



# LÍDERES DO BRASIL®



DORIAN EDITORA



R\$ 15,00

# PERSONALIDADES EMPRESARIAIS DE 2020

DORIAN EDITORA

LÍDE

LÍDERES DO BRASIL 2020



*Para todo mal,  
imagine a cura.*

Para você imaginar sempre o melhor, a EMS realiza pesquisas inovadoras, investe em tecnologia e desenvolve novos medicamentos que cuidam da sua saúde.



Sua saúde merece

Faz toda diferença  
ter telemedicina  
nesse momento.

E diferença é o que  
a gente faz de melhor.

O ano não foi fácil, mas a Amil tem orgulho de ter ajudado muita gente a passar por ele de um jeito mais seguro. Em tempo recorde nos estruturamos e passamos a oferecer a Telemedicina Amil para os nossos 3,3 milhões de clientes<sup>1</sup>. Um serviço inovador, que já proporcionou mais de 727 mil atendimentos<sup>2</sup>, incluindo urgências<sup>3</sup> e consultas agendadas. Porque saúde é a coisa mais importante para você, sua família e seus funcionários. E compromisso com a saúde é a coisa mais importante para a gente.

Conheça todos os benefícios de usar a Telemedicina Amil:

-  Corpo clínico capacitado em orientação por chamada de vídeo;
-  Comodidade e praticidade sem exposição a riscos desnecessários;
-  Telemedicina de urgência<sup>3</sup> sem necessidade de agendamento, 24h por dia, 7 dias por semana;
-  Consultas virtuais agendadas em diversas especialidades;
-  Prescrição de medicamentos e atestados quando necessários.

Baixe o aplicativo Amil Clientes e resolva tudo em um só lugar.



<sup>1</sup>Dados de setembro/2020. <sup>2</sup>Desde abril/2020.

<sup>3</sup>Para os planos Amil S750 o atendimento para urgências é realizado com médicos do Einstein.



Caminhões  
Ônibus

# Chegaram os Novos Volkswagen Meteor

Os Extrapesados Sob Medida para o seu negócio



THE LOGISTICS FLOW.



Novo motor MAN D26  
fabricado no Brasil



Nova transmissão  
automatizada de  
12 e 16 velocidades



Nova cabine mais  
ampla e confortável



Accesse o QR code  
e conheça as novas  
tecnologias do Meteor

A esperança é uma luz

# que alcança longe

Os números do Meu Porto Seguro são um sucesso. Foram 664 mil registros de interesse e 280 mil cadastros concluídos. E das 10 mil vagas oferecidas, mais de 7 mil já foram preenchidas. Além de milhares de acessos aos cursos gratuitos de capacitação na Porto Educ, o nosso portal de treinamento e ensino à distância.

Por acreditar no poder de recomeço das pessoas, criamos o Meu Porto Seguro. E por acompanhar um crescimento de tamanha proporção, acreditamos que este é só o começo.

**Meu Porto Seguro**  
**Um lugar de oportunidades.**



A cada  
pavimento  
construído,  
ampliamos  
nossa visão  
de como  
contribuir para  
transformar  
o mundo.

O caminho para um mundo melhor vai além dos muros dos nossos empreendimentos. Por isso, pavimentamos ruas, revitalizamos parques e praças, construímos escolas, creches e centros de saúde próximos às nossas obras. Não é à toa que, quanto mais alto subimos, melhor é a visão de como podemos contribuir para a nossa sociedade.

Conheça a nossa atuação no Pacto Global:  
[mrv.com.br/sustentabilidade](http://mrv.com.br/sustentabilidade)

Mais de **R\$ 1 bilhão**  
de investimento  
na qualidade  
de vida das nossas  
vizinhanças

**1%** do lucro líquido  
da companhia  
destinado anualmente  
à educação

**100%** dos  
empreendimentos  
com energia solar até  
2030, com investimentos  
de **R\$ 800 milhões**



O mundo está em construção.



# IR MAIS EFICIENTE com você

Com a Localiza Gestão de Frotas, você gerencia a frota inteira em um só lugar.

Investimos em inovação e valorizamos a proximidade nas parcerias para oferecer a melhor experiência em gestão de frotas.



## Aqui você tem mais vantagens:



### Portal do Gestor

Tudo para a gestão da frota no MyFleet.



### Telemetria

Mais produtividade e segurança com o Carro Conectado.



### Área do Condutor

Condutor faz tudo pelo app #meucarro.



### Consultoria

Consultores focados em gerar valor para o seu negócio.



### Cartão Combustível

Consumo **integrado** à gestão da frota.



### Faturamento Eletrônico

Pagamento diretamente no MyFleet.



### Sistema de Multas Online

Acesso **detalhado** às multas recebidas e facilidade para indicar os condutores.

Saiba mais sobre a experiência de ser nosso cliente.

**FAÇA SUA COTAÇÃO.**

O MAIOR  
RECONHECIMENTO  
AOS QUE COLOCAM  
OS ESTADOS  
BRASILEIROS EM  
EVIDÊNCIA NO PAÍS



Assista a cerimônia de premiação  
em: [www.youtube.com/tvlide](http://www.youtube.com/tvlide)



[www.lideglobal.com](http://www.lideglobal.com)  
Mais uma iniciativa do LIDE.  
Quem é líder, participa.

Realização:



Conheça os premiados 2020:

**LÍDER DO ESTADO  
DA BAHIA**  
LARCO COMERCIAL DE  
PRODUTOS DE PETRÓLEO

**LÍDER DO ESTADO  
DO RIO DE JANEIRO**  
NATURGY

**LÍDER DO ESTADO  
DE PERNAMBUCO**  
IQUINE INDÚSTRIA DE  
TINTAS DO NORDESTE

**LÍDER DO ESTADO  
DE MINAS GERAIS**  
KATZ CONSTRUÇÕES

**LÍDER DO ESTADO  
DE GOIÁS**  
CITY SOLUÇÕES URBANAS

**LÍDER DO ESTADO  
DE MATO GROSSO**  
MINERAÇÃO BRITAGUIA

**LÍDER DO ESTADO DO RIO  
GRANDE DO SUL**  
DANA INCORPORATED  
BRASIL

**LÍDER DO ESTADO DO RIO  
GRANDE DO NORTE**  
ALE COMBUSTÍVEIS

**LÍDER DO ESTADO  
DE SANTA CATARINA**  
GRUPO ALMEIDA JUNIOR

**LÍDER DO ESTADO  
DO PARANÁ**  
RENAULT BRASIL

**LÍDER DO MATO  
GROSSO DO SUL**  
SOLURB SOLUÇÕES  
AMBIENTAIS

**LÍDERES DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**LÍDER NA REGIÃO DE  
CAMPINAS**  
HOSPITAL CARE

**LÍDER NA REGIÃO DO  
LITORAL PAULISTA**  
CELLULA MATER

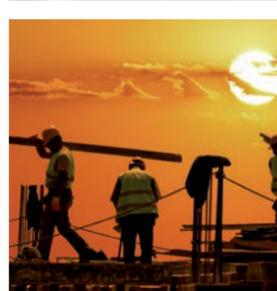
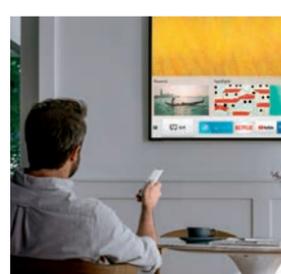
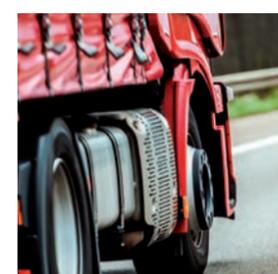
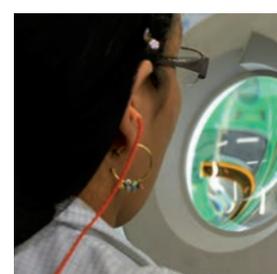
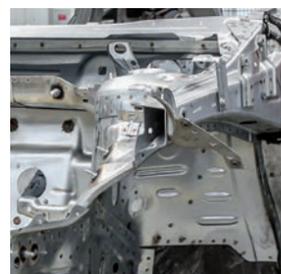
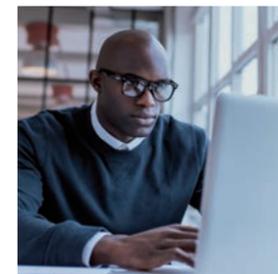
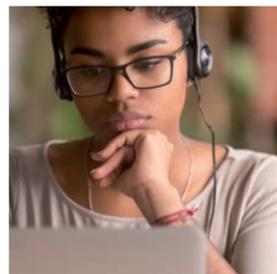
**LÍDER NA REGIÃO DO  
NOROESTE PAULISTA**  
GRUPO MUFFATO

**LÍDER NA REGIÃO DE  
RIBEIRÃO PRETO**  
GRUPO SEB

**LÍDER NA REGIÃO DO VALE  
DO PARAÍBA**  
MILCLEAN



<b>18</b> Editorial	<b>70</b> Líder em Energia
<b>20</b> Cenário	<b>74</b> Líder em Eletrônicos
<b>28</b> Destaque	<b>78</b> Líder em Farmacêutico
<b>36</b> Homenagem	<b>82</b> Líder em Grupo Econômico
<b>44</b> Os grandes líderes de 2020	<b>86</b> Líder em Indústria Digital
<b>50</b> Líder em Agronegócios	<b>90</b> Líder em Infraestrutura
<b>54</b> Líder em Automobilístico	<b>94</b> Líder em Inovação em Saúde
<b>58</b> Líder em Comunicação	<b>98</b> Líder em Inovação em Serviços
<b>62</b> Líder em Construção Civil	<b>102</b> Líder em Instituição Financeira
<b>66</b> Líder em Educação	<b>106</b> Líder em Logística e Transporte



<b>110</b> Líder em Máquinas e Equipamentos
<b>114</b> Líder em Metalurgia e Mineração
<b>118</b> Líder em Papel, Celulose e Papelão
<b>122</b> Líder em Saúde
<b>126</b> Líder em Seguros
<b>130</b> Líder em Serviços
<b>134</b> Líder em Siderurgia
<b>138</b> Líder em Tecnologia
<b>142</b> Líder em Telecom
<b>146</b> Líder em Varejo
<b>150</b> Líder em Veículos Pesados
<b>154</b> Prêmio Líderes Unidades do Brasil 2020

# OS VERDADEIROS LÍDERES

Toda crise econômica, política ou social promove importantes aprendizados e mudanças radicais. Assim, o ano de 2020 exigiu dos grandes líderes empresariais e políticos uma avaliação completa de suas estratégias, motivando a busca por soluções práticas que pudessem solucionar problemas nunca antes enfrentados.

Se o período foi marcado pelo desafio da pandemia do novo coronavírus e pela consequente crise na economia, 2021 será definido como o ano da reavaliação de oportunidades, investimentos em inovação e, conseqüentemente, retomada do crescimento econômico. Além disso, independente do setor, o atual cenário motivou que propósitos como responsabilidade social e sustentabilidade passassem a guiar definitivamente o capitalismo do futuro.

À frente dessa mudança, as mais importantes lideranças do mercado brasileiro ocupam lugar de destaque na edição especial da revista LÍDERES DO BRASIL 2020. Neste espaço, fazemos um recorte dos feitos e realizações das empresas conduzidas com maestria por estes homens e mulheres e ainda contamos um pouco de suas trajetórias profissionais e visões sobre os grandes desafios que estão por vir.

Em destaque, confira também como em um ano atípico para a economia, Magalu, Localiza e Petz optam por darem passos importantes em suas operações. No campo da iniciativa em prol do meio ambiente, homenageamos os bancos Bradesco, Itaú Unibanco e Santander, responsáveis por criar o Conselho Consultivo Amazônia e redefinirem o papel das grandes corporações no desenvolvimento do equilíbrio sócio-econômico-ambiental no país.

Excelente leitura!

**Ana Lúcia Ventorim**



**PUBLISHER**  
Celia Pompeia

**DIRETORA EDITORIAL**  
Ana Lúcia Ventorim

**CONSELHO EDITORIAL**  
Ana Lúcia Ventorim  
Celia Pompeia  
João Dória Neto

**EDITORA**  
Ana Lúcia Ventorim

**COORDENADORES DE CONTEÚDO**  
Alan Cruz  
José Cláudio Pimentel

**EDIÇÃO, REDAÇÃO E ARTE**  
Agência StartUP Comunicação  
www.agenciastartup.com.br  
edgar@agenciastartup.com.br  
11 2369-1707 / 11 99972-6898

**DIRETORA GERAL DE PUBLICIDADE**  
Beatriz Cruz  
biacruz@grupodoria.com.br

**GERENTE EXECUTIVA DE PUBLICIDADE**  
Larissa Dalete  
larissadalete@grupodoria.com.br

**PUBLICIDADE**  
Debora Leopoldo  
deboraleopoldo@grupodoria.com.br

Flávia Marangoni  
flaviamarangoni@grupodoria.com.br

**OPERAÇÕES COMERCIAIS**  
Katia Moreno  
katiamoreno@grupodoria.com.br

**VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA**  
Celia Pompeia  
celiapompeia@grupodoria.com.br

UMA PUBLICAÇÃO



Av. Brigadeiro Faria Lima, 2.277, 11º andar,  
Jardim Europa São Paulo, SP - CEP 01452-000  
Tel./fax: (11) 3039-6011  
editora@grupodoria.com.br

Para obter informações sobre como anunciar  
nesta revista, ligue para (11) 3039-6031  
ou envie e-mail para  
editora@grupodoria.com.br

**CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO**  
Gráfica Oceano

**FOTO DA CAPA**  
Envato / 123RF



## Líder. E sustentável.

Em 2020 a Rumo:



Assinou com o governo federal a renovação antecipada da concessão da Malha Paulista



Antecipou R\$ 5,1 bilhões em pagamentos de outorgas das Malhas Paulista e Central



Tornou-se a primeira ferrovia latino-americana a emitir green bonds

Ser líder é ser responsável por ações e palavras que impactam a sociedade. Por isso, nossa rota seguirá sempre pelos trilhos mais sustentáveis.

#SomosBrasil em Movimento

**rumo**

*Responsabilidade social,  
transformação digital e  
experiência de consumo devem  
se firmar como os grandes  
propósitos empresariais de 2021*

# CAPITALISMO SUSTENTÁVEL E EFICIENTE

Mudanças climáticas, desigualdade econômica e seu agravamento na pandemia, bem como democratização digital e a oferta da melhor jornada de consumo para o cliente são desafios contemporâneos cada vez mais latentes para os líderes empresariais. Como resposta à crise de 2020, CEOs brasileiros afirmaram que os temas relacionados ao comportamento social e às questões de meio ambiente, sustentabilidade e governança, conhecidas pela sigla em inglês ESG (Environmental, Social and Governance), ganharam uma importância ainda maior. Os dados constam na pesquisa anual realizada pela KPMG e intitulada CEO Outlook 2020, que entrevistou líderes de oito setores da economia.



“Na percepção dos CEOs, as mudanças climáticas têm um peso muito grande no cenário atual e funcionários e clientes esperam que sejam tomadas medidas capazes de prevenir ou contornar esses problemas. Além disso, os consumidores mais jovens têm cobrado novos padrões de sustentabilidade das empresas”, informa Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Já no que diz respeito ao impacto da pandemia no processo de transformação digital da empresa que preside, 80% dos entrevistados na pesquisa apontaram que esse movimento foi acelerado, em alguns meses, pela criação de um novo modelo em que a mão de obra dos trabalhadores é ampliada pela automação e inteligência artificial. “Além das questões usuais como cadeia de suprimentos,

retenção de talentos, fatores operacionais e regulatórios, os CEOs das grandes empresas brasileiras tiveram um início de ano atípico com novos desafios provocados pelo isolamento social causado pela Covid-19. Nesse cenário complexo, a pesquisa realmente mostrou que dois pontos ganharam destaques na agenda desses executivos: a transformação digital e a fundamental discussão em torno das questões de ESG”, afirma Kriek.

## **DEBATE PROFUNDO**

Com o objetivo de discutir e estimular a conscientização sobre estes temas imprescindíveis para qualquer grande executivo e companhia, o Economics of Change, uma plataforma de Thought Leadership promovida pela

empresa Quintess reuniu importantes lideranças globais no início de novembro. Em sua terceira edição, o painel virtual contou com a participação de nomes importantes como Tensie Whelan, diretora do Centro de Negócios Sustentáveis da NYU Stern School of Business, pensadora sobre negócios e sociedade.

Os custos da sustentabilidade foram um dos assuntos abordados e Thensie Whelan lembrou que, embora muitos acreditem que as ações em prol do desenvolvimento sustentável possam ser onerosas para as instituições, o aquecimento global gera perdas econômicas significativas. “As temperaturas vão subir e, em 2019, houve um impacto negativo de US\$ 14 bilhões por conta dos desastres climáticos”, contabiliza. A especialista também enfatizou que um estudo da McKinsey já apontava, em 2014, que os desafios ambientais e sociais podem impactar entre 25% e 70% o Ebitda de uma empresa, reforçando que a questão pode influenciar diretamente nos negócios.

Segundo a liderança da NYU Stern School of Business, além dos impactos econômicos, a percepção da responsabilidade social e ambiental já vem mudando no mundo corporativo. “Os investidores têm cada vez mais interesse em questões de sustentabilidade corporativa. Hoje, 90% das empresas listadas pelo índice SP500 já focam na sustentabilidade e 53% dos investidores têm cada vez mais interesse em ações de sustentabilidade corporativa”, enfatiza Thensie ao reforçar que a reputação é um diferencial cada vez mais valioso.

Nana Baffour, CEO da Quintess, organizador do Economics for Change, reforça que a questão socioambiental é algo importante para a manutenção do capitalismo e que a tecnologia tem um papel fundamental. “A inovação pode ajudar as empresas nesse processo, oferecendo interfaces que auxiliam na tomada de decisões, permitindo-as que sejam mais sustentáveis”, comenta.



Divulgação

Tensie Whelan, diretora do Centro de Negócios Sustentáveis da NYU Stern School of Business, é uma das principais pensadoras sobre negócios e sociedade da atualidade

## RELACIONAMENTO

Além de ter alertado líderes políticos e empresariais sobre as necessidades de mudança de rumo nos cuidados com o meio ambiente e a sociedade como um todo, um dos legados que a pandemia deixará é o da importância que os consumidores dão à responsabilidade e ao propósito das marcas. Segundo o Barômetro Covid-19, principal pesquisa da Kantar sobre o tema no Brasil, a expectativa dos consumidores foi que as marcas se engajassem em relação à pandemia na quarentena, que começou no final de março.

“A pandemia e todas as suas dificuldades confirmaram que os consumidores procuram muito mais em uma marca do que apenas descontos. O jeito como ela se comporta em relação à comunidade à sua volta e, por consequência, seus problemas diários, determina o nível de engajamento que as pessoas têm com ela”, diz Luciana Piedemonte, diretora e líder de Brand Strategy da Kantar Brasil.



# Das 10 marcas mais valiosas do Brasil, agora uma veste este colete.

A XP Investimentos agora é uma das 25 marcas mais valiosas do país no ranking Interbrand.

Interbrand  
Marcas  
Brasileiras  
Mais Valiosas  
2020

 investimentos



Neste sentido, os brasileiros também estão reavaliando suas prioridades, estilos de vida e valores para se adaptarem à uma nova realidade. O economista e presidente do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (Ibevar), Claudio Felisoni de Angelo, reflete sobre o novo perfil de relacionamento com consumidor que surge em decorrência das necessidades impostas pela crise. “A experiência e a solução que será entregue passam a ser os pontos principais nessa jornada do cliente e as empresas precisam se desenvolver nestes aspectos, caso contrário, podem perder espaço no mercado”, diz.

O presidente do Ibevar considera que agora há grande incerteza sobre os efeitos a logo prazo da pandemia. “A cautela nos gastos deve permanecer como um comportamento pós-pandemia, pois o brasileiro percebeu que pode adiar compras, optar por marcas mais baratas ou avaliar o que pode cortar do orçamento de forma permanente, por exemplo”, completa.

**EXPERIÊNCIA DE CONSUMO**

Um estudo da Intelligence Central revelou que 55% dos consumidores valorizam marcas que se adaptaram para ajudá-los e 58% admiram empresas que fornecem um serviço realmente necessário. Desta forma, com o intuito de discutir a reinterpretação da jornada de consumo para os próximos anos, Camila Salek, sócia-fundadora da Vimer Experience, Paula Andrade, vice-presidente de varejo da Natura, Elio Silva, diretor de marketing da Riachuelo e Lyana Bittencourt, diretora executiva do Grupo Bittencourt, se reuniram no BConnected, evento sobre redes de negócios e franquias, que aconteceu no final outubro.



**GLAUCO HUMAI**

**VERSATILIDADE**

Glauco Humai, presidente da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), evidencia que o setor há muito tempo acredita nas vendas físicas e on-line como complementares. Prova disso são as operações de marketplace dos shoppings, que têm ganhado mais marcas ao longo dos últimos meses e am-

pliado o número de regiões atendidas. “Se agora estamos entrando no ‘novo normal’, podemos dizer que já somos adeptos do chamado ‘novo varejo’, com a robotização e a automação ganhando cada vez mais espaço em nossos shoppings, seja com autoatendimento para pagar o estacionamento, drone para ajudar na segurança

ou atendimento ao cliente via chatbot. E se, por um lado, os consumidores estão dependentes dos celulares e de outros equipamentos tecnológicos, por outro, passaram a desejar mais as experiências reais. As soluções tecnológicas mudaram a forma como compramos, trabalhamos e nos divertimos”, analisa.

# Seus produtos presentes no dia a dia de milhões de brasileiros(as). Faça parte do marketplace do maior varejista da América do Sul.

Brinquedos, produtos para bebê, beleza, móveis, decoração, esportes e muito mais.



O marketplace do GPA é a oportunidade de sua marca estar em uma das maiores vitrines do país e aumentar consideravelmente o volume de vendas sem investimento inicial. Uma equipe especializada vai integrar sua marca à plataforma do Pão de Açúcar e/ou Clube Extra com visibilidade para milhões de clientes e a frequência de compras que só o varejo alimentar pode oferecer. Sua marca está preparada para esse salto? Aqui está tudo pronto.

[www.gpabr.com/marketplace](http://www.gpabr.com/marketplace)



MARKETPLACE



Na visão de Salek, o varejo é o coração da conexão entre pessoas e marcas e há uma grande oportunidade de unir dados e design para conseguir trabalhar de maneira mais estratégica, gerando uma jornada cada vez mais imersiva dentro do ambiente físico. “Chegamos no fim de uma era analógica de varejo, onde toda a ‘matriz padrão’ do que conhecemos como certo no consumo vai mudar em pouco tempo. Essa transformação já estava acontecendo, mas foi acelerada pela pandemia. O consumidor é protagonista do novo varejo. A nova era de consumo em uma loja não pode ser simplesmente um estoque de oferta de produtos”, indica.

Elio Silva, diretor de marketing da Riachuelo, completa afirmando que, nesse processo, a transformação digital é uma mudança cultural, não uma iniciativa específica. “Atualmente não existe uma área de e-commerce na Riachuelo, existe uma empresa voltada para o digital. O varejo sempre foi um lugar de mudanças rápidas, mas a diferença é que antigamente o consumidor demorava para ter acesso a algumas coisas, o que hoje acontece de maneira rápida. Sobreviveu quem soube se reinventar e entender que vivemos um momento de transformação contínua”, pontua.

No passado, a jornada do consumidor era mais simples e os canais de venda mais claros e objetivos, mas isso não é mais suficiente, conforme explica Lyana Bittencourt. “Hoje os consumidores pedem uma experiência sem atrito, com gratificação instantânea, experiências integradas e relevantes. O consumidor tem inúmeros contatos com a marca, tanto no ambiente físico quanto no digital e para que as marcas se mantenham relevantes precisam repensar os modelos de negócio”, argumenta a diretora executiva do Grupo Bittencourt.

Para a vice-presidente de varejo da Natura, o que era uma tendência se tornou uma realidade. “Na pandemia,



*Um dos maiores aprendizados que levamos é que nada substitui a experiência com o consumidor para que possamos ajustar as nossas rotas”*

**PAULA ANDRADE, VICE-PRESIDENTE DE VAREJO DA NATURA**

atingimos 1 milhão de lojas on-line e um dos maiores aprendizados que levamos do período é que nada substitui a experiência com o consumidor para que possamos ajustar as nossas rotas. A jornada do consumidor com a marca é híbrida, mas também da marca com o consumidor. A beleza disso tudo é ter o consumidor no centro da jornada que possa retroalimentar as decisões da empresa, conectando todos os canais. É preciso que as empresas se reorganizem para terem fluidez entre os diversos canais e modelos que possuem”, conclui Paula Andrade. ■



Mudanças sempre vêm. E quando elas chegam, o que fica são os **valores**.

E os nossos são: **educação, inovação e transparência**.

Juntos, construindo o futuro do Brasil há mais de 50 anos.

**GRUPO SEB**  
SISTEMA EDUCACIONAL BRASILEIRO

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



**Sartre**





*Mesmo em um ano atípico para a economia, Magalu, Localiza e Petz optam por darem passos importantes em suas operações, provando a resiliência do empresário brasileiro*

# GIGANTES EM MOVIMENTO

Um novo estudo da IBM divulgado em outubro com executivos C-Level de todo o mundo, incluindo o Brasil, revelou que a maioria das organizações pesquisadas está fazendo mudanças permanentes em sua estratégia organizacional. Entre elas, 94% dos executivos planejam participar de modelos de negócios baseados em plataforma até 2022, e muitos relataram que aumentarão a presença em ecossistemas e redes de parceiros.

Despontaram ao longo do ano exemplos práticos de empresas que inovaram ou decidiram por mudanças significativas em seus negócios, mostrando que liderar é a chave do sucesso em qualquer cenário. No primeiro semestre, o Magazine Luiza lançou o Parceiro Magalu – plataforma digital de vendas para ajudar micro e pequenos varejistas e profissionais autônomos a manter seus negócios e obter renda durante o período de isolamento social imposto pela pandemia de Covid-19.



Sem poder abrir as portas desde o agravamento da crise do novo coronavírus, parte dos pequenos empreendedores perderam sua fonte de renda. “Nossa plataforma permitiu que esses milhões de brasileiros pudessem continuar a trabalhar, sem sair de casa e sem correr riscos. Fizemos em cinco dias o que estava planejado para ser feito em cinco meses. Digitalizar o varejo e os brasileiros faz parte da nossa estratégia de negócio e propósito como empresa, e ela nunca se mostrou tão necessária quanto nesses tempos”, diz Frederico Trajano, CEO do Magalu.

O Parceiro Magalu inclui duas plataformas digitais. Uma desenvolvida para novos cadastros de pessoas jurídicas, que operam como Microempreendedores Individuais (MEI) ou no Simples, e a outra para pessoas físicas. Em setembro, o Consórcio Magalu, mais diversa plataforma do segmento no país, também passou a fazer parte do Parceiro Magalu. Agora, os usuários da ferramenta de venda direta podem oferecer as linhas de consórcio para seus clientes, recebendo uma comissão sob o pagamento da primeira parcela.

Apesar do impacto do combate à pandemia, que levou ao fechamento das lojas em grande parte do período, o Magalu registrou taxas históricas de crescimento das vendas totais e do e-commerce em 2020. “O cenário de pandemia, com suas enormes transformações, mostrou que o Magalu era a empresa mais preparada para enfrentar a crise e sair dela fortalecida”, comemora Trajano. “Tínhamos o modelo de negócios ideal e a melhor equipe”, completa.



### LONGA ESTRADA

Parcerias de sucesso nascem nos momentos de grande transformação econômica e social. Em meio a um cenário econômico adverso, no final de setembro, as empresas Localiza e Unidas apresentaram a intenção de união de suas operações, que prevê a criação de uma companhia referência mundial em mobilidade a partir da oferta de aluguel de veículos, gestão de frotas corporativas e carros por assinatura. Se aprovada pelo Cade, a operação dará origem a uma empresa protagonista no desenvolvimento e oferta de soluções inovadoras no segmento, além de garantir a melhor experiência aos clientes.

“Com tecnologia de ponta, a soma dos melhores talentos, a forte reputação das marcas e a experiência de anos de mercado, esperamos nos tornar referência global em mobilidade e contribuir para a transformação desse mercado cada vez mais competitivo”, afirma Eugênio Mattar, CEO da Localiza.

O executivo destaca, entre os principais benefícios da união, os investimentos em inovação tecnológica, o desenvolvimento de plataformas e a diversificação do portfólio e soluções. “Estaremos fortalecidos para alavancar múltiplas avenidas de crescimento em um setor altamente dinâmico, garantindo a melhor jornada aos nossos clientes e assumindo o protagonismo ao promover inovações, como o carro por assinatura”, acrescenta.



*Nossa plataforma permitiu que esses milhões de brasileiros pudessem continuar a trabalhar, sem sair de casa e sem correr riscos”*

**FREDERICO TRAJANO,  
CEO DO MAGALU**

ACREDITAR NO FUTURO  
É ACREDITAR NA FORÇA  
DA INDÚSTRIA DO AÇO.



É isso que faz a Usiminas oferecer soluções integradas e produtos inovadores, gerando valor ao negócio de cada cliente. Com a inovação para promover avanços tecnológicos no mercado de aços planos, contribuimos para o crescimento econômico de Minas Gerais e do Brasil. E é cuidando do agora, investindo em sustentabilidade, diversidade e diferentes projetos nas comunidades onde estamos presentes, que a Usiminas ajuda a construir um futuro melhor.

usiminas.com



**USIMINAS U**

Aço em dia com o futuro

**58**  
ANOS



*Com tecnologia de ponta, a soma dos melhores talentos, a forte reputação das marcas e a experiência de anos de mercado, esperamos nos tornar referência global em mobilidade”*

**EUGÊNIO MATTAR,  
CEO DA LOCALIZA**



DIVULGAÇÃO



Localiza e Unidas são empresas listadas no Novo Mercado da B3 e com alto comprometimento em questões relacionadas à sustentabilidade. A Localiza é membro do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, iniciativa do Instituto Ethos em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Fórum Econômico Mundial, a Rede Brasileira do Pacto Global e a Patri Relações Governamentais & Políticas Públicas. “Essa estrutura de governança, desenhada dentro de padrões de excelência, agrega valor à companhia e proporciona equidade, conformidade, prestação de contas e transparência aos stakeholders internos e externos”, ressalta Mattar.



SER GRANDE  
NÃO É SOBRE TAMANHO.

É SOBRE GRANDEZA.

É SER COMO O SOL  
QUE NASCE TODOS OS DIAS.

QUE MUDA TUDO O QUE TOCA  
E TODOS OS QUE ALCANÇA.  
QUE TRANSFORMA VIDAS  
DIARIAMENTE.

E QUE, EM MOMENTOS DE TEMPESTADE,  
TEM RESILIÊNCIA  
E VOLTA A NASCER.  
DIA APÓS DIA.

O ASSAÍ ACREDITA  
QUE, A CADA NASCER DO SOL,  
NASCEM TAMBÉM  
NOVAS OPORTUNIDADES.

NOVAS CONQUISTAS.  
NOVAS HISTÓRIAS.

PARA NÓS, SER UM GRANDE ATACADISTA  
NÃO É SÓ SER GIGANTE EM NÚMEROS,  
É SER GIGANTE EM PROPÓSITOS.

MAIS DO QUE ESTRUTURA, PESSOAS.  
MAIS DO QUE OBJETIVOS, CONQUISTAS.  
MAIS DO QUE NÚMEROS, VIDAS.

ASSAÍ ATACADISTA.  
VALORES QUE SE RENOVAM TODOS OS DIAS.





*Oferecemos aos nossos clientes experiência de compra e atendimento diferenciado em nossas lojas físicas, e conveniência e agilidade em nossos canais digitais”*

**SERGIO ZIMERMAN, CEO DA REDE PETZ**

### EVOLUÇÃO

Se investir em ações é acreditar, literalmente, no mercado futuro, o IPO da Petz na B3, realizado em setembro, mostra o potencial do mercado brasileiro. A companhia faz sua estreia com valor de mercado de R\$ 5,1 bilhões, depois de precificar sua ação (PETZ3) em R\$ 13,75. “O IPO da Petz inaugurou em um ano complexo de pandemia, um novo segmento do varejo brasileiro na B3. A demanda dos investidores pela nossa oferta inicial de ações reflete o crescimento e a resiliência do mercado pet brasileiro, considerado o quarto maior do mundo em termos de faturamento, com cerca de 88 milhões de cães e gatos”, afirma Sergio Zimerman, CEO da rede Petz. Mas a iniciativa reflete também a resiliência de empresários brasileiros, que não se intimida diante de um cenário difícil.

Do montante total de ações oferecido ao mercado, o componente primário da oferta representou 24.489.796 ações do IPO da Petz e totalizou R\$ 336,7 milhões, recursos para a abertura de lojas e hospitais veterinários (85%), e investimentos em tecnologia e canais digitais (15%).

Atuando em um segmento considerado serviço essencial durante o período de pandemia, a empresa apresentou um crescimento exponencial em seus canais digitais em 2020. As vendas on-line mais que quadruplicaram no primeiro semestre do ano em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$ 144,3 milhões. Considerando as vendas totais, a Petz registrou um faturamento de R\$ 731,6 milhões

nos seis primeiros meses desse ano, uma alta de 36,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Com mais de 120 lojas em operação e presença em 13 estados e no Distrito Federal, no período de julho de 2019 a junho de 2020, a Petz totalizou um faturamento de R\$ 1,4 bilhão e um EBITDA ajustado de R\$ 141,4 milhões, um marco para a empresa. “Somos uma plataforma de soluções para pets, com uma estratégia omnicanal completa. Oferecemos aos nossos clientes experiência de compra e atendimento diferenciado em nossas lojas físicas, e conveniência e agilidade em nossos canais digitais”, enfatiza o CEO. ■



3AW

**Naturgy**

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

Quem tem gás para ir além vai com a Naturgy.

Com mais de 1 milhão de clientes, a Naturgy é uma multinacional protagonista na distribuição de gás natural no Brasil. Já investiu mais de R\$ 9 bilhões no Rio de Janeiro e em São Paulo, estados abastecidos pela distribuidora no país. A Naturgy investe distribuindo energia limpa, segura e sustentável.

Agências Reguladoras – AGENERSA – 0800 024 9040 e ARSESP 0800 770 0427.



Octavio de Lazari Junior,  
presidente do Bradesco



EGBERTO NOGUEIRA



CEBU

Sérgio Rial,  
presidente do  
Santander Brasil



DNVULGAÇÃO

Candido  
Bracher,  
presidente do  
Itaú Unibanco

*Bancos se unem para criar o Conselho Consultivo Amazônia e redefinem o papel das grandes empresas na busca pelo equilíbrio sócio-econômico-ambiental*

# UMA NOVA LIDERANÇA VERDE

A preservação da Amazônia passou a fazer parte do debate público de maneira inédita em 2020, o que influenciou empresas e organizações dos mais diferentes segmentos a se posicionarem em prol do desenvolvimento sustentável da região. De acordo com pesquisa do Observatório Febraban, os brasileiros já têm elevada consciência sobre a importância desse ecossistema para o país, a sociedade e sua própria vida. Além disso, a maioria está descontente com as ações de preservação e quer maior punição a quem desmata.

Neste sentido, Bradesco, Itaú Unibanco e Santander deram um passo decisivo para, juntos, organizarem ações altamente profissionalizadas, com base na ciência e em favor da floresta amazônica. No final de agosto, os bancos anunciaram

a formação do Conselho Consultivo Amazônia, instância criada para apoiar a implementação de dez medidas propostas pelas instituições para impulsionar o desenvolvimento sustentável da região, o chamado Plano Amazônia.

Apresentado ainda em julho ao governo federal, o Plano foi construído a partir de três frentes de atuação identificadas como prioritárias para a região: conservação ambiental e desenvolvimento da bioeconomia; investimento em infraestrutura sustentável; e garantia dos direitos básicos da população da região amazônica. Para que as medidas sejam efetivas, a atuação dos bancos será coordenada com o governo, e as ações serão implementadas em alinhamento com as iniciativas públicas, potencializando, assim, o impacto de todas as ações.



“Este projeto une Bradesco, Itaú e Santander pelo propósito de contribuir para um mundo melhor. A ideia é que todos precisam assumir sua parcela de compromisso com as futuras gerações. Por isso, lançamos uma agenda objetiva que pretende defender e valorizar a Amazônia, suas riquezas naturais, florestas, rios e cultura diversificada. Queremos dar passos concretos para tornar discurso em realidade. A Amazônia não é um problema”, afirma Octavio de Lazari Junior, presidente do Bradesco.

**QUALIDADE TÉCNICA**

Profissionais foram selecionados para aportar ao projeto diferentes experiências e conhecimentos sobre as questões sociais e ambientais envolvendo a Amazônia. Assim, especialistas em sustentabilidade dos três bancos formam agora um grupo de trabalho para propor iniciativas e ações concretas para a região. O grupo do Conselho Consultivo Amazônia se reunirá a cada três meses com o objetivo de trazer reflexões sobre as dinâmicas da região e desafiar os bancos quanto à efetividade do impacto das ações propostas.

Candido Bracher, presidente do Itaú Unibanco, destaca que as instituições estão muito satisfeitas por reunir um grupo altamente qualificado e que conhece profundamente os desafios do Brasil na área ambiental e, mais especificamente, na Ama-

 **LIGADOS  
NA EXCELÊNCIA**



## Vem mover o futuro com a gente. Agora.

Cada vez mais alinhada com as necessidades de seus clientes e da sociedade, a Dana reafirma seu compromisso com o desenvolvimento da mobilidade, colocando toda sua liderança em engenharia de excelência, capacidade de inovação e seus mais de 73 anos de experiência em Brasil a serviço da nossa indústria, oferecendo hoje as soluções que estão ajudando a mover o que importa agora e no futuro.



 **ASSISTA**

Use seu celular e assista ao vídeo de fim de ano que preparamos.

@canaldana

dana.com.br



/canaldana



# PLANO AMAZÔNIA

- Atuar visando ao desmatamento zero na cadeia da carne, reforçando diligências internas, apoiando a transição e articulando com empresas e associações para a criação de compromisso setorial.
- Estimular as cadeias sustentáveis, como a do cacau, açaí e castanha, por meio de linhas de financiamento diferenciadas e ferramentas financeiras e não financeiras.
- Estimular o desenvolvimento da infraestrutura de transporte mais sustentável, como o hidrovial, com aplicação de metas ambientais, em troca de condições diferenciadas de financiamento.
- Viabilizar investimentos em infraestrutura básica para o desenvolvimento social da região, como acesso à energia, internet, moradia e saneamento.
- Fomentar projetos que visem o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental por meio de instrumentos financeiros de lastro verde, como o Pagamento por Serviço Ambiental (PSA) e Crédito de Carbono.
- Incorporar os impactos das mudanças climáticas nas políticas de crédito e investimentos de longo prazo e dar ênfase a isso em nossos relatórios.
- Ampliar o alcance de negócios que promovam a inclusão e a orientação financeira na região.
- Articular e apoiar a implantação do sistema informatizado de registro de regularização fundiária.
- Articular a criação de um fundo para atores e lideranças locais que trabalhem em projetos de desenvolvimento socioeconômico na região.
- Atrair investimentos que promovam parcerias e desenvolvimento de tecnologias que impulsionem a bioeconomia.

zônia. “A colaboração dos conselheiros consultivos será fundamental para que nossa atuação na região seja efetiva e gere os impactos positivos que buscamos”, enfatiza o executivo.

Sérgio Rial, presidente do Santander Brasil, esclarece que o conselho funcionará com um grupo de especialistas renomados, responsável por dar o respaldo necessário às propostas para o desenvolvimento sustentável daquela região. “Para além disso, esses líderes excepcionais utilizarão sua vasta experiência acumulada em áreas de conhecimento complementares para nos ajudar a subir a régua, propondo ações e metas desafiadoras, que provem ser possível gerar riqueza para o País e beneficiar a população local sem sacrificar nossa biodiversidade e recursos naturais”, destaca.

## MAIS FORTES

Em outubro, os três maiores bancos privados do país também assinaram adesão à Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura. O principal objetivo do movimento é implementar ações para promover um novo modelo de desenvolvimento econômico pautado pela economia de baixo carbono e, desta maneira, responder aos desafios das mudanças climáticas, possibilitando avanços concretos na agenda de clima e agropecuária no Brasil.

A coalizão é um movimento multisetorial, composto por entidades que lideram o agronegócio no Brasil, as principais organizações civis da área de meio ambiente e clima, representantes do meio acadêmico, associações setoriais e companhias líderes nas áreas de madeira, cosméticos, siderurgia, papel e celulose, entre outras. Por meio desses agentes, a iniciativa busca oportunidades e sinergias entre a agropecuária e a agenda de proteção, conservação e uso sustentável das florestas para mitigar as mudanças climáticas. ■



BRANDED CONTENT



# CONSTRUIR E VIVER EM GRANDE ESTILO

A Katz se capacitou para atender ao mercado de alto padrão, que valoriza a vida, a família e a satisfação de fechar um negócio de sucesso



Edifício Vista, São Paulo/SP



Yold (Young Old), Belo Horizonte/MG



Belmonte Bahia Beach Village, Belmonte/BA



Residência RN, Itaúna/MG

Fundada em 1975, a Katz esteve presente no desenvolvimento e na execução de projetos exclusivos em Belo Horizonte e nos estados da Bahia e São Paulo. Desta maneira, a empresa passa por um momento único, tendo em vista a enorme procura por imóveis mais amplos e confortáveis. Com a mudança de comportamento das famílias e tendência por uma vida mais plena, a segunda fase do Belmonte Bahia Beach Village, por exemplo, se tornou seu grande lançamento de 2020. Localizado em Belmonte, região sul da Bahia, o empreendimento conta com lotes pé na areia em um condomínio de altíssimo padrão.

Além desse e outros projetos que já estão em andamento, a Katz também irá ampliar seu portfólio com empreendimentos cuidadosamente idealizados

e inovadores. Um deles está localizado em Belo Horizonte e será voltado para o público de faixa etária acima de 60 anos de idade. Depois de extensas pesquisas, a companhia percebeu que, atualmente, não existe nenhum tipo de lugar que abrigue este segmento e ofereça o que eles precisam. Desta maneira, a construtora desenvolveu o Yold (Young Old): condomínio voltado especialmente para pessoas da terceira idade. O local será totalmente equipado com um time para atender às necessidades de cada morador e ainda terá espaço para centro comercial interno, facilitando muito o dia a dia dos residentes.

Saindo do âmbito de Minas Gerais e Bahia, mercados tradicionais da Katz, a empresa chega na cidade de São Paulo por meio da construção do charmoso e aconchegante Edifício Vista, localizado

no bairro do Sumaré. Desenvolvido por Felipe Hess Arquitetos, serão 13 pavimentos divididos entre apartamentos tipos de dois quartos, studios de um quarto e cobertura; lazer com espaço gourmet, academia e playground.

Mais um símbolo de sua sinergia com público que busca exclusividade, a Katz também criou a Hauz Construções, uma empresa que é seu braço de personalização de casas de alto luxo, sempre com extremo bom gosto e acabamento refinado. A proposta principal da empresa é construir residências em que todos os gostos e sonhos do proprietário estejam presentes. Uma das obras de destaque é a Residência RN, que fica em Itaúna, Minas Gerais, seu projeto foi assinado pelo escritório Jacobsen arquitetura. ■

Acesse nosso Instagram: [@katz.life.style](https://www.instagram.com/katz.life.style)

## Inovando para aproximar em todos os momentos



A RCE Digital tem mais de 20 anos de história. Nessa caminhada, destacamos nossos diferenciais de agilidade, pioneirismo, pesquisas constantes e segurança da informação. Estamos sempre em movimento e focados em atender as diferentes necessidades do mercado.

### Nossas soluções proporcionam diferentes experiências entre empresas, clientes e colaboradores, em todos os lugares do mundo

- Eventos:** Apoio na criação, produção, captação e transmissão de eventos corporativos, em diferentes formatos: online, digital ou presencial.
- Transmissões ao vivo:** Transmissões de lives por streaming, com recurso de interatividade e suporte profissional em todas as etapas dos processos, garantindo total segurança e qualidade.
- Reuniões a distância:** Integrando pessoas e tecnologias, com especialização e domínio técnico para a realização e gestão de reuniões corporativas.
- Assembleias de condomínio:** Integração, interatividade, tomada de decisões por meio de votação e apresentação dos empreendimentos. Tudo com total comodidade, segurança, sem sair de casa e de forma prática e objetiva.
- Eventos festivos:** Criação e produção de eventos festivos em formatos totalmente inovadores, engajando e motivando os seus públicos.
- Palestras digitais:** Apresentações e palestras online com interatividade, integrando pessoas e disseminando conhecimentos e informações.

### Conheça melhor o trabalho da RCE e veja dicas em nossas redes sociais e site!



**LIVE**  
Transmissão ao vivo



TV Corporativa



Produção de vídeo



Videoconferência



Cobertura de eventos



Plataforma EAD



APP de comunicação

São José do Rio Preto/SP

+55 17 2136 8855

Av. Murchid Homsí, 1404

Vila Diniz | 15013-000

São Paulo/SP

+55 11 4501 2600

Rua Cristiano Viana, 401 - SL. 610

Pinheiros | 05411-000

**rcedigital.com.br**

contato@rcedigital.com.br

**in f @** /rcedigital



# OS GRANDES LÍDERES DO BRASIL

*Premiação reconhece empresas e executivos que fizeram a diferença ao longo de 2020 na busca por um país mais competitivo e inovador*



A crise do novo coronavírus provocou um processo inédito nos mais diferentes segmentos da sociedade. O ano que começou com a promessa de retomada plena do crescimento econômico e continuidade das reformas estruturais promovidas pelo Governo, sofreu um grande revés devido às intercorrências impostas pela Covid-19 e obrigou todos a redefinirem seus planos, principalmente as grandes companhias.

No entanto, como em outros momentos decisivos da história da humanidade, alguns homens e mulheres tiveram sua liderança fortalecida e se mostraram capazes de reconduzir o país no rumo da competitividade, empreendedorismo e criação de oportunidades.

É neste ambiente de resiliência, inovação e, acima de tudo, otimismo, que o LIDE apresenta os vencedores do **Prêmio Líderes do Brasil 2020**, que chega à sua 10ª edição neste ano desafiador. As empresas foram escolhidas pelo Comitê de Gestão do LIDE, após votação realizada remotamente. O comitê é composto por lideranças empresariais dos principais setores da economia brasileira.

#### ATIVIDADES

O Prêmio contempla as mais diversas áreas e resume todo o potencial das grandes companhias que atuam no Brasil, além do otimismo dos empresários e executivos em relação a retomada dos negócios em 2021. Neste sentido, 26 atividades foram esmiuçadas para que os leitores possam entender melhor o momento de cada premiado e sua força no mercado.

Dados do Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI), por exemplo, mostram que os empresários da indústria seguem confiantes pelo quinto mês consecutivo, marcando a continuidade nas projeções positivas entre novembro e dezembro. Assim, o otimismo deve dar suporte à retomada da trajetória de crescimento pré-crise, já que, de uma maneira geral, a indústria ultrapassou os níveis de produção do início de 2020.

No varejo, os shopping centers do país registraram o primeiro resultado positivo de vendas desde o início da pandemia, como revela estudo feito pela Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca). Na semana de 23 a 29 de novembro, os empreendimentos tiveram crescimento de 22,5% nas vendas – considerando o

ajuste de sazonalidade do carnaval – em relação ao período equivalente da fase pré-pandemia (última semana de fevereiro deste ano). Sem considerar os efeitos do carnaval, a alta seria ainda maior, de 32,5%. Em relação à semana equivalente do mês anterior, houve aumento de 52,8% nas vendas. Os dados são apurados em parceria com a Cielo e compõem o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), que identifica as vendas do chamado “varejo total”, com separação por lojas de shopping center e rua.

Outro ótimo termômetro, o Balanço de Vendas, indicador da Associação Comercial de São Paulo (ACSP) revela que as vendas no comércio da cidade de São Paulo cresceram 17,1% em novembro na comparação com outubro. Segundo a ACSP, a recuperação do setor começou em junho, quando as medidas de flexibilização começaram a valer para o comércio paulistano.

#### RETORNO

Após o longo período de afastamento das atividades profissionais nos escritórios devido à propagação da Covid-19, a expectativa para o próximo ano é de volta à normalidade no ambiente corporativo, o que deve impactar positivamente na economia como um todo, principalmente no setor de eventos, hotelaria, alimentação, varejo e serviços.

De acordo com a terceira edição da “Pesquisa nacional: como será o retorno aos escritórios”, realizada pela KPMG, mais de um terço (38%) das empresas brasileiras pretendem retornar aos escritórios em 2021. Trata-se de um aumento em relação às edições anteriores da mesma pesquisa. Na segunda edição, realizada em junho e julho, 26% estimavam o mesmo e, na primeira edição, realizada em abril e maio, 9% estimavam o retorno.



# LANÇAMENTO

# touch

Essa novidade vai tocar seu coração



tres

CAFÉS ESPRESSOS E MULTIBEEDAS

TOP OF MIND 30 ANOS  
TOP OF MIND CAFÉS E MÁQUINAS DE CAFÉS



# NÚMEROS

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto cresceu 7,7% no terceiro trimestre, em relação ao período anterior, sendo a maior variação desde o início da série em 1996, mas ainda insuficiente para recuperar as perdas provocadas pela pandemia. O resultado indicou ainda que a economia do país se encontra no mesmo patamar de 2017, com uma perda acumulada de 5% de janeiro a setembro, em relação ao mesmo período de 2019.

Na comparação com o mesmo trimestre de 2019, o PIB apresentou recuo de 3,9% e, em valores correntes, chegou

a R\$ 1,891 trilhão. Desse valor, R\$ 1,627 trilhão em Valor Adicionado a Preços Básicos e R\$ 264,1 bilhões em Impostos sobre Produtos Líquidos de Subsídios. No terceiro trimestre, a Indústria cresceu 14,8% e os Serviços subiram 6,3%. Já a Agropecuária registrou queda de 0,5%.

De acordo com o IBGE, a expansão do PIB no período foi causada, principalmente, pelo desempenho da Indústria, com destaque para o crescimento de 23,7% no setor de Transformação. Eletricidade e gás, água, esgoto, atividades de gestão de resíduos também cresceram (8,5%), como a Construção (5,6%) e as Indústrias extrativas (2,5%).

*Indicador da Associação Comercial de São Paulo revela que as vendas no comércio da cidade de São Paulo cresceram 17,1% em novembro*

Foram consultados 569 empresários de todas as regiões do Brasil, pertencentes aos setores de agronegócio, consumo e varejo, energia e recursos naturais, governo, saúde e ciências da vida, mercados industriais, infraestrutura, ONGs, serviços financeiros, tecnologia, mídia e telecomunicações.

Sobre o impacto do trabalho remoto na produtividade, a pesquisa revelou que, para quase a metade (45%) dos empresários, a produtividade se manteve. Para 24%, houve um aumento de até 20%, e para 16% dos entrevistados a produtividade aumentou mais de 20%. Para 10%, houve uma queda de até 20%, e para 5% dos entrevistados a produtividade diminuiu mais de 20%. De acordo com o levantamento, a maioria (55%) pretende manter a quantidade de metros quadrados ocupados pelos escritórios após o controle da pandemia. ■



## MARCAS DO GRUPO CELLULA MATER



### Central de Atendimento

# 13 3225 2586

[WWW.CELLULAMATER.COM.BR](http://WWW.CELLULAMATER.COM.BR)

Av. Dr. Bernardino de Campos, 50/52 - Vila Belmiro, Santos/SP



Dr. Carlos Eduardo Pires de Campos - CRBM: 3.501  
CEO

Dra. Fátima Pires de Campos - CRBM: 10.000  
Diretora de Gestão

Santos - São Vicente - Praia Grande - Cubatão - Osasco

*Safra recorde e aumento nas exportações colocam o agro como protagonista da retomada econômica no Brasil*

# CELEIRO DE OPORTUNIDADES

**S**egundo revisão do Ipea, a projeção da taxa de crescimento do PIB do setor agropecuário irá de 1,6% para 1,9% neste ano. Os pesquisadores também encontraram o mesmo resultado para a previsão do PIB diante da estimativa de safra da Conab. O instituto prevê alta de 3,9% no valor adicionado da lavoura motivada, pela revisão positiva da produção de soja e café.

Caso também se confirme a projeção do primeiro prognóstico do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPA), divulgado em novembro pelo IBGE, a safra brasileira de grãos, cereais e leguminosas deve somar 253,2 milhões de toneladas em 2021. Este número é um novo recorde na série histórica iniciada em 1975 e representa um crescimento de 0,5% em relação às estimativas de 2020, de 252 milhões de toneladas. De acordo com o instituto, a agropecuária tem pouco peso no cálculo do PIB, cerca de 5%, porém a soma de toda a cadeia produtiva, que envolve indústrias e serviços procedentes da atividade, pode chegar a mais de 20%.

As vendas externas do agronegócio aumentaram 10% no primeiro semestre em comparação ao mesmo período do ano passado, totalizando US\$ 61 bilhões. Para 2021, a estimativa é que as exportações atinjam patamares históricos, principalmente pelo embarque de soja para a China.

**A ALTA PRODUTIVIDADE DE ALGUMAS COMMODITIES FIZERAM DO SETOR O ÚNICO A CRESCER MESMO EM UM CENÁRIO ADVERSO**

*BASF investe no desenvolvimento de soluções de cultivos, manejo do solo, controle de pragas e agricultura digital*

# FUTURO SUSTENTÁVEL



DETLEF W. SCHMALOW

Com a população em rápido crescimento, o mundo está cada vez mais dependente da agricultura sustentável. Reunindo agricultores, profissionais do campo, especialistas em gestão de pragas e tantos outros, a BASF tem tornado isso possível. A companhia investiu esse ano em estrutura R&D e amplo portfólio, incluindo sementes e melhoramento genético, proteção química e biológica de cultivos, manejo do solo, fitossanidade, controle de pragas e agricultura digital. Com equipes de especialistas em laboratório, campo, escritório e produção, a BASF procura conectar o sucesso econômico com proteção ambiental e responsabilidade social.

O Grupo BASF conta com, aproximadamente, 122 mil colaboradores que trabalham para contribuir com o sucesso de seus clientes em quase todos os setores e países do mundo. Em 2020, a empresa implementou sua estratégia global corporativa, como foco no cliente, e base em seis pilares: pessoas, inovação, digitalização, sustentabilidade, operações e portfólio. Em continuidade ao crescimento da Divisão de Soluções para Agricultura da BASF, onde a América Latina é responsável por grande parte das vendas da empresa no mundo, a estratégia da companhia é expandir ainda mais os negócios agrícolas de maneira sustentável e a longo prazo.

**NOME**  
*Manfredo Rübens*

**CARGO**  
Presidente da BASF  
para América do Sul



IMAGENS



*Seguimos focados na execução da nossa estratégia que coloca os clientes no centro de tudo o que fazemos”*

Até 2030, mais de 150 novas soluções de proteção de cultivos serão lançadas pela BASF, além de biotecnologias, variedades de sementes e ferramentas digitais para agricultores da América do Sul. “Seguimos focados na execução da nossa estratégia que coloca os clientes no centro de tudo o que fazemos. Criamos não só soluções químicas com as moléculas, mas também conectamos pessoas e organizações, porque acreditamos que somente juntos conseguiremos avançar”, destaca Manfredo Rübens, presidente da BASF para a América do Sul.

O executivo é natural da Argentina e estudou Administração de Empresas na Alemanha. Na BASF há cerca de 30 anos, ocupou diversas posições, em diferentes continentes, até assumir a presidência da companhia na América do Sul em 2018. Rübens esteve à frente

do lançamento do Onono, um espaço inovador e colaborativo situado na sede da BASF, em São Paulo, que promove o ecossistema de experiências científicas e inovação digital para a cocriação de soluções. “Entraremos em 2021 com os mesmos objetivos para enfrentar os desafios trazidos pelo cenário macroeconômico, que devem se fazer presente nos próximos meses”, diz.





# GANHANDO VELOCIDADE

*Após o primeiro semestre de quase paralisação, a indústria automotiva encontra alívio e retoma produção*



**O MERCADO INTERNO FECHOU O MÊS COM 207.710 UNIDADES LICENCIADAS EM SETEMBRO, MAIS UMA ALTA DE 13,3% SOBRE O MÊS ANTERIOR**

○ setor automobilístico foi um dos mais impactados pela crise. Tudo porque o efeito dominó gerado pela a diminuição drástica nas vendas impactou toda a cadeia de produção, incluindo peças e autopeças. Somente em março, o número de emplacamentos recuou 11,7%, seguindo a retração de 21,8% na produção de carros, na comparação com o mesmo período do ano passado.

Diante do cenário de imprevisibilidade, os resultados de setembro consolidaram a recuperação do mercado automotivo no terceiro trimestre, trazendo alívio e boas perspectivas para a indústria automotiva. A produção de 220.162 autoveículos foi 4,4% superior à de agosto. O mercado interno fechou o mês com 207.710 unidades licenciadas em setembro, mais uma alta de 13,3% sobre o mês anterior.

Para o último trimestre do ano, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), espera números similares de crescimento. “Se por um lado há sinais positivos, como a redução dos casos de covid-19, o alto interesse pelo transporte individual e o tradicional aquecimento do mercado no fim do ano, por outro há riscos como a redução do auxílio emergencial, a queda no nível de renda, a alta do desemprego e o aumento da inflação”, explica Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea.



*Toyota mantém produção de qualidade e volta recursos para novas oportunidades de mercado*

# POR MAIS MOBILIDADE

A Toyota do Brasil conta com quatro unidades produtivas nas cidades paulistas de Indaiatuba, Sorocaba, Porto Feliz e São Bernardo do Campo, cidade onde também abriga um Centro de Pesquisa Aplicada e um Centro de Design. A empresa tem ainda com três centros de distribuição de veículos, em Guaíba (RS), Vitória (ES) e Suape (PE), um Centro de Distribuição de Peças em Votorantim (SP), um escritório de representação em Brasília e mais de seis mil colaboradores.

Fundada em 1937, a Toyota Motor Corporation (TMC) é uma das fabricantes de veículos para passageiros e comerciais mais representativas do mundo. Com produção em 28 países e regiões e vendas em mais de 160 países, a empresa é detentora das marcas Toyota, Lexus, Daihatsu e Hino. A Toyota possui ações nas bolsas de valores de Tóquio, Nagoya, Osaka, Fukuoka e Sapporo (Japão), Nova York e Londres, e emprega atualmente mais de 344 mil colaboradores em todo o mundo.

Ao reconhecer a velocidade das mudanças no setor automotivo, após o lançamento da joint venture KINTO Brasil, em julho, a Toyota Financial Services Corporation (TFS) e o grupo Mitsui & Co. Ltd., apostam em um novo serviço, focado em clientes corporativos, que promete trazer ganhos em eficiência operacional e economia financeira. Trata-se do KINTO One, solução completa para empresas que desejam terceirizar sua frota de veículos com condições diferenciadas para as marcas Toyota e Lexus. A companhia acredita no potencial dos serviços de mobilidade no Brasil e prevê investir R\$ 1,1 bilhão em aquisição de automóveis, em até cinco anos.



REMAN SENRA



RAFAEL MUNHOZ

**NOME**  
Rafael Chang

**CARGO**  
Presidente da Toyota do Brasil



*A venda de veículos comerciais tende a ser puxada pelo crescimento da demanda do agronegócio e commodities para a China”*

Segundo Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil, 2020 foi um ano desafiador e de muito aprendizado para toda a indústria. “Interrompemos a produção e as vendas de veículos por quase três meses, o que afetou fortemente toda a cadeia produtiva. Foi um período crítico para buscarmos soluções para aumentar a produtividade. No entanto, o mercado vem demonstrando uma recuperação importante nos últimos meses, o que nos leva a acreditar que o setor pode fechar 2021 com cerca de 2,5 milhões de unidades vendidas, 25% mais do que devemos fechar neste ano”, garante.

Rafael Chang é presidente da Toyota do Brasil desde 2017. Nascido em Lima, no Peru, é graduado em Engenharia Industrial pela Universidade Pontifícia

Católica do Peru. O executivo destaca que o compromisso da companhia nesse momento é analisar bem o mercado e buscar outras oportunidades. “A venda de veículos comerciais tende a ser puxada pelo crescimento da demanda do agronegócio e commodities para a China. Outros consumidores têm optado por alugar carros e isso se converte em oportunidade para a Kinto, nossa empresa de soluções de mobilidade que lançamos no Brasil em julho deste ano. Portanto, a expectativa é que tenhamos muitas oportunidades em função da economia e pela forma que as pessoas se relacionam com o veículo”, avalia.



# NOVOS HÁBITOS

*Mais transparência, jornalismo colaborativo e tecnologia apontam para o futuro do segmento de comunicação*

○ consumo midiático foi atingido por forte mudança durante o período de quarentena provocado pela pandemia do novo coronavírus. A pesquisa Kantar Covid-19 Barometer apontou um pico na audiência televisiva, que se estabilizou em níveis superiores do patamar anterior ao distanciamento social, com destaque para os veículos que priorizam a cobertura jornalística.

Por isso, assegurar a veracidade da informação nunca foi tão fundamental. A disseminação de fake news em um momento crítico para a saúde pública e cenário político global resultou em um movimento inédito, no qual veículos de comunicação baseados em diferentes plataformas, uniram-se para noticiar e confirmar dados sobre a pandemia de Covid-19. Essa tendência também reflete nos interesses de quem consome e produz notícia e entretenimento.

Um estudo da consultoria internacional Kantar, sobre as perspectivas e previsões para a indústria de mídia, revelou que os investimentos em Inteligência Artificial e a valorização da transparência de empresas do segmento, estarão no topo da transformação do setor nos próximos anos. Segundo o levantamento, o advento do 5G também trará grandes implicações no consumo de mídias fora de casa. Já os dispositivos IoT, como pacotes de produtos inteligentes e tecnologias conectadas, promoverão experiências de marca hiperpersonalizadas.



**O CONSUMO MIDIÁTICO SOFREU FORTE MUDANÇA DURANTE O PERÍODO DE QUARENTENA PROVOCADO PELA PANDEMIA**



*CNN é avaliada pelo público como o canal de notícias mais imparcial e independente do Brasil*

# JORNALISMO DE VERDADE

A CNN Brasil é conduzida pelo grupo brasileiro de mídia NovusMídia, conforme acordo de licenciamento de marca estabelecido com a CNN International Commercial (CNNIC), que abrange o acesso a certas propriedades, incluindo conteúdo da CNN International. O canal de notícias 24 horas está disponível desde o dia 15 de março de 2020 para assinantes da TV paga, no canal 577, e também nas plataformas digitais.

Em setembro de 2020, a empresa lançou a CNN Rádio, em parceria com a Rede Transamérica, para levar conteúdo jornalístico para 196 cidades brasileiras, com alcance potencial de 55 milhões de ouvintes.

Em outubro, criou uma nova unidade de negócios dentro de sua estrutura: a CNN Eventos. Seguindo o modelo consolidado realizado pela CNN americana, o projeto vai realizar fóruns, summits e debates para diversos segmentos do mercado.

Na segunda colocação geral entre todos os canais de notícias, pesquisas realizadas por dois dos maiores institutos do Brasil, o Kantar Ibope Media e o Real Time Big Data, apontam que a CNN é considerada pelo público a rede de notícias mais imparcial do país.



DIVULGAÇÃO



ZE PAULO CARDEAL



**NOME**

*Douglas Tavolaro*

**CARGO**

CEO e sócio-fundador da CNN Brasil

“Em 2020, o foco da CNN Brasil esteve voltado para a implantação do projeto do canal e construção de reputação editorial. Em 2021, daremos um passo além: começaremos a ativar novas unidades de negócios, planejadas para atender ao público e ao mercado anunciante da forma mais inovadora possível”, diz Douglas Tavolaro, CEO da emissora. Entre as novidades programadas, destacam-se o novo canal de streaming da emissora, o CNN Brasil +, que estará disponível a partir do primeiro trimestre do ano. Será o primeiro canal de jornalismo por streaming 100% gratuito do país.

Tavolaro começou sua carreira no jornal Diário de São Paulo e, posteriormente, ingressou na revista IstoÉ. Em 2004, transferiu-se para a Rede Record, onde foi produtor executivo e editor do Jornal da Record e editor-chefe do programa Repórter Record, Diretor Nacio-

*Começaremos a ativar novas unidades de negócios, planejadas para atender ao público e ao mercado anunciante”*

nal de Jornalismo e Vice-Presidente de Jornalismo de julho de 2009 até janeiro de 2019. Em seguida, iniciou o projeto de implantação da CNN no Brasil. “Tão importante quanto o streaming é o lançamento da CNN Eventos, nova unidade de negócios que pretende conquistar a liderança na realização de eventos temáticos e corporativos no país”, garante o executivo.





# OBRAS EM ANDAMENTO

*Cenário de incertezas não se sobrepôs a atratividade dos juros baixos que aqueceu o mercado imobiliário*



Atual momento dos juros no Brasil e facilidades para a aquisição de imóveis, poderão gerar um boom de uma década na construção civil. Neste contexto, o indicador traçado pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), em parceria com a Fipe, mostra que o setor comercializou 13.156 unidades habitacionais em agosto e esse volume representou crescimento de 58,9% na comparação com o mesmo período em 2019. Foi um novo recorde da série histórica do Indicador Abrainc-Fipe desde maio de 2014 (14.116 unidades). Já no trimestre móvel também encerrado em agosto, as vendas totalizaram 38.886 unidades, com alta de 45,7% em relação ao mesmo mês do ano anterior.

“Os números mostram que a incerteza econômica gerada pela pandemia de Covid-19 vai sendo colocada de lado pelo consumidor, que vê nos juros mais baixos uma oportunidade para adquirir um imóvel. Vale destacar o segmento de médio e alto padrão (MAP) voltando a crescer em agosto (4,8%), consolidando movimento verificado no segundo trimestre (8%). A parcela da população de maior poder aquisitivo ou está trocando de imóvel ou realizando investimento com uma nova aquisição”, afirma o presidente da Abrainc, Luiz Antonio França.



**O NÚMERO DE IMÓVEIS FINANCIADOS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2020 FOI 35,2% SUPERIOR EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO**



MRV acelera expansão de plataforma de vendas digital com foco na jornada do cliente

# UM IDEAL EM CONSTRUÇÃO



ENGENHARIA MRV

Ao longo de 40 anos de história transformando a vida de milhares de pessoas por meio da casa própria, a MRV, maior construtora da América Latina, se tornou uma plataforma de soluções habitacionais capaz de fornecer a opção de moradia que melhor se adapte ao momento na vida dos brasileiros, seja com a aquisição de apartamentos prontos ou na planta, pela compra de um terreno em loteamentos completamente urbanizados pela Urba, ou mesmo alugando imóveis especialmente pensados, com inúmeros serviços, pela sua startup Luggo, totalmente digital e sem burocracia.

Em 2020, com base no ideal que a experiência do cliente deve ser mais fluida e surpreendente, a MRV resolveu apostar no mindset digital para facilitar a interação com seus clientes, o que resultou em alta performance para o negócio da companhia e melhora na jornada do cliente. Assim, a MRV passou de maior construtora da América Latina para a Construtech que mais gera valor no mercado. Única do setor a estar em mais de 160 cidades do país, a companhia gera mais de 30 mil postos de trabalho por ano e que já lançou mais de 400 mil imóveis.



GLÁUCIA RODRIGUES



O Brasil nunca viveu um momento de taxas de juros tão baixas. Para o mercado imobiliário, isso é uma condição básica para um crescimento saudável”

“O Brasil nunca viveu um momento de taxas de juros tão baixas. Para o mercado imobiliário, isso é uma condição básica para um crescimento saudável que atenda toda a população. Nós enxergamos que com esse novo patamar, o nosso setor passa a caminhar na direção de ser um protagonista para a economia brasileira, na geração de empregos e renda”, avalia o copresidente da MRV, Eduardo Fischer.

**NOME**  
Eduardo Fischer

**CARGO**  
Copresidente da MRV

Com uma carreira inteiramente dedicada à construção civil, Fischer começou sua trajetória, em 1993, como estagiário na MRV e, ao longo dos anos, ocupou os cargos de engenheiro de obras e coordenador de obras. Em 2010, foi eleito pelo Conselho de Administração da companhia para o cargo de Diretor Executivo Regional. E, em 2014, novamente por meio do Conselho de Administra-

ção, foi nomeado presidente da MRV, cargo que ocupa até hoje.

De acordo com o executivo, o setor tem uma oportunidade sem precedentes, podendo sair dos atuais 8% do PIB para mais que o triplo desse valor, superando mercados fortes como o Chile e o México e se aproximando de um mercado maduro como os Estados Unidos.



*Tendência de crescimento da aprendizagem a distância se confirma, a cada ano, na educação brasileira*

# ENSINO MAIS VERSÁTIL

Divulgado pelo MEC em novembro, o mais recente Censo da Educação Superior identificou, pela primeira vez, uma mudança importante no número de ingressantes na modalidade EAD em comparação ao ensino presencial. Ao todo, mais de 50% dos novos alunos de instituições privadas – um universo que ultrapassa 3 milhões de estudantes – escolheram o ensino a distância. Para uma geração que nasceu digital, o desenvolvimento de habilidades como aprendizagem ativa, pensamento crítico, criatividade, originalidade, flexibilidade cognitiva, autogestão e responsabilidade, sempre tomando como base o uso de ferramentas disruptivas e da própria internet, culminaram na ascensão plena do ensino digitalizado, processo que tem espaço de destaque na educação básica.

O ensino remoto também avançou em cursos de formação de professores. Os cursos de licenciatura na modalidade a distância apontaram forte crescimento. Segundo o Censo, em 2019, a porcentagem dos alunos que optaram por se matricular no EAD foi de 53,3%. Além disso, o número de licenciaturas entre 2009 e 2019 triplicou. Em contraponto, no mesmo período a oferta caiu 5% nas aulas presenciais, reforçando uma mudança cultural que poderá ser traduzida como a democratização do acesso à educação.

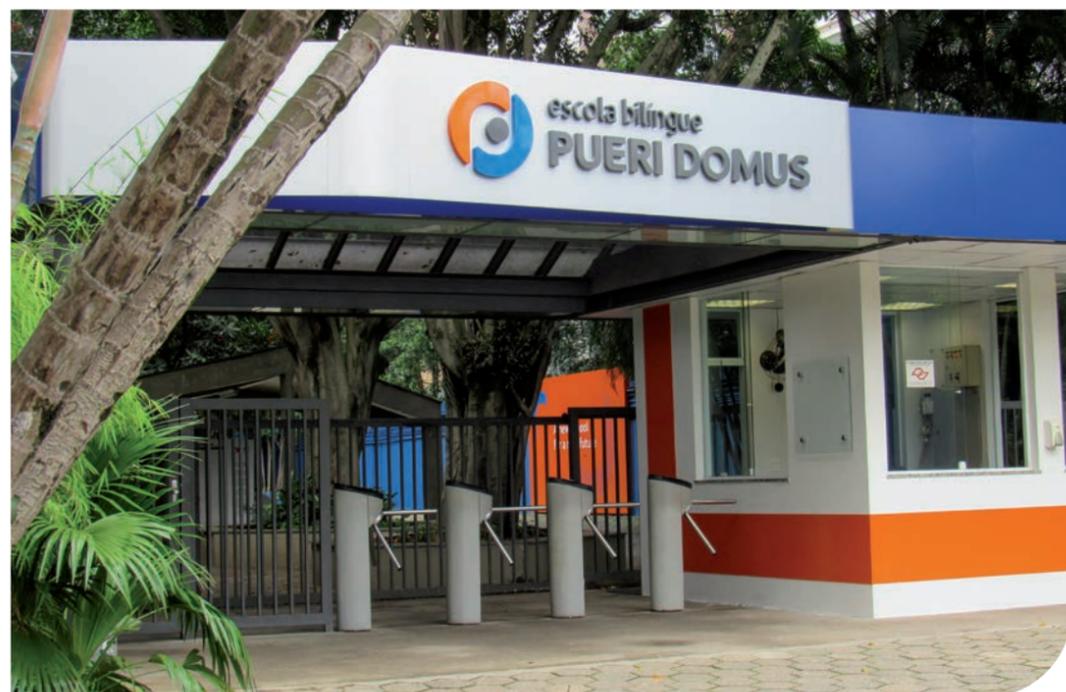


**CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR APONTA QUE, ENTRE 2009 E 2019, O NÚMERO DE MATRÍCULAS EM CURSOS A DISTÂNCIA AUMENTOU 378,9%**



*Atuando do ensino básico ao superior, Grupo SEB se torna uma das maiores organizações educacionais do Brasil*

# VIDA ESCOLAR



**A** Grupo SEB – Sistema Educacional Brasileiro conta com uma trajetória de mais de 50 anos como especialista em educação. Considerado um dos maiores grupos educacionais do país e sempre focado na excelência, a companhia emprega mais de seis mil colaboradores, possui 300 escolas, entre próprias e parceiras, atendendo a 250 mil alunos de diferentes idades e regiões.

No ensino superior, a empresa está presente no mercado educacional com o Centro Universitário UniDomBosco, com sede em Curitiba e atuação nacional por meio de mais de 250 polos de ensino a distância, a Escola Paulista de

Direito – EPD, em São Paulo, líder em cursos de pós-graduação lato sensu em Direito e áreas correlatas, com notas máximas no ENADE e EDD, e a Faculdade Ipanema, em Sorocaba, somando mais de 20 mil estudantes entre Curitiba e São Paulo.

Além da liderança nacional na operação de escolas próprias, o Grupo SEB opera por meio de um ecossistema de educação básica em negócios correlatos e complementares. Criada em 2017 para pensar na educação do futuro, a Conexia Educação é uma empresa que fornece inúmeras soluções educacionais, como inteligência artificial, tecnologia educacional, socioemocional, programas bilíngues e modernas ferramentas de gestão.



**NOME**  
Chaim Zaher

**CARGO**  
CEO do Grupo SEB



*Apesar dos desafios pedagógicos e operacionais, a educação básica está recebendo grande atenção por parte da sociedade”*

Nascido no Líbano, Chaim Zaher, CEO do Grupo SEB, veio ainda criança para o Brasil e se estabeleceu com a família na cidade de Araçatuba, em São Paulo. Zaher é o fundador da companhia que é proprietária de escolas como Pueri Domus, Concept, Luminova, AZ, além da rede de franquias de educação bilíngue Maple Bear. O empresário também foi responsável pela criação do Instituto SEB, braço de responsabilidade social da empresa que atende crianças em situação de vulnerabilidade.

De acordo com o executivo, apesar dos desafios pedagógicos e operacionais, a educação básica está recebendo grande atenção por parte da sociedade durante a pandemia. “De março a agosto deste ano, a Maple Bear fechou 30 novos contratos para a abertura de unidades em

várias regiões, e deve encerrar 2021 com mais de 200 unidades em operação no Brasil. Até o fim de 2025, as operações internacionais devem gerar investimentos de cerca de US\$ 100 milhões e 3 mil empregos diretos. Essa movimentação rendeu a Maple Bear o Prêmio Destaque Internacionalização 2020, categoria Geral, concedido pela ABF/Apex-Brasil”, declara Chaim Zaher.





# MERCADO PRÓSPERO

*Comercialização e investimentos em energia limpa abrem leque de possibilidades para a evolução do setor*

Um dos efeitos colaterais da pandemia foi a falta de arrecadação das companhias de energia elétrica. Entre o período de março a outubro, deixaram de ganhar R\$ 16,5 bilhões. O valor considera a perda de faturamento e inadimplência, que soma sozinha R\$ 4 bilhões nesse intervalo. No entanto, oportunidades podem surgir no setor de comercialização de energia, ou seja, empresas que operam com compra e venda de contratos no mercado livre de eletricidade, onde negociam com geradoras de energia e consumidores com maior demanda.

Outra pauta interessante, é o investimento em energia limpa no Brasil. Mesmo com a queda de cerca de 6% do consumo nacional de eletricidade de janeiro a junho deste ano, em relação ao mesmo período de 2019, o país precisará ampliar a oferta energética para evitar apagões futuros, considerando que a economia voltará a crescer após a pandemia. Segundo análise da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE), será fundamental explorar de modo eficiente as fontes renováveis e aperfeiçoamento de potencial energético alternativo.

Um estudo realizado em parceria entre a ABiogás e a Abrelpe constatou que cerca de 50% do total de resíduos sólidos urbanos gerados no país correspondem à fração orgânica, o que representa um enorme potencial para o aproveitamento energético por meio do biogás.

**SERÁ FUNDAMENTAL EXPLORAR DE MODO EFICIENTE AS FONTES RENOVÁVEIS E APERFEIÇOAMENTO DE POTENCIAL ENERGÉTICO ALTERNATIVO**



A Enel atua no Brasil com geração, distribuição e transmissão de energia, sendo reconhecida por seus esforços pelo desenvolvimento da energia limpa

# FORÇA TOTAL

Em distribuição, a Enel Brasil atende cerca de 18 milhões de clientes por meio de suas subsidiárias brasileiras em São Paulo, Ceará, Rio de Janeiro e Goiás. No setor de geração, o Grupo Enel é o maior produtor de energia solar e eólica do país, com uma capacidade instalada total de cerca de 2,9 GW, dos quais 782 MW são de fonte eólica, 845 MW de solar e 1.269 MW de hidró. No Brasil, o grupo também possui e opera duas linhas de transmissão com capacidade total de 2.200 MW conectando o país à Argentina.

A Enel também marca sua presença no mercado de energia por meio da Enel X, desenvolvendo produtos inovadores e soluções digitais em setores em que a energia está mostrando o maior potencial de transformação: cidades, residências, indústrias e mobilidade elétrica. A estratégia de atuação da empresa é baseada no seu Plano de Sustentabilidade e nos compromissos assumidos com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU. Globalmente, a Enel está presente em mais de 30 países, com cerca de 74 milhões de clientes finais corporativos e residenciais em distribuição de energia.



DIVULGAÇÃO



ANTONIO PINHEIRO



**NOME**  
Nicola Cotugno

**CARGO**  
Country manager  
da Enel no Brasil

Para Nicola Cotugno, country manager da Enel no Brasil, o cenário da pandemia tem confirmado a importância estratégica do setor elétrico na vida social e econômica dos países. “Apesar das adversidades do momento, não deixamos de trabalhar para levar automação e digitalização às redes das nossas quatro distribuidoras – Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará e Goiás. Nos últimos anos, consolidamos um papel importante no mercado de distribuição no Brasil. Com a Enel São Paulo, nos tornamos o maior operador privado de distribuição de energia do país em número de clientes”, evidencia.

Nascido na Itália, o executivo foi country manager da Enel Chile (2016-2018) e country manager da Slovenske Elektrarne – subsidiária do Grupo Enel na Eslováquia – de 2015 a 2016. Cotugno lembra que a Enel também é a principal

*Em 2021, seguiremos trabalhando para utilizar a nossa expertise em digitalização a serviço da modernização das redes de energia”*

player de energia solar e eólica no Brasil. “Em 2021 seguiremos trabalhando para utilizar a nossa expertise em digitalização a serviço da modernização das redes de energia e na oferta de novas soluções inteligentes em energia aos clientes. Sempre com foco na melhoria na qualidade dos serviços aos nossos clientes e na atuação efetiva na retomada da energia verde, contribuindo para a recuperação da economia do Brasil no cenário de pós-pandemia”, analisa.





# LIGADOS E CONECTADOS

*Alta procura por equipamentos eletrônicos e eletrodomésticos favorece setor que segue em ritmo de crescimento*



A casa virou o centro de tudo. Essa mudança de comportamento causada pela pandemia, trouxe o trabalho e atividades de lazer e entretenimento para dentro do lar, impulsionando os bons números da indústria de eletrônicos. Dados do IBGE agregados pela Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), revelam que a produção do segmento cresceu 5,9% em setembro, em relação ao mês anterior, revelando o quinto mês de aumento consecutivo.

Os itens com mais expressividade foram: aparelhos de áudio e vídeo (+33,8%), componentes eletrônicos (+23,9%) e de equipamentos de comunicação (+17,9%). Na área elétrica, foram observados incrementos na produção de eletrodomésticos (+29,1%) e de pilhas e baterias (+24,4%).

Sobre essa recuperação diante uma demanda reprimida no período da pandemia pode-se observar também um aumento no número de empregos nas indústrias associadas. Entre junho e setembro foram 16,9 mil empregados, o que superou toda queda verificada entre os meses de março e maio, que atingiu 13,9 mil trabalhadores. Segundo a Abinee, ainda há problemas com o fornecimento de insumos, mas que esse impacto será baixo sobre o setor.



**A PRODUÇÃO DO SEGMENTO CRESCEU 5,9% EM SETEMBRO, EM RELAÇÃO AO MÊS ANTERIOR, REVELANDO O QUINTO MÊS DE AUMENTO CONSECUTIVO**



Samsung investe em produtos inovadores e se aproxima cada vez mais do consumidor

# TECNOLOGIA QUE INSPIRA

A Samsung Electronics tem procurado redefinir o mercado de TVs, smartphones, wearables, tablets, eletrodomésticos, sistemas de conexão e memória, sistema LSI, fundição de semicondutores e soluções LED. Neste ano, a companhia completa uma década de produção de notebooks no país. Uma trajetória de atuação ativa no mercado, marcada por inovação e que comprova a importância do Brasil como foco dos planos globais da companhia.

Vale destacar que o país é o único local fora da Ásia a realizar a própria fabricação de computadores portáteis. Com isso, a empresa disponibilizou aos consumidores brasileiros inovações como computadores abastecidos com energia solar, Chromebooks e Ultrabooks e produtos mais finos, leves e multitarefas, garantindo ao mercado nacional de notebooks uma variedade de soluções para atingir diferentes perfis de usuários.

Acreditando também que educação e a tecnologia são ferramentas de empoderamento, a Samsung encoraja estudantes e professores a alcançar seu potencial com mudanças sociais positivas em suas comunidades para construir um mundo melhor para todos. A empresa alcança 360 mil pessoas com programas de responsabilidade social corporativa em todo o Brasil desde 2010, acumulando 128 mil horas de treinamento tecnológico. O programa Respostas para o Amanhã, por exemplo, já teve a participação de 175 mil pessoas.



*Nunca estivemos tão distantes fisicamente, mas tão próximos uns dos outros, o que só foi possível por conta da tecnologia”*



IMAGEM PAULISTA

**NOME**

**Mario Laffitte**

**CARGO**

Vice-presidente de Relações Institucionais da Samsung na América Latina

uma variedade de soluções”, evidencia Mario Laffitte, vice-presidente de Relações Institucionais da Samsung na América Latina.

Há mais de 30 anos no Brasil, a companhia conta com uma operação consolidada no país, inclusive com duas fábricas – uma em Manaus e outra em Campinas. “Em um ano atípico como 2020, com a redefinição de percepções e necessidades em todos os setores, foi confirmado como é acertado o nosso propósito de empoderar as pessoas a tornar o mundo melhor por meio da tecnologia. Nunca estivemos tão distantes fisicamente, mas tão próximos uns dos outros, o que só foi possível por conta da tecnologia. Quando o consumidor buscou produtos que se adequassem a rotinas completamente readaptadas, continuou a encontrar na Samsung

Engenheiro mecânico pela Universidade Federal do Paraná, Laffitte possui MBA em gerenciamento de equipe pela FGV (Fundação Getúlio Vargas) e concluiu Curso Executivo Global com foco em Inovação e desenvolvimento de negócios pela Harvard Business School. Conta em seu histórico na Samsung execução em diversas funções regionais supervisionando operações na América Latina. “Com a inovação em nosso DNA, seguiremos ampliando nosso portfólio de produtos fabricados no Brasil. Nós, da Samsung, temos compartilhado uma única certeza: em 2021, as pessoas estarão ainda mais tecnológicas”, afirma o executivo.





*Novo comportamento do consumidor aponta salto expressivo da indústria farmacêutica para 2021*

# NA DOSE CERTA

Conforme previsão da consultoria IQVIA, o mercado farmacêutico retail crescerá 4,1% em 2020. Já em 2021, o que se estima é um salto no crescimento de 10,3%, pautado em grande parte pela mudança de alguns hábitos de consumo adquiridos durante a pandemia, como a busca por medicamentos e laboratórios via internet, marketing digital, telemedicina, e-commerce e adoção de um estilo de vida mais saudável.

Durante a quarentena houve crescimento significativo na movimentação de usuários que navegam entre páginas de empresas do setor farmacêutico. Sites de laboratórios e marcas de medicamentos receberam números consideráveis de acessos. Segundo estudo da SEMrush, a EMS é uma das farmacêuticas com alta nas buscas por laboratório no mês de julho, por exemplo, com 33 mil pesquisas. Em relação ao mesmo período no ano passado, a empresa teve um crescimento de 22%. Em 2020, as principais marcas do setor já tiveram alta média de 20% na procura por remédios em relação a 2019.

O serviço de delivery também facilitou a compra de medicamentos. De acordo com levantamento do Farmácias APP, o número de pessoas que compram pela internet aumentou em 300%. Além disso, as vendas com entrega expressa, no geral, tiveram alta de 110% durante o auge da pandemia de Covid-19.

**CONFORME PREVISÃO DA CONSULTORIA IQVIA, O MERCADO FARMACÊUTICO RETAIL CRESCERÁ 4,1% EM 2020**





EMS investe consistentemente em inovação e em genéricos de alta complexidade

# LABORATÓRIO DE IDEIAS



DIVULGAÇÃO

Geórgia (EUA), por meio da qual a EMS obteve em 2019 a aprovação de seu primeiro produto submetido à FDA, posicionando o laboratório como uma empresa de inovação no mercado global.

A companhia também tem o maior portfólio de medicamentos genéricos do Brasil: são cerca de 500 produtos, que atendem a 96% das classes terapêuticas. Para corresponder à demanda do mercado nacional, a EMS investe 6% do faturamento anual em P&D e desenvolve medicamentos em seu moderno Centro de Pesquisa & Desenvolvimento da América Latina, com mais de 400 pesquisadores. Há também o laboratório de pesquisas da EMS na Itália, o MonteResearch. A proposta da empresa é se manter sempre na vanguarda das pesquisas no Brasil e garantir que as tecnologias em medicamento que forem lançadas no exterior cheguem ao país mais rapidamente e com valores mais acessíveis.

Com mais de 55 anos de história e mais de cinco mil colaboradores, a EMS é o maior laboratório farmacêutico do Brasil. Líder de mercado há 14 anos consecutivos, a empresa pertence ao Grupo NC e atua nos segmentos de prescrição médica, genéricos, medicamentos de marca, OTC e hospitalar, fabricando produtos para praticamente todas as áreas da medicina. O laboratório tem presença no mercado norte-americano com a Brace Pharma, empresa com foco em inovação radical, e com a sua controlada Vero Biotech, localizada em Atlanta,



GLÁUCIA RODRIGUES



**NOME**

Marcus Sanchez

**CARGO**

Vice-presidente da EMS

Para Marcus Sanchez, vice-presidente da EMS, mesmo diante do cenário adverso encontrado em 2020, a empresa seguiu com sua missão de cuidar da saúde das pessoas. “A empresa tem um histórico e o diferencial de enxergar oportunidades nas dificuldades, de manter os investimentos inclusive em momentos de crise e busca sempre estar preparada para atender à demanda do mercado farmacêutico nacional. Acreditamos que sairemos mais fortes e preparados desta situação”, afirma.

Sanchez assumiu a vice-presidência da EMS em 2014, após 10 anos de experiência no laboratório. Chegou inicialmente à diretoria de Consumo (hoje, unidade de negócios OTC) e, também, foi por três anos diretor-presidente da Nova Química, farmacêutica adquirida em 2010 pelo Grupo NC, mesmo controlador

*Nossos investimentos irão continuar, pois acreditamos que a indústria farmacêutica tem um papel fundamental na sociedade”*

da EMS. “Para 2021, estamos animados com os desafios. Nossos investimentos irão continuar, pois acreditamos que a indústria farmacêutica tem um papel fundamental na sociedade em circunstâncias como a que estamos passando. Vamos prosseguir com o foco em pesquisa e inovação em quatro frentes: genéricos de alta complexidade, medicamentos biotecnológicos, inovação incremental e inovação disruptiva/radical. Também daremos continuidade ao nosso processo de expansão fabril”, revela.





# RESPOSTA À CRISE

*Lideranças focam em resultados, busca por crescimento e eficiência para lidar com as incertezas econômicas*



A pesquisa CFO Survey, da Deloitte, revela que a maioria dos executivos está focada em expandir, nos próximos 12 meses, a lucratividade (63%), o crescimento (55%) e a busca pela eficiência operacional (43%). Foram apontados como foco de atuação do próximo ano, ainda: financiamento e liquidez (36%), planejamento e análise financeira (30%), estratégia corporativa (30%), inovação do negócio (29%), novas tecnologias em finanças (28%), governança corporativa e compliance (24%), operações financeiras (17%), captação de recursos por meio de IPO (12%) e investimento em cybersecurity (8%).

O levantamento, realizado em setembro de 2020, contou com a participação de 132 entrevistados – dos quais 76% são CFOs – de nove segmentos diferentes nas cinco regiões brasileiras.

Para alcançar os resultados desejados, no entanto, os executivos participantes sabem que têm muitos desafios a serem enfrentados. Entre os principais, foram mencionados recessão econômica, em primeiro lugar, e alteração na política tributária em segundo. Os fatores citados na sequência foram a volatilidade da taxa cambial, efeitos da pandemia e incertezas jurídica, regulatória e política.



**EXECUTIVOS ENTENDEM QUE AUMENTAR O NÍVEL DE AUTOMAÇÃO DA EMPRESA E REALIZAR ATIVIDADES FINANCEIRAS DE MANEIRA REMOTA SERÃO AS GRANDES MUDANÇAS NO PÓS-CRISE**

A agilidade em criar soluções, expansão do portfólio e importantes aquisições definem o Grupo JSL

# CAMINHOS QUE LEVAM AO SUCESSO

A recente reorganização societária do Grupo JSL faz parte da estratégia da companhia de gerar valor por meio da separação de suas atividades em operações distintas, englobando principalmente a locadora de carros Movida e a de caminhões Vamos. Em julho de 2020, a atividade de holding, que até então era realizada pela própria JSL, passou a ser exercida pela Simpar, que consolidou as participações acionárias e a equipe corporativa com o objetivo de direcionar, acompanhar e controlar a execução dos planos de negócio das companhias controladas, desenvolver novos negócios e segmentos de atuação e assegurar o alinhamento de valores, cultura e modelo de gestão.

Desta maneira, 2020 será lembrado como um divisor de águas para a organização, que apesar da crise seguiu rumo à expansão. A companhia com listagem na bolsa de valores brasileira B3 (JSLG3), comprou a Transmoreno, de São José dos Pinhais, por R\$ 310 milhões, enquanto a Vamos anunciou a aquisição de 1350 caminhões Volkswagen, na maior operação do gênero já vista no país.

Encerrando o terceiro trimestre com lucro líquido consolidado de R\$ 17,4 milhões, o resultado é 176% maior que o do mesmo período do ano passado, quando lucrou R\$ 6,3 milhões. Números impulsionados, primeiramente, pelo crescimento de 12,4% do lucro líquido das operações de logística, que passou para R\$ 25,4 milhões.



2020 marcou a história da JSL Logística, que se tornou uma empresa independente, realizou seu IPO e concretizou investimentos na plataforma tecnológica



#### NOME

Fernando Antonio Simões

#### CARGO

CEO da JSL Logística

Entre 2014 e 2019, o Grupo JSL apresentou crescimento de 77% da receita consolidada para mais de R\$ 10,7 bilhões, atingindo, em 2019, Lucro Líquido recorde de R\$ 319 milhões como resultado dos novos contratos e investimentos realizados e da transformação organizacional com maior autonomia e independência às empresas. No mesmo período, a economia brasileira apresentou queda de 3% do PIB, evidenciando a resiliência dos negócios do Grupo.

“2020 marcou a história da JSL Logística, que se tornou uma empresa independente, realizou seu IPO e concretizou investimentos na plataforma tecnológica que a preparou para um novo ciclo de crescimento, não somente orgânico, que consolidará, ainda mais,

sua liderança como maior e mais integrado portfólio de serviços logísticos do Brasil”, diz Fernando Antonio Simões, CEO da companhia.

O executivo e empresário atua na Companhia desde 1981 e também é diretor-presidente e membro do Conselho de Administração da SIMPAR S.A., controladora da companhia, na qual Simões detém 54% de participação.





# REINVENÇÃO DO TRABALHO

*Ainda com espaço para crescer, automação dos processos e tratamento de dados ganha total atenção dentro das empresas*

**D**e acordo com recente levantamento, as mudanças nos negócios impulsionadas pela transformação digital é uma preocupação que está no radar das empresas e executivos. Segundo o estudo CFO Survey, da Deloitte, o armazenamento em cloud já é amplamente utilizado por 43% das empresas participantes; outros 37% dizem adotar, mas ainda em poucas áreas. Já as tecnologias de visualização são amplamente usadas por 44% das organizações, enquanto 48% as empregam em poucos setores. Quando o assunto é inteligência artificial, 46% afirmam que não há previsão de uso nas empresas. Em relação ao blockchain, esse número salta para 66%.

Já os dados da Pesquisa Global de Fraude e Identidade, realizada pela Experian, apontam que as empresas participantes entendem as ferramentas de analytics como uma prioridade estratégica. No Brasil, 66% afirmam que consideram ou já estão na fase de implementação do uso de inteligência artificial nos processos de prevenção à fraude, mesma porcentagem daquelas que relatam usar machine learning. Nas duas opções, os brasileiros estão à frente da média global, que é de 55% e 51%, respectivamente.

Outro relatório, o ISG Provider Lens Digital Workplace of the Future – Services & Solutions para o Brasil, destaca que o ano de 2020 será lembrado como o ano do trabalho de casa em razão da pandemia. Assim, as soluções de colaboração corporativa e de equipe assumiram uma importância maior com a mudança para o trabalho remoto. Com isso, novas soluções foram disponibilizadas no Brasil e preencheram lacunas de mercado.

**NO BRASIL, 66% AFIRMAM QUE CONSIDERAM OU JÁ ESTÃO NA FASE DE IMPLEMENTAÇÃO DO USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NOS PROCESSOS DE PREVENÇÃO À FRAUDE**



A Amazon Web Services é a plataforma em nuvem mais abrangente e amplamente adotada do mundo

# POTÊNCIA COMPUTACIONAL

A Amazon Web Services – AWS – oferece mais de 175 serviços completos a partir de 77 Zonas de Disponibilidade (AZ) em 24 regiões geográficas em todo o mundo, com planos para mais 12 Zonas de Disponibilidade e quatro novas Regiões AWS na Indonésia, Japão, Espanha e Suíça.

Os serviços incluem computação, armazenamento, banco de dados, networking, analytics,

robótica, machine learning e inteligência artificial (IA), Internet das Coisas (IoT), mobile, segurança, hibridização, realidade virtual e realidade aumentada (VR e AR), mídia, e desenvolvimento de aplicações, deployment e gerenciamento.

A companhia foi projetada para ser um dos ambientes de computação em nuvem mais flexíveis e seguros atualmente. Sua infraestrutura central foi criada para satisfazer aos requisitos de segurança militares, de bancos globais e de outras organizações que lidam com informações altamente confidenciais. Isso é respaldado por um conjunto avançado de ferramentas de segurança de nuvem, com 230 recursos essenciais e serviços de segurança, conformidade e governança.

A AWS conta com milhões de clientes ativos em todo o mundo – incluindo as startups que mais crescem no mercado, as maiores corporações e os principais órgãos governamentais – para viabilizar infraestrutura, agilizá-la e reduzir custos.

**NOME**  
Cleber Morais

**CARGO**  
Diretor-geral da AWS para o Brasil



*Continuaremos levando conhecimento sobre os benefícios da nuvem, como redução de custos, escalabilidade e inovação”*

Para Cleber Morais, diretor-geral da AWS para o Brasil e líder da operação comercial local, o principal desafio da empresa é continuar apoiando atuais e novos clientes a se transformarem digitalmente com a migração para a nuvem e a se beneficiarem de todas as vantagens dessa tecnologia. “Somos obcecados por nossos clientes e é nosso papel colaborar para que eles estejam preparados para novos desafios, como aconteceu em 2020”, define.

Com mais de 30 anos de experiência na indústria de TI, o executive atuou na liderança das operações nacionais de empresas como Schneider Electric, Avaya e Sun Microsystems, além de ocupar os cargos de presidente e CEO da Bematech. “Neste ano, vimos algumas barreiras culturais serem ultrapassadas, como a do home office, mas esta transformação nas empresas ainda é um desafio. Continuaremos levando conhecimento sobre os benefícios da nuvem, como redução de custos, escalabilidade e inovação, a

todos os desenvolvedores e executivos de TI por meio de cursos de capacitação fornecidos em parcerias com instituições públicas e privadas. Em 2021, a AWS completa 10 anos em operação no Brasil e estamos animados para continuar a escrever histórias de sucesso com nossos clientes”, garante Morais.



# ESPAÇO PARA CONSTRUIR

*Otimismo e investimentos do empresariado prometem aliviar o gargalo e deficiências da infraestrutura nacional*



Para que haja um avanço e aceleração eficiente na retomada econômica do país, o investimento em infraestrutura se fará primordial nos próximos anos. Com déficit expressivo, as estimativas do Banco Mundial apontam a necessidade de investimentos anuais de 4,25% do PIB, para que a qualidade de vida dos brasileiros não seja ainda mais comprometida e as empresas consigam ampliar suas atividades. De acordo com o Ministério da Infraestrutura, a expectativa é que até 2022 sejam concedidos à iniciativa privada projetos com capacidade de investimento de R\$ 240 bilhões.

Um bom indicativo do ânimo dos investidores é o Índice de Confiança da Construção, da Fundação Getulio Vargas (FGV). Com alta de 3,7 pontos na passagem de setembro para outubro deste ano, a confiança do empresário da construção brasileira atingiu 95,2 pontos, em uma escala de zero a 200 pontos, o maior valor desde março de 2014 (96,3 pontos). O Índice de Situação Atual, que mede a percepção sobre o presente, cresceu 5,1 pontos e chegou a 91,5 pontos, o maior valor desde setembro de 2014 (92,3 pontos). O indicador de carteira de contratos foi o que mais contribuiu para o resultado.

“O ambiente de negócios para as empresas do setor é mais favorável que o registrado antes do início do isolamento social determinado pela pandemia. Enquanto o mercado imobiliário está sendo impulsionado pelas taxas de juros em níveis historicamente baixos, a infraestrutura se beneficia dos investimentos das prefeituras e das recentes mudanças regulatórias”, disse Ana Maria Castelo, pesquisadora da FGV.



**A EXPECTATIVA É QUE ATÉ 2022 SEJAM CONCEDIDOS À INICIATIVA PRIVADA PROJETOS COM CAPACIDADE DE INVESTIMENTO ACIMA DE R\$ 200 BILHÕES**

*Grupo Votorantim lucra R\$ 77 milhões no terceiro trimestre e revela o potencial das grandes obras no país*

# ESTRUTURA PARA CRESCER

Uma das maiores holdings de negócios do Brasil, a Votorantim é uma companhia brasileira centenária, de controle familiar e que faz investimentos de longo prazo e atua em diversos setores da economia. O portfólio da empresa inclui a mineradora Nexa Resources, a Votorantim Cimentos, a Companhia Brasileira de Alumínio, o Banco Votorantim, entre outros negócios.

Como gestora ativa de portfólio, a Votorantim preserva o DNA nas suas investidas e tem no Programa Cidadania o meio para gerar conhecimento, promover a conscientização e implementar iniciativas que contribuam com bom ambiente democrático no país. Já o Instituto Votorantim é o centro de inteligência aplicada que desenvolve soluções socioambientais que geram valor para a sociedade. Criado em 2002, desenvolveu-se como o núcleo de inteligência social das empresas do grupo e promove benefícios sociais nas localidades de atuação da companhia.

Em novembro, a Votorantim Cimentos, empresa internacional de materiais de construção, mineração e soluções, divulgou seus Compromissos de Sustentabilidade para 2030. As metas têm o objetivo de alinhar toda operação mundial da companhia às demandas atuais e futuras da sociedade, gerando impacto positivo em toda a sua cadeia e nas comunidades em que atua.



Divulgação

**NOME**  
João Schmidt

**CARGO**  
CEO da Votorantim S/A

Com o aumento das vendas de cimento e metais, a Votorantim anunciou lucro líquido de R\$ 77 milhões em seu relatório de resultados do terceiro trimestre de 2020, o que sinalizou a reversão do prejuízo no ano anterior. O lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (Ebitda) aumentou 125% ano a ano, alcançando a marca de R\$ 2,7 bilhões.

O crescimento no setor imobiliário ao longo de 2020, ajudou a impulsionar as vendas de cimento, que aumentaram 15% ano a ano. Com os preços das commodities em alta, a desvalorização do real também beneficiou a companhia. De acordo com a empresa, a dívida líquida da Votorantim deve continuar caindo até o final de 2020 e o Ebitda seguirá em alta.

Para 2021, a empresa sinaliza que continuará em busca de novos investimentos para diversificar seu portfólio, principalmente em PPPs e projetos de saneamento. “Mesmo diante dos desafios trazidos pelos efeitos da Covid-19, nossas empresas mantiveram a estabilidade operacional no trimestre e já apresentam resultados melhores do que



Divulgação



*Nosso portfólio continua bastante resiliente e adaptado aos desafios atuais, enquanto avança de maneira segura, alinhado à nossa estratégia de longo prazo”*

os projetados originalmente no início do ano. Nosso portfólio continua bastante resiliente e adaptado aos desafios atuais, enquanto avança de forma segura, alinhado à nossa estratégia de longo prazo”, comentou, em comunicado, João Schmidt, CEO da Votorantim. O executivo entrou na companhia em 2014 e já foi presidente do Conselho de Administração da Votorantim Energia e membro do Conselho da Nexa Resources.





*Utilização dos planos de saúde cresce e brasileiros passam a acreditar mais na ciência e na medicina em meio à pandemia*

# APOIO INTEGRAL



**88% DOS BRASILEIROS ACREDITAM QUE A CIÊNCIA TORNARÁ SUAS VIDAS MELHORES NOS PRÓXIMOS 10 ANOS**

**D**e acordo com o Boletim Covid-19 da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), publicado no final de outubro, com informações sobre a contratação dos planos de saúde durante a pandemia do novo coronavírus, foi confirmada a tendência de crescimento que vinha sendo verificada nos meses anteriores: o setor registrou 47.118.643 beneficiários em planos de assistência médica, um aumento de 0,4% no comparativo com o mês anterior, e de 0,27% em relação ao mesmo período de 2019, atingindo o maior patamar do período em destaque na análise (desde janeiro de 2019).

Quando analisada a evolução de março a setembro de 2020, por tipo de contratação do plano, comparando com o mesmo período do ano passado, observou-se que os coletivos por adesão apresentaram crescimento de 1,01% em 2020; os planos individuais ou familiares registraram aumento de 0,05%; e os coletivos empresariais tiveram queda de 0,15%.

Também em outubro, a 3M apresentou os resultados da terceira edição do Índice Anual do Estado da Ciência (State of Science Index - SOSI), pesquisa global que divulga as percepções da população em relação à ciência. Em todo o mundo, especialmente no Brasil, a imagem da ciência está em alta. Pela primeira vez em três edições, o ceticismo em relação à ciência diminuiu 9 pontos percentuais em comparação à pesquisa de 2019 (de 42% para 33%) realizada no Brasil. Devido à Covid-19, quase todos os brasileiros estão mais propensos a concordar que a ciência desempenha um papel crítico na resolução das crises de saúde pública (86%) e que precisa de mais financiamento (89%).



Líder global em cuidados de saúde, o UnitedHealth Group prioriza a segurança de pacientes e de colaboradores

# RELAÇÃO DE CONFIANÇA

UnitedHealth Group Brasil – parte do UnitedHealth Group – empresa que ocupa a 6ª posição da lista Fortune 500 de 2019, notabilizou-se como uma empresa de saúde e assistência médica diversificada, que reúne 33 hospitais no país, sendo composto pela operadora de planos de saúde Amil — com 3,3 milhões de beneficiários de planos médicos e 2,2 milhões de odontológicos —, e

pelo grupo médico-hospitalar Americas — que congrega hospitais e centros médicos de referência em diversos estados.

A segurança dos pacientes é uma das prioridades do UnitedHealth Group Brasil. A companhia adota consistente cultura de revisão periódica de pontos de melhoria, o que permite a identificação de incidentes de segurança do paciente, assim como oportunidades de correção de processos.

Vinte e sete unidades hospitalares da companhia são acreditadas pela Joint Commission International (JCI) ou pela Organização Nacional de Acreditação (ONA). Em junho, a área de Qualidade e Segurança, que concentra os protocolos clínicos dos hospitais do grupo e garante a solidez nos atendimentos, alcançou mais um reconhecimento significativo com a aprovação de cinco artigos científicos para exibição na 37ª Conferência Internacional da ISQua (International Society for Quality in Health Care), que ocorrerá em Florença, na Itália, em julho de 2021.

Hoje, cerca de 30 mil funcionários atuam na área assistencial da empresa. Uma das maneiras de também garantir a segurança desses profissionais é investindo em capacitação.



Expandimos os serviços de telemedicina para os cerca de 3,3 milhões de beneficiários de planos médicos da Amil em todo o país”

## NOME

José Carlos Magalhães

## CARGO

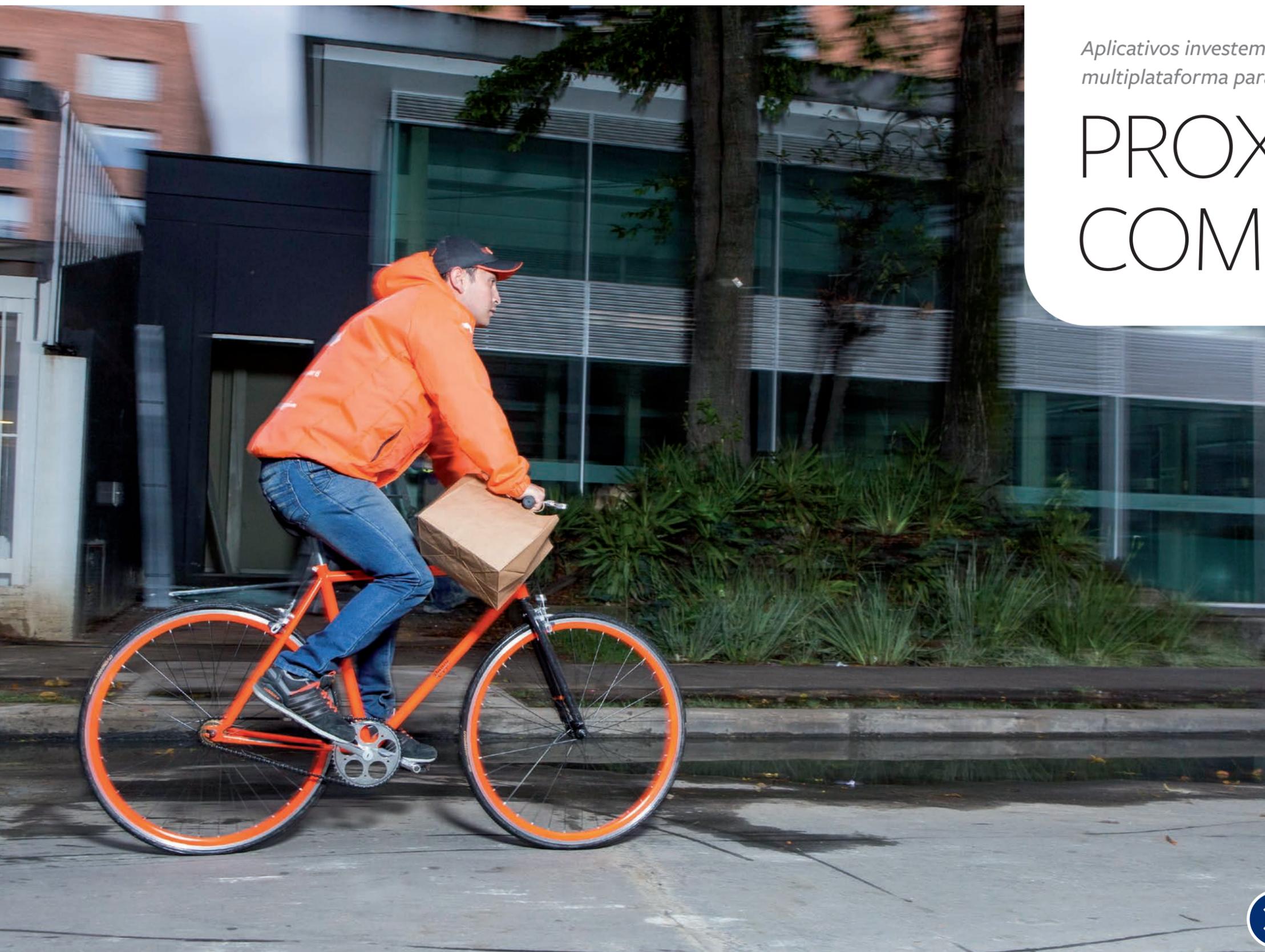
CEO do UnitedHealth Group Brasil

Médico de formação, José Carlos Magalhães é o atual CEO do UnitedHealth Group Brasil. O executivo supervisiona todas as operações no Brasil, além de atuar interinamente como CEO da Amil, braço do negócio responsável pelos planos de assistência médica e odontológica. “Temos objetivo perene de melhor continuamente a qualidade da assistência e ampliar o acesso à saúde suplementar no Brasil, fazendo com que o sistema de saúde funcione melhor para todos. Para 2021, investiremos ainda mais na gestão operacional e de recursos, em produtos que promovam mais acesso à saúde; em ferramentas que estimulem a adoção dos melhores indicadores clínicos; em modelos de atendimento que promovam uma conexão genuína entre gestão de saúde e cuidado certo; e em modelos de negócios que tornem os planos de saúde e

as unidades hospitalares mais sustentáveis”, informa.

Carlos Magalhães lembra que, para fazer frente ao período mais crítico da pandemia do novo coronavírus, a companhia contratou e treinou cerca de 3 mil profissionais de saúde. “Foi um trabalho único de gestão, operação e cuidado com as pessoas. Expandimos no fim de março os serviços de telemedicina para os cerca de 3,3 milhões de beneficiários de planos médicos da Amil em todo o país, por meio de telefone, site e aplicativo. Já foram realizados mais de 600 mil atendimentos e o índice de satisfação é de 93%. Para construir a telemedicina da Amil estudamos as jornadas do beneficiário, do profissional de saúde e do prestador credenciado e optamos por uma solução própria, integrada às ferramentas já utilizadas por esses públicos”, diz.





*Aplicativos investem na integração, inovação e serviços multiplataforma para aumentar a interação e fidelização de clientes*

# PROXIMIDADE COM O CLIENTE

**A** criação de novos canais de venda, ajustes na oferta e maior interação com consumidores, farão com que o setor de serviços absorva os impactos gerados pela pandemia e consigam manter o bom desempenho nos próximos meses, aponta pesquisa realizada pela ABF/Galunion. “No atual cenário, não se trata apenas de uma decisão de qual canal ou marketplace acessar, mas sim de fazer uma combinação estratégica e estar presente onde o cliente deseja, sem exclusividade. No entanto, investir e fortalecer a plataforma própria da marca é fundamental para ter acesso aos dados das preferências e demandas dos consumidores”, pondera Antonio Moreira Leite, vice-presidente da ABF. Soluções atrativas que facilitem a vida do cliente estão sendo possíveis graças ao aumento do investimento em inovação. Essa é a prática de gigantes como Uber, WeChat, Meituan Dianping, Grab, Rappi e Banco Inter, e configura-se como uma das fortes tendências para o segmento.

A adoção acelerada de novas formas de interação com consumidor via WhatsApp, Menu QRCode e aplicativos de pagamento também se mostram pontos fortes na pesquisa. Além disso, as empresas estão colocando no topo dessa transformação digital a gestão de segurança da informação, em resposta à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

**SOLUÇÕES ATRATIVAS FACILITAM A VIDA DO CLIENTE E ESTÃO NO FOCO DOS INVESTIMENTOS EM INOVAÇÃO**





Rappi cresce como o superapp que resolve a vida de seus usuários ao oferecer diversos serviços em plataforma única

# NECESSIDADES DIÁRIAS



ANGELO DAL BO

Criada em 2015, a empresa chegou ao Brasil em julho de 2017 e está presente em mais de 100 cidades do país. Por meio do superapp é possível conseguir produtos e serviços de diferentes categorias, incluindo restaurantes, supermercados, bebidas, farmácias, manicure, e-commerce, entretenimento e viagens, entre outros. Além do Brasil, a empresa está presente na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, México, Peru e Uruguai. Hoje, o Rappi tem mais de 600 mil lojas de 100 mil diferentes marcas registradas em toda a América Latina.

Os volumes da companhia impressionam, o aplicativo registrou aumento de 300% nos números de pedidos registrados no início da pandemia, principalmente nos setores de supermercados, farmácias e restaurantes. Além disso, sua vertical de e-commerce cresceu quase quatro vezes em junho, se comparado ao mês de março, por exemplo. Totalizou 162% mais downloads entre março e abril, na categoria de *food & drink*, em comparação ao início de 2020, e conquistou crescimento acima de 250% no volume de compras por pessoas acima de 60 anos. Atualmente, o Rappi conta com 59 *dark kitchens* em funcionamento cadastradas na plataforma.

**NOME**  
Sérgio Saraiva

**CARGO**  
Presidente do Rappi no Brasil



DIVULGAÇÃO



O Rappi é um investimento de longo prazo e temos muito a crescer ainda no Brasil”

De acordo com Sérgio Saraiva, presidente do Rappi no Brasil, o desafio para 2021 é consolidar a plataforma como o primeiro superapp da América Latina. “Essa condição significa fazermos delivery de, literalmente, qualquer coisa em menos de uma hora. Por isso, planejamos aumentar nosso número de *dark kitchens* em funcionamento, fortalecer ainda mais as funcionalidades de supermercados e farmácias, além de lançar verticais e serviços variados. Em 2020, demos início a operação dos botões de e-commerce, entretenimento, *chefs* e *travel*, para que os nossos usuários pudessem encontrar tudo o que precisavam em um único local”, evidencia.

No cargo desde janeiro de 2020, Saraiva tem uma vasta experiência nas áreas de operações de vendas, suprimentos, tecnologia, pessoas (RH) e gestão e é muito engajado em startups,

transformação digital em negócios e inovação. Antes de ingressar na companhia, trabalhou mais de 20 anos na Anheuser Busch Inbev (Ambev no Brasil), onde começou como trainee em administração, e depois assumiu operações de liderança no Brasil, Peru, China e Coréia. “O Rappi é um investimento de longo prazo e temos muito a crescer ainda no Brasil, sempre levando mais conveniência, conforto e comodidade ao consumidor”, explica o executivo.





# NOVOS MERCADOS À VISTA

*Investidores brasileiros consideram aplicar até 25% do patrimônio em ações no exterior nos próximos meses*



**O SETOR DE TECNOLOGIA É O QUE ATRAI A MAIOR ATENÇÃO DOS INVESTIDORES BRASILEIROS**

Uma pesquisa realizada pela XP Inc. (XP Investimentos, Rico e Clear), com 48 mil clientes, demonstra o apetite dos investidores brasileiros em aplicar em ações de empresas listadas no exterior. Segundo o levantamento, 85% dos clientes da XP estariam dispostos a aportar até 25% do patrimônio em ações de empresas fora do país.

O setor de tecnologia é o que atrai a maior atenção dos investidores brasileiros, com 86% declarando ter interesse em empresas do segmento. Entre as companhias mais citadas estão: Amazon, Apple, Alphabet (dona do Google), Microsoft, Facebook e Tesla, por exemplo. Outros setores que tiveram destaque foram: Farmacêutico (39,8%), Financeiro/Bancos (37,4%) e Energia (36,6%).

Em outubro, a B3 anunciou a aprovação pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) das últimas mudanças no Regulamento para Listagem de Emissores. Com isso, investidores pessoa física já podem aplicar em ações de empresas listadas no exterior via BDRs (Brazilian Depositary Receipts).

O estrategista chefe da Clear Corretora, Roberto Indech, enxerga a iniciativa como uma transformação cultural. “A nova regra vai mais do que dobrar a disponibilidade de ativos para o investidor brasileiro. Além disso, ela permitirá que jovens que são atraídos e identificados por marcas como Facebook, Amazon, Netflix, Apple, veja uma possibilidade mais palpável de participar deste mercado”, analisa.



*XP se consolida como companhia dedicada a garantir relações mais transparentes entre os clientes e as instituições financeiras*

# DEMOCRATIZAÇÃO DAS FINANÇAS



RAFAEL BARANDA

A XP Inc. é uma das maiores instituições financeiras do país, dona das marcas XP Investimentos, Rico, Clear, Infomoney, Leadr, XPeed e Spiti, entre outras. Com mais de 2,36 milhões de clientes e R\$ 563 bilhões de ativos sob custódia, nos últimos 19 anos, a empresa vem transformando o mercado financeiro brasileiro para melhorar a vida das pessoas.

A XP Investimentos é a plataforma líder em serviços financeiros no Brasil, que tem como

propósito transformar o mercado financeiro para melhorar a vida das pessoas, promovendo educação financeira e democratizando o acesso a investimentos de qualidade. Fundada em 2001, a empresa criou um modelo inovador de assessoria nesta área.

Em 2020, a XP Investimentos conquistou, pelo segundo ano consecutivo, o primeiro lugar do prêmio O Melhor de São Paulo, na categoria serviços, promovido pelo jornal Folha de S. Paulo em parceria com o Instituto Datafolha.

**NOME**  
*Guilherme Benchimol*

**CARGO**  
CEO e fundador da XP Investimentos



RAFAEL BARANDA



“Para 2021, vamos buscar manter um ritmo de crescimento acelerado, desenvolvendo nossos atuais negócios e ampliando a atuação em novas frentes. Entre as iniciativas mais recentes, estamos empolgados com os novos serviços que ofereceremos, como o cartão de crédito e a conta digital, que possibilitarão uma experiência mais completa a nossos clientes investidores. Também esperamos seguir avançando em iniciativas e produtos ESG. Temos ciência da nossa responsabilidade na sociedade e queremos contribuir cada vez mais para alavancar o nosso ecossistema”, indica Guilherme Benchimol, CEO e fundador da XP Investimentos.

Nascido no Rio de Janeiro, o empresário formou-se em economia em 2000 e iniciou carreira em uma corretora de valores, onde era responsável por atrair novos clientes. Em seguida, começaria uma trajetória de aprendizado e experiências que o levariam a criar a XP Investimentos. Atualmente, a XP Inc., na qual Benchimol é também CEO, diz promover a democratização dos investimentos e de diferentes produtos financeiros para

*Temos ciência da nossa responsabilidade na sociedade e queremos contribuir cada vez mais para alavancar o nosso ecossistema”*

os brasileiros, acima de tudo, levando educação financeira e empoderando a sociedade com conhecimento. “Continuaremos em busca de nossa missão, não poupando esforços para seguir transformando o mercado financeiro para melhorar a vida das pessoas”, garante.





# BRASIL NOS TRILHOS

*Transporte ferroviário volta a ser foco de investimentos e ganhará mais espaço dentro do modelo logístico nacional*

**D**e acordo com a Associação Brasileira de Operadores Logísticos (ABOL), o setor de logística e transporte é um dos que mais emprega no país atualmente, gerando aproximadamente 1,5 milhão de postos de trabalho diretos e indiretos e arrecadando R\$ 14,7 bilhões em tributos, além de R\$ 11,5 bilhões em encargos trabalhistas.

Com os recentes bons resultados e retomada de segmentos como o automotivo, agronegócio, alimentos e bebidas, eletroeletrônicos, têxtil e varejo, o setor tem encontrado ainda mais fôlego para avançar. Em pesquisa realizada pela FDC e ABOL, o investimento em transformação digital e inovação cresceu 23,8%, entre 2018 e 2020, provando que quando transporte e logística aliam-se a outros sistemas e conceitos como Cloud e Inteligência Artificial, há aperfeiçoamento de técnicas e execução de tarefas, facilitando a identificação de riscos e novas estratégias.

Segundo a Secretaria Nacional de Transportes Terrestres do Ministério da Infraestrutura, as metas de transformação da logística brasileira são amplas e contemplam medidas estratégicas de longo prazo. Esses objetivos constam no Planejamento Nacional de Logística (PNL), que compreende o período entre 2018 a 2025 e prevê mais do que dobrar a participação do modal ferroviário, chegando a 32% de participação ferroviária na logística brasileira.

**SETOR DE LOGÍSTICA E TRANSPORTE É UM DOS QUE MAIS EMPREGA NO PAÍS ATUALMENTE, GERANDO APROXIMADAMENTE 1,5 MILHÃO DE POSTOS DE TRABALHO DIRETOS E INDIRETOS**





O plano de negócios da Rumo prevê investimentos expressivos para ampliar de maneira relevante a capacidade de transporte ferroviário no Brasil

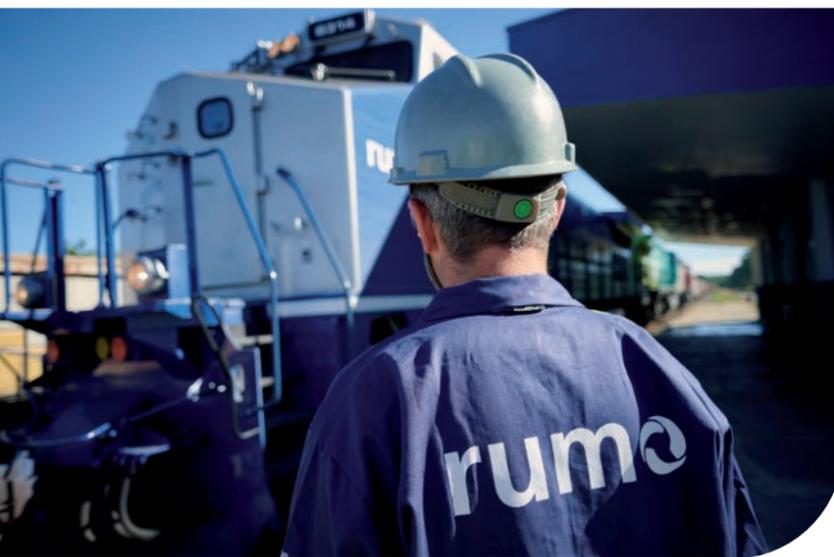
# EXPANSÃO FERROVIÁRIA

Maiores operadora de ferrovias do Brasil, a Rumo oferece serviços logísticos de transporte ferroviário, elevação portuária e armazenagem. A companhia opera 12 terminais de transbordo, seis terminais portuários e administra cerca de 14 mil quilômetros de ferrovias nos estados de Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Minas Gerais, Goiás e Tocantins. A base de ativos é formada por 1200 locomotivas e 33 mil vagões.

A empresa está concluindo as obras da Malha Central (tramos central e sul da Ferrovia Norte-Sul), que deve entrar em operação no primeiro semestre do ano que vem. Como ocorre hoje com a Malha Norte e o agronegócio de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, a Central se conectará à Malha Paulista para viabilizar o escoamento da produção agrícola de Goiás, Tocantins e Minas Gerais até o Porto de Santos.

Em paralelo, a companhia segue com os investimentos atrelados à renovação antecipada da concessão da Paulista, cuja capacidade passará das atuais 35 milhões de toneladas por ano para 75 milhões até 2026. Esse aumento é imprescindível para o que se projeta em termos de exportação de grãos originários dos vários estados que se conectam a essa malha: 68,8 milhões de toneladas em Mato Grosso e 20,4 milhões de toneladas em Goiás, por exemplo, de acordo com dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

No Porto de Santos, a expansão do modal ferroviário está presente no Plano de Desenvolvimento e Zoneamento (PDZ). Inclusive, levantamentos técnicos apontam a necessidade de incremento em capacidade ferroviária de 91%.



JONAS BRISTOLIN

**NOME**

João Alberto Abreu

**CARGO**

CEO da Rumo



PAULO ALFARIN



Os movimentos da companhia caminham ao lado da intenção do poder público em equilibrar a matriz de transporte do país”

Mesmo em meio à pandemia global de Covid-19, a logística foi considerada pela União como uma atividade essencial, e não parou de movimentar cargas. “Durante esse período, a Rumo assinou com a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) a prorrogação antecipada da concessão da Malha Paulista. Trata-se de uma iniciativa pioneira, que abre caminhos para as demais concessionárias avançarem com projetos da mesma natureza junto à União. O contrato original, que venceria em 2028, foi renovado por mais 30 anos, mediante uma série de contrapartidas que somam investimentos da ordem de R\$ 6 milhões”, afirma João Alberto Abreu, CEO da Rumo.

À frente da maior operadora ferroviária do Brasil, desde junho de 2019, o executivo é membro do Comitê de Governança do “Programa Juntos” nos estados de Goiás e do Rio Grande do Sul, que mantém parcerias entre governos e iniciativa privada para melhorar a quali-

dade de serviços públicos. “Os movimentos da companhia caminham ao lado da intenção do poder público em equilibrar a matriz de transporte do país. Para isso, se prevê que a participação do modal ferroviário no transporte de cargas, que hoje gira em torno de 15%, chegue a 30% até 2025. E o caminho para isso é que esses investimentos fiquem a cargo da iniciativa privada”, aponta Abreu.





# A TODO VAPOR

*Mercado interno foi o grande responsável pela retomada e criação de um ambiente mais próspero no setor*



JOSE PAULO LACERDA / CN

Dados divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq) revelam que o setor cresceu 9,9% em agosto. De acordo com o levantamento da entidade, o crescimento acumulado no ano foi de 1,1%, sendo que a redução das vendas é decorrente da desaceleração das atividades no mercado internacional, já no doméstico, as vendas de máquinas cresceram 5,9%.

No geral, a atividade interna é a responsável pela recomposição das receitas no segundo semestre. Só em julho, as vendas aumentaram 29,7% na comparação com agosto de 2019. “A notícia boa é que estamos crescendo o consumo no mercado interno, compensando a queda das exportações”, disse o presidente executivo da Abimaq, José Velloso.

Segundo a própria associação, o crescimento foi reflexo das importações de componentes para geração de energia e válvulas, tubulações e equipamentos de sondagem para o setor de exploração de óleo e gás, especialmente a aquisição feita nos Estados Unidos de uma sonda para perfuração de petróleo, no valor de US\$ 590 milhões.



**DE ACORDO COM O LEVANTAMENTO DA ABIMAQ, NO MERCADO DOMÉSTICO AS VENDAS DE MÁQUINAS CRESCERAM 5,9%**



*General Electric Brasil tem papel crucial na criação de soluções tecnológicas para a infraestrutura nacional*

# EQUIPANDO O FUTURO

A GE enfrenta o desafio diário de construir um mundo mais prático e funcional. Por mais de 125 anos, a companhia global tem ajudado a ditar os rumos da indústria e contribui com centenas de outras empresas a trabalhar de forma mais eficiente, confiável e segura. O time da GE é diversificado e opera com o mais alto nível de integridade e foco para cumprir a sua missão de atender aos seus clientes.

Com mais de 8500 colaboradores no Brasil – 10 mil incluindo estagiários –, a companhia possui 28 unidades e nove fábricas no país. Os investimentos da empresa até este ano acumulam US\$ 1,6 bilhão, um ciclo que se iniciou em 2011. A GE Healthcare, por exemplo, tem a maior base instalada de equipamentos no Brasil, superior a 90 mil. Mais de 90% dos produtos já são conectados e, em 2018, a GE Healthcare estava presente em 19 mil clínicas e hospitais brasileiros.

No setor energético, a GE construiu a maior e mais eficiente térmica movida a gás natural da América Latina: a usina Porto de Sergipe I, que entrou em operação em março deste ano e tratá para o grid 1.5 GW de energia. A GE Gas Power, outra divisão da gigante, está presente nos principais parques termoeletricos do Brasil e seus equipamentos geram cerca de 7.3 GW de energia movida a gás natural, com mais de 200 turbinas instaladas.

A GE Celma, unidade de aviação da GE no Brasil, é uma das cinco maiores exportadoras nacionais de serviços. Desta forma, a companhia é recordista no mercado em relação ao tempo de revisão de um motor de avião. Na Celma, os motores são entregues após 65 dias, contra mais de 80 no mercado em geral.



DIVULGAÇÃO



**NOME**  
Viveka Kaitila

**CARGO**  
CEO da GE Brasil

*Trabalhar com transparência, humildade e com foco foi nosso diferencial”*

Cada invenção da GE serve de combustível para a inovação e aplicações em todos os setores industriais. “Um dos maiores desafios que enfrentaremos em 2021 será ampliar nosso jeito *Lean Thinking* de atuar, pois tivemos que nos transformar e nos adaptar de maneira eficiente e conectada para manter a operação funcionando. Trabalhar com transparência, humildade e com foco foi nosso diferencial”, destaca Viveka Kaitila, CEO da GE Brasil.

A executiva iniciou sua carreira em 1988 no Unibanco como analista de Investimentos para o grupo de M&A, depois ingressou no Bank of America, em 1992, em que atuou com Finanças Corporativas com foco em M&A, Finanças Estruturadas e gestão da carteira de investimentos proprietários. Na General Electric desde 1997, Viveka explica que a

ideia para o próximo ano é deixar ainda mais funcionários e clientes no centro das decisões da empresa. “Queremos que nosso pessoal se sinta seguro e vamos também aprimorar nossa comunicação com os times, pois isso é fundamental no alinhamento das metas e das entregas que faremos. Temos um novo propósito, que é construir um mundo que funciona e estamos todos empenhados na execução desse objetivo”, encerra.





# CURVA ASCENDENTE

*Valorização cambial e variação dos preços internacionais são alguns dos fatores que corroboram para investimentos futuros no setor*



**SOMENTE EM TRIBUTOS, O SETOR MINERAL INDUSTRIAL RECOLHEU CERCA DE R\$ 25,5 BILHÕES NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2020**

**D**iante de tantas incertezas, o terceiro trimestre de 2020 trouxe números favoráveis para o setor de metalurgia e mineração. Conforme dados do Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram), a valorização cambial e dos preços das commodities minerais resultaram em um faturamento de R\$ 50 bilhões na indústria mineral. Alguns segmentos tiveram maior participação nesse resultado, como agregados da construção civil (54% de participação), minério de ferro (42% de participação), seguido da bauxita, fosfato, manganês, alumínio primário, potássio concentrado, cobre contido, zinco concentrado, liga de nióbio, níquel contido e ouro.

De acordo com declaração Flávio Penido, diretor-presidente do Ibram, a perspectiva para os próximos trimestres é que se mantenha a curva ascendente nesses indicadores. No primeiro semestre de 2020, o Instituto apurou que o saldo comercial da atividade correspondeu a 50% do saldo final da balança comercial brasileira.

Nos primeiros seis meses do ano, as mineradoras alcançaram faturamento de aproximadamente R\$ 75 bilhões – excluindo-se petróleo e gás –, sendo que no segundo trimestre o valor foi 9% maior em relação ao período anterior. O aumento se deve à valorização cambial e à variação dos preços internacionais, principalmente de minério de ferro, ouro e cobre.



*CSN se destaca como um dos mais eficientes complexos siderúrgicos integrados do mundo*

# UMA FORÇA NACIONAL

Com atuação em siderurgia, mineração, logística, cimento e energia, a CSN conta atualmente com uma usina siderúrgica integrada; cinco unidades industriais, sendo duas delas no exterior; minas de minério de ferro, calcário, dolomita e estanho; uma forte distribuidora de aços planos; terminais portuários; participações em ferrovias; e participação em duas usinas hidrelétricas.

A companhia atingiu a marca recorde de 38,5 milhões de toneladas de minério de ferro vendidas no último ano. Em 2020, apesar de todos os desafios e incertezas geradas pela pandemia global, a CSN vem alcançando recordes históricos

em seus negócios, com crescimento importante das receitas devido ao aumento de vendas.

A empresa tem uma importante atuação social e comunitária. A Fundação CSN é responsável pelas ações do grupo, que realiza projetos de educação e cultura nas principais cidades em que o grupo está inserido. Os projetos que executa têm o objetivo de promover a transformação de comunidades por meio do desenvolvimento social, educacional e cultural, além de valorizar o potencial das pessoas e das regiões onde a Companhia Siderúrgica Nacional atua, buscando parceria com o poder público e com a sociedade civil.



JOÃO MARCOS ROSA / INTRO

*A companhia seguirá comprometida com a melhoria do desempenho sustentável dos negócios, atuando fortemente para o processo de incorporação dos princípios ESG”*



KENIA HERNANDES

**NOME**

*Benjamin Steinbruch*

**CARGO**

Presidente da CSN

Formado em Administração pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas (FGV/Ea-esp), com pós-graduação em Marketing e Finanças também pela FGV, Benjamin Steinbruch é diretor-presidente da Companhia Siderúrgica Nacional e presidente do Conselho de Administração. De família empreendedora, que se consolidou primeiramente no setor têxtil na década de 90, ganhou destaque no cenário empresarial por apostar na diversificação das operações da CSN e demais empresas do grupo. É também presidente do Conselho de Administração da CSN Mineração, da Companhia Metalúrgica Prada e presidente do Conselho Deliberativo da Fundação CSN.

Vale destacar que a Fundação entende a importância da articulação política na busca de uma relação harmoniosa entre poder público, empresários locais, instituições e CSN nas comunidades

em que atua. Participa de conselhos e órgãos locais, capacita conselheiros tutelares, servidores e educadores, além de organizar e integrar eventos, ao lado de agentes locais. “Além de seguir empenhada no aumento da produtividade e da eficiência operacional e de segurança, a companhia seguirá também comprometida com a melhoria do desempenho sustentável dos negócios, atuando fortemente para o processo de incorporação dos princípios ESG nas estratégias e decisões de todo o Grupo CSN”, garante Steinbruch.





*Maior consumo e preocupação com impactos ambientais remodelam as novas práticas da indústria e consumidores*

# ALTA DEMANDA



**INVESTIMENTOS ESTÃO EM EXPANSÃO, E A PROJEÇÃO PARA 2023 GIRA EM TORNO DE R\$ 35,5 BILHÕES, DESTINADOS PARA FLORESTAS, NOVAS FÁBRICAS, TECNOLOGIA E CIÊNCIA**

Na contramão da crise ocasionada pela pandemia de Covid-19, que fez o consumo de energia despencar entre março e abril, o setor de papel e celulose seguiu a todo vapor, sendo o único entre os 11 principais setores da economia acompanhados pelo Índice Comerc que oscilou dentro da margem histórica. Em outubro, o setor registrou alta de 11,04% no consumo de energia em relação a setembro, maior alta desde fevereiro de 2019; na comparação com o mesmo período do ano anterior, o consumo foi 9,38% maior, demonstrando o aumento da atividade.

O aumento na procura por papéis para fins sanitários e de higiene pessoal (tissue) elevou a demanda por celulose em todo o mundo já nos primeiros meses de pandemia e segue em aceleração. De acordo com dados da Indústria Brasileira de Árvores (Ibá), a produção nacional de celulose, que havia recuado 6,6% em 2019, fechou o segundo trimestre de 2020 com alta de 5%, somando 5,19 milhões de toneladas de abril a junho - ritmo que deve se manter até o fim deste ano.

Já em relação às credenciais ambientais dos produtos e materiais de consumo, João Carlos Basilio, presidente-executivo da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abiphec), destaca que nunca houve uma preocupação tão disseminada como agora sobre o tema. As discussões acerca da sustentabilidade levam a promoção correta das informações sobre os produtos do segmento de tissue. Essa mudança já é vista nas empresas que têm nas árvores cultivadas a base da sua produção, oferecendo bioprodutos e biomateriais para o mercado nacional e internacional.



Listada em diferentes Índices, a Klabin se destaca por ser uma das empresas mais sustentáveis do mundo

# ALINHADA COM O PLANETA



DIVULGAÇÃO

anunciar que lançará mais de 20 metas para o desenvolvimento sustentável e para a prosperidade da sociedade e do planeta.

A empresa é a única gigante brasileira do setor de papel e celulose presente no Índice Mundial de Sustentabilidade do Dow Jones, elevando a visibilidade da atuação do setor de florestas cultivadas do país. Também figura na lista global junto a outras seis empresas brasileiras de três setores: energia, bancário e vestuário. O Índice Mundial de Sustentabilidade do Dow Jones destaca as empresas que tiveram melhor performance global com base em critérios econômicos, ambientais e sociais de longo prazo.

A Klabin é única companhia do país a oferecer ao mercado uma solução em celuloses de fibra curta, fibra longa e fluff, e líder nos mercados de embalagens de papelão ondulado e sacos industriais. Fundada em 1899, possui 24 unidades industriais no Brasil e uma na Argentina. Toda a gestão da empresa está orientada para o Desenvolvimento Sustentável, buscando crescimento integrado e responsável, que une rentabilidade, desenvolvimento social e compromisso ambiental.

A Klabin, maior produtora e exportadora de papéis para embalagens e embalagens de papel do Brasil, passou a integrar, em novembro, o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI na sigla em inglês) em duas carteiras: Índice Mundial e Índice de Mercados Emergentes. A empresa aproveitou para



DIVULGAÇÃO



Nossos esforços seguem direcionados para pesquisar e desenvolver produtos recicláveis e biodegradáveis”

**NOME**

Cristiano Teixeira

**CARGO**

Diretor-geral da Klabin

A Klabin integra também, desde 2014, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, além de ser signatária do Pacto Global da ONU e do Pacto Nacional para Erradicação do Trabalho Escravo, buscando fornecedores e parceiros de negócio que sigam os mesmos valores de ética, transparência e respeito aos princípios de sustentabilidade. “Em 2021, seguiremos persistentes em nossa visão de longo prazo, na busca de criação de valor para os nossos acionistas, colaboradores, comunidades e parceiros de negócios. Nossos esforços seguem direcionados para pesquisar e desenvolver produtos recicláveis e biodegradáveis, a partir de fontes renováveis, que fomentem um modelo de economia circular, consolidando a nossa vocação para a bioeconomia”, descreve Cristiano Teixeira, diretor-geral da Klabin

Com mais de 20 anos de experiência profissional em diferentes setores, a trajetória do executivo na Klabin começou em 2011, quando assumiu o posto de Direção de Supply Chain. Desde 2017, ele é diretor-geral da empresa. “Também estamos com grandes projetos em andamento, que terão marcos importantes em 2021, como o início da operação da primeira máquina de papéis para embalagens do Projeto Puma II. Trata-se do maior investimento da história da Klabin, com aporte total de 9,1 bilhões de reais até 2023. No ano que vem, também iniciaremos a construção do Terminal de Celulose no Porto de Paranaguá (PR), que arrendamos em leilão federal em 2019 pelo prazo de 25 anos”, diz.



# NA LINHA DE FRENTE PELA VIDA

*Fusões e aquisições, telemedicina e investimentos em inovação marcaram o ano de desafios para o setor e o fortalecimento das relações dos profissionais da saúde e pacientes*

cenário de fusões e aquisições no setor de hospitais e laboratórios de análises clínicas continua aquecido, seguindo o ritmo de 2019. Segundo pesquisa da KPMG, no primeiro trimestre, foram concluídas 11 transações e no segundo foram 20. Já nos primeiros seis meses do ano passado, foram finalizados 29 negócios. Ainda de acordo com o levantamento, das 31 operações fechadas este ano, 23 delas foram domésticas e oito do tipo CBI.

“A pandemia pode acelerar o movimento de fusões aquisições no setor na medida que os grandes grupos ou novos investidores podem se aproveitar de uma possível fragilidade dos ativos impactados pela Covid-19”, indica o sócio da área de saúde da KPMG, Daniel Greca.

Outro ponto de destaque foi o uso da telemedicina para desafogar o número de internações em decorrência da Covid. Implementada por uma necessidade, veio para ficar e fortalecer a relação entre profissionais da saúde e pacientes. “É um grande momento de incorporarmos as novas tecnologias que se apresentam e evoluirmos como um player importante no mercado internacional”, afirma Fernando Silveira Filho, presidente da Associação Brasileira dos Importados de Equipamentos, Produtos e Suprimentos Médico-hospitalares (Abimed).

**A TELEMEDICINA VEIO PARA FICAR E FORTALECER A RELAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS DA SAÚDE E PACIENTES**





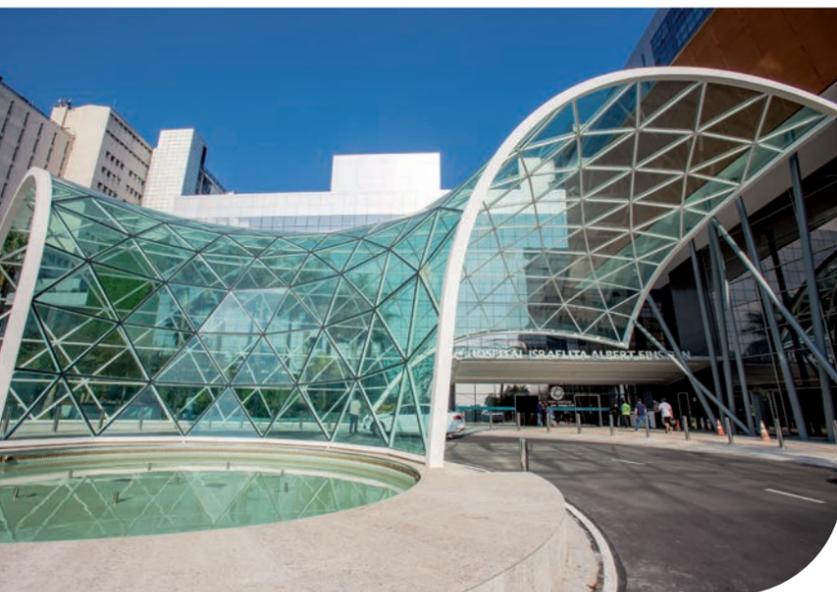
*Hospital Albert Einstein amplia ações realizadas em conjunto com o setor público e investe ainda mais na área de pesquisa*

# SAÚDE UNIVERSAL

O ano de 2020 foi muito desafiador para a área de saúde em razão do contexto da pandemia do novo coronavírus e, diante deste cenário, a Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein manteve o compromisso com a população para ampliar o acesso à saúde e garantir qualidade no atendimento. O Hospital adotou ações que permitiram a continuidade do atendimento dentro das regras necessárias de segurança.

Com mais de 30 estudos associados à doença, entre os realizados e os que ainda estão em andamento, para responder as dúvidas referentes à pandemia, o Einstein se tornou a maior organização privada em produção científica e o hospital com mais estudos relacionados à Covid-19.

Sem fins lucrativos, a entidade tem 65 anos de história e atua nas áreas de assistência à saúde, educação e ensino, pesquisa e inovação e responsabilidade social. Conta com 15 mil colaboradores, mais de 10 mil médicos e está sediada em São Paulo. O Einstein possui o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS) e é qualificada como Organização Social da Saúde para atuar na prestação de serviços no Sistema Único de Saúde (SUS). Seu compromisso com o desenvolvimento amplo do sistema de saúde se traduz na oportunidade de melhoria e na construção de novos modelos de trabalho ajustados aos desafios atuais.



FABIO H. MENDES

**NOME**

*Sidney Klajner*

**CARGO**

Presidente da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein

No processo de digitalização da saúde, o Einstein encontrou na pandemia uma oportunidade para solidificar e expandir seu trabalho na área de telemedicina. Além dos serviços já oferecidos, como a teletriagem, teledermatologia e tele UTI, o Hospital aumentou o atendimento de teleconsultas, inclusive em áreas longínquas do país. “Ainda em relação ao atendimento remoto, criamos esse ano o aplicativo Einstein Conecta, o primeiro serviço de atendimento de urgências de baixa complexidade 100% digital. Essa ferramenta permite fazer a triagem e gerar prescrição de medicamentos controlados com certificação eletrônica”, informa Sidney Klajner, cirurgião do Aparelho Digestivo e presidente da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein.

De acordo com o médico, a pandemia tem sido, sem dúvida, um momento de muito aprendizado e evidenciou maneiras de transformação do sistema de saúde. “Trabalharemos para que, em 2021, os players do segmento estejam mais dedicados à redução de desperdício,

ao uso inteligente da tecnologia, ao atendimento humanizado e à prevenção de doenças como forma de aumentar a qualidade de vida e a saúde das pessoas. Uma grande aliada desse processo de gerenciamento da saúde é a telemedicina, que se consolidou com a pandemia. Além de descentralizar o atendimento, a modalidade amplia o acesso aos cuidados essenciais em diferentes regiões”, avalia Sidney Klajner.



FABIO H. MENDES



*Trabalharemos para que, em 2021, os players do segmento estejam mais dedicados ao uso inteligente da tecnologia, ao atendimento humanizado”*





*Alta performance e quebra nas fronteiras digitais definem o mercado segurador*

# PROTEÇÃO PATRIMONIAL

○ setor de seguros pode ser considerado uma das atividades econômicas das mais democráticas, já que agrega pessoas em seus diferentes momentos e necessidades, segundo avaliação do presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), Marcio Coriolano.

E é nessa pluralidade que os dados relativos ao desempenho do setor revelam alto desempenho, mesmo em tempos de pandemia. As receitas dos segmentos supervisionados pela Susep totalizaram R\$ 24,34 bilhões em setembro de 2020. A capitalização teve crescimento de 9,7% em relação a agosto de 2020 e de 16,4% em comparação a setembro de 2019. Nos seguros de pessoas, o destaque foi para o de vida, no acumulado até setembro, com alta de 11,7% comparado ao mesmo período do ano anterior.

Já os seguros de riscos cibernéticos apresentaram, no acumulado de janeiro a setembro de 2020, R\$ 26,61 milhões em receitas, o que representa 72,5% de alta em relação ao mesmo período do ano passado. E aqui cabe o esforço em minimizar as fronteiras entre seguros, insurtechs, big techs e parceiros techs. De acordo com o relatório World Insurtech 2020, da Capgemini e Efma, os seguradores não devem gastar energia competindo com outras seguradoras. Ao invés disso, precisam investir em Big Techs e outros players não tradicionais para conquistar clientes.



**AS RECEITAS DOS SEGMENTOS SUPERVISIONADOS PELA SUSEP TOTALIZARAM R\$ 24,34 BILHÕES EM SETEMBRO DE 2020**



*Porto Seguro segue posicionada para enfrentar os desafios do mercado, sendo suportada por elevado nível de caixa e a oferta de novos produtos*

# FOCO NO CLIENTE

Empresa brasileira com mais de 70 anos de mercado, a Porto Seguro está entre as maiores seguradoras do país, ocupando a primeira posição nos ramos de Seguro Auto e Residência. Atenta às possibilidades e necessidades do mercado, nos mais diferentes segmentos, a empresa tem implementado constantemente uma série de novidades, seja em produtos ou processos. Já está na cultura da companhia a estratégia da diversificação de produtos e serviços.

Em setembro, por exemplo, a companhia anunciou o lançamento do Porto Cuida, um novo serviço de acesso inteligente à saúde de qualidade. O produto inclui quatro atendimentos por telemedicina ao ano, além de descontos

expressivos em consultas, exames, terapias e medicamentos.

Atualmente, são quase 9 milhões de clientes únicos, 13 mil funcionários, 13 mil prestadores e 37 mil corretores parceiros. A companhia tem ainda 101 sucursais e escritórios regionais em todo o Brasil.

Formado por 27 empresas – entre elas Azul Seguros, Itaú Seguros de Auto e Residência, Porto Seguro Saúde e Porto Seguro Uruguai – que atuam nos mais diversos ramos como seguros, produtos financeiros, serviços de emergência e conveniência, proteção e monitoramento, plano de saúde para Pets, entre outros, o Grupo, em 2019, teve lucro líquido de R\$ 1,387 bilhão.



MILTON SANTANA

## NOME

*Roberto Santos*

## CARGO

Presidente da Porto Seguro



KENIA HERNANDES



Para Roberto Santos, presidente da Porto Seguro desde 2018, a empresa segue confiante na solidez do seu modelo de negócios, com a certeza de sair da crise atual mantendo a robustez de suas operações e bem posicionada para seguir em sua trajetória de crescimento e de entrega de resultados consistentes. “Estamos otimistas com a sequência de resultados no ano. Temos a segurança para enfrentar esse momento, mas também nos proporciona olhar para o agora com calma e estudarmos futuros riscos”, pondera o executivo.

Roberto Santos é formado em Administração de Empresas pela Universidade Federal Fluminense e atua no ramo de seguros há mais de 35 anos. Em 2018, assumiu a presidência executiva da Porto Seguro. Na empresa, já atuou como CEO da Azul Seguros, entre 2004 e 2009. Em 2010, tornou-se o diretor-geral responsável pela Azul Seguros e Diretoria de Operações de Saúde e Ramos Elementares

e, em 2017, assumiu a vice-presidência executiva da companhia. “A indústria de seguros passará a ocupar um espaço maior na economia, justamente por operar no conceito de oferta de proteção e a partir da proximidade do risco em face a vivência da pandemia, a sociedade demandará muito mais por soluções que contemplam esta necessidade”, considera Santos.

*A indústria de seguros passará a ocupar um espaço maior na economia, justamente por operar no conceito de oferta de proteção”*





*Mesmo com a recuperação lenta de serviços impedidos de funcionar durante a pandemia, o setor consegue apresentar boa recuperação*

# ATIVIDADES COTIDIANAS

Com a flexibilização de bares, restaurantes e hotéis, somada ao bom desempenho dos serviços financeiros e de tecnologia, informação e comunicação, pode-se ver no terceiro trimestre, uma leve reação à retração econômica na área de serviços sentida no primeiro semestre. A alta de 1,8%, mensurada no mês de setembro, é a quarta consecutiva do setor, e que de acordo com a pesquisa PMS, divulgada pelo IBGE, os destaques ficaram para atividades como: serviços prestados para famílias (14,2%), transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio (6,9%) e de serviços de informação e comunicação (3,3%).

Um respiro é sempre um alívio, apesar desses valores não compensarem as perdas de 19,8%, acumuladas entre fevereiro e maio. “Ainda há muitas pessoas que não estão saindo de casa nem viajando. Por isso, estabelecimentos como restaurantes e hotéis, além do transporte de passageiros, ainda não estão funcionando em plena capacidade. Eles atuam como limitadores de um processo mais acelerado de retomada tanto dos serviços prestados às famílias como do setor de transportes como um todo”, explica o gerente da pesquisa do IBGE, Rodrigo Lobo.



**O SETOR DE OUTROS SERVIÇOS ALCANÇOU 4,8% NA COMPARAÇÃO COM O MÊS ANTERIOR, E 6,1% NO ACUMULADO DO ANO, FOI O ÚNICO A SUPERAR O NÍVEL PRÉ-PANDEMIA**

Verzani & Sandrini investe na formação de seus colaboradores e no aperfeiçoamento de seus serviços

# CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL



Fundado em 1967, o Grupo Verzani & Sandrini tornou-se referência nacional na prestação de serviços. Composto atualmente pelas empresas VS Serviços, VS Segurança, VS Tech, VS Parking, Veman, TK Segurança e Higiserv, a organização opera em todo o Brasil, contando atualmente com 47 mil colaboradores. O Grupo V&S dedica-se a desenvolver soluções completas, baseadas em altos padrões de qualidade e ampla tecnologia.

Com estrutura sólida baseada em responsabilidade social, capacitação profissional e excelência no atendimento, a companhia mantém uma trajetória de sucesso e garante a satisfação de clientes e colaboradores. A Verzani & Sandrini é uma das empresas que mais crescem no setor de facilities no Brasil.

Para 2021, o objetivo da empresa é ampliar ainda mais esse crescimento, consolidando clientes na região sudeste e expandido o mercado no sul e centro-oeste do país. A Verzani & Sandrini também se esforçou que a totalidade de seus colaboradores tivessem acesso à plataforma de treinamento EAD lançada neste ano.

“Criamos e lançamos serviços de desinfecção, com tecnologia, processos e protocolos inovadores, validados por especialistas”



DIVULGAÇÃO

A Verzani & Sandrini investiu para aprimorar as atividades e adequar a prestação de serviços às necessidades impostas no chamado “novo normal”. “Criamos e lançamos serviços de desinfecção, com tecnologia, processos e protocolos inovadores, validados por especialistas. Também lançamos uma plataforma de ensino a distância, com acesso em dispositivos *mobile*, que possibilitou o treinamento de nossos colaboradores para os protocolos mais rigorosos na higienização e atendimento ao público, destalha Fabio Sandrini, CEO do Grupo Verzani & Sandrini.

O executivo iniciou a carreira na empresa aos 17 anos, ao longo desse período à frente da Verzani & Sandrini, atuou na multiplicação do portfólio de produtos, clientes e expansão da atuação para todo o território nacional.

Enfrentando a crise do novo coronavírus, a companhia foi a primeira no setor de facilities a receber o selo “sa-

feguard”, da Bureau Veritas, por meio de auditoria que garantiu a eficiência na luta contra o vírus da Covid-19 com base em minuciosos protocolos da OMS e secretarias de saúde. “Apesar de todas as dificuldades, conseguimos ampliar o quadro de colaboradores, evitando demissões por meio de remanejamento interno e capacitação”, destaca.

## NOME

**Fabio Sandrini**

## CARGO

CEO do Grupo Verzani & Sandrini



*Construção civil é um dos principais responsáveis por números otimistas da retomada no setor siderúrgico*

# FORTE COMO AÇO

○ ápice da crise atingiu em cheio a indústria de siderurgia no Brasil, acarretando no desligamento de vários altos fornos e paralisando a produção. No entanto, o reaquecimento da economia no segundo semestre mudou os rumos do segmento para melhor. Vale destacar que um dos protagonistas dessa mudança foi o mercado doméstico da construção civil.

A expectativa para o consumo aparente da liga no país foi revista de queda de 14,4% para recuo de apenas 4,7%, segundo dados do Instituto Aço Brasil (IABr). “Nossos cálculos são feitos em função do que seria a percepção do mercado. No setor de (aços) planos, que tinha queda prevista de consumo de 18%, cairá 8% e deve terminar o ano sem previsão de queda”, revela Marco Polo de Mello Lopes, presidente-executivo da entidade.

Na recente revisão de projeção de vendas de aço no Brasil feita pela IABr, a previsão para a produção mudou de rumo: queda de 13,4% para 6,4%, a 30,5 milhões de toneladas. O setor atualmente ocupa cerca de 63% de sua capacidade instalada, mas esse percentual deve subir para perto de 70% até o final do ano.

Indicadores da Confederação Nacional da Indústria (CNI) também mostram que a atividade industrial de setembro foi excepcionalmente forte. As horas trabalhadas na produção subiram pelo quinto mês consecutivo e a Utilização da Capacidade Instalada (UCI) chegou a 79,4%.

**DE ACORDO COM OS INDICADORES DA CNI, O FATURAMENTO DA INDÚSTRIA AUMENTOU 5,2% EM SETEMBRO E, APÓS CINCO ALTAS CONSECUTIVAS, É O MAIOR DESDE OUTUBRO DE 2015**



*A Usiminas é líder no mercado brasileiro de aços planos e um dos maiores complexos siderúrgicos da América Latina*

# GIGANTE DO METAL

Presente em toda a cadeia siderúrgica – da extração do minério, passando pela produção de aço até sua transformação em produtos e bens de capital customizados para o mercado, a Usiminas conta com unidades industriais e logísticas localizadas em seis estados do país. A companhia possui, hoje, o maior e mais inovador Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em siderurgia da América Latina.

O avanço registrado pela siderúrgica nos últimos anos garante inovação, tecnologia e qualidade em todas as linhas de produção, e permite à empresa oferecer ao mercado um portfólio diversificado, com destaque para produtos e serviços de alto valor agregado. Por sua gestão ambiental, a Usiminas foi a segunda siderúrgica do mundo certificada com a ISO14001, gerando maior produtividade com menor consumo.

A empresa contribui ainda para o desenvolvimento das comunidades onde atua, por meio do Instituto Usiminas e da Fundação São Francisco Xavier, oferecendo projetos nas áreas de saúde, educação, cultura, esporte e desenvolvimento social. As ações da Usiminas são negociadas nas bolsas de valores de São Paulo, Nova York (ADR nível I) e Madri.



DIVULGAÇÃO



*No próximo ano, continuaremos trabalhando fortemente para elevarmos o consumo interno de aço”*

**NOME**

*Sergio Leite*

**CARGO**

Presidente da Usiminas

Em um período marcado pela retomada econômica do país, a Usiminas encerrou o terceiro trimestre do ano com resultados positivos em diversos indicadores. No terceiro trimestre, o Ebitda Ajustado consolidado da companhia atingiu R\$ 826 milhões, com uma elevação de 331% em relação ao segundo trimestre do ano, quando alcançou R\$ 192 milhões. O crescimento é atribuído, principalmente, aos melhores resultados nas unidades de Mineração e de Siderurgia. “O ano de 2020 foi particularmente desafiador para a indústria brasileira do aço. Somada às dificuldades que já enfrentávamos com relação às medidas protecionistas adotadas pelas maiores economias do mundo, à atuação da China no mercado e aos temas internos da nossa economia, a pandemia da Covid-19 transformou

o ano em um grande desafio também para as empresas. Aparentemente vencemos a fase mais aguda da crise e iniciamos recentemente um processo de retomada”, diz Sergio Leite, presidente da Usiminas.

Com mais de 40 anos de carreira na companhia e no cargo desde 2016, Sergio Leite é membro do Conselho Diretor do Instituto Aço Brasil desde 2008, tendo ocupado sucessivamente a vice-presidência do Conselho (2016 a 2018) e a presidência (2018 a 2020). “No próximo ano, continuaremos trabalhando fortemente para elevarmos o consumo interno de aço e aprimorarmos o atendimento aos nossos clientes. Aço e desenvolvimento econômico andam juntos e a Usiminas está preparada para crescer com o Brasil no próximo ano”, evidencia.





*Onipresente, a tecnologia teve papel crucial na retomada das atividades de todos os setores*

# PONTO DE PARTIDA

**A**lguns segmentos da economia foram impactados positivamente pela aceleração digital durante a pandemia. A tecnologia passou a fazer parte da rotina de qualquer operação empresarial de forma mais intensa, desencadeando uma série de questões como segurança, inclusão digital e a capacitação de novos profissionais.

De acordo com o secretário-geral da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Angel Gurría, as tecnologias digitais são o alicerce das economias atuais, e as ferramentas digitais e a conectividade têm se revelado essenciais para ajudar empresas e pessoas a resistirem à crise. “Enquanto o Brasil e o mundo trabalham para enfrentar essa crise devastadora, deve-se fazer de tudo para aproveitar as oportunidades oferecidas pela digitalização de modo a fortalecer a recuperação e construir uma economia futura resiliente e inclusiva”, ponderou Gurría.

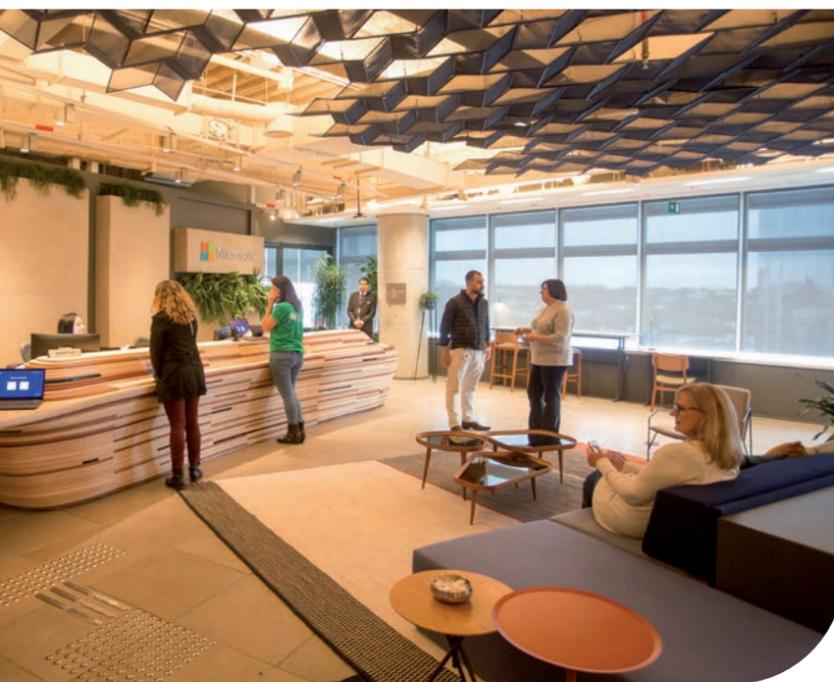
Em levantamento do Banco Nacional de Empregos (BNE), entre janeiro e setembro do ano passado, foram abertas 8.049 vagas de TI no Brasil, enquanto no mesmo período deste ano, o total de vagas disponíveis saltou para 12.682, um aumento de 63%. “Além do aumento de vagas no setor da saúde, muitos consumidores optaram por serviços delivery, internet e e-commerce, ou seja, são áreas diretamente ligadas à tecnologia, o que consequentemente responde ao aumento de vagas na área de tecnologia”, explica Marcelo de Abreu, presidente do BNE.



**AS TECNOLOGIAS DIGITAIS SÃO O ALICERCE DAS ECONOMIAS ATUAIS E A CONECTIVIDADE TÊM SE REVELADO ESSENCIAIS PARA AJUDAR EMPRESAS E PESSOAS A RESISTIREM À CRISE**

*A Microsoft habilita a transformação digital na era da nuvem e da fronteira inteligentes*

# CONEXÃO COM O PAÍS



LEO MARTINS

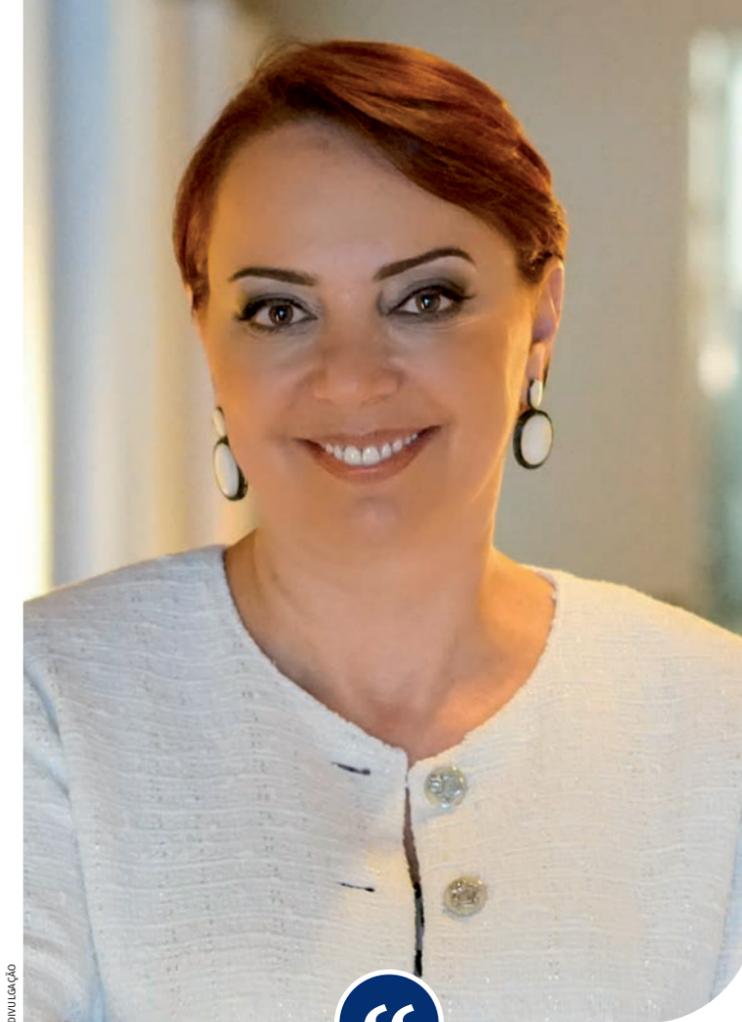
No Brasil há 31 anos, a empresa é uma das 120 subsidiárias da Microsoft Corporation, fundada em 1975. Em 2019, a companhia investiu mais de R\$ 48 milhões levando tecnologia gratuitamente para 2.038 ONGs no país, beneficiando vários projetos sociais. Desde 2011, a Microsoft já apoiou cerca de 7 mil startups no Brasil por meio de doações de mais de US\$ 200 milhões em créditos de nuvem.

Como parte da iniciativa Microsoft Mais Brasil, que visa apoiar o crescimento inclusivo por meio de programas de tecnologia, sustentabilidade e qualificação profissional, a empresa tem ajudado os empreendedores a superar os desafios impostos pela pandemia do novo coronavírus a alavancarem seus negócios digitalmente.

Desta forma, a gigante da tecnologia tem disponibilizado trilhas de treinamentos para que startups, PMEs e seus colaboradores estejam preparados para conduzir suas empresas da melhor forma com a ajuda das tecnologias Microsoft e assim contribuir para a retomada econômica do país. Este programa está focado em três frentes de atuação: habilitação da economia digital por meio da tecnologia; educação, capacitação profissional e empreendedorismo; e crescimento sustentável e impacto social.

**NOME**  
Tânia Cosentino

**CARGO**  
Presidente da  
Microsoft Brasil



DIVULGAÇÃO



*A Microsoft quer ser um parceiro estratégico dos setores público e privado e de empresas de todos os tamanhos”*

“Nossos principais desafios são continuar a habilitar a transformação digital dos clientes de forma segura e, cada vez mais, utilizar a tecnologia e a Inteligência Artificial como impulsores da recuperação e desenvolvimento social e econômico do Brasil após a Covid-19. A Microsoft quer ser um parceiro estratégico dos setores público e privado e de empresas de todos os tamanhos”, destaca Tânia Cosentino, presidente da Microsoft Brasil.

No cargo desde 2019, a executiva possui mais de 30 anos de experiência profissional e ganhou reconhecimento nacional e internacional graças ao seu trabalho relacionado à eficiência energética, transformação digital, direitos humanos, diversidade e inclusão. Tânia se transformou ao longo dos anos em uma líder ativa e inspiradora de grandes programas como HeForShe e WEP

(Women Empowerment Principles). “Queremos continuar contribuindo para a agenda ASG do país e para a acelerar a qualificação profissional de brasileiros e brasileiras com o intuito de conectar profissionais qualificados às vagas disponíveis do mercado. Esses compromissos fazem parte no nosso recém lançado programa Microsoft Mais Brasil”, explica.





# RÁPIDA ADAPTAÇÃO

*Setor de telecomunicações foi o responsável por viabilizar as novas maneiras de fazer negócios e consumir durante a pandemia*

perfil do consumidor mudou e a maneira de fazer negócios também. O consumo de banda larga com a trabalho remoto foi uma das transformações trazidas pelo isolamento social provocado pela pandemia do novo coronavírus. De acordo com levantamento realizado em maio pela Hibou, empresa de pesquisa e monitoramento de mercado, 6 em cada 10 brasileiros chegaram a trabalhar de casa e 41,6% começaram a usar novas ferramentas de produtividade para chamadas de videoconferência e outras ferramentas de geração de conteúdo on-line.

Para Yuri Kaminski, especialista do Portal de Planos, o isolamento social mostrou a todos o quanto é importante ter em casa um serviço de internet de qualidade. “Notamos que muitas pessoas que não tinham banda larga buscaram por esse serviço e, por isso, tivemos um pico de pesquisas no primeiro mês de isolamento, em março. Também percebemos um crescimento na procura por melhorias nos planos atuais nos últimos meses”, comenta.

Segundo levantamento da IDC, os impactos positivos nos serviços de telecomunicações foram no aumento no tráfego das redes de dados em cerca de 40%, adoção de serviços não tradicionais, como cloud e soluções de comunicação e colaboração, e aceleração do teletrabalho. De acordo com o estudo, neste período de quarentena, o aumento do tráfego foi de 30% em redes fixas e 10% em redes móveis, de forma geral dividido em 67% por consumidores e 33% por empresas.



**O PROGNÓSTICO É DE QUE 35% DAS EMPRESAS NA AMÉRICA LATINA IRÃO INVESTIR MAIS NO MERCADO DE TELECOM**



Guiada pela constante inovação e a alta qualidade dos seus serviços, a Vivo está no centro da transformação digital brasileira

# EM TEMPO REAL



DIVULGAÇÃO

A Vivo é a marca comercial da Telefônica Brasil, empresa líder em telecomunicações no país, com 94 milhões de acessos. A operadora atua na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B. A empresa está presente em 4,5 mil cidades com rede 3G, mais de 3,4 mil com 4G – segmento em que é líder em market share – e mais de 1,6 mil municípios com a rede 4,5G. No segmento móvel, a Vivo tem 76,7 milhões de acessos e responde pela maior participação de mercado do segmento (33,3%) no país, de acordo com resultados do balanço trimestral (3T20).

Focada em ampliar a autonomia, a personalização e as escolhas em tempo real dos seus clientes, a empresa coloca os consumidores no comando de sua vida digital, com segurança e confiabilidade. A companhia conta também com a Fundação Telefônica Vivo, desde 1999. Atua na formação da nova geração, apontando os caminhos para o desenvolvimento do país ao aplicar inovação à educação, empreendedorismo e cidadania, com diferentes projetos sociais nessas áreas.

O digital está conectando pais e filhos, professores e alunos, médicos e pacientes, artistas e espectadores, empresas e consumidores”



DIVULGAÇÃO

Para Christian Gebara, CEO da Vivo, a pandemia aumentou muito a percepção da essencialidade das telecomunicações. “O propósito da Vivo, que é digitalizar para aproximar, nunca foi tão atual quanto agora. O digital está conectando pais e filhos, professores e alunos, médicos e pacientes, artistas e espectadores, empresas e consumidores”, considera.

O executivo atua no Grupo Telefônica desde 2006, tendo ocupado posições na Telefônica Espanha e Telefônica América Latina, ambas na matriz em Madri. De acordo com Gebara, há dois caminhos paralelos para percorrer daqui para frente pela empresa. “O primeiro é avançar na infraestrutura com a fibra (Fiber to the Home) e as tecnologias mais avançadas na rede móvel, que possibilitam a digitalização levando acesso a quem ainda não

tem. O segundo é atuar como um hub digital de parcerias com outras empresas para gerar inovações, oferecendo ainda mais serviços na área da saúde, finanças, educação, mobilidade e entretenimento, além do setor de telecomunicações. Tudo isso, com uma marca sustentável – que cria valor ao mercado ao mesmo tempo que gera impacto positivo na sociedade e no meio ambiente”, concretiza.

## NOME

Christian Gebara

## CARGO

CEO da Vivo



# O PODER DO MULTICANAL

*Versatilidade do varejo promove oportunidades para o setor se reinventar e manter crescimento*

Segundo o Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio – Black Friday, as vendas em lojas de rua e shopping centers de todo o país no fim de semana da Black Friday (27 a 29 de novembro de 2020) tiveram aumento de 6,1%, com relação ao mesmo período do ano anterior. É a primeira vez no ano que uma data comemorativa do varejo registra crescimento na comparação anual. Também houve ligeiro crescimento de 0,6% na semana, de 23 a 27 de novembro, na análise com 25 a 29 do mesmo mês em 2019.

As vendas registradas pela internet também seguem em alta. Ao comparar os meses de outubro de 2020, em relação ao ano passado, o crescimento do setor foi de 54,79% nas vendas. Já no faturamento, a expansão foi de 64,13%, usando o mesmo período de comparação. Os dados são do índice MCC-ENET, desenvolvido pelo Comitê de Métricas da Câmara Brasileira da Economia Digital (camara-e.net) em parceria com o Neotrust | Movimento Compre & Confie.

A LLamasoft, fornecedora líder em soluções corporativas para tomada de decisões estratégicas integradas à Inteligência Artificial, publicou em outubro o resultado da Pesquisa Global de Varejo – Estudo da Cadeia de Suprimentos Integrada à Inteligência Artificial, realizada pela Retail Systems Research (RSR). O estudo foi realizado com 82 executivos seniores da indústria do varejo e revelou que 73% dos varejistas acreditam que a Inteligência Artificial (IA) e o Machine Learning podem agregar um valor significativo aos seus processos de previsão de demanda.

**MESMO COM O VAREJO FÍSICO ABERTO, OS CONSUMIDORES BRASILEIROS CRIARAM O HÁBITO DE COMPRAR ON-LINE**





Há 45 anos no país, o Grupo Carrefour Brasil é líder de mercado de distribuição de alimentos

# OFERTA DE PRATICIDADE E VARIEDADE

A partir de uma plataforma omnicanal e multiformato, o Grupo Carrefour reúne operações de varejo e Cash & Carry, além do Banco Carrefour e de sua divisão imobiliária, o Carrefour Property. Presente em todos os Estados e Distrito Federal, sua operação já abrange mais de 699 pontos de vendas. Atualmente, conta com os formatos Carrefour

(hipermercado), Carrefour Bairro e Carrefour Market (supermercado), Carrefour Express (varejo de proximidade), Carrefour.com (e-commerce), Atacadão (atacado e atacado de autosserviço), além de postos de combustíveis e drogarias.

Com faturamento de R\$ 62,2 bilhões em 2019 e mais de 87 mil colaboradores no Brasil, a empresa é a segunda maior operação nos países nos quais o Grupo Carrefour opera. A companhia se destaca ainda por ser uma das maiores empregadoras privadas do país e uma das 20 maiores empresas listadas na bolsa brasileira (B3). Além disso, tem focado em democratizar cada vez mais o acesso da população à alimentação saudável, promovendo o movimento Act For Food.

No mundo, o Grupo Carrefour atua em mais de 30 países e, nos próximos anos, implementa estratégia prevista no plano Carrefour 2022, por meio da qual lidera intenso movimento de omnicanalidade, transformação digital e transição alimentar para que seus clientes consumam ainda melhor em qualquer lugar.



WALTER CRAVEIRO

**NOME**

Noël Prioux

**CARGO**

CEO do Grupo Carrefour Brasil

Como parte dos avanços da digitalização do seu ecossistema, o Carrefour lançou em outubro uma nova plataforma de e-commerce. Com o uso de modernas soluções, a empresa avança na integração ágil de seus sistemas internos e externos para oferecer uma experiência cada vez mais unificada para seus milhões de clientes. “A estratégia omnicanal evidenciou o forte momento do Grupo Carrefour Brasil, que entrou em um círculo virtuoso: tráfego mais alto, que alimenta vendas mais fortes e ganhos de participação de mercado e, por fim, um maior share of wallet”, diz Noël Prioux, CEO do Grupo Carrefour no Brasil.

O executivo foi nomeado, em 2017, CEO do Grupo Carrefour Brasil e diretor-executivo para a América Latina, coordenando também as atividades da rede na Argentina. Há 36 anos na companhia, antes de chegar ao Brasil Prioux ocupava a posição de diretor-executivo do Carrefour S.A. na França, desde 2011.



EUGÊNIO GOULART / WALTER CRAVEIRO



Para 2021, o desafio será entender como será o comportamento deste novo cenário”

“Para 2021, acredito, o desafio será entender como será o comportamento deste novo cenário. Quem conseguir se antecipar a isso com agilidade, oferecendo o que o consumidor quer com qualidade e prontidão e, principalmente, reconhecendo os novos hábitos deles, sairá na frente. E nesse ponto, o Carrefour está muito bem preparado, pois estamos, há 45 anos, liderando as transformações no Varejo”, avalia.





*Novas projeções apontam para recuperação nas vendas em um cenário de grandes desafios para a indústria automotiva*

# RECALCULANDO A ROTA

Como já havia ocorrido em setembro, o setor automotivo mantém sua recuperação em outubro com bons números de licenciamentos e produção, de acordo com levantamento da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea).

A produção no mês foi de 236.468 autoveículos, crescimento de 7,4% sobre setembro, mas queda de 18% em relação a outubro de 2019. O setor de máquinas agrícolas e rodoviárias, menos afetado que o de autoveículos, registrou alta de 9% na produção (4.919 unidades) na comparação com setembro. Boa parte desse incremento se deveu às exportações de 901 unidades, 21,1% a mais que no mês no anterior. Já as vendas internas (4.530) recuaram 5% em outubro. No acumulado do ano, as vendas cresceram 1,6%, mas a produção e as exportações caíram 18,1% e 32,1%, respectivamente.

“Os resultados de outubro revelam os esforços da indústria para atender o crescimento da demanda em alguns segmentos do mercado”, ressaltou o presidente da Anfavea, Luiz Carlos Moraes. “Temos muitos desafios para atingir uma recuperação mais vigorosa, como os novos protocolos das fábricas, a dificuldade de planejar o médio prazo, a alta dos custos e, recentemente, a falta de alguns insumos”, destacou o dirigente.

**O SETOR DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS E RODOVIÁRIAS, MENOS AFETADO QUE O DE AUTOVEÍCULOS, REGISTROU ALTA DE 9% NA PRODUÇÃO EM OUTUBRO**



Grupo de empresas tem transformado o sistema de transporte da América Latina por meio de produtos, serviços e da parceria com seus clientes

# NO CAMINHO DO CRESCIMENTO

Integrante do Grupo Traton e fabricante dos veículos comerciais Volkswagen e MAN, a VW Caminhões e Ônibus é uma das maiores montadoras do segmento na América Latina. Desde 1981, quando iniciou suas operações, chegar ao topo do mercado, respeitando e satisfazendo as necessidades dos clientes, sempre foi o foco da montadora. E é exatamente isso que oferece: produtos sob medida e um excelente serviço de pós-vendas.

A empresa também é referência em inovações tecnológicas. Desde 2003, a montadora conduz estudos com combustíveis renováveis e alternativos. É pioneira na utilização de biocombustíveis e no desenvolvimento no Brasil de caminhão dotado com sistema híbrido diesel-hidráulico e também do elétrico. A companhia busca sempre soluções que reduzam o impacto ambiental e ajudem a preservar o meio ambiente.

Há mais de 35 anos, a fabricante mantém seu compromisso de desenvolver veículos que superem as exigências dos clientes – onde quer que eles rodem, seja pelas estradas brasileiras, latino-americanas ou africanas.

Em 2019, as marcas do Grupo Traton venderam um total de cerca de 242 mil veículos. Seus produtos incluem veículos comerciais leves, caminhões e ônibus fabricados em 29 locais de produção e montagem em 17 países.



Divulgação



Malagrine



O ano de 2021 nos reserva grandes desafios, mas há uma expectativa de melhora na conjuntura econômica que contribui para nos deixar confiantes”

**NOME**

Antonio Roberto Cortes

**CARGO**

Presidente e CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus

Membro do Executive Board do Grupo Traton e Membro do Management Board da MAN SE

Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus e membro do Executive Board do Grupo Traton, faz parte também do Management Board da MAN SE. Nos últimos 20 anos, o executivo vem ocupando o cargo de presidente e CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus, com responsabilidade mundial pela marca de mesmo nome e também pelos veículos comerciais MAN em toda a América Latina. “O ano de 2021 nos reserva grandes desafios em virtude das incertezas geradas pela pandemia e seu desenrolar. Mas certamente será um ano melhor que 2020. Estamos lançando nossa nova linha de extrapesados, que já começa a chegar às concessionárias neste fim de ano e também teremos a entrega dos primeiros caminhões elétricos. Além disso, há uma expectativa de

melhora na conjuntura econômica que também contribui para nos deixar confiantes”, pontua.

Seguindo sua tradição de acompanhar as tendências e demandas dos consumidores, a Volkswagen Caminhões e Ônibus acaba de lançar o Delivery 11.180 4x4, único caminhão leve com tração integral do país. “Estamos sempre atentos às demandas do transportador nacional, o que nos permite apresentar soluções sob medida. O Delivery 11.180 4x4 é um grande exemplo disso. Trata-se de um veículo que não tem concorrentes diretos no mercado de caminhões e que oferece muito mais robustez e capacidade de carga que as picapes que atualmente realizam operações para as quais desenvolvemos este novo produto. Seja no asfalto ou fora dele, garantimos a melhor performance”, afirma.



# PRÊMIO LÍDERES UNIDADES DO BRASIL 2020

Premiação é o reconhecimento nacional do talento, competência e comprometimento dos executivos das diferentes regiões do Brasil

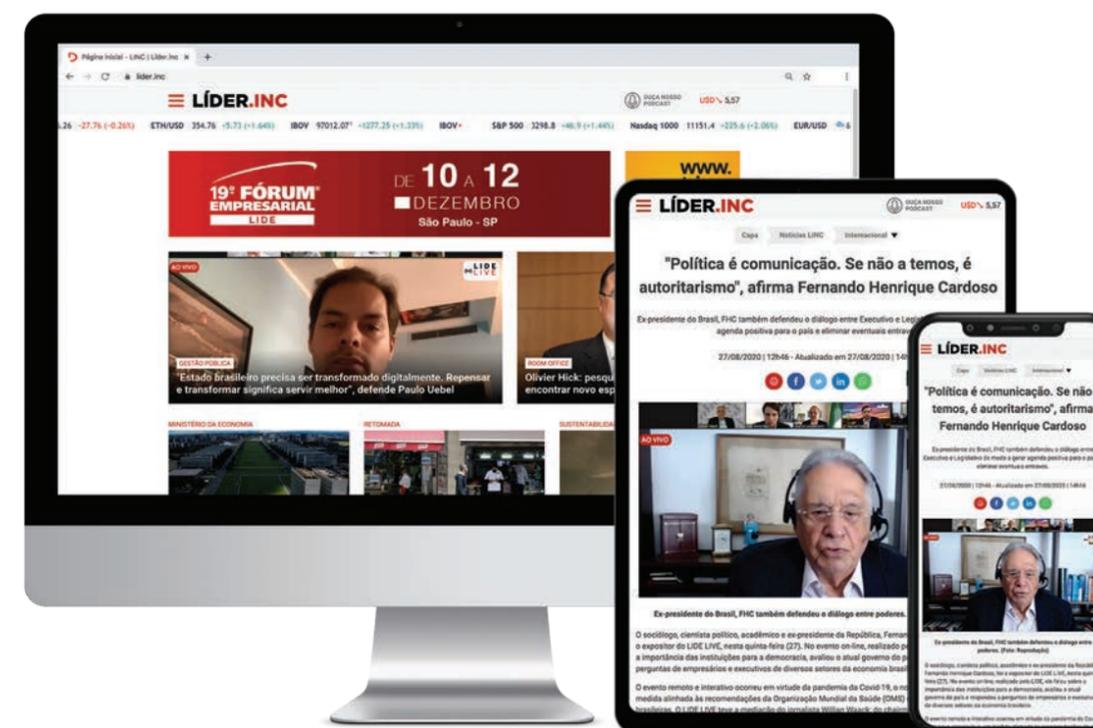
**O** LIDE divulgou os vencedores do Prêmio Líderes do Brasil 2020 – Premiados Regionais. As empresas foram escolhidas pelo Comitê de Gestão de cada unidade do LIDE, em votação realizada remotamente. O comitê é composto por lideranças empresariais de diversos setores da economia brasileira.

A premiação é considerada o maior reconhecimento nacional do talento, competência e comprometimento dos executivos atuantes no país, para um Brasil melhor e mais competitivo. Na edição 2020, o prêmio tem ainda mais relevância em função do cenário atípico que o mundo tem enfrentado. Os desafios foram muitos em todos os sentidos. Conduzir as companhias e superar as dificuldades em uma das maiores crises da humanidade exigiu das lideranças forte capacidade de adaptação, ousadia, inovação e criatividade. ■

## CONHEÇA O VENCEDOR DE CADA UNIDADE

- Líder do Estado da BAHIA  
**LARCO DISTRIBUIDORA**
- Líder da Região de CAMPINAS  
**HOSPITAL CARE**
- Líder do Estado de GOIÁS  
**CITY SOLUÇÕES URBANAS INCORPORADORA**
- Líder da Região do LITORAL PAULISTA  
**CELLULA MATER**
- Líder do Estado do MATO GROSSO  
**MINERAÇÃO BRITAGUIA**
- Líder do Estado do MATO GROSSO DO SUL  
**SOLURB SOLUÇÕES AMBIENTAIS**
- Líder do Estado de MINAS GERAIS  
**KATZ CONSTRUÇÕES**
- Líder da Região do NOROESTE PAULISTA  
**GRUPO MUFFATO**
- Líder do Estado do PARANÁ  
**RENAULT DO BRASIL**
- Líder do Estado de PERNAMBUCO  
**TINTAS IQUINE**
- Líder da Região de RIBEIRÃO PRETO  
**GRUPO SEB**
- Líder do Estado do RIO DE JANEIRO  
**NATURGY**
- Líder do Estado do RIO GRANDE DO NORTE  
**ALE COMBUSTÍVEIS**
- Líder do Estado do RIO GRANDE DO SUL  
**DANA INCORPORATED BRASIL**
- Líder do Estado de SANTA CATARINA  
**GRUPO ALMEIDA JUNIOR**
- Líder da Região do VALE DO PARAÍBA  
**MILCLEAN**

# Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



**ACESSE**  
**LÍDER.INC**

**Textos, fotos, vídeos e podcasts.**  
**Conteúdo para quem é líder\_**

será que  
investir na bolsa  
é pra mim?



Baixe o App  
e descubra.

Todo mundo tem perguntas quando o assunto é investimentos.  
E o BTG Pactual digital pode ajudar você com as respostas.  
Aqui você encontra uma solução para cada momento da sua vida  
e para a construção da sua história. BTG Pactual digital.  
**Dê um BTG nos seus investimentos.**

Abra sua conta

