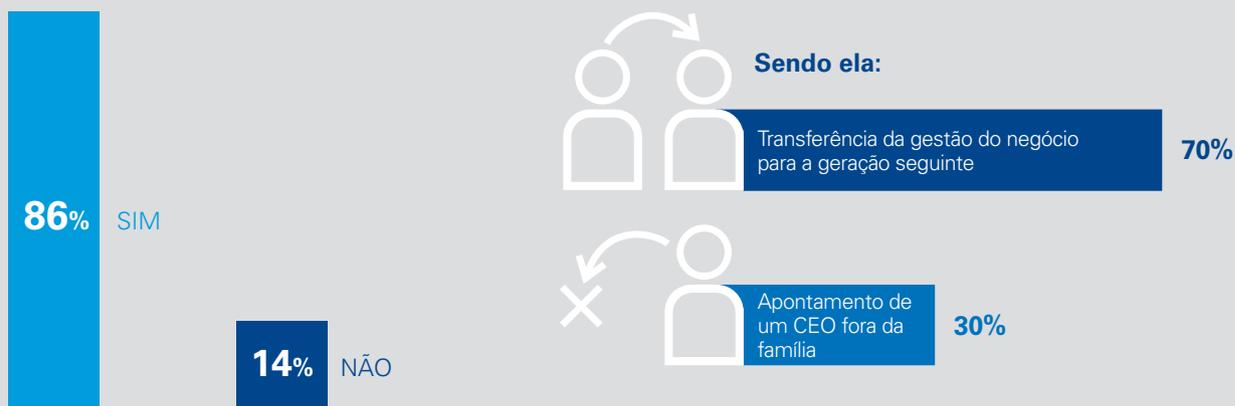
Perspectivas do Family Business

Com relação às expectativas das empresas familiares para o futuro no curto e médio prazos, os participantes se mostraram cautelosos com relação a mudanças: 84% não pretende realizar uma mudança na estrutura societária nos próximos 12 meses. Dentre os 16% que planejam uma mudança societária, 53% almeja a transferência da propriedade da empresa para a geração seguinte, 36% estuda a venda da empresa e apenas 11% prepara-se para um IPO (Oferta Pública Inicial).

As empresas familiares também esperam mudanças na sua gestão: dos 86% dos respondentes que prevê mudanças na gestão da empresa, 70% envolvem a transferência da gestão do negócio para a geração seguinte, e 30% o apontamento de um CEO externo à família.

51% das empresas foi orientada por um **consultor externo** em seu **planejamento societário**

HÁ EXPECTATIVAS, PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES, DAS SEGUINTE MUDANÇAS NA GESTÃO DA EMPRESA?



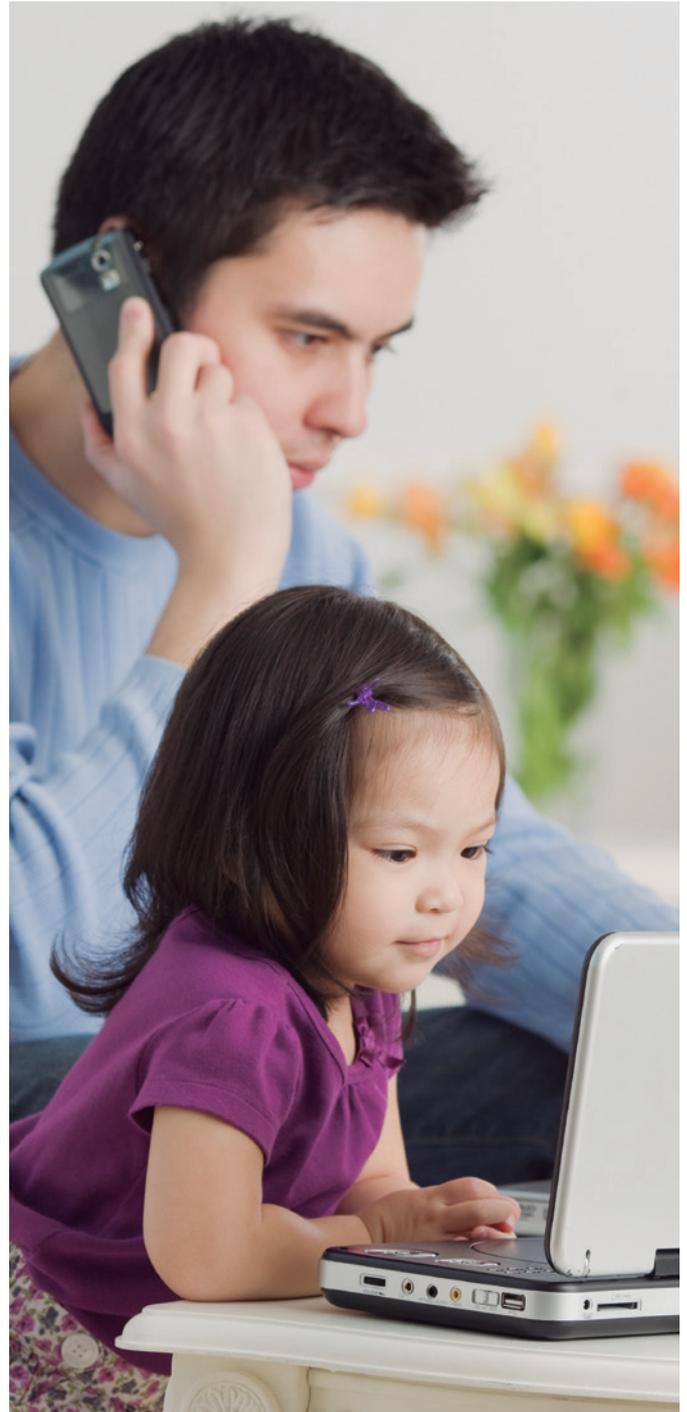
Conclusão

Não há dúvidas sobre a imensa representatividade que as empresas familiares possuem dentro da economia brasileira, bem como sobre a escassez de informações públicas sobre elas. Nesse sentido, o presente estudo buscou compreender a estrutura atual de governança das empresas familiares e das próprias famílias que as controlam.

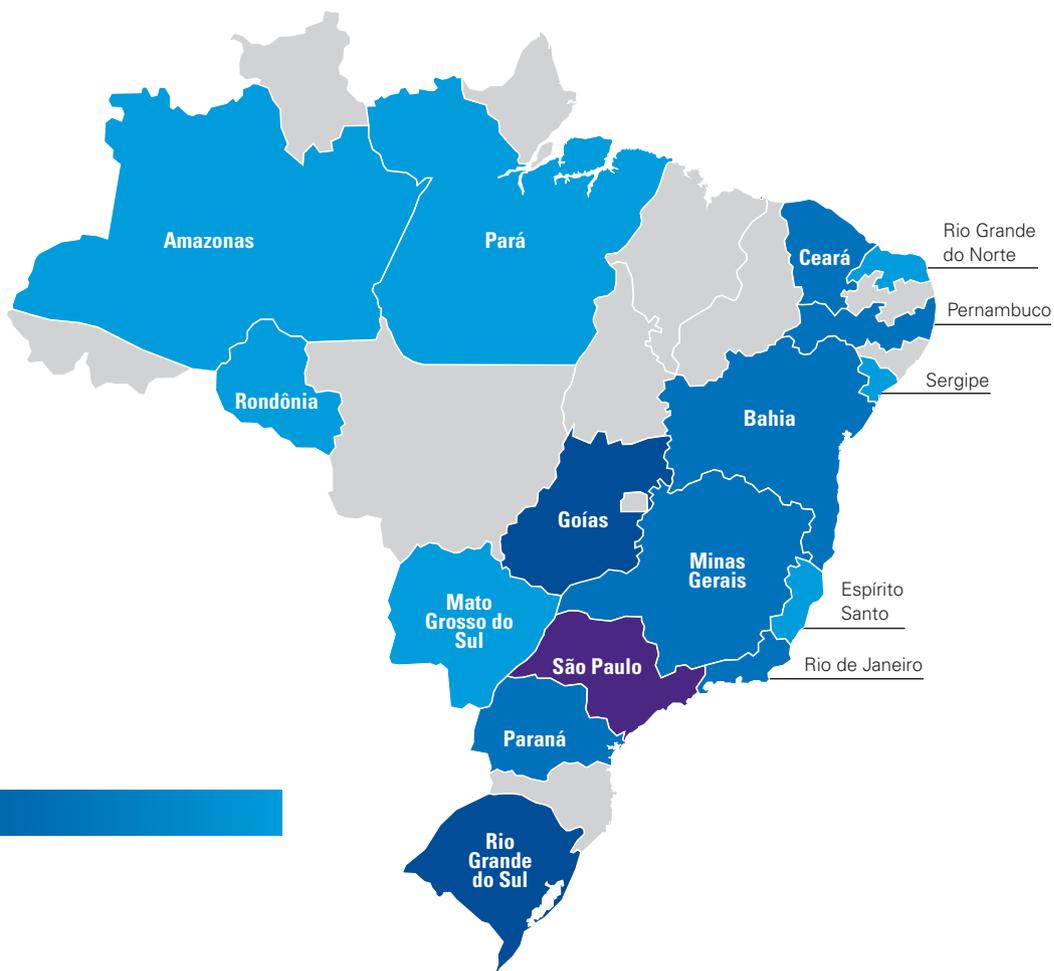
A quantidade de membros da família que dependem financeiramente das suas empresas aumenta exponencialmente a cada geração e, para que a empresa esteja apta a atender às necessidades das famílias, ela precisa estabelecer uma estrutura adequada de governança e de desenvolvimento da organização, de forma a atingir o crescimento e a lucratividade esperados, além da perenidade do negócio.

Considerando o atual cenário político e econômico do país, as empresas familiares demonstram cautela e preocupação. Apesar de poucas relatarem dificuldade de financiamento, é provável que também não o estejam buscando, a julgar pela baixa expectativa de investimento em diversificação dos negócios e expansão geográfica.

De modo geral, as empresas familiares brasileiras empenham-se em manter o negócio dentro do grupo familiar e pretendem caminhar para a profissionalização sem abrir mão do poder de decisão dentro de suas organizações e do seu controle.



Distribuição Geográfica das Empresas Familiares Participantes



ACI Institute

Como parte do Board Leadership Center, o ACI Institute promove a troca de informações e o desenvolvimento das boas práticas de governança. Lançado em 1999 nos Estados Unidos e em 2004 no Brasil, o ACI é um importante fórum de discussão, que dissemina informações relevantes aos membros de Comitês de Auditoria, de Conselhos Fiscais e de Conselhos de Administração das organizações, permitindo o aprimoramento das percepções sobre suas responsabilidades e atividades, fortalecendo sua forma de atuação.

O ACI promove mesas de debate, realiza pesquisas e divulga informações por meio de algumas publicações durante o ano. Entre os temas abordados nos fóruns do ACI destacam-se as atividades e a eficácia dos Comitês de Auditoria, dos Conselhos Fiscais e dos Conselhos de Administração; as boas práticas de governança em empresas familiares; o gerenciamento de riscos; como as boas práticas são avaliadas pelas agências de *rating* e pelas instituições financeiras; o IFRS e a Lei nº 11.638; a responsabilidade civil dos administradores e o D&O, entre outros.

KPMG Board Leadership Center

Exploring issues. Delivering insights. Advancing governance.



Consultoria em Governança Corporativa

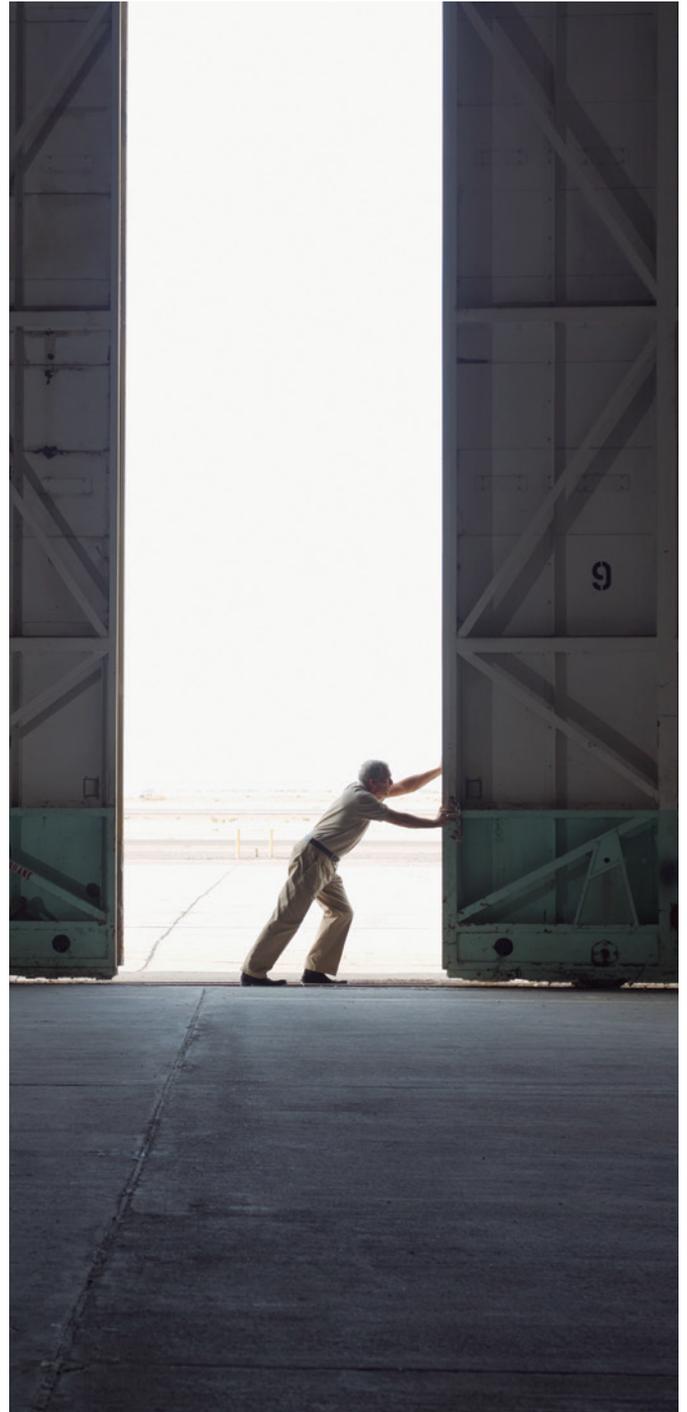
A KPMG possui uma alta especialização em projetos relacionados a Governança Corporativa. Nossos profissionais integralmente dedicados ao assunto podem auxiliar as empresas familiares na estruturação da sua governança, abrangendo o desenvolvimento de processos e do conjunto de atividades que englobam as operações das suas empresas, atendendo às expectativas de perpetuação do seu negócio e da harmonia familiar.

Baseados em uma visão holística, ao mesmo tempo que preocupados com a interação da família com a propriedade e os negócios, a KPMG pode oferecer o seguinte suporte:

- Estruturação da Governança da Família: Conselho de Família, Plano de Sucessão, Acordo de Família, Holdings Familiares, elaboração de Relatórios Financeiros, criação de um Family Office, Coaching e Plano de Treinamento;
- Estruturação da Governança da Empresa e dos Negócios: Conselho de Administração, Comitês de Assessoramento ao Conselho, Profissionalização da Gestão, Indicadores de Performance – KPI's, Coaching da Gestão;
- Estruturação dos Processos Operacionais: Ambiente de Controles Internos, Gerenciamento dos Riscos dos Processos Operacionais, Ética e Conduta, Suporte Contábil e Tributário.

Mercado Empreendedor

O Mercado Empreendedor da KPMG no Brasil é uma linha de negócios voltada para o atendimento diferenciado a empreendedores, empresas familiares e *startups*. Não importa o tamanho da empresa e em que estágio de ciclo de vida ela se encontre, estamos presentes oferecendo uma especialização com toque local e alcance global. Seu negócio é importante para a KPMG.



Sobre a KPMG no Brasil

A KPMG é uma rede global de firmas independentes que prestam serviços profissionais de Audit, Tax e Advisory. Estamos presentes em 155 países, com 174.000 profissionais atuando em firmas-membro em todo o mundo.

No Brasil, são aproximadamente 4.000 profissionais, distribuídos em 22 cidades localizadas em 13 Estados e Distrito Federal.

Orientada pelo seu propósito de empoderar a mudança, a KPMG tornou-se uma empresa referência no segmento em que atua. Compartilhamos valor e inspiramos confiança no mercado de capitais e nas comunidades há mais de 100 anos, transformando pessoas e empresas e gerando impactos positivos que contribuem para a realização de mudanças sustentáveis em nossos clientes, governos e sociedade civil.



Contato

Sidney Ito

**Sócio-líder de Governança Corporativa
e Riscos e do ACI Institute do Brasil**

Sebastian Soares

**Sócio-líder de Mercado Empreendedor
da KPMG no Brasil**

Tel: (11) 3940-1500 / (11) 3940-6666

acibrasil@kpmg.com.br

kpmg.com/BR

    / kpmgbrasil

© 2016 KPMG Auditores Independentes, uma sociedade simples brasileira e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative (KPMG International), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. Impresso no Brasil.

O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.

Todas as informações apresentadas neste documento são de natureza genérica e não têm por finalidade abordar as circunstâncias de uma pessoa ou entidade específica. Embora tenhamos nos empenhado em prestar informações precisas e atualizadas, não há garantia de sua exatidão na data em que forem recebidas nem de que tal exatidão permanecerá no futuro. Essas informações não devem servir de base para se empreenderem ações sem orientação profissional qualificada, precedida de um exame minucioso da situação em pauta.