DORIA EDITORA

LIDE

Ano 15 - nº 92 | 2020

15 anos

DORIA EDITORA
00092
ISSN 1980-3664
9 771980 366004
R$ 15,00

LIDE

NOSSO FUTURO
SUSTENTABILIDADE ALCANÇA UM PATAMAR INÉDITO NAS GRANDES CORPORAÇÕES BRASILEIRAS

15 GRANDES LÍDERES

MOSTRAM COMO A EXPERIÊNCIA TEM SIDO UM FATOR DECISIVO PARA A RETOMADA DOS NEGÓCIOS

Ano 15 - nº 92 | 2020

VEM AÍ O MAIOR SALTO TECNOLÓGICO DE UMA MARCA NO CENÁRIO AUTOMOTIVO BRASILEIRO...

E TEM 7 LUGARES

Z515

No trânsito, dê sentido à vida.

DIRECIONE A CÂMERA DO SEU CELULAR AQUI

CAOA CHERY

QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

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.

EMS

Sua saúde merece

Caminhões
Ônibus

Constellation 24.260 Robust

Versátil para qualquer aplicação

Motor MAN D08
de 6 cilindros

100%
ar-condicionado

Bancos em corino

Disponível na versão
4x2, 17.260

Imagens meramente ilustrativas.
Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

Confira nossa playlist de inovação

ESCUTAR COMPREENDER COMPARTILHAR

Escola Concept promove talks com especialistas em educação e confirma seu pioneirismo nas práticas de aprendizagem mais recomendadas no mundo hoje

Durante este período de isolamento social e aprendizagem virtual, a Escola Concept promoveu mais de 20 talks ao vivo com especialistas do mundo todo sobre educação, inovação, mindfulness, disrupção e o novo normal. Essas conversas trouxeram muitas reflexões, inspirações e também importantes confirmações de que estamos no caminho certo no processo de aprendizagem de nossas crianças e jovens, cultivando a curiosidade e o interesse por aprender, ainda que os tempos sejam desafiadores.

Para isso, desenvolvemos na Escola Concept experiências de aprendizagem baseada em projetos que têm como alicerce principal os conteúdos da Base Nacional Comum Curricular e do currículo internacional que adotamos, o Fieldwork Education.

Juntos, eles contribuem para o desenvolvimento do pensamento crítico e da mentalidade fundamentada em nossos 4 pilares: empreendedorismo, colaboração, sustentabilidade e fluência digital. Confira algumas das principais mensagens compartilhadas em nossas trocas globais e venha conhecer como colocamos em prática o que há de mais relevante em educação, nesta que é uma escola bilíngue, brasileira e com um currículo e chancelas internacionais das mais renomadas universidades do mundo.

Nossos câmpus ficam nas cidades de São Paulo, Ribeirão Preto e Salvador.

"QUANDO ALGO É IMPOSSÍVEL, A MELHOR PERGUNTA A SER FEITA É 'POR QUE NÃO'?"

Ewan McIntosh, Escócia, Founder & CEO da NoTosh, consultoria focada em educação e design de transição

"DIANTE DE UM DESAFIO, PRECISAMOS ENCONTRAR UMA SOLUÇÃO, UMA IDEIA, UMA INSPIRAÇÃO QUE NENHUM DE NÓS SOZINHO TEM. MAS QUE NASCE DAS IDEIAS QUE A GENTE COMPARTILHA."

Fábio Brotto, Brasil, Pesquisador e professor em Pedagogia da Cooperação & Metodologias Colaborativas

"O QUE OS EMPREGADORES SE PREOCUPAM, O QUE O MUNDO SE IMPORTA NÃO É O QUE VOCÊ SABE, MAS O QUE PODE FAZER COM O QUE SABE."

Tony Wagner, Estados Unidos, Educador e pesquisador reconhecido internacionalmente, com carreira ligada a Harvard University

"QUEREMOS QUE OS JOVENS SINTAM NÃO APENAS QUE ELES TÊM UM FUTURO, MAS QUE SÃO RESPONSÁVEIS PELO PRÓPRIO FUTURO. A COMEÇAR POR EXPRESSAR GRATIDÃO E SER ÚTIL À SOCIEDADE."

Bena Kallick, Estados Unidos, Ph.D e co-fundadora do The Institute for the Habits of Mind

"A TECNOLOGIA É UMA GRANDE ALIADA PARA FORNECER EFICIÊNCIA, AGILIDADE E GERAR ENGAJAMENTO."

Daniel Cleffi, Brasil, Head do Google for Education na América Latina

"PARA OS PAIS EM BUSCA DA ESCOLA CERTA, SUGIRO QUE REFLITAM: QUAL É O PROPÓSITO DA ESCOLA? E COMO O PROPÓSITO SE ALINHA AOS VALORES DE SUA FAMÍLIA?"

Damian Bebell, pesquisador e professor do Boston College Lynch School of Education

"QUAL É A RAZÃO PELA QUAL EU ACREDITO QUE PRECISAMOS DAS ESCOLAS PARA O FUTURO? E A RESPOSTA É A EDUCAÇÃO PARA AS HABILIDADES SÓCIO-EMOCIONAIS."

Marjo Kyllönen, Finlândia, Head of Education Development Services de Helsinque

"VOCÊ DEVE DESENVOLVER UM PLANO DE EMERGÊNCIA PARA LIDAR COM AS SUAS EMOÇÕES."

Dido Balla, República dos Camarões, Educador, mestre pela Johns Hopkins University, especialista em mindfulness e fundador do Mind Up Institute

RCE DIGITAL

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 Homsi, 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
/rcedigital

19º FÓRUM® EMPRESARIAL LIDE

DE 10 A 12 DEZEMBRO

Campos do Jordão - SP

O líder de todos os fóruns.

TEMA CENTRAL 2020

"BRASIL: COMO SUPERAR OS DESAFIOS FRENTE AOS CENÁRIOS NACIONAL E MUNDIAL"

Para mais informações, acesse: lideglobal.com

LIDE® GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS

Mais uma iniciativa LIDE.
Quem é líder, participa.

REALIZAÇÃO:

GRUPO DORIA®

SUMÁRIO

edição de julho

ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO
15 anos

16 **Carta**
Empatia e resiliência

18 **Entrevista**
Luiz Fernando Furlan analisa os grandes desafios brasileiros para as próximas décadas

46 **Quinze anos**
Credibilidade jornalística e uso da comunicação digital ajudam a consolidar a Revista LIDE

50 **Análise**
Pesquisas e testes constantes facilitam a melhora da experiência do cliente

54 **Panorama**
Ações com foco na sustentabilidade e proteção ambiental ganham força nas corporações

22 **Capa**
Quinze líderes empresariais revelam suas jornadas de aprendizado e indicam os caminhos para o futuro

62 **Infraestrutura**
Novo marco legal do saneamento abre as portas para importantes investimentos privados no País

68 **Especial**
Como alguns dos setores mais atingidos pela pandemia estão se preparando para a retomada

82 **Inovação**
Recursos disruptivos dependem mais da mudança de mindset e postura das empresas

88 **Setor**
Mudanças de hábitos por consequência do novo coronavírus devem favorecer modalidades de seguros

94 **Tendência**
Digitalização do mercado de compra e venda de veículos incorpora novas ferramentas

100 **Tecnologia**
5G: as oportunidades e os desafios da quinta revolução da internet

106 **Estratégia**
Crise promove a reavaliação dos principais métodos de administração e gestão de riscos financeiros

120 **Mercado**
Dark kitchens são impulsionadas pelo crescimento acelerado do delivery na alimentação

125 **Aconteceu**
Eventos on-line do LIDE debatem soluções para o ambiente de negócios

110 **Esporte**
A exclusividade de alguns dos mais belos campos de golfe do mundo

128 **Filiados**
Bank of America, Lojas Renner e GJP Participações integram o Grupo

116 **Barco**
Nova Intermarine 24M apresenta linhas elegantes e navegação impecável

EMPATIA E RESILIÊNCIA

GUSTAVO RAMPINI

A crise econômica e de saúde pública dos últimos meses, impactou de maneira definitiva a vida de todos os cidadãos brasileiros. Em um momento que muitos esperavam por conflitos e nervos aflorados, a união de forças chamou atenção e se fez presente nas mais diferentes esferas sociais. Além do papel preponderante de gestores públicos de estados e municípios, entidades e empresas arregaçaram as mangas para doar, não apenas recursos, mas também esperança.

Em meio a esse turbilhão de emoções, incertezas e desafios, a Revista LIDE celebra 15 anos, lança um novo site, e renova a confiança nos exemplos de empreendedorismo e boas práticas empresariais que sempre retratou em suas páginas. Para simbolizar esse espírito de resiliência que define todo e qualquer profissional de sucesso que atua no Brasil, a reportagem de capa dessa edição apresenta quinze grandes nomes do mundo corporativo, a experiência e o papel de cada um deles na busca por soluções e fortalecimento da economia - e que representam outros tantos igualmente admirados.

Na entrevista do mês, o atual chairman do LIDE e ex-ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2003 - 2007), Luiz Fernando Furlan, avalia as mudanças estruturais ocorridas no Brasil e que podem influenciar diretamente nosso crescimento. Outra reportagem especial faz um panorama sobre os principais setores afetados pela pandemia do novo coronavírus e como seus players estão planejando a retomada dos negócios.

Nesta edição, confira também como a sustentabilidade entrou de vez no radar das empresas e de que maneira elas atuam para proteger o meio ambiente, comunidades e ecossistemas produtivos. Para relaxar e melhorar a saúde, celebramos a prática do golfe, esporte número 1 entre executivos, por meio da seleção dos melhores campos ao redor do mundo.

Excelente leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM
DIRETORA EDITORIAL

L I D E

PUBLISHER
Celia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim
Celia Pompeia
João Doria Neto

EDITORA
Ana Lúcia Ventorim

COORDENADORES DE CONTEÚDO
Alan Cruz
José Claudio 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
Carolina Wehba
carolinawehba@grupodoria.com.br

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
DORIA EDITORA

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

CAPA
Montagem
Fotos: Arquivo

E daqui
pra frente?

TALENT MARCEL

O Safra só é o Safra porque,
há mais de 175 anos, está
sempre pensando sério
no "daqui pra frente".

Nossos especialistas têm
um cuidado especial a cada
escolha e a cada movimentação.

Daqui pra frente,
repense seus investimentos.

Abra sua conta agora.
Invista como
um especialista.

Safra

Central de Atendimento Safra Invest: 0300-105-1234 (de segunda a sexta-feira, das 8h às 21h30, exceto feriados). Atendimento a Portadores de Necessidades Especiais Auditivas e de Fala/SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800-772-5755 (atendimento 24 horas por dia, 7 dias por semana). Ouvidoria, caso já tenha recorrido ao SAC e não esteja satisfeito(a): 0800-770-1236 (de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, exceto feriados). www.safra.com.br

LUIZ FERNANDO FURLAN

PLANEJAR É PRECISO

MINISTRO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR (2003 - 2007), O ATUAL CHAIRMAN DO LIDE ANALISA OS PRINCIPAIS DESAFIOS BRASILEIROS PARA AS PRÓXIMAS DÉCADAS

Membro do Conselho de Administração da BRF S.A. e da Telefônica Brasil S/A, Luiz Fernando Furlan é um dos brasileiros com maior capacidade e experiência para apontar com riqueza de detalhes quais são nossos grandes erros e acertos na busca pelo crescimento e desenvolvimento socioeconômico.

Furlan foi Ministro de Estado no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior de 2003 a 2007 e também participou da gênese do LIDE - Grupo de Líderes Empresariais. O empresário atua hoje como membro de diversos grupos e organizações, como o Comitê de Líderes do MEI/CNI (Movimento Empresarial pela Inovação), Conselho Consultivo do Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial – ETCO, Instituto Ayrton Senna, Conselho da Fundação Amazonas Sustentável, CEBRI – Centro Brasileiro de Relações Internacionais e Conselho Supervisor da Japan House. Tamanho engajamento revela sua construtiva participação na vida empresarial brasileira.

Nesta entrevista, o empresário e chairman do LIDE fala sobre seu papel para a expansão do Grupo, além de avaliar as principais características do mundo corporativo nesse momento, com destaque para perspectivas para os próximos anos e a responsabilidade dos gestores na condução e estímulo de novas e boas práticas empresariais.

LIDE: De que maneira novas práticas e mudanças estruturais no País ajudaram os mais diferentes segmentos e negócios a evoluírem?

LUIZ FERNANDO FURLAN: É preciso levar em conta algumas modificações legais que aconteceram nesse período. Ainda na primeira década desse milênio, algumas novas leis criaram condições de facilitação empresarial. Eu destacaria a criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que proporcionou a legalização de milhões de empreendedores por meio de um sistema simples e de baixo custo. A Lei de Inovação Tecnológica também abriu caminho para muitos cientistas e inventores que não tinham condições de viabilizar o seu projeto. Com ela foi possível formar verdadeiros empresários. A Lei do Bem foi outra medida que reduziu tributos e facilitou a vida de toda essa área de pesquisa e desenvolvimento. Mais adiante, tivemos a reforma das regras trabalhistas, o que representava um atraso tremendo. O Brasil tinha uma legislação completamente distante da realidade. Por fim, a reforma da Previdência foi algo essencial, embora os efeitos venham apenas a longo prazo. No geral, aconteceram muitas medidas de redução de burocracia, sem contar o avanço da própria comunicação e tecnologia, facilitando operações financeiras e pagamentos. Inclusive, o surgimento dos bancos digitais e das fintechs, nos quais os custos são muito baixos para os usuários, acelerou o surgimento de novos negócios e investidores

DIVULGAÇÃO

Qual o perfil desse novo empreendedor e o que define o 'empreendedorismo moderno'?

Com a pandemia, muitos negócios tiveram que ser ajustados de maneira rápida. Um bom exemplo aqui no Brasil é o Magazine Luiza, uma empresa que não se desconectou do negócio tradicional, mas percebeu que o futuro é a internet e soube usar isso a seu favor. Portanto, o empreendedor moderno é muito mais ágil. As barreiras para empreender diminuíram muito, principalmente devido ao uso de tecnologias e o capital disponível no mercado. Tudo isso tem uma ligação direta com educação, temos milhares de jovens produzindo e procurando inovar.

A educação empreendedora pode contribuir para lidarmos melhor com crises como a que estamos vivenciando? De que maneira?

O que se demanda hoje no mundo dos negócios são características que nem sempre vem da escola tradicional. Talvez o grande nó da educação moderna esteja mais nos professores do que nos alunos. O evento da pandemia mostrou que as escolas que colocaram dinamismo nas aulas estão conseguindo maior sucesso. Eu diria que dentro de uma estrutura de governo, a área mais essencial de todas é a educação, mais que a saúde, pois melhorando a educação você diminui a disseminação de doenças e estimula hábitos saudáveis.

DIVULGAÇÃO

O Grupo LIDE é uma referência na promoção de debates, conteúdos, ideias e encontros que visam o aprimoramento da gestão pública e empresarial. Qual a sua maior satisfação de estar à frente da organização?

O LIDE têm uma característica importante, muitas vezes colocada por seu fundador: acreditamos que as coisas devem ser feitas de maneira correta, na hora certa e sem erros. Tudo é previsto e as pessoas são treinadas para atingirem a excelência. O meu desafio surgiu com a ideia do fundador de começar uma carreira política. Ao ser escalado, por alguma razão, para ficar em seu lugar, eu até me surpreendi, pois não tenho as características do João Doria. Eu sou mais informal, tenho mais idade e uma formação diferente. Com isso, o primeiro tema que eu coloquei ao Comitê de Gestão foi de que maneira manteríamos o LIDE em pé, com vitalidade, progredindo, agregando sempre, sem o líder fundador. A resposta que nós tivemos em pouco tempo veio da intensa colaboração de todos. Percebemos nesse tempo que o LIDE possui uma grande capacidade de adaptação, o que é visível nesse momento de pandemia, no qual, obviamente, eventos presenciais não são permitidos, mas o Grupo mantém uma agenda ativa de eventos digitais. Nossa equipe é formada por pessoas que não se desagregaram e que continuam seguindo a trilha do ideal que foi criado desde o início da organização.

O que falta para termos uma agenda focada na retomada do crescimento econômico e social?

Tenho participado de diversos seminários e webinários, inclusive com pessoas do mundo todo. É surpreendente quando ouvimos falar sobre os nossos problemas, pois eles são muito menores do que da maioria dos países. Temos um patrimônio ambiental que ninguém tem no mundo e, olhando pelo lado econômico, não temos dívida externa, as reservas brasileiras em moeda forte são suficientes para pagar toda a dívida do País e das empresas brasileiras, enquanto países vizinhos estão indo ao FMI pedir dinheiro emprestado. Temos sim uma enorme dívida interna, mas no fundo ela está sendo carregada por poupadores, fundos de pensão, aposentados, empresários, aplicadores, ou seja, todos nós temos um pedaço dessa dívida em dinheiro aplicado. Na realidade, é preciso uma mudança de âmbito cultural, precisamos de um líder que mostre um caminho, onde queremos chegar e o que temos que fazer para sermos competitivos, nós já temos ilhas de excelência.

As empresas mergulharam de vez em um processo de disrupção tecnológica, como o setor público pode se beneficiar ainda mais do avanço da tecnologia?

Tudo o que é digitalizado e modernizado acaba tirando poder das pessoas. No momento que se avançar na modernização do estado brasileiro, provavelmente se identificará milhares de pessoas improdutivas ou em posições desnecessárias. Além da tecnologia, existe também a dificuldade de encontrar bons profissionais que aceitem assumir cargos públicos. De uma maneira ou de outra isso causa exposição, assusta muita gente que poderia levar sua experiência para contribuir tanto no legislativo como no executivo.

Qual será o impacto da pandemia nas relações internacionais entre governos e empresas? Que lições vamos tirar dessa experiência?

A pandemia é um divisor de águas no mundo inteiro. Não houve na história recente algo que conseguisse paralisar o planeta dessa maneira. Ocorreu uma imensa destruição de riqueza, o que pode gerar um momento de grande criatividade, pois o mundo que emerge do pós-pandemia não vai ser igual. As experiências de trabalho remoto, de cooperação internacional, de uso da tecnologia, compartilhamento de informação e dados, mostram que a solidariedade entre as pessoas será mais visível no dia a dia. A pandemia despertou na sociedade e nas organizações essa capacidade de ser solidário, de entender que ninguém vai resolver o problema sozinho. Ao mesmo tempo, ficou claro que o atual modelo de globalização e interdependência também precisará ser ajustado. Mas o grande debate será entorno da sustentabilidade, a questão da água será algo crítico nas próximas décadas e o Brasil tem grandes reservas. Esse tesouro precisa ser preservado e valorizado por meio da economia sustentável.

Aos olhos do mercado, quais serão os grandes temas do ambiente corporativo nos próximos anos no Brasil?

Mais e mais consumidores vão valorizar as empresas que respeitam e têm certificações sustentáveis. Produtos que não respeitarem a sustentabilidade deverão receber medidas protecionistas de países desenvolvidos, então o tema tem um valor intrínseco. O Brasil é o país com o uso mais intenso de energia sustentável, no entanto, estamos na defensiva como se fossemos os vilões. O compromisso ambiental que o Brasil assumiu de redução de emissões são totalmente viáveis se comparado a outros grandes países. Esta será uma de nossas grandes bandeiras nos próximos anos.

Há um ano, os associados do LIDE elegeram três temas para guiar as ações e debates do Grupo. O primeiro foi educação, o segundo assunto foi reforma tributária e simplificação da burocracia e o terceiro foi a própria sustentabilidade. Esses três tópicos podem colocar o Brasil no time de nações de primeiro mundo. ■

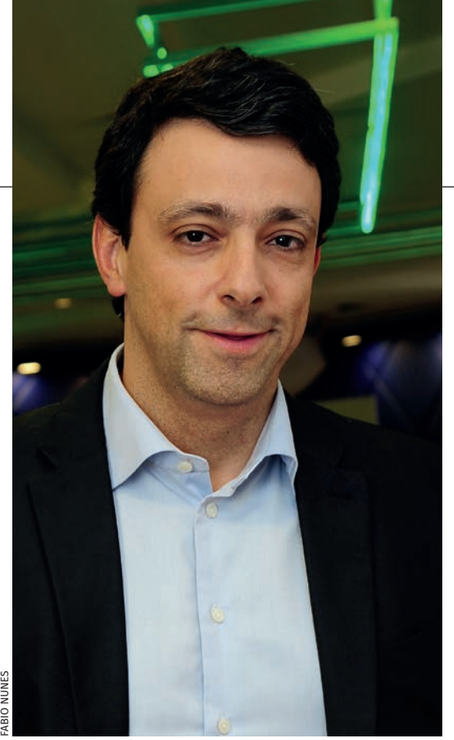
LÍDERES DE GRANDES EMPRESAS REVELAM COMO VENCER DESAFIOS E INDICAM OS CAMINHOS PARA O FUTURO

LEGADO

A Revista LIDE completa 15 anos. Ao longo de sua história, focou-se no conteúdo de qualidade e nos assuntos que são mais relevantes para o seu público, composto por presidentes, CEOs e altos executivos de renomadas companhias. Especialmente neste momento em que a notícia tem valor essencial e os exemplos de gestão são renovados, a pluralidade é imprescindível.

A LIDE produziu, nesta edição especial, uma ampla reportagem com realizações, ideias e metas de quinze principais lideranças empresariais do Brasil, sendo que alguns já estamparam a capa da revista, na qual foi possível aprofundar a história pessoal e os detalhes de suas conquistas. Com origens, experiências e características diferentes, eles se igualam pela capacidade de superação e visão inovadora. A preocupação em gerir empresas saudáveis financeiramente, se estende também no zelo que cada um deles mantém sobre questões como igualdade de gênero, sustentabilidade e desenvolvimento social. Nas próximas páginas, estes e outros aspectos, além de suas reflexões, ajudam a definir o perfil de um profissional de sucesso.

123RF



FABIO NUNES

Leonardo Framil

CEO da Accenture

Leonardo Framil está na Accenture desde 1992 e traçou uma carreira em diversos segmentos e cargos, até ser convidado, neste ano, a fazer parte do Global Management Committee (GMC), o quadro consultivo global da companhia. No período de atuação como CEO, a Accenture liderou oito aquisições e recebeu diversos reconhecimentos externos em inovação (Forbes, LIDE, Conarec, Whow, 100 Open Startups).

"Durante meus quase 30 anos trabalhando com consultoria, tive a oportunidade de atuar na transformação de grandes companhias da região, em especial, do setor financeiro, sendo alguém que, reconhecidamente, soube desenvolver relações de confiança com os seus clientes. Desde que assumi o cargo de presidente da Accenture no Brasil e América Latina, vi a empresa crescer e desenvolver um sólido ecossistema de inovação trazendo startups, empresas de tecnologia, clientes e o melhor da Accenture local e global. Tive a fantástica experiência de viver a transformação digital da empresa", conta o executivo.

"A Accenture auxiliará seus clientes a formar a melhor força de trabalho para o mundo digital"

A Accenture é uma empresa líder global em serviços profissionais, com ampla atuação em estratégia e consultoria, interatividade, tecnologia e operações, sustentada por capacidades digitais em todos estes serviços. Com essa expertise, Framil avalia o impacto massivo que a tecnologia tem causado em todas as indústrias. "Mais do que cortar custos e esperar a crise passar, é preciso entender que houve uma profunda transformação da vida em sociedade; e ela veio para ficar. A Accenture se transformou profundamente nos últimos anos para ser a parceira de negócios de seus clientes e acompanhar todos nessa trajetória de mudança, que a pandemia tanto acelerou", afirma Framil.

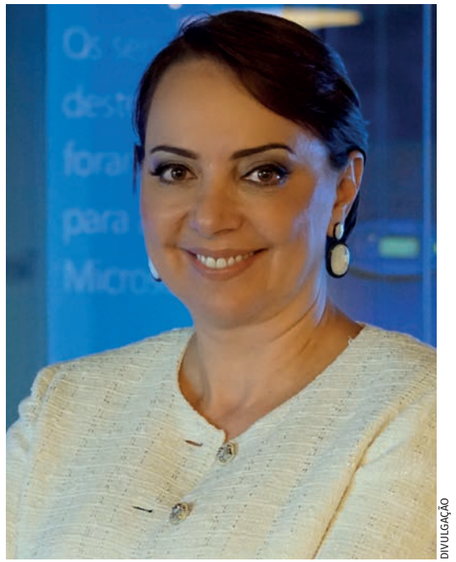
Tânia Cosentino

Presidente da Microsoft Brasil

Com mais de 30 anos de experiência, Tânia Consentino ganhou reconhecimento nacional e internacional graças ao seu trabalho relacionado à eficiência energética, transformação digital, direitos humanos, diversidade e inclusão. Desde 2009, a executiva passou a se conectar com vários projetos importantes, entre eles o ONU Mulheres e o Pacto Global, todos de diversidade e inclusão, agenda sustentável, mudanças climáticas e meio ambiente.

Essa bagagem faz com que Tânia seja a principal responsável por contribuir com o processo de transformação digital dos clientes da Microsoft, tornando a companhia um parceiro estratégico que os ajuda a ingressar nessa nova realidade do mercado e da sociedade. "Nós assumimos o compromisso de democratizar a inteligência artificial e acredito que nos próximos 15 anos nossa tecnologia terá ajudando ainda mais empresas a transformarem seus negócios no Brasil e no mundo. Também manteremos o compromisso de investimento constante em inovação e em contribuir para qualificação e requalificação de profissionais em tecnologias inovadoras", enfatiza.

Além disso, o desafio de ser mulher em um ambiente predominantemente masculino faz parte de sua trajetória. "Quando me tornei líder, percebi que a minha voz tinha um peso na organização, mas também notei que existiam menos mulheres em cargos de liderança. Então decidi que deveria trabalhar como uma ativista pelas minorias, começando com a promoção de um ambiente de trabalho saudável e educando todos os colaboradores. Tenho para mim a responsabilidade, que compartilho com meu time de liderança, de implementar iniciativas que ajudem na evolução desse cenário e que amplie a oferta de oportunidades igualitárias tanto para mulheres como para homens", afirma.



DIVULGAÇÃO

"Quero que a pluralidade da sociedade esteja representada na Microsoft"

Sylvia Brasil Coutinho

Presidente do UBS no Brasil

Antes de se juntar ao UBS, Sylvia Coutinho passou 29 anos em cargos de liderança no Citibank e no HSBC em diversas áreas e países. Foi responsável pela gestão e direção estratégica de setores como Asset Management, Emerging Markets, Varejo, Seguros e Wealth Management. No UBS, a executiva também acumula o cargo de Head da área de Wealth Management para a América Latina desde 2018.

Sylvia diz que o banco tem atendido empreendedores por gerações, e a proximidade com os clientes é muito grande, mas isso não seria possível sem muito investimento em pessoas e tecnologia, o que mostrou mais do que nunca os seus benefícios durante esta pandemia, quando foi possível deslocar equipes inteiras ao redor do mundo para que rapidamente pudessem atuar remotamente e com altos índices de produtividade. "Acredito que a estratégia do UBS é perfeita para um banco global, e acrescentaria nesta estratégia o foco em parcerias com grandes bancos locais. Assim, o modelo deve se manter, acelerando ainda mais os investimentos ao redor do mundo em tecnologia e na interação digital, proporcionando uma experiência cada vez mais diferenciada aos nossos clientes corporativos e pessoa física", afirma.

Além de ser um agente muito importante para o setor de Impact Investing e de ter assumido compromissos com as iniciativas de valorização do meio ambiente e do agronegócio, o UBS também tem atuado e estimulado ações de filantropia entre seus clientes. Exemplo disso é o Prêmio Visionaris, oferecido pelo banco aos empreendedores sociais que se destacam anualmente. "Acreditamos que um empreendedor social é uma pessoa extraordinária, que usa sua visão, criatividade e determinação não apenas para o seu próprio negócio, mas também para planejar soluções que minimizem problemas sociais complexos", compartilha.

"Temos a missão de ajudar as empresas brasileiras e os investidores a alavancar o mercado de capitais"

JULIO VILELA

Energia, logística e liderança impulsionam um país.

raízen

rumo

move

comgas

A gente segue com o Brasil em movimento. Da produção à exportação, do agro até a sua mesa, em cada esquina, você pode contar com a nossa energia.
E o empresariado brasileiro conta com o Lide, para a troca de experiências e ideias para desenvolver os negócios do país.

Parabéns, Revista Lide, pelos seus 15 anos.

cosan
parceira na sua corrida

DIVULGAÇÃO

José Carlos Magalhães

CEO do UnitedHealth Group Brasil

Especializado em pediatria, o médico José Carlos Magalhães trabalha na área da saúde há 35 anos, com vasta experiência em gestão de serviços médicos, modelos de saúde e atenção direta aos pacientes. Desde setembro de 2019, o executivo é CEO do UnitedHealth Group Brasil, ápice de uma sólida carreira que se inicia no Hospital de Clínicas Mario Lioni, em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, pertencente ao então Grupo Amil. Depois de exercer diversas funções de liderança no grupo, nos últimos sete anos trabalhou diretamente em cada um dos mercados da UnitedHealthcare Global em que há redes de hospitais. Foi CEO de Medical Delivery nas Empresas Banmédica (com operações no Chile, na Colômbia e no Peru), além de CEO da Lusíadas Saúde, em Portugal.

"Queremos uma organização em que o beneficiário e o paciente se sintam no centro de tudo o que fazemos"

Magalhães destaca que acessibilidade, valor em saúde e a experiência do beneficiário e do paciente são questões-chave para qualquer sistema, principalmente na UnitedHealth Group Brasil. "Como uma empresa líder, que oferece planos de saúde Amil a quase 6 milhões de brasileiros e uma rede de serviços médico-hospitalares com 33 hospitais e centenas de clínicas, temos a oportunidade de contribuir de forma essencial a quem servimos e, de uma maneira mais ampla, para que o sistema de saúde brasileiro funcione melhor para todos", enfatiza.

De maneira conjunta, as competências das empresas do Grupo permitem ajudar a viabilizar o acesso a cuidados de mais qualidade, reduzir custos, aumentar a transparência e a produzir resultados de saúde ainda melhores. "Temos a missão de ajudar as pessoas a viver de maneira mais saudável e contribuir para que o sistema de saúde funcione melhor para todos. Guiados por essa missão, temos a oportunidade de impactar verdadeiramente a sociedade e a vida de nossos clientes e pacientes. Nossa missão é nosso legado, com ações que espelhem nossos valores", diz José Carlos Magalhães.

DIVULGAÇÃO

Pablo Di Si

Presidente e CEO da Volkswagen América Latina

Em outubro de 2017, Pablo Di Si, então Presidente e CEO da Volkswagen Argentina, assumiu a posição de Presidente e CEO da Volkswagen Região SAM (América do Sul, América Central e Caribe) e Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil. O profissional iniciou sua carreira no grupo em 2014. Anteriormente, ocupou posições-chave nas áreas de Finanças e Desenvolvimento de Negócios na FCA nos Estados Unidos e no Brasil. O executivo foi eleito, em abril de 2017, presidente da AHK Argentina (Câmara de Indústria e Comércio Argentina – Alemanha).

Logo após o início da retomada das atividades, a Volkswagen do Brasil deu início à produção na fábrica da Anchieta, em São Bernardo do Campo, de seu mais novo veículo: o VW Nivus. Além do pioneirismo de ser o primeiro modelo da empresa desenvolvido no Brasil e que será produzido e comercializado no mercado europeu; inaugurar a central de infotainment VW Play – uma nova era em conectividade, streaming e serviços –; o VW Nivus também quebra o paradigma de ser desenvolvido sem a necessidade de um protótipo físico em nenhuma de suas fases, ou seja, foi concebido de maneira 100% digital.

"Daqui do Brasil, projetamos um carro global, para fazer sucesso nos mercados mais competitivos do mundo"

"Com isso, diminuímos o tempo do projeto em 10 meses, ao realizar testes e validações virtualmente, e tornamos os processos mais eficazes e com significativa redução de custos", lembra Pablo Di Si. Para o executivo, o Nivus passa a ser o coração da Nova Volkswagen, principalmente nesse momento de retomada. "Daqui do Brasil, projetamos um carro global, para fazer sucesso nos mercados mais competitivos do mundo. Por isso, a chegada às concessionárias no Brasil, programada para o início de agosto é motivo de orgulho e otimismo para todos nós", completa.

Guilherme Benchimol

CEO e fundador da XP Investimentos

Nascido do Rio de Janeiro, Guilherme Benchimol formou-se em economia em 2000 e iniciou carreira em uma corretora de valores, onde era responsável por atrair novos clientes. Nos anos seguintes, Benchimol começaria uma trajetória de aprendizado e experiências que o levariam a criar a XP Investimentos, em 2002. Atualmente, a XP Inc., na qual é também o CEO, abriga empresas como as corretoras de valores Clear e Rico.

Com o objetivo de continuar democratizando os investimentos e todos os produtos financeiros para os brasileiros, acima de tudo levando educação financeira e empoderando a sociedade com conhecimento, Benchimol explica que o sistema financeiro é altamente concentrado e competir contra os grandes bancos não é um desafio trivial. "Teremos um enorme trabalho pela frente, mas estamos confiantes que com a nossa cultura e, acima de tudo, foco no cliente, seremos capazes de construir um Brasil melhor".

RAFAEL BARANDA

"Um país próspero é feito de empreendedores que investem no Brasil, geram empregos e trazem competição e inovação para todos nós"

Lembrado por seu ímpeto empreendedor e determinação, segundo o empresário, o grande desafio de todo líder é exercer a meritocracia na empresa. "Procuramos ter as pessoas certas, na posição correta, com as metas e o alinhamento adequados e envolvidos na cultura da empresa. Todo o resto me parece uma consequência dessas escolhas. Se tudo isso estiver alinhado, você conseguirá atingir metas impossíveis e voar cada vez mais alto", constata.

Noël Prioux

CEO do Grupo Carrefour Brasil

Noël Prioux 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 34 anos no Grupo Carrefour, o executivo iniciou trajetória na companhia em 1984 e ocupou diversas posições dentro do setor de hipermercados na França, atuando também como diretor-executivo do Carrefour S.A. e de subsidiárias na Turquia, França, Colômbia, sul da Ásia e Espanha.

Ao trabalhar em diversas partes do mundo, o executivo conviveu com diferentes culturas. Hoje, Prioux enaltece a maneira como as pessoas conseguem se adaptar para encontrar as mais variadas soluções. "Por tudo que eu passei e vivi, aprendi a tirar força disso. Eu consigo ver que não há barreiras quando se tem determinação e vontade. É importante se desafiar. Um verdadeiro líder não pode esperar. Ele tem que dar o exemplo, indicar o caminho. Por mais difícil ou polêmica que seja a decisão, ela tem que ser tomada. E essa capacidade de adaptação que eu vi ao redor do mundo me ajudou a tomar decisões rápidas".

Há 45 anos no País, o Grupo Carrefour Brasil é líder de mercado de distribuição de alimentos. A partir de uma plataforma omnicanal e multiformato, reúne operações de varejo e Cash & Carry, além do Banco Carrefour e de sua divisão imobiliária, o Carrefour Property. "De maneira geral, em 15 anos, espero, de verdade, poder ver uma mulher como presidente do Grupo Carrefour. Isso seria muito interessante. Não só no Grupo, mas em outras grandes empresas. É o momento de isso acontecer. E, nesse mesmo tema, espero ver uma melhor equidade entre mulheres e homens e diferentes perfis de funcionários", projeta Prioux.

"O Grupo Carrefour já é considerado uma empresa bastante plural e diversa, mas acredito que ainda há bastante para alcançar"

EUGENIO GOULART

Octavio de Lazari Junior

Diretor-presidente do Bradesco

MAURINO BORGES

Iniciando sua carreira no Banco Bradesco S.A. em setembro de 1978, Octavio de Lazari Junior foi eleito diretor-executivo adjunto em janeiro de 2012, diretor-executivo gerente em fevereiro de 2015 e diretor vice-presidente executivo em maio de 2017. Em março de 2018, foi eleito diretor-presidente, cargo que ocupa atualmente.

Um dos bancos líderes do setor financeiro no Brasil, o Bradesco cresceu e evoluiu acompanhando as tendências e os ciclos econômicos do País, por isso mantém desafios claros para os próximos anos. "Os bancos vivem o contexto dos desafios em série com a crescente digitalização dos meios de pagamento e formas de atendimento ao cliente. Acho que estamos conseguindo lidar satisfatoriamente com esse momento de mais competição e novas alternativas. Mas o que vem pela frente tem outra configuração. É um conjunto de mudanças em múltiplas dimensões, desde o funcionamento o modelo de trabalho das empresas até a forma de amparo necessário para a população vulnerável. Será tempo de buscar a melhora dos padrões de competitividade, da eficiência e da capacidade inovadora, sem esquecer as pessoas e o meio ambiente", diz.

Para Lazari Junior, um dos diferenciais do Bradesco é o sistema que permite a valorização dos quadros formados na casa. "É um sistema único, por permitir a todos oportunidades e desafios de crescer na carreira. É um modelo criado para identificar vocações. Todos passam pelas diferentes funções e atividades que compõem o setor bancário. Nos tornamos especialistas e crescemos na função executiva ao longo do tempo", garante.

"Nosso negócio vai premiar aquele que conseguir ter eficiência operacional crescente e chegar mais próximo ao desejo do cliente"

Carlos de Barros

CEO da Dasa

WELLINGTON NEMETH

"Já estamos preparados e temos a oportunidade de cuidar das pessoas que estarão mais conscientes e abertas a um novo olhar para a saúde"

Graduado em Engenharia Mecânica e Economia, com menção honrosa, pela Universidade de Stanford, Carlos de Barros atua como diretor geral/CEO da Dasa desde janeiro 2019. Entre 2015 e 2018 atuou como vice-presidente financeiro/CFO. Barros foi sócio da Gávea Investimentos entre 2008 e 2014, sendo responsável por investimentos da gestora no mercado de saúde, entre outros setores.

Apesar de muito jovem, o executivo acumula a participação nos conselhos de administração do Grupo Hermes Pardini, IdealInvest, RBS Comunicações e Rumo Logística, além de ter passagens por JPMorgan, Morgan Stanley e KKR. "Me sinto um privilegiado porque dediquei dez anos da minha vida trabalhando e estudando fora do Brasil, nos Estados Unidos. Antes de voltar, passei dois meses dando aula para crianças carentes na África, que me fez perceber as reais necessidades da vida e me ensinou a importância de termos um propósito nobre na vida pessoal e profissional", reflete.

Barros diz que a Dasa tem visão de longo prazo e desenvolve inovação em saúde para promover medicina inteligente, preditiva e personalizada, para ampliar o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas e colaborar com o setor de saúde mais sustentável. "Prezamos a excelência de nossos serviços e temos foco total no paciente, nossa razão de existir e para quem desenvolvemos nosso negócio. Estamos conectados aos nossos pacientes para atendê-los com qualidade e agilidade e também aos médicos que os assistem. A pandemia deixará a importância do investimento em saúde e ciência. E prevenção e cuidados nesse contexto, por meio do uso inteligente de dados, é parte disso", descreve.

SUA EMPRESA
REDUZ IMPACTOS
NO MEIO AMBIENTE?
ENTÃO ELA ACABA
DE REDUZIR
NOSSA TAXA
DE JUROS TAMBÉM.

Chegou o **Financiamento Verde Santander.**

O banco do agronegócio sustentável, em parceria com a FS Bioenergia, está destinando 180 milhões de reais para um modelo de financiamento verde inédito no Brasil. Agora, a taxa de juros para sua empresa poderá variar de acordo com metas ambientais como: melhoria da eficiência da operação, informações da Global Reporting Initiative e certificação de bonds padrão CBI. Isso é bom para o meio ambiente e melhor ainda para o agronegócio.

FS Fueling Sustainability
ENERGIA QUE ABASTECE O BEM

O QUE
A GENTE
PODE
FAZER
POR VOCÊ
HOJE?

Santander

Sujeito a análise de crédito e enquadramento da operação como financiamento verde. Consulte seu gerente.

Sidney Klajner

Presidente da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein

FÁBIO H. MENDES

"O foco no paciente é nossa premissa e será aprimorado de acordo com as evoluções científicas, sociais, políticas e culturais do Brasil"

Especializado em cirurgia de aparelho digestivo com mais de 20 anos na área, membro do Conselho de Administração do Instituto Coalização Saúde, além de professor do MBA Executivo em Gestão de Saúde do Einstein, na disciplina "O Mercado de Saúde no Brasil e no Mundo: Estrutura e estratégias", o médico Sidney Klajner está à frente do melhor hospital da América Latina e um dos 50 melhores do mundo, segundo a revista Newsweek.

Klajner iniciou sua trajetória no Einstein em 1998 e ocupou a vice-presidência do hospital entre 2010 e 2016, ano em que assumiu a presidência da organização, cargo que ocupo até hoje. "Estamos liderando a mudança de paradigma na assistência, investindo nas unidades de atenção primária, as chamadas Clínicas Einstein. Elas estão localizadas em algumas regiões da capital paulista, como em Alto de Pinheiros, Ibirapuera, Anália Franco e na Zona Sul no Parque da Cidade. Trata-se de um modelo que, além de atender corretamente a necessidade dos pacientes, também contempla o uso racional de recursos e evita desperdícios", sinaliza.

Segundo o médico, uma das marcas do Einstein é a capacidade de produzir as mudanças, enxergando as oportunidades que o futuro nos oferece. Alguns caminhos já estão claros. "O primeiro é a necessidade de investimento na prevenção das doenças. Hoje, as principais causas de mortalidade estão associadas a enfermidades crônicas, como diabetes, obesidade e câncer, que poderiam ser reduzidas com a prevenção e o diagnóstico precoce. Além disso, com o aumento da longevidade, se nada for feito no sentido da prevenção, haverá o estrangulamento da capacidade de atendimento em serviços públicos e privados, podendo inviabilizar a assistência em muitos deles", avalia.

Obras iniciadas

Foto do living do decorado

Aptos. de 143 m²* | 4 *dorms. ou 3 suítes*

Sofi Campo Belo

Imagem ilustrativa

Bem-estar em cada detalhe.

Conheça o Sofi Campo Belo, um projeto completo e bem localizado, na esquina da Rua Gabriele D'Annunzio com Princesa Isabel. Aqui o bem-estar foi pensado em cada detalhe.

- Grande terreno com torre única
- Hall privativo
- Área de lazer pensada para toda a família e com equipamentos Life Fitness

Rua Gabriele D'Annunzio, 226 (esquina com a Rua Princesa Isabel)
(11) 4118-6622 tegraincorporadora.com.br/sofi

Horário de funcionamento: durante a semana, das 12h às 18h, e no final de semana, das 10h às 16h.

Intermediações: TEGRA Vendas
Realização e Gerenciamento: GRUPO VICTOR MALZONI
Realização e Construção: TEGRA INCORPORADORA

ASSOCIADO ABRAINC

LANÇAMENTO: CONDOMÍNIO SOFI CAMPO BELO. Incorporadora responsável: SIQUEM SPE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A., sociedade anônima, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 14.119.406/0001-00, com sede na Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 3.477, 19º andar, Torre Sul, sala 1, Itaim Bibi, CEP 04538-133, São Paulo/SP. Projeto arquitetônico: Jonas Birger. Projeto paisagístico: Neusa Nakata. Projeto de arquitetura de interiores: Debora Aguiar. Memorial de Incorporação registrado sob o R.1, matrícula nº 247.909, em 23/9/2019, no 15º Oficial de Registro de Imóveis de São Paulo. As informações constantes do Memorial de Incorporação e dos futuros instrumentos de compra e venda prevalecerão sobre as divulgadas neste material. Todas as imagens e perspectivas aqui contidas são meramente ilustrativas. As tonalidades das cores, formas e texturas podem sofrer alterações. Os acabamentos, quantidade de móveis, equipamentos e utensílios serão entregues conforme o memorial descritivo do empreendimento e projeto de decoração. Os móveis e utensílios são sugestões de decoração com dimensões comerciais e não fazem parte do contrato de aquisição da unidade. As medidas dos apartamentos são internas e de face a face. A vegetação exposta é meramente ilustrativa, apresenta o porte adulto de referência e será entregue de acordo com o projeto paisagístico, podendo apresentar diferenças de tamanho e porte. Demais informações estarão à disposição no plantão de vendas. Este material é preliminar e está sujeito a alteração sem aviso prévio. Intermediações: Tegra Vendas – CRECI J-28.638; *O hall do elevador social está incluso na área privativa total da unidade. Os stands de vendas estão com horário de funcionamento restrito. A entrada de clientes nos stands se dará mediante a aferição da temperatura, higienização das mãos e uso de máscara facial. Caso o protocolo não seja respeitado ou o cliente apresente temperatura corporal acima de 37,5°, a entrada no stand de vendas será vedada.

Carlos Sanchez

Presidente do Conselho de Administração do Grupo NC

Economista formado e pós-graduado pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP, com cursos também no exterior, Carlos Sanchez iniciou a carreira trabalhando com o pai, Emiliano Sanchez, empreendedor e fundador da indústria farmacêutica EMS. Carlos Sanchez assumiu a direção da empresa em 1988, aos 26 anos, e transformou a EMS na maior farmacêutica no Brasil, líder de mercado há 14 anos consecutivos.

A EMS pertence ao Grupo NC, um dos 130 maiores grupos econômicos do Brasil, com mais de 8 mil colaboradores e várias empresas. "A EMS tem apresentado um histórico de destacada taxa anual de crescimento e pretende continuar expandindo seus negócios de maneira acelerada também nos próximos anos, levando adiante a sua missão de cuidar das pessoas. Também permanecemos com o nosso processo de expansão fabril, mantendo os planos para aumento da capacidade produtiva, abastecendo o mercado farmacêutico nacional e atendendo as necessidades da população onde quer que ela esteja", afirma.

Carlos Sanchez diz que a ampliação do acesso a medicamentos é o grande legado da EMS. "Como empresa de um setor essencial, acreditamos, ainda, que é muito importante extrapolar o nosso *core business* e ter uma atuação cada vez mais incisiva em responsabilidade social. Ao longo dos anos, temos firmado diversas parcerias pelo país nas áreas socioeducacionais, ambientais, culturais e esportivas porque temos convicção de que a promoção da saúde está diretamente ligada à construção de uma sociedade mais justa e com mais oportunidades para todos", destaca.

"Mais do que ter me permitido uma experiência intensa em gestão de negócios, a EMS é uma experiência incrível de vida"

DIVULGAÇÃO

Roberto Sallouti

CEO do BTG Pactual

DIVULGAÇÃO

Roberto Sallouti é CEO e membro do Conselho de Administração do BTG Pactual. Ingressou no Banco em 1994 e tornou-se sócio em 1998. Ao longo da sua carreira, foi responsável pelas áreas de renda fixa local e internacional, antes de tornar-se COO (Chief Operating Officer) em 2008. Em 2015, passou a ser CEO do Banco. É membro dos Conselhos da Febraban, do Mercado Livre e do Banco Pan.

Maior banco de investimentos da América Latina, no início de julho, o BTG anunciou a concessão de R$ 3 milhões em crédito para ajudar micro e pequenos empreendedores de todo País, em especial aqueles de regiões interioranas. Por meio de fintechs de pagamento, o banco está disponibilizando uma linha com o objetivo de minimizar os efeitos da crise causada pela pandemia do novo coronavírus. "Nosso objetivo é apoiar os nano, micro e pequenos empreendedores, que neste momento lutam para manter as portas abertas, mas têm dificuldade em acessar linhas de crédito emergenciais. São pessoas que criam empregos, giram a economia e têm papel fundamental na dinâmica da nossa sociedade", destaca Sallouti.

"Seguimos focados na visão estratégica das nossas diversas frentes de atuação digital"

O BTG Pactual atua nos mercados de Investment Banking, Corporate Lending, Sales & Trading, Wealth Management e Asset Management. Desde sua criação, em 1983, a instituição tem sido administrada com base na cultura meritocrática de partnership, com foco no cliente, excelência e visão de longo prazo. "Estamos muito satisfeitos com o desempenho do nosso negócio. Tivemos novamente crescimento expressivo em diversas áreas, com destaque para as atividades de Asset e Wealth Management e de Investment Banking", afirma Roberto Sallouti.

RICARDO CARDOSO

Daniel Mendez

Presidente e fundador da Sapore

Nascido no Uruguai, Daniel Mendez veio para o Brasil aos 11 anos. Aos 13, começou a trabalhar como garçom no restaurante da família, no interior do Rio Grande do Sul. No fim dos anos 1980 mudou para Campinas, no interior de São Paulo, para inaugurar a filial de uma empresa de refeições coletivas, na qual já atuava há algum tempo. Anos depois, saiu da companhia e decidiu montar seu próprio negócio. Em 1992, fundou a Sapore e fechou o primeiro ano de atuação com sete clientes e 6 mil refeições/dia.

Sua postura inovadora contribuiu para a quebra de paradigmas no mercado ao lançar soluções e metodologias inéditas em processos, produtos e perfil de pessoas. "Queremos ser a maior e melhor empresa do nosso segmento, por meio de crescimento orgânico e aquisições. Para os próximos 15 anos, vamos aproveitar o know how adquirido em nossa trajetória para estarmos mais próximos dos clientes, tomando decisões mais rápidas e assertivas. Acredito que minha experiência agrega com base na visão, tanto nas unidades e clientes já existentes como nos novos. É isso que contribui para tomadas de decisão mais rápidas e assertivas", indica.

Com sua gestão, Daniel Mendez criou a maior empresa latino-americana de restaurantes corporativos. Hoje, a empresa possui 1300 restaurantes por todo o País, produz mais de um milhão e trezentas mil refeições dia e emprega mais de 17 mil colaboradores. "A Sapore transformou o segmento, substituindo refeitório por restaurantes corporativos ou praça de alimentação. Também acreditamos na cultura de 'dono', ou seja, tratar cada cliente como único", afirma Mendez.

"Continuaremos uma companhia sustentável, inovadora, tecnológica, referência em boas práticas e gestão"

BANCO PINE
PINE4 NÍVEL 2

AGILIDADE DIGITAL
PARA SEU NEGÓCIO

Temos mais de 20 anos de trajetória, mas o nosso propósito permanece o mesmo desde o início: financiar rápido e servir bem milhares de empresas, em benefício das pessoas.

E seguimos em evolução constante para sermos cada vez mais digitais. Tudo para oferecer nossa expertise de forma ágil aos nossos clientes.

Não deixamos de lado a transparência e o atendimento personalizado, que vêm sendo a marca da credibilidade que conquistamos em mais de duas décadas de mercado.

Muito prazer, somos o Banco Pine.

ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS | CÂMBIO | CRÉDITO | DERIVATIVOS | SEGUROS | PRODUTOS ESTRUTURADOS

Conheça nosso site:

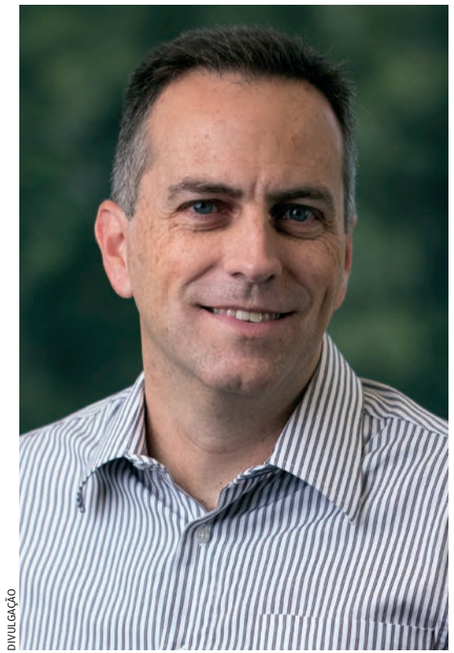
www.pine.com

/bancopine

Roberto Marques

Presidente executivo do Conselho do Grupo Natura &Co

Principal executivo da quarta maior empresa de produtos de beleza do mundo com as marcas Natura, Avon, The Body Shop e Aesop, Roberto Marques desenvolveu a abordagem global, multicanal e multimarcas que culminou na formação da holding. Com experiência internacional e histórico de transformação no setor de bens de consumo, anteriormente atuou em cargos de liderança na Johnson & Johnson e na Mondelez ao longo dos seus 35 anos de experiência.



DIVULGAÇÃO

"Entendemos o momento crítico em que vivemos e o papel que as empresas precisam desempenhar para se engajarem e se comprometerem com uma sociedade melhor, mais sustentável e mais inclusiva e, por isso, trazemos um plano abrangente de sustentabilidade que intensificará nossas ações para enfrentar algumas das questões globais mais urgentes. Ainda precisamos fazer muito mais para sermos a geração que restaura nosso planeta e trabalha uma sociedade mais justa. Alinhada aos nossos princípios orientadores, a Natura &Co espera fazer parte do diálogo e da solução", detalha.

Entre outras metas, a Natura &Co pretende aumentar o seu compromisso de ser uma empresa que retribui à sociedade por meio de suas quatro marcas, aumentando em 20%, a até US$ 600 milhões, os investimentos nas principais causas nas quais atua (como ações de desenvolvimento sustentável, conscientização sobre o câncer de mama, combate à violência doméstica e educação). "Somos a geração que tem o conhecimento e a tecnologia para conter o aumento das temperaturas globais, pôr um fim à questão global dos resíduos e criar condições de menos desigualdade para aqueles que mais necessitam. Mas precisamos avançar ainda mais rápido", avalia.

"Precisamos agir e sermos ainda mais responsáveis pelo que fazemos"

JHSF

TODOS OS EMPREENDIMENTOS JHSF REAL ESTATE REUNIDOS NA MELHOR LOCALIZAÇÃO: A PALMA DA SUA MÃO.

JHSF REAL ESTATE SALES

BAIXE O APP JHSF REAL ESTATE SALES E LEVE SUA CABEÇA PARA PASSEAR.

Baixar na App Store

DISPONÍVEL NO Google Play

Conheça os inovadores projetos JHSF Real Estate Sales.
As melhores localizações em empreendimentos de campo e residências, com plantas integrando arquitetura e paisagismo, pensadas para renovar o seu dia, todos os dias.

JHSF

TracyLocke

DIVULGAÇÃO

Rubens Ometto Silveira Mello

Presidente do Conselho de Administração da Cosan Limited

Com mais de 30 anos de experiência na gestão de grandes empresas, nas áreas administrativa e financeira, antes de ingressar na Cosan, Rubens Ometto atuou de 1971 a 1973 como assessor da diretoria do Unibanco - União de Bancos Brasileiros S.A. e entre 1973 e 1980 como diretor financeiro da Votorantim. Um dos empresários mais atuantes no setor do agronegócio, o empresário participou da fundação da Unica – Associação Brasileira da Indústria de Cana e, desde 2015, é membro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial (CNDI).

Rubens Ometto é atualmente presidente dos Conselhos de Administração da Cosan Limited, Cosan S.A, Comgás e Raízen, além de acionista controlador das empresas. “Sou um homem de negócios, com veia financista e empreendedora, e toda a minha experiência foi importante para a construção do profissional que sou hoje. Aprendi que o crescimento de uma empresa passa por um processo decisório racional, baseado na profissionalização, e que é preciso fazer diferente, não se acomodar e buscar enxergar sinergias onde ninguém vê. O empreendedorismo me move e é com base nessa determinação – que também está no talentoso time que comanda as empresas do grupo – que a Cosan chegou onde está”, ensina.

Com portfólio único de ativos, gestão comprometida com excelência operacional e sustentabilidade em todas as ações, a Cosan se tornou um dos maiores grupos econômicos do Brasil, investindo em energia e logística, segmentos estratégicos e essenciais para o desenvolvimento do País. “Em 15 anos, a Cosan, por meio de suas empresas, terá, sem dúvida nenhuma, contribuído e desempenhado um papel relevante para a diversificação da matriz energética brasileira e estruturação de uma logística integrada, eficaz e confiável”, visualiza o executivo.

“Chegamos até aqui porque investimos olhando para o longo prazo, mantendo nosso compromisso com a disciplina financeira”

Para mais informações, **consulte seu Corretor**.

PORTO SEGURO

Consulte as Condições Gerais para verificar a regra de abrangência, de acordo com a cláusula contratada. Porto Seguro Cia de Seguros Gerais. Av. Rio Branco, 1.489; R. Guaianases, 1.238 - Campos Elíseos - CEP 01205-001. Automóvel – CNPJ 61.198.164/0001-60 – Processo Susep: 15414.100233/2004-59 – Valor de Mercado e Valor Determinado. O registro deste plano na Susep não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação da sua comercialização. 333-PORTO (o mesmo que 333-76786) - Grande São Paulo e Rio de Janeiro, 4004-PORTO (o mesmo que 4004-76786) - Capitais e grandes centros, 0300 3376786 (Demais localidades), 0800-727-0800 - Demais localidades, 0800-727-2766 - SAC (Cancelamentos e reclamações), 0800-727-8736 - Atendimento exclusivo para deficientes auditivos, 0800-727-1134 - Ouvidoria.

O PODER DA CREDIBILIDADE

CONTEÚDO JORNALÍSTICO DE QUALIDADE E USO DA COMUNICAÇÃO MODERNA TÊM AJUDADO A CONSOLIDAR AS AÇÕES DO LIDE DESDE A SUA FUNDAÇÃO

Uma das mais bem-sucedidas iniciativas empresariais já criadas no Brasil, o LIDE – Grupo de Líderes Empresariais – já percorreu longa jornada marcada pelo entusiasmo de ser uma fonte criadora de oportunidades e de fomentar o diálogo de líderes de diferentes setores, poder público e segmentos da sociedade.

Sendo seu fundador João Doria, jornalista e publicitário, as principais ferramentas e técnicas de comunicação foram plenamente aplicadas para que as pautas promovidas pelo LIDE ganhassem força e pudessem colaborar efetivamente com o crescimento socioeconômico brasileiro. Nesse contexto, em 2005 surge a Revista LIDE, publicação dirigida aos executivos de alta performance e com reportagens sobre negócios, gestão, economia, desenvolvimento, liderança e demais assuntos do universo empresarial.

De acordo com Ana Lúcia Ventorim, diretora de Comunicação e Conteúdo da Doria Editora, a proposta sempre foi gerar conteúdo de relevância. "Hoje, por exemplo, tecnologia é pauta obrigatória. Impossível falar sobre qualquer setor sem ter um olhar de como a inovação o transforma. Outro ponto que também temos como meta é abranger mais diversidade nas páginas de nossas edições. É sabido que o mundo corporativo possui um número absolutamente elevado de homens no comando das empresas, e não há como fugir disto. Mas focamos também em trazer referências de lideranças femininas em praticamente todas as edições, como maneira de tornar o conteúdo mais equânime", enfatiza.

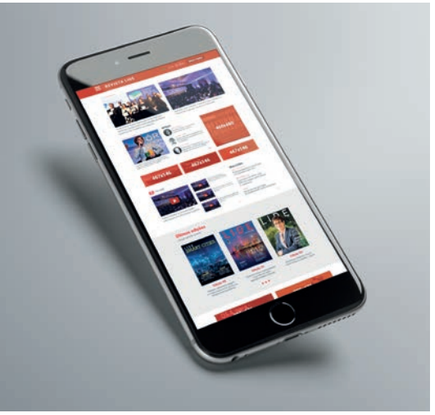
Parceria com o mercado

Bia Cruz, diretora geral de Publicidade, destaca que por ser mensal, a Revista LIDE é uma publicação muito respeitada no mercado corporativo. "Ao longo de sua trajetória, inovamos e criamos novos produtos, como os suplementos especiais, publicados em cada edição. Isso nos trouxe a possibilidade de abranger novos mercados e, consequentemente, anunciantes", afirma.

Hoje, a Editora mantém projetos que contribuem com as estratégias de divulgação dos anunciantes, como o *branded content,* criação de um conteúdo com total sinergia com o projeto editorial da revista e diretamente relacionado à marca do cliente, sempre com a "chancela" da LIDE e dos profissionais da redação, que observam rigorosamente a qualidade do material.

Edgar Melo, jornalista e editor da StartUP Comunicação, agência que produz o conteúdo da Revista LIDE, lembra que o momento é de procura por informações com base em fontes confiáveis e qualificadas, além disso, o projeto editorial da revista propõe a exposição de soluções e análises propositivas que possam realmente impactar e influenciar os leitores. "Existem ótimas práticas e ações que acontecem nas empresas e, muitas vezes, passam despercebidas pela grande mídia. Por isso, a equipe de redação exercita rotineiramente o diálogo com acadêmicos, especialistas e diretores de comunicação com o objetivo de traduzir o papel das empresas no mercado e contar boas histórias".

Ao comemorar 15 anos, a revista inicia a consolidação de seu perfil multiplataforma



Novo portal da Revista LIDE
www.revistalide.com.br

Um novo portal na web vai possibilitar que o leitor esteja cada vez mais próximo de todo o conteúdo da Revista LIDE

Um novo momento

Ao comemorar 15 anos, a revista inicia a consolidação de seu perfil multiplataforma. Um novo portal na web, que acaba de ser lançado, vai possibilitar que o leitor esteja cada vez mais próximo de todo o conteúdo, isso de maneira muito mais dinâmica e interativa. "Desenvolvemos esse projeto com muita atenção às tendências do mercado, além das próprias demandas de quem todo mês acompanha as nossas edições impressas, que agora também podem ser folheadas virtualmente nesse novo ambiente digital", garante Ana Lúcia.

Responsável pelo projeto de criação do novo portal, Celso Garcia, fundador da WebNets e especialista em soluções digitais, explica que o LIDE já tinha uma presença forte na internet, mas que poderia ser ampliada e aprimorada. "Criamos uma plataforma que o LIDE pudesse ter autonomia de gerenciamento, um portal que realmente mostrasse o tamanho do Grupo no Brasil e no mundo, o que ele faz e como funciona, tudo ao encontro com a identidade visual que a empresa já possui e também focado nas plataformas mobile", detalha.

O novo portal agora reúne conteúdo especial em textos, fotos, vídeos e áudios para ser consumido no celular, *tablet* ou pelo tradicional *desktop*. Artigos de analistas também estarão à disposição para leitura e compartilhamento. Ainda nesse combo, foram desenvolvidas novas *newsletters* antecipando, aos assinantes, reportagens especiais das revistas e ampliando decisivamente a participação nas redes sociais. No Instagram, por exemplo, a estratégia foi redefinida e conteúdos diários começaram a ser publicados. O resultado veio logo em seguida com o aumento do número de seguidores do perfil no último semestre.

Redes sociais

Para o jornalista João Amaro, da Trinca Produções, empresa que gerencia as redes sociais da Revista LIDE, o maior diferencial e característica da organização nas redes é o seu desejo constante de apresentar um conteúdo informativo de qualidade ao público. "Para atingir esse objetivo é preciso reconhecer a intenção do produto, ou seja, definir os aspectos que formam o LIDE e que correspondem claramente aos integrantes do Grupo. Definido o público-alvo e as semelhanças de perfil, torna-se necessário compreender a relevância informativa para um grupo formado pelo empresariado e que lida, diariamente, com questões ligadas à economia, ao mercado e aos impactos ocasionados por alterações nos cenários comercial e financeiro mundial", contextualiza Amaro.

A Trinca Produções também está à frente da produção do podcast "LIDE Expresso", nova ferramenta de comunicação do Grupo. Amaro diz que a produção de podcasts promove e apresenta uma série de notícias que influenciam diretamente tanto as empresas participantes do LIDE quanto o próprio ouvinte que segue as páginas do Grupo. "É mais um diferencial de comunicação que pretende alcançar e atingir positivamente o maior número de pessoas com informações de qualidade e conteúdos importantes", avalia.

De acordo com Celia Pompeia, publisher e vice-presidente do Grupo Doria, este é um movimento muito importante, pois mostra ao mercado o total alinhamento do LIDE com as inovações e as possibilidades digitais que transformaram o segmento da mídia impressa e que se intensificaram diante da pandemia da Covid-19. "As pessoas querem informações corretas e precisas, e de maneira muito rápida. E o formado podcast LIDE Expresso, por exemplo, trouxe isso para todos os filiados do LIDE e nossos seguidores", finaliza. ■

EXPERIÊNCIA EM PROL DA SOCIEDADE

Grupo Empresarial que surgiu a partir do sucesso de sua principal empresa, a Levvo Comércio de Alimentos, que possui mais de duas décadas de existência no mercado de food service como franquia McDonald's, amplia agora sua área de atuação ao lançar uma startup digital baseada em cashback, educação financeira, com transformação social.

A ferramenta será inicialmente um cartão de benefícios até evoluir para uma disruptiva carteira digital, na qual terá um markeplace integrado com diversos estabelecimentos parceiros. Criado em função da pandemia do novo coronavírus, a TopPayy terá um papel importante no atual processo de transformação social acelerado pela crise econômica, tendo em vista as necessidades de grande parte da população. O objetivo é um empreendimento que auxilie tanto na parte financeira como na emocional para todos os públicos. "Como uma empresa signatária da ONU, somos comprometidos com as minorias, com os idosos, valorizando a diversidade e promovendo a inclusão", diz Laura Oliveira, presidente do Grupo.

Uma nova forma de pagamento projetada para que todos ganhem, a TopPayy também oferecerá conteúdos digitais – vídeos curtos e podcasts com temas socioeducativos direcionando os usuários de forma completa nas mais diferentes áreas da vida. O cartão estará disponível para lojistas de shopping e parceiros, sendo assim uma solução capaz de beneficiar profissionais, estudantes e empreendedores. Entre as demais funcionalidades do aplicativo, os clientes terão acesso aos produtos desenvolvidos pelo Levvo Instituto.

GLENIO DETTMAR

Com a missão de ampliar e dinamizar as ações sociais da empresa oferecendo projetos de geração de renda e sustentabilidade, o Levvo Instituto contribui com a economia circular, além de investir em responsabilidade social e ambiental. Desta forma, após a mudança nos uniformes dos funcionários da rede McDonald's ocorrida há mais de um ano, a organização criou, o "Jeans do Bem".

O projeto consiste no reaproveitamento de toneladas de peças de roupas descartadas e sem utilização. Por meio de parcerias com costureiras autônomas e ligadas a diferentes instituições, o Grupo transforma todo o tecido descartado em produtos novos como porta óculos, sacolas, mochilas, estojos, peças de roupa e nécessaires que ficam disponíveis para compra no site da organização. Esse é um dos projetos de geração de renda, promoção do empreendedorismo e empoderamento feminino da LEVVO, que já recebeu prêmios como 1º Lugar Brasil entre as Melhores Empresas para a Mulher Trabalhar e o Prêmio WEP's Brasil, da ONU Mulheres. Também é destaque como o 3º lugar no ranking da América Latina, em 2020, e primeiro lugar no Brasil do Prêmio Great Place To Work (GPTW) 2019, na categoria médio porte nacional, prêmios conquistados pelo conjunto de ações que buscam criar um ótimo ambiente profissional, além de já ter conquistado muitas outras premiações.

Laura Oliveira têm em seu coração a filantropia e promove ações de transformação social. Ela convida e incentiva a todos a investir em pessoas, colocando mulheres em cargos estratégicos e de liderança, pois acredita que se todos fizerem uma parte, o mundo se torna melhor. ■

PADRÃO DE RELACIONAMENTO

MATERIALIZAR, DE FATO, O CONCEITO QUE PROPÕE O CLIENTE NO CENTRO DE TUDO REQUER PESQUISAS E TESTES CONSTANTES

As empresas focadas em *Customer Xperience* (CX) tiveram 64% mais chances de ultrapassar sua principal meta, de acordo com o relatório *Digital Trends* 2019 da Adobe, realizado em parceria com a Econsultancy. A eficiência e o sucesso de se ter o cliente no centro de toda gestão também é corroborada pela consultoria McKinsey & Company, segundo a qual uma mudança de mentalidade focada no cliente, juntamente com melhorias operacionais e de TI, pode gerar aumento de 20% a 30% na satisfação do consumidor, melhoria de 10% a 20% na satisfação do funcionário e ganhos econômicos que variam de 20% a 50% sobre a base de custos de diversas jornadas.

Na Amazon, entre os 14 princípios de liderança, a obsessão pelo cliente é um dos valores centrais, reflexo do DNA que já traz em sua missão ser a companhia no mundo mais focada no consumidor. De acordo com o country manager da Amazon no Brasil, Alex Szapiro, o próprio processo decisório é um exemplo.

JULIO VILELA

"Todas as ações que fazemos precisam expressar uma resposta positiva à pergunta: isso vai se converter em benefícios ao cliente?"

Alex Szapiro, country manager da Amazon no Brasil

"Todas as ações que fazemos precisam expressar uma resposta positiva à pergunta: isso vai se converter em benefícios ao cliente? Queremos resolver os problemas de nossos clientes e ao mesmo tempo prover a eles um enorme valor em toda a jornada junto da Amazon", diz.

Tecnologia e informação são os principais aliados nessa jornada. Não é à toa que 75% das empresas pretendem ampliar seus investimentos em soluções tecnológicas capazes de potencializar a experiência do cliente, segundo estudo da Gartner, também realizado em 2019. "Um dos pontos centrais é o entendimento individualizado das pessoas, mas a estruturação dos dados é o primeiro grande desafio. O segundo é fazer com que todas as áreas usem esses dados para pensar no cliente. E, por fim, ativar esse conhecimento, criando e oferecendo propostas que vão de acordo com demanda e com a relação que o cliente tem com a empresa", explica Flavia Villani, head Brasil da empresa global de ciência de dados dunnhumby.

ENVATO

MARCELO JUSTO

"Um dos pontos centrais é o entendimento individualizado das pessoas, mas a estruturação dos dados é o primeiro grande desafio."

Flavia Villani, head Brasil da dunnhumby

Pesquisa

Atuando no setor de tecnologia, a Gigatron Franchising partiu desse olhar e foi a campo vivenciar de perto o dia a dia do negócio de seus clientes para desenvolver e aprimorar seus produtos. Foi assim que conseguiu criar um *software* de gestão ERP para cada tipo de negócio. Segundo Victor Ruiz, diretor comercial da companhia, as métricas e indicadores também são fundamentais. E o ciclo não se fecha na venda. A Gigatron ainda investe forte na base de treinamento, apoio, orientação e pronto atendimento. "De nada adianta ter os recursos certos, com as expectativas atendidas, se o cliente não souber 'usar' o produto. É preciso agregar valor para que a ideologia do *customer success* seja bem sucedida", acrescenta.

Foi a partir de uma pesquisa com mais de seis mil pessoas em todo o País que a Qualicorp foi eleita, pela segunda vez consecutiva, a melhor

Administradora de Benefícios pelo Ranking EXAME/IBRC (Instituto Ibero-Brasileiro de Relacionamento com o Cliente). “O cliente é a estratégia. Ele é a meta, o objetivo e o centro do negócio. Nossa missão está totalmente voltada a ele, que é viabilizar o acesso das pessoas à medicina privada de qualidade, por meio da administração de planos de saúde coletivos das principais operadoras do País”, orgulha-se o vice-presidente da Qualicorp, Pablo Meneses.

O resultado também é fruto de ter a tecnologia e a escuta ativa. “Há mais de 20 anos atuávamos com o atendimento telefônico ou presencial e hoje temos uma estratégia 100% digital, uma demanda vinda do cliente que gerou ruptura e inúmeros benefícios”, acrescenta.

Na Qualicorp foi criada recentemente a área de *Customer Excellence* (CX). “Ela é composta por outros departamentos que têm o cliente como foco e interagem entre si para discutirem melhorias em processos e no fluxo de atendimento, com o uso de dados extraídos do sistema de *Business Intelligence* (BI), para que a empresa possa ser, cada vez mais, resolutiva e empática com a visão das necessidades ‘de fora para dentro’, mais preditiva e proativa”, contextualiza Meneses.

DIVULGAÇÃO

“O cliente é a estratégia. Ele é a meta, o objetivo e o centro do negócio. Nossa missão está totalmente voltada a ele”

Pablo Meneses, vice-presidente da Qualicorp

Sempre em teste

A Youse - plataforma de venda de seguros on-line da Caixa Seguradora - também começou a utilizar esse modelo como parte do plano para estudar e testar novas oportunidades. Criada em 2016 com o objetivo de inovar no tradicional setor de seguros, a “insurtech” nasceu digital, visando colocar os clientes como protagonistas. “Para exercitar o conceito, a Youse trabalha massivamente em diferentes iniciativas, pesquisas, aprimoramentos de modelos, integrações com os clientes e, principalmente, realiza testes contínuos conduzidos pelas equipes de Experiência do Usuário (UX) para ouvir os clientes, mapear e resolver as dores, gargalos e principais dúvidas”, explica a diretora de marketing Thaiza Estevão.

Além de práticas flexíveis e do modelo *test and learn*, a empresa criou o programa Deep Dive. Com uma proposta de inversão de papéis, a iniciativa foi dividida em três partes: ouvir, viver e fazer. A primeira consistiu em levar líderes de diversas áreas a ouvir dúvidas e reclamações, tanto de vendas que deram certo quanto das que não se concretizaram no serviço de atendimento ao cliente. Na segunda fase, as principais lideranças tiveram que utilizar os serviços que envolvem o processo de contratação e utilização do seguro. Na terceira etapa, os executivos se colocaram no lugar de prestadores de serviços, como copilotos de guincho e atendentes. “O contato com o cliente é sempre muito importante, pois complementa os modelos tradicionais de gestão técnica das estruturas de atendimento baseadas apenas em processos e indicadores de desempenho”, diz o diretor de operações Arthur Ricci de Carvalho.

Na prática, os desafios são grandes. Tanto que, de acordo com a pesquisa da CMO Council, apenas 14% dos profissionais de marketing enxergam que a centralização no cliente é uma característica foco das empresas onde trabalham e apenas 11% acreditam que seus clientes aceitariam essa caracterização para tais companhias, como mostra o mapeamento da Liga Insights - plataforma que reúne conteúdos relevantes e estudos inéditos sobre a atuação de startups em diversos setores. “Quebrar paradigmas internos, fazer autocrítica e um *checkup* para ver se realmente estamos entregando o que o cliente precisa” são alguns passos elencados pelo diretor de Inteligência de Mercado da Liga Ventures, Raphael Augusto, para que o foco no sucesso do cliente não seja apenas de fachada. ■

VANTAGEM COMPETITIVA

GESTÃO EFICIENTE DE ASSUNTOS RELACIONADOS À SUSTENTABILIDADE ALCANÇA PATAMAR INÉDITO NAS GRANDES CORPORAÇÕES

De acordo com o mais recente estudo "Green is the New Black", realizado pela Nielsen Brasil, cerca de 30% dos brasileiros apontaram a sustentabilidade como um dos principais fatores decisivos na hora de comprar um produto. Assim, à medida que cresce a demanda por empresas que demonstrem suas credenciais "verdes", investidores, organizações não governamentais e outros grupos sociais passam a exigir cada vez mais responsabilidade e ações práticas do mercado.

Mesmo sendo uma das empresas que mais avançou no tema nos últimos anos, em meados de junho, a Natura &Co (Avon, Natura, The Body Shop e Aesop) lançou seu "Compromisso com a Vida", um plano abrangente e singular que intensificará seus projetos para enfrentar algumas das questões globais mais urgentes, incluindo a crise climática e a proteção da Amazônia, a defesa dos direitos humanos e a garantia de igualdade e inclusão em toda a sua rede, além de abraçar a economia circular e a regeneração até 2030.

Atualmente, a Natura preserva 1,8 milhão de hectares de terra, uma área equivalente a metade da Holanda. O grupo terá como objetivo contribuir para a preservação de 3 milhões de hectares até 2030. A Natura &Co promoverá esforços coletivos para garantir o desmatamento zero da Amazônia até 2025. "Como empresas, estamos unidas, com a ambição de nos tornarmos carbono zero em dez anos, inovar com soluções regenerativas como parte de nossa busca de circularidade total e tomar ações ousadas em direção a mais igualdade e inclusão em nossa rede", garante Silvia Lagnado, líder de Crescimento Sustentável da empresa.

DIVULGAÇÃO

"Como empresas, estamos unidas, com a ambição de nos tornarmos carbono zero em dez anos, inovar com soluções regenerativas como parte de nossa busca de circularidade total e tomar ações ousadas em direção a mais igualdade e inclusão em nossa rede"

Silvia Lagnado, líder de Crescimento Sustentável da Natura &Co

Grandes metas

Já na Grendene, uma das maiores produtoras de calçados do mundo, a jornada pela sustentabilidade começou a ser estruturada há mais de uma década, com a constituição de uma área com equipe dedicada, mas, só agora, após aprendizados e evoluções, passa a ser plenamente divulgada. Um dos desafios dessa estratégia é comunicar para clientes e consumidores as qualidades e os diferenciais da sua principal matéria-prima: o plástico de uso contínuo, aquele que tem longa duração e também é empregado em utensílios domésticos, computadores, brinquedos, na medicina, entre outros. Na frente de operações, 100% do plástico que sobra na produção volta para o início do processo e mais de 90% dos resíduos industriais são reciclados interna ou externamente.

Além de demonstrar sua ambição de longo prazo, a estratégia de sustentabilidade da Grendene estabelece metas e compromissos a serem alcançados em três grandes pilares: valorização e respeito às pessoas, operações ecoeficientes e produtos de menor impacto. O objetivo da empresa é ampliar o percentual de matéria-prima renovável e a gama de produtos em que ela é utilizada. "Estamos pesquisando e estudando os impactos ambientais desses materiais para ter certeza de que vão gerar menor impacto do que o produto de hoje", diz Carlos Carvalho, gerente de Desenvolvimento Sustentável da Grendene.

Neste contexto de crescentes desafios ambientais e sociais, a L'Oréal também está acelerando sua transformação em um modelo que reforça os compromissos com a sustentabilidade e a inclusão. Para capacitar seus consumidores a fazer escolhas mais sustentáveis, a empresa desenvolveu um mecanismo de Rotulagem de Impacto Ambiental e Social do Produto, que será implantado progressivamente em todas as suas marcas e categorias. O mecanismo possui uma escala de A

TECHANDSOUL.COM.BR

Somos o **homecenter inteligente** com a **solução completa** para aumentar o **prazer de sonhar**, construir e curtir a **casa**.

VIVA a sua casa

Ajuda ao Vivo: *um profissional ajuda você a instalar, pintar ou fazer pequenos reparos em sua casa, tudo por videochamada.*

Projete-se: *fazemos o seu ambiente em 3D, totalmente grátis.*

Telhanorte Já na sua porta: *nossa loja de bairro vai até a sua casa para que você possa comprar com segurança e praticidade.*

Compre pelo ***e-commerce,*** *com centenas de produtos a preço de custo.*

telhanorte telhanorte telhanorte.com.br

telhanorte

Soluções verdes transformam a área de logística

A BYD, a maior fabricante mundial de baterias de fosfato de ferro-lítio e de veículos 100% elétricos e gigante do mercado fotovoltaico, está ganhando mercado com equipamentos sustentáveis que garantem redução nos custos de operação em relação às máquinas convencionais. Ao ingressar neste mercado no Brasil, a BYD estabeleceu três objetivos: utilizar baterias de longa duração, buscar a economia de energia e a proteção ambiental. Surgia a era das máquinas movidas a baterias de fosfato ferro lítio.

As vantagens operacionais dos equipamentos 100% elétricos movidos a bateria de lítio tem permitido que as empresas reduzam as emissões de gases poluentes e ainda diminuam os custos em suas operações, como em logísticas verdes, com vans, empilhadeiras e rebocadores.

O diretor de Vendas da BYD, Henrique Antunes, garante que todas as máquinas e veículos movidos a bateria de fosfato ferro lítio possuem vantagens na comparação com as demais a combustão, tanto nos gastos com abastecimento quanto nos custos de manutenção. "Além de todos os ganhos na redução com emissão de CO_2 e demais gases poluentes, os veículos e máquinas de bateria de lítio chegam a consumir em KW/h apenas 20% do equivalente em Km/l e a manutenção chega a ser 15% do valor gasto em um veículo ou máquina a combustão". Antunes ressalta ainda que quanto maior é a utilização dos veículos em hora trabalhada, maior será o retorno do investimento.

ENVATO

DIVULGAÇÃO

"Estamos pesquisando e estudando os impactos ambientais desses materiais para ter certeza de que vão gerar menor impacto do que o produto de hoje"

Carlos Carvalho, gerente de Desenvolvimento Sustentável da Grendene

a E, e é endossado por especialistas científicos independentes e verificado por auditoria independente.

"Na última década, transformamos profundamente nossa empresa, colocando a sustentabilidade no centro do modelo de negócio. Com nossos novos compromissos, entramos em uma fase de aceleração dessa transformação, ou seja, indo além do impacto ambiental direto, ajudando os consumidores a fazer escolhas mais sustentáveis, e com isso, geramos contribuição social e ambiental positiva. Como líder do setor, consideramos que é nosso papel auxiliar para a construção de uma sociedade inclusiva e sustentável", diz Alexandra Palt, vice-presidente de Sustentabilidade da L'Oréal.

Um exemplo concreto do que a companhia deseja alcançar: até 2025, todos os locais de fabricação, administração e pesquisa do Grupo serão carbono neutro, melhorando a eficiência energética e usando 100% de energia renovável. Com esse compromisso, a empresa deseja contribuir para a transição energética nos países onde atua.

Cadeias produtivas

A PepsiCo é mais uma grande companhia que mantém um progresso em direção aos seus objetivos de sustentabilidade globais. No Brasil, a empresa conquistou no ano passado o marco de 100% de produção sustentável de batata, com o treinamento e a certificação de 38 fornecedores locais, além de ter chegado a 44% de mulheres na liderança, o que demonstra a efetividade de suas políticas rumo à equidade de gêneros, com o objetivo global de chegar a 50% de mulheres em cargos de liderança até 2025.

"As pressões ambientais e sociais do mundo atual sobrecarregaram o nosso sistema alimentar de uma maneira inesperada e permanente", afirma Paula Santilli, CEO da PepsiCo América Latina. "Estes desafios exigem ação e precisamos fazer ainda mais. Na PepsiCo, fizemos progressos dos quais eu estou orgulhosa, no entanto, há ainda mais a ser feito. Vamos usar a nossa escala para catalisar a mudança, incluindo a maneira como cultivamos os nossos alimentos, elaboramos os nossos produtos e inspiramos consumidores e comunidades a conduzir mudanças positivas na nossa região", completa a executiva.

Com a pandemia e o isolamento social outras questões alimentares sofreram forte impacto. Nas grandes cidades, o consumo de refeições domiciliares, bem como o serviço de delivery, cresceu enormemente, dando às pessoas a oportunidade de aprenderem a aproveitar melhor

DIVULGAÇÃO

"Na última década, transformamos profundamente nossa empresa, colocando a sustentabilidade no centro do modelo de negócio"

Alexandra Palt, vice-presidente de Sustentabilidade da L'Oréal

os alimentos que têm em casa e de fazerem a correta destinação de embalagens dos industrializados que adquirem. Como um dos pilares de sustentabilidade do Grupo Carrefour é a economia circular, a companhia passou a reforçar a importância de os brasileiros também agirem com mais responsabilidade, evitando jogar comida fora e reciclando os materiais secos para não sobrecarregar ainda mais os aterros sanitários.

Para colaborar com esses propósitos, o Carrefour passou a oferecer facilidades aos consumidores. A partir de sua plataforma Cyber Cook, a companhia ajuda o cliente a encontrar soluções para o uso de todos os alimentos por meio do botão "Aproveite o que sobrou", que cruza sobras de ingredientes e sugere novas receitas, evitando desperdício. Já na sua operação, além da preocupação com a oferta de alimentos frescos e de qualidade, a empresa também investe em estratégias para valorizar e aproveitar, ao máximo, frutas, verduras e legumes em suas lojas, sempre respeitando a segurança alimentar e o conceito de economia circular, segundo o qual tudo pode ser reaproveitado. "O programa Desperdício Zero do Carrefour engloba a sustentabilidade no ciclo de vida de um produto, desde sua comercialização na loja, seu consumo nas residências e seu descarte final", explica Lúcio Vicente, Head de Sustentabilidade do Grupo Carrefour Brasil.

Em parceria com a indústria, a rede apoia a reciclagem adequada não só de papel, vidro, plástico, tetra pak e metal, como também de pilhas e baterias, cartuchos de impressoras, lâmpadas, óleo de cozinha e medicamentos. Toneladas de materiais são reprocessados anualmente graças a esta iniciativa. Nas unidades da rede, os resíduos de operações são reciclados e a empresa aposta em um programa com a meta de ter 100% das embalagens de sua marca própria reformuladas até 2025 - tornando-as recicláveis, reutilizáveis ou aptas à compostagem. ■

"As pressões ambientais e sociais do mundo atual sobrecarregaram o nosso sistema alimentar de uma maneira inesperada e permanente"

Paula Santilli, CEO da PepsiCo América Latina

DIVULGAÇÃO

SIMON PLESTENJAK

"O programa Desperdício Zero do Carrefour engloba a sustentabilidade no ciclo de vida de um produto, desde sua comercialização na loja, seu consumo nas residências e seu descarte final"

Lúcio Vicente, Head de Sustentabilidade do Grupo Carrefour Brasil

Agronegócio

O que estou cultivando para a próxima geração?

Com mais de 1.200 profissionais cobrindo a região,
o UBS possui forte presença na América Latina.

Buscando consultoria holística para seus investimentos no Brasil?
Você pode contar com o UBS Consenso em todo o país. Temos escritórios
em São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Belo Horizonte.

Para saber mais, acesse **ubs.com/brasil**

CONSENSO

UBS

A consultoria oferecida pelo UBS Consenso ocorre no contexto de um serviço de gestão de investimentos. © UBS 2020. Todos os direitos reservados.

PASSANDO O BRASIL A LIMPO

NOVO MARCO LEGAL DO SANEAMENTO ABRE OPORTUNIDADE PARA INVESTIDORES E MELHORA NA QUALIDADE DE VIDA DOS BRASILEIROS

PPP realizada na cidade de Piracicaba, em São Paulo, da Aegea Saneamento, conquistou a primeira posição nos índices de atendimento total de esgoto no Brasil

A aprovação do novo marco regulatório do saneamento básico após longos três anos de debates no Congresso Nacional, aumentou a expectativa de que o País possa universalizar o serviço até 2033, levando água e esgoto tratado a milhares de brasileiros que ainda sofrem com a falta total ou parcial desse direito fundamental. Abre-se a oportunidade para uma mudança rápida na qualidade de vida da população e para a maior participação da iniciativa privada nesse mercado promissor.

O saneamento básico compreende o conjunto de serviços públicos, infraestruturas e instalações operacionais de abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e resíduos sólidos, além da drenagem de águas pluviais urbanas. Atualmente, 35 milhões de brasileiros ainda não têm acesso à água tratada e as desigualdades regionais se destacam.

DIVULGAÇÃO

Na região Norte, apenas 57% da população tem água tratada, enquanto que no Sudeste este índice chega a 91%. Quando o assunto é esgotamento sanitário, o quadro é mais desolador. De acordo com dados do Sistema Nacional de Informações de Saneamento (SNIS) de 2018, 47% da população sequer tem coleta de esgoto e do total coletado, apenas 38% é tratado.

Estes indicadores colocam o Brasil em uma condição de extremo atraso no desenvolvimento humano e desnudam a incapacidade do poder público de resolver o problema que se alastra por décadas. A advogada Glaucia Elaine de Paula, especialista em Direito Administrativo, doutoranda em Administração Pública pela Universidade de Lisboa e sócia do GEDP Advogados, acredita que o novo marco do saneamento tem a capacidade de atrair investimentos do setor privado, pois oferece uma maior definição das relações jurídicas, além de abordar questões como estudos de viabilidade, estabelecimento de metas, governança e a regulamentação por meio da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA).

Contratos

Uma das maiores mudanças definidas pelo marco foi vetar os chamados contratos de programa, pelos quais os municípios firmam diretamente com as companhias estaduais de saneamento a prestação do serviço. Por se tratar de um contrato entre entes federados, não demandavam licitação e podiam ser renovados a qualquer tempo. Isto explicava, em grande medida, a baixa participação da iniciativa privada no segmento, que atualmente é de apenas 6%.

Com a nova regra, qualquer interessado na prestação do serviço, seja ele um ente estatal ou uma empresa privada, deverá participar de licitação para celebrar um contrato de concessão, aumentando a competição.

CHIPA_SDII

Teresa Vernaglia, CEO da BRK Ambiental, diz que não existe no mundo um setor de infraestrutura com essa magnitude de investimento como no Brasil

Os contratos de programa já firmados serão respeitados e convertidos em contratos de concessão, mas para que sejam renovados deverão comprovar a capacidade econômico-financeira da empresa em honrar com os investimentos que precisam ser feitos e estabelecer metas de ampliação da cobertura, tanto para a água quanto para o esgotamento sanitário. "Com a melhora do quadro regulatório e o estímulo ao fim dos contratos de programa, há uma abertura significativa do mercado para a prestação do serviço pelo setor privado. Mas além disso, a tendência é que haja um avanço importante na própria modelagem. Isso porque a lei traz com mais clareza a necessidade de estudos de viabilidade anteriores que balizem todas as decisões, por exemplo a regionalização ou a definição de autosustentabilidade do serviço. Com a profissionalização desses estudos haverá muito mais segurança para o setor privado se pautar em critérios técnicos na hora de realizar investimentos", explica Glaucia Elaine de Paula.

A estimativa é que com a aprovação do novo marco os investimentos em saneamento básico no Brasil até 2033 deverão ser na casa dos R$ 700 bilhões. Teresa Vernaglia, CEO da BRK Ambiental, maior empresa privada de saneamento básico do País, diz que não existe no mundo um setor de infraestrutura com essa magnitude de investimento. "É natural que tanto o mercado interno quanto o internacional estejam olhando com muita atenção o desdobramento desse novo marco no Brasil", opina.

O presidente da Sabesp, Benedito Braga, explica que a empresa já firma contratos de programa com os municípios prevendo metas e o estabelecimento de multas no caso de não cumprimento, mas que é uma exceção no país. Além disso, com o novo marco a Sabesp pensa em ampliar seus negócios também para fora do Estado de São Paulo e ainda para outros setores do saneamento, como a destinação final de resíduos sólidos.

DUARTEVISION

Benedito Braga, presidente da Sabesp, aponta que com o novo marco a empresa já pensa em ampliar os negócios para fora do Estado de São Paulo

Braga defende que a concorrência é a melhor maneira de ganhar eficiência. "O novo marco legal impõe a necessidade de se estabelecer metas, com prazos definidos, o que contribui para que os serviços sejam devidamente prestados. O cidadão é diretamente beneficiado, com mais saúde, qualidade de vida e ganhos também para o meio ambiente", diz.

Potencial

Radamés Casseb, diretor-presidente da Aegea também viu com bons olhos a aprovação do novo marco legal. A companhia atende 38% dos municípios que concederam o saneamento básico à iniciativa privada. "Este novo marco será benéfico tanto para o setor privado quanto para o público e é este o modelo de complementaridade e atuação integrada que entendemos ser indispensável para reverter o triste quadro do saneamento básico no Brasil, que afeta diariamente a vida de 100 milhões de brasileiros sem coleta e tratamento de esgoto e 35 milhões sem água", comenta.

O BNDES, a Caixa e as empresas de consultoria são parceiros estratégicos dos municípios para a estruturação de projetos de concessão, realizando estudos de viabilidade técnica que encontrarão o melhor modelo para aquele determinado local.

Entre as possibilidades estão as concessões simples e as parcerias público-privadas. Na primeira, a remuneração do ente privado se dá pela cobrança de tarifas dos usuários. No segundo modelo, o poder público entra com capital complementar que viabilizará a execução do plano.

O Fundo de Apoio à Estruturação de Projetos de Concessão e PPP (FEP) da Caixa é uma alternativa para o financiamento dos estudos de viabilidade dos municípios que não possuem recursos suficientes. A sua finalidade é custear os serviços técnicos-profissionais especializados, com vistas a apoiar a estruturação e o desenvolvimento de projetos de concessão e parcerias público-privadas. "Tanto a lei de concessões, quanto a lei das Parceria Público-Privadas são muito novas. A adesão à essa legislação pressupõe aparato técnico que os municípios não têm, com exceção dos maiores e algumas capitais. É uma responsabilidade muito grande desenhar um contrato tão técnico e longo como um contrato de concessão. Por isso, foi muito mais fácil para esses municípios aderirem a um modelo que sempre existiu, ou promover o serviço de forma autônoma", explica Glaucia.

A Aegea tem um case de sucesso na PPP de Piracicaba, que foi a primeira colocada nos índices de atendimento total de esgoto no Brasil, com cobertura universalizada. "Este resultado foi obtido dois anos após o início da parceria público-privada em 2012. Nós temos interesse e avaliamos qualquer modelo de negócio que permita maior participação privada nos serviços de saneamento, inclusive estas parcerias que atuamos como administradores das concessões de esgoto com operadores públicos", diz Casseb.

Já a BRK Ambiental conta que a cidade de Uruguaiana, no Rio Grande do Sul, tinha apenas 9% de tratamento de esgoto até 2011. Após sete anos da concessão e de investimentos, o índice alcançou 94%. Os impactos na saúde da população foram diretos, reduzindo em 95,7% as internações por diarreia grave (de

3.000 em 2012 para 120 em 2018). Limeira, no interior paulista, que foi a primeira cidade brasileira a conceder os serviços de saneamento à inciativa privada em 1995, conseguiu universalizar os serviços e tem com um dos menores índices de perdas de água do Brasil, cerca de 15%. Uma pesquisa inédita realizada pela BRK Ambiental apontou que, de 1995 até hoje, foram gerados R$ 1,2 bilhão em benefícios econômicos e 11,3 mil empregos no município, além da promoção do aumento de renda e de melhorias à saúde da população.

Desafio

De acordo com a advogada Glaucia Elaine de Paula, o ponto negativo do novo marco legal é que não abordou uma solução para garantir que o saneamento básico atinja regiões menos favorecidas do país. Há a previsão de uma prestação regionalizada por meio da constituição de macrorregiões, especialmente formatadas com o foco em mercados menos atrativos do ponto de vista do setor privado. Porém, a questão esbarra na autonomia dos municípios, que são os titulares do serviço de saneamento básico. Não é possível obrigá-los a fazer parte da macrorregião e, em alguns casos, isso poderia ser crucial para o sucesso de uma obra de infraestrutura.

"Toda lei complexa como essa tem um período de maturação. Esse ponto provavelmente vai ter que ser ajustado pelo próprio legislador. Eu não vejo como trabalhar essa questão sem ser pela composição, porque não se pode tirar do município a autonomia. Deveria se atribuir ao Estado, isso sim, a obrigação de fazer essa composição", finaliza.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Com atuação em diversas cidades, como Manaus, Radamés Casseb, diretor-presidente da Aegea, analisa que o novo marco será benéfico tanto para o setor privado quanto para o público

Expectativa

O último Barômetro da Infraestrutura Brasileira divulgado pela Associação Brasileira da Infraestrutura e Indústrias de Base (Abdib) em parceria com a EY revelou que o setor de saneamento básico é a grande aposta dos empresários para 2020.

O levantamento apontou que 64,9% dos entrevistados enxergavam este setor como o maior potencial para investimento, seguidos de infraestrutura social (42,2%) e de energia elétrica (31,2%). "A perspectiva com o novo marco regulatório é muito positiva, trazendo equilíbrio, segurança e organização ao setor, além de criar mecanismos para a retomada a aceleração de investimentos, sejam eles públicos ou privados. O sistema de incentivos nesse novo ambiente permite que mais investimentos cheguem mais rápido à enorme parcela da população ainda sem acesso à água e esgoto", diz Gustavo Gusmão, diretor-executivo do Grupo de Governo & Infraestrutura da EY.

A OMS calcula que para cada real investido em saneamento básico há uma economia de R$ 4 com saúde. Se 100% da população tivesse acesso à coleta de esgoto, haveria uma redução de 74,6 mil internações no Sistema Único de Saúde, de acordo com levantamento feito pelo estudo Benefícios Econômicos da Expansão do Saneamento brasileiro 2018 do Instituto Trata Brasil. ■

DIREITO EM DESTAQUE

CENÁRIO DE CRISE DE UM LADO, E DE RETOMADA DE OUTRO, FAZ CRESCER A NECESSIDADE DE APOIO JURÍDICO ESPECIALIZADO

De um lado, uma crise sem precedentes, por conta de uma inesperada pandemia; de outro, um mercado que, apesar da crise, mostra sinais gradativos de retomada. Cenários díspares que vivemos atualmente no Brasil e que requerem, nas duas vertentes, auxílio de consultorias especializadas, dentre as quais se destaca o papel das grandes bancas de advocacia.

É o que afirmam os especialistas ouvidos nesta edição da Revista Lide 15 anos, como os sócios do escritório Mangerona & Pompeu Advogados, que, possuindo unidades em São Paulo, Campinas e Curitiba/PR, segue a linha *full service*, atuando nas áreas de Direito Imobiliário, Tributário, de Recuperação de Grandes Créditos, Recuperações Judiciais e Falências, Trabalhista, Contratual e de Família e Sucessões.

"Os empresários brasileiros devem, cada vez mais, entender que a ajuda especializada é fundamental para a solidez dos negócios, principalmente os que envolvem grandes recursos", destaca Fernando Pompeu, que, além de sócio da banca, preside também a Comissão de Estudos em Falência e Recuperação Judicial da OAB/Campinas, temas muito em voga no cenário atual.

Outro tema de destaque, por outro lado, e que detém a atenção especial da banca, é o Direito Imobiliário. Segundo destaca o sócio Filipe Mangerona, que também possui atuação acadêmica, "trata-se de mercado que mostra sinais de reaquecimento, demandando assessoria especializada, principalmente às grandes incorporadoras, que permaneceram por tempo considerável aguardando essa nova fase".

Nesse ponto, observam-se também direcionamentos das Instituições Financeiras incentivando o crédito imobiliário, como destaca a *head* da área de Direito Imobiliário, Raquel Rizzoli, atuante há 15 anos no segmento: "com a baixa dos juros de financiamento, espera-se o aumento significativo das buscas pela aquisição de imóveis, movimentando o setor e o destacando na economia brasileira".

Além da assessoria em incorporações imobiliárias, a advogada destaca também outras matérias atinentes ao Direito Imobiliário que requerem assessoria especializada, como a compra, venda e locação de imóveis comerciais e residenciais, as relações condominiais e o Direito Urbanístico. ■

PREPARAR PARA DECOLAR

ASSOCIAÇÕES E EMPRESAS DE ALGUNS DOS SETORES MAIS ATINGIDOS PELA PANDEMIA CONTAM COMO ESTÃO SE PREPARANDO PARA A RETOMADA ECONÔMICA

Após alguns meses de pandemia do novo coronavírus, diversas cidades do País iniciaram o processo de retomada gradativa do comércio e da economia. Além de cumprir protocolos do Ministério da Saúde, muitas empresas estão envolvidas em uma verdadeira operação de guerra para se manterem fortes e aptas a dar continuidade a suas operações. Lyane Bittencourt, diretora executiva do grupo Bittencourt, consultoria em gestão e expansão de negócios, diz que as empresas que se organizaram para atender em canais digitais terão mais capacidade de ação nos próximos meses. "O aprendizado do digital não retrocede, só avança. Assim, o varejo físico será mais do que uma vitrine de produtos e passa a ser um ponto de experiência e relacionamento com o cliente", diz.

Na visão de André Friedheim, presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), o "novo normal" será muito mais digital, *touchless* e com negócios com alta capacidade de adaptação, como é o caso do franchising. O executivo conta que depois de

123RF

encarar quedas de mais de 50% no faturamento, o movimento gradual de reabertura da economia traz um novo fôlego às franquias brasileiras, contudo serão necessários meses para chegar aos níveis anteriores.

"A volta do comércio de rua e dos shoppings abre o potencial de retomada de faturamento das redes dada a proximidade do setor com o consumidor em áreas de movimento urbano. As redes de franquia já estão se preparando para este momento, coordenando esforços, adaptando seus negócios e até investindo em infraestrutura e novos produtos e serviços", revela.

Público Infantil

A Calçados Bibi seguiu atuando com força total em meio à pandemia. Isso porque em abril algumas lojas da marca puderam funcionar em municípios pouco afetados pela Covid-19. E com a liberação dos órgãos públicos, das 120 unidades da Bibi, 70 delas voltaram a operar em julho. Segundo Andrea Kohlrausch, presidente da rede de franquias, no Paraná, por exemplo, após duas semanas de funcionamento, foi possível registrar de 70% a 80% do fluxo nas unidades da marca, comparado ao do ano passado.

Outra ação adotada pela empresa para manter a força durante a crise foi adaptar as famosas experiências com o público infantil dentro das lojas. Kits com tatuagem, além da cortesia de balões e balas passaram a ser entregues na casa do cliente com o produto adquirido, sempre com todas as precauções necessárias. "Como a Bibi também está produzindo máscaras nas fábricas da rede, o item é enviado para o varejo e a cada compra de calçado, a criança também recebe uma máscara infantil para ficar protegida", conta Andrea.

"A integração do on-line e off-line já era tendência e veio para ficar, assim como não é mais só o cliente que vai até o lojista, a loja terá que se preparar cada vez mais para ir até o consumidor"

Andrea Kohlrausch, presidente da rede de franquias Bibi

Segundo ela, a pandemia acelerou as grandes tendências de comportamento do consumidor. "A integração do on-line e off-line já era tendência e veio para ficar, assim como não é mais só o cliente que vai até o lojista, a loja terá que se preparar cada vez mais para ir até o consumidor. E isso é possível por meio das ferramentas digitais", garante.

Bares e restaurantes

Paulo Solmucci, presidente da Abrasel – associação que representa bares e restaurantes – indica que no Brasil foram perdidos 1,2 milhão de empregos no setor e 250 mil empresas não vão conseguir reabrir as portas devido à pandemia. "Quem conseguiu se manter melhor foram as empresas que tinham alguma reserva", comenta. Os restaurantes que passaram a investir no digital, com

RAFAEL NEDDERMEYER

A MUDANÇA QUE TANTO QUEREMOS ACONTECE QUANDO CADA UM ESPALHA O SEU MELHOR.

Estamos percorrendo um caminho que nunca andamos. E evoluindo a cada passo. Neste momento, mais importante que o quando é o como. Por isso, se depender da gente, vamos continuar fazendo o melhor que podemos: espalhar o nosso melhor a cada dia.

Aponte a câmera do celular e assista à campanha.

ATACADÃO Carrefour Carrefour soluções financeiras propertydivision

GRUPO CARREFOUR BRASIL

Tivoli Ecoresort Praia do Forte prepara reabertura

DIVULGAÇÃO

serviço delivery, também conseguiram se preparar e aliviar um pouco a queda do faturamento. “Não é uma solução, mas ajudou a manter as empresas em condições para reabrir. Quem adotou esse sistema ficou mais preparado em insumos, inclusive”, analisa Solmucci.

Os integrantes do grupo Heavy, que se divide em seis frentes de negócios: festas, clube bar, gastronomia, festivais, brand experience e conexões por causas sociais, passaram a discutir logo no início da pandemia como o negócio iria se transformar. “Passamos a fazer reuniões diariamente por transmissão on-line para realizar um processo de reestruturação e readequação das unidades de negócio da empresa”, conta Arnaldo Camorim, sócio-fundador do grupo Heavy. As festas ganharam versão on-line com lives de artistas durante a quarentena e a empresa se aprofundou no planejamento dos eventos para quando for possível realizá-los.

Turismo

No setor de turismo, a gestão dos negócios durante a pandemia e a preparação para a retomada tem sido um pouco mais complexa. Na visão de Gervasio Tanabe, presidente exceutivo da Abracorp – Associação das Agências de Viagens Corporativas –, este foi o primeiro setor a ser atingido e será o último a se recuperar. “No ano passado, o mercado de turismo corporativo cresceu quase 10% e a expectativa para esse ano era a continuidade desse avanço na casa dos dois dígitos. Mas veio o coronavírus, mudou esse cenário e enfrentamos uma queda de até 90% no faturamento das nossas associadas”, relata.

Segundo Tabane, essa retração está começando a diminuir e nota-se que no setor corporativo as empresas estão optando por viagens totalmente necessárias e, talvez, comecem a voltar ao normal, mas em um ritmo muito mais lento do que era antes. “Com a crise, o que se percebeu foi que muitas reuniões podem ser feitas on-line”, pondera.

Marco Amaral, vice-presidente da rede Minor de hotéis na Europa e América do Sul, que detém as marcas Tivoli, Anantara e NH Hotel, calcula que os hotéis brasileiros, Tivoli Mofarrej São Paulo, Tivoli Ecoresort Praia do Forte e NH Curitiba The Five, deverão ser reabertos em setembro. “Desde o começo da pandemia estamos garantindo a segurança dos colaboradores e clientes. Por isso, decidimos manter os negócios fechados. Além do mais, acreditamos ser mais vantajoso do que abrir para ocupar apenas 5% dos quartos”, comenta. Ele acrescenta que não há uma previsão para forte retomada em curto período de tempo e que o segmento de lazer tem se destacado pela maior procura.

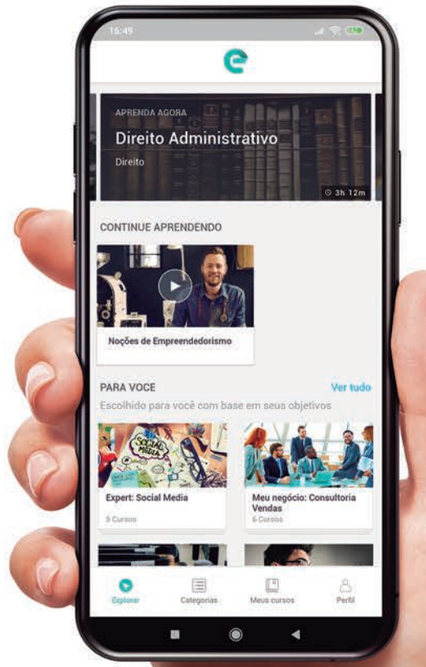
Marco Amaral, vice-presidente da rede Minor de hotéis na Europa e América do Sul investiu na segurança

DIVULGAÇÃO

ENSINA by FS

Ensina se mostra uma solução para capacitação de profissionais e possibilidade de renda extra para autônomos na Pandemia.

O Ensina by FS proporciona a oportunidade de aprender algo novo e fazer dessa atividade uma renda extra. No início da pandemia registramos um aumento de 40% no número de usuários que estão aproveitando para ampliar o conhecimento. Esse número se justifica pelo aumento de pessoas que precisam de uma reciclagem na sua área, para se recolocar no mercado de trabalho e, principalmente, por usuários que buscam aprender uma atividade para fazer disso uma renda extra.



Acesse e saiba mais

Um produto FS

“O Ensina foi desenvolvido para o público que precisava de algum tipo de capacitação para melhorar sua performance como empreendedor ou para desenvolvimento pessoal e não conseguia parar alguns minutos, antes de COVID-19 e quarentena.

Marcus Garcia, VP de produtos da FS

Ao todo, o Ensina oferece cerca de 150 cursos com certificado. Eles são divididos em cursos livres, de especialização ou qualificação, em gestão e negócios, entre outros segmentos. São todos curtos, com duração média de 3 horas, sendo cada aula com tempo máximo de 4 minutos.

Pilares da economia

As vendas de automóveis e comerciais leves tiveram reação expressiva em toda a América Latina no mês de junho, segmento que também fechou o trimestre altamente impactado pelos efeitos da pandemia. Em junho, o mercado automotivo da região registrou 189,7 mil unidades vendidas, o que representa um avanço de 90,6% sobre maio. Mas o mercado ainda está 43,9% abaixo das vendas de junho de 2019.

Mesmo assim, a Fiat Chrysler Automóveis (FCA) comemora, já que alcançou a liderança no mercado latino-americano de veículos (México excluído), com 15,9% de market share, fechando como líder no Brasil e vice na Argentina. A empresa também liderou o mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves no último trimestre, com 19,8% de participação. “A demanda pela Nova Fiat Strada, lançada no Brasil em 26 de junho, está muito acima das nossas expectativas”, comenta Antonio Filosa, presidente da FCA para a América Latina. “Tivemos demanda de mais de 5 mil unidades em menos de uma semana de vendas, antes mesmo do lançamento da campanha publicitária”.

LEO LARA

Antonio Filosa, presidente da FCA para a América Latina, comemora a retomada das vendas

Filosa destaca ainda que a liderança da FCA na LATAM durante o segundo trimestre passa pelo foco total nas necessidades e expectativas dos consumidores e pela forte estratégia de digitalização da jornada do cliente. “A tendência de compras on-line se acelerou muito nos últimos meses e deve continuar em alta mesmo depois da retomada gradual das atividades. Estamos preparados para atender os clientes nos ambientes real e virtual”, explica. “Estamos muito bem posicionados para a retomada, com a Rede de Concessionários abastecida e com ofertas muito atraentes”.

Nova Fiat Strada foi o grande lançamento da montadora no período

DIVULGAÇÃO

Já na área de reforma e construção, outro pilar da economia brasileira, a retomada representa um realinhamento com as necessidades dos consumidores. De acordo com Juliano Ohta, diretor geral da Telhanorte-Tumelero, divisão de varejo do Grupo Saint-Gobain no Brasil, e membro do Conselho do IDV - Instituto para Desenvolvimento do Varejo, as perspectivas de crescimento para os próximos meses são muito positivas. “Devemos crescer por volta de dois dígitos, recuperando uma parte do atraso das nossas vendas. Estamos sendo favorecidos pelo fenômeno do *home centric*, no qual as pessoas trabalham, estudam, se divertem, fazem tudo em casa e, com isso, estão utilizando mais os equipamentos residenciais e tendo um olhar mais rigoroso para a moradia”, afirma.

DIVULGAÇÃO

Segundo Juliano Ohta, diretor geral da Telhanorte-Tumelero, será preciso investir ainda mais em novos serviços e produtos

Ohta destaca que o maior motor da inovação é a necessidade. Desta maneira, a Telhanorte percebeu que a busca por novos serviços, preços mais baixos, agilidada e conveniência foi resgatada e reforçada nessa pandemia. “Diversas operações ligadas ao e-commerce devem crescer nos próximos meses. Decidimos manter os investimentos previstos pra 2020, principalmente os ligados ao digital”, enfatiza.

Grandes investimentos

Se o mercado imobiliário é um grande motor da economia, muitos empreendimentos simbolizam o setor com propriedade. Este é o caso do Cidade Matarazzo, o maior projeto de reciclagem urbana na história da cidade de São Paulo, que até 2021 transformará o antigo complexo do Hospital Umberto I em um empreendimento multiuso sem precedentes e que não teve as obras totalmente paralisadas durante o primeiro semestre do ano.

Segundo Alexandre Allard, empreendedor, fundador do Cidade Matarazzo e ativista das artes e da criatividade, o empreendimento será um lugar de encontros e descobertas, gerador de emoções. Em plena

Cidade Matarazzo é o maior projeto de reciclagem urbana na história da cidade de São Paulo

DIVULGAÇÃO

Peça por peça

Referência nacional no aftermarket da indústria automotiva brasileira, o Grupo Comolatti controla algumas das mais modernas empresas do Brasil, destacando-se pela estrutura eficiente e inteligente com que gerencia seus negócios. Dentre os segmentos em que opera, destacam-se: distribuidoras de autopeças e acessórios, concessionárias de veículos pesados, rede associativa de autopeças, desenvolvimento imobiliário e entretenimento e alta gastronomia.

De acordo com Sergio Comolatti, presidente do Grupo, nos últimos anos a companhia vem investindo em tecnologias para melhorar a interação dos seus clientes, com portais de vendas on-line nos formatos B2B e B2C, assim como em novas ferramentas para nossa força de vendas. "Acreditamos que a pandemia trouxe uma aceleração no processo de digitalização, seja na experiência de cada indivíduo em seus hábitos pessoais como até mesmo em um setor como o nosso, o automotivo, ainda bastante analógico", constata.

Sobre as perspectivas de crescimento para 2021, Comolatti aponta que a atividade de reposição automotiva sempre se demonstrou bastante resiliente durante períodos de crise. "Temos observado que a atividade promete um bom segundo semestre, mas que também pode ser influenciado por um impacto de um PIB mais fraco em 2021. Continuamos investindo em abertura de novas filiais aumentando a nossa cobertura, sempre acreditando na economia brasileira", finaliza.

DIVULGAÇÃO

GABRIEL MATARAZZO

"A urgência em encontrar soluções criativas, num contexto de pandemia, aquecimento global, crise econômica entre outras, é cada vez mais uma necessidade"

Alexandre Allard, empreendedor, fundador do Cidade Matarazzo

Zanchetta

Alimentos para o Brasil e o Mundo
Quality food to the World

Alimentar para a vida! É com este propósito que o **Grupo Zanchetta** vem se preparando para o futuro. Do campo à mesa, cultivamos uma cadeia longa, duradoura e completa. Trabalhando sempre de forma sustentável na evolução dos negócios, focamos a nossa gestão nas pessoas, respeitando a comunidade, preservando o meio ambiente e seguindo as normas de bem-estar animal. Compartilhamos e exigimos nossos valores a todos os envolvidos no processo.

Mais que um produtor de proteínas, o **Grupo Zanchetta** é uma indústria de alimentos inovadora, por isso abraçamos a tecnologia, incentivamos a pesquisa, ouvimos nossos clientes, consumidores e colaboradores. Detentora das marcas **Alliz**, referência em processamento de aves e da **Mondelli**, especialista em cortes bovinos, nos orgulhamos em conectar pessoas através do alimento.

Alimento que une, que celebra, que nutri e que transforma. Nossos produtos são preparados para atender os mais exigentes mercados e consumidores, nos orgulhamos de servir sempre o melhor.

AlliZ

Mondelli

www.zanchetta.com.br | www.mondelli.com.br

construção, com a primeira fase do projeto – Hospitalidade – entrando em estágio de acabamentos, a abertura do Hotel Rosewood São Paulo está prevista para abril de 2021. "O Cidade Matarazzo é um projeto de vanguarda que apresenta um novo paradigma aos problemas planetários. A urgência em encontrar soluções criativas, num contexto de pandemia, aquecimento global, crise econômica entre outras, é cada vez mais uma necessidade. O Cidade Matarazzo surge com respostas inovadoras aos desafios que a sociedade apresenta. O projeto conta com inovações de engenharia, arquitetura, paisagismo, urbanismo e tecnologia. Desenvolvemos novos modelos de negócios sustentáveis que irão gerar experiências incomparáveis aos nossos visitantes", afirma Allard.

Mobilidade aérea

A pandemia da Covid-19 mudou muitas coisas em diversos setores. Na aviação executiva não foi diferente. A Líder Aviação, por exemplo, teve mais demandas em voos de repatriação e voos de remoção aeromédica. Além disso, a empresa recebeu uma autorização da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) para o transporte de cargas biológicas (exames laboratoriais, amostras biológicas, testes laboratoriais, vacinas, medicamentos, equipamentos médicos e insumos hospitalares) em suas aeronaves como uma das ações de auxílio ao combate ao novo coronavírus no Brasil.

Para o futuro, Eduardo Vaz, presidente da Líder Aviação, diz que as perspectivas para o setor de aviação executiva são bastante otimistas. "Estamos tendo uma pequena recuperação, ainda abaixo dos primeiros

SAUVI CRUZ

Na rota certa

Francisco Ribeiro, presidente do Banco Luso Brasileiro, diz que a instituição está muito focada na oferta de crédito para as empresas que atuam no transporte coletivo urbano, o que representa de 65% a 70% de sua carteira, tornando-a uma referência nesse mercado. "Como temos um conhecimento muito grande do segmento e estamos sempre muito próximos dos nossos clientes, a crise não nos afetou tanto. O que temos feito é ajudar essas companhias a passar por esse momento crítico, assim passamos a oferecer uma carência especial para os financiamentos e criamos um modelo com prazo maior", destaca.

Além do financiamenato às empresas de ônibus, o Banco Luso Brasileiro desenvolveu serviços personalizados e novos produtos, que visam atingir, sobretudo, o mercado de middle market. Neste segmento, o foco está nas operações de crédito em moeda estrangeira, para companhias que atuam no comércio exterior. Segundo Ribeiro, a estratégia para desenvolver a área foi aproveitar a sinergia com os grupos acionistas, que têm presença global e trazem competitividade de funding em moeda estrangeira.

"Com a previsão da vacina contra a Covid-19, as variáveis da economia que temos acompanhado, juntamente com a vontade da população em retomar totalmente as atividades, vejo 2021 como um período muito positivo. Tenho certeza que iremos ultrapassar os 3,5% de crescimento do PIB ano que vem", analisa Ribeiro.

Sinta-se seguro para vir sempre que precisar.

WORLD'S BEST HOSPITALS 2020 Newsweek statista

A vida evolui e a gente evolui com ela. Estamos prontos para receber você com tranquilidade, em qualquer necessidade. Pronto-socorro, consultas, exames, tratamentos e cirurgias com fluxos seguros, para que sua saúde seja cuidada sempre com excelência.

BP. Um polo de saúde para todos e para cada um.

Responsável técnico: Dr. Luiz Eduardo Loureiro Bertarelo - CRM 23.706 SP

confiar + ajuda

Fernanda Harue
Usa o pronto-socorro da BP
"A BP faz parte da minha história e é um lugar que eu confio."

Tel. 11 3505 1000

/bporgbr
bp.org.br

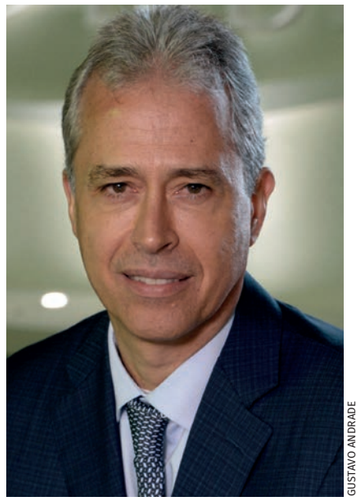
A Beneficência Portuguesa de São Paulo

GUSTAVO ANDRADE

A aviação executiva deverá suprir lacunas deixadas pelas grandes empresas aéreas

meses do ano, antes da pandemia. Mas é perceptível que a medida que a economia vai sendo retomada, nos poderemos alcançar o antigo patamar até o final do ano ou no primeiro trimestre de 2021".

Vaz fala também sobre o papel da aviação executiva em um cenário de retomada econômica, intensificação dos negócios e busca por mais velocidade no mundo corporativo. "Nosso setor tem a característica de promover menos aglomeração por ser um serviço mais exclusivo, portanto deverá ser cada vez mais valorizado. Isso deve reforçar a capacidade da aviação executiva suprir lacunas deixadas pelas grandes empresas aéreas", considera o executivo da Líder. ■



GUSTAVO ANDRADE

Eduardo Vaz, presidente da Líder Aviação, diz que as perspectivas para o setor de aviação executiva são bastante otimistas

OMINT LANÇA E-BOOKS GRATUITOS COM FOCO NO RETORNO DAS ATIVIDADES

Para apoiar esse momento de retomada dos negócios e circulação de consumidores, a Omint elaborou dois e-books gratuitos voltados a gestores de RH e colaboradores. Eles apresentam orientações de fontes referenciadas a fim de promover uma retomada das atividades corporativas com segurança.

"Para esse novo período de adaptação, que atinge tanto os gestores das empresas quanto os próprios colaboradores, assumimos nossa responsabilidade social de cuidar de pessoas", explica Marcos Loreto, diretor Médico Técnico da Omint. Os arquivos completos estão disponíveis para download no site www.omint.com.br/coronavirus.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E SOLUÇÕES CUSTOMIZADAS

O cenário atual vem exigindo das empresas processos cada vez mais digitais, para garantir produtividade, velocidade e redução de custos. Reestruturar processos e implantar uma cultura de inovação não é fácil, por isso, buscar parceiros da área de tecnologia é essencial para que este movimento seja realizado de forma rápida e segura. Dentro desse cenário, há 10 anos, surgiu a Monitora, uma empresa que é a parceira tecnológica do seu negócio, liderando sua Transformação Digital por meio de soluções customizadas de ponta a ponta.

Atuando para atender demandas tecnológicas de diversos clientes, a Monitora vem se destacando no mercado nacional e, principalmente, internacional onde grandes empresas da Europa, Estados Unidos e Ásia já contam com as suas soluções na digitalização de suas operações.

Dentre os serviços tecnológicos customizados oferecidos pela empresa estão o Design de Serviços voltados a software, Design Sprint, UI/UX, Engenharia de Requisitos, Desenvolvimento de Softwares, Integração de Sistemas, Sustentação e Manutenção de Sistemas Legados, QA e AQA, DevOps, Service Desk, MVP e Tecnologias Especiais como Big Data, Data Science, RPA, IA e Blockchain.

monitora
Software development partner

"Somos uma empresa referência internacional em tecnologia, na qual o cliente nos vê como seu grande parceiro de inovação", explica Marcos Chiodi, diretor executivo da empresa.

Totalmente brasileira, a Monitora nasceu a partir de uma ferramenta inédita que monitorava o abastecimento de veículos corporativos, encomendada pela indústria açucareira. Após essa primeira experiência, a Monitora se lançou no mercado atuando também em outras áreas, como saúde, agricultura, aerospacial, logística, construção civil, manufatura, bancos, imobiliária, serviços financeiros, startups e fintechs.

Depois disso, já em 2012, começou a fornecer tecnologia para VistaJet, companhia inglesa presente em 96% do espaço aéreo privado do mundo. O sistema desenvolvido pela Monitora gerencia 100% da companhia, como o controle de abastecimento, informação de voo, controle de tripulação, gestão de aeroportos, relatório meteorológico, etc. "Ao mesmo passo que a VistaJet expandia a sua cobertura aérea, a Monitora cresceu junto a ponto de liderar projetos tecnológicos para o grupo inglês em fábricas parceiras de software na Ucrânia e no Paquistão", detalha Chiodi.

Em 2020, iniciou seu projeto de expansão com a abertura de escritório em São Paulo. Referência em exportar a tecnologia brasileira para Europa e América do Norte, a fábrica de software também possui um escritório em Londres, que cuida das relações comerciais.

Localizada em um espaço de mais de 1.000 m² e com 200 funcionários, a Monitora ganhou o reconhecimento da Great Place To Work Tecnologia da Informação, sendo a 36ª melhor empresa de TI para se trabalhar no Brasil e a 10ª melhor empresa do interior do estado de São Paulo em 2019. ■

PERSPECTIVAS PARA O USO DE NOVAS TECNOLOGIAS DEPENDERÁ MAIS DA MUDANÇA DE MINDSET DO QUE DAS PRÓPRIAS FERRAMENTAS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A sobrevivência dos negócios no pós-pandemia não está somente na mão do desenvolvimento de tecnologias disruptivas, mas também de quem está preparado para se adaptar rapidamente ao novo e a responder com soluções rápidas, simples, seguras e transparentes. “Essa nova realidade é cheia de necessidades específicas que, por meio da inovação, estão sendo contornadas. Muitas tecnologias que já estavam presentes antes da pandemia, como vídeo chamadas e plataformas de gestão de projetos, estão sendo aprimoradas”, contextualiza Kim Trieweiler, pesquisador de futurismo na Aerolito.

Mesmo empresas que têm em seu *core business* a tecnologia e a inovação em suas operações, passaram a enfatizar a necessidade de aprofundar conhecimentos e ações na área. Ronan Damasco, diretor nacional de tecnologia da Microsoft Brasil, afirma que se você está gerando dados e não fizer o uso deles, alguém vai fazer e irá tirá-lo do negócio”, argumenta. “Esse novo normal, para a gente não era tão novo, mas bastante normal: já vínhamos falando isso para as empresas mais tradicionais: vocês precisam abraçar a transformação digital, vocês precisam adotar a tecnologia.”

A aceleração digital forçada pela pandemia também fez com que os consumidores começassem a experimentar canais digitais e mais soluções cognitivas. Marcelo Braga, vice-presidente de vendas da IBM Brasil, entende que a tecnologia deixou de ser um fim e agora é meio de todas as indústrias, de todas as empresas, seja uma startup pequena, seja um empreendedor individual que tem que ter uma maquininha ou um site de comércio eletrônico e até mesmo as grandes empresas, que já dependiam de tecnologia. “O que observo é que tudo que não tiver um retorno a curto prazo estará congelado. Os departamentos de TI das empresas estão extremamente demandados para serem viabilizadores do trabalho remoto, manter a empresa operando. Isso é mais importante do que criar tecnologias disruptivas”, complementa Marcelo.

Dentro dessa ideia, se justifica a promoção de novas formas de interação com os clientes e consumidores de uma forma mais fluída, rápida e humanizada. Projetos de atendimento ao cliente, URAs cognitivas, que fazem uso intensivo de computação de inteligência artificial, estão sendo aprimorados de maneira muito rápida para atender a essa demanda. “O que acreditamos como tendência é o prevalecimento da interação entre as pessoas e sistemas por meio do comando de voz, mensagem instantânea, ao invés de sistemas tradicionais, difíceis de usar e não produtivos”, pondera o vice-presidente da IBM.

Mudança de mentalidade

Para Gisselle Ruiz Lanza, diretora geral da Intel Brasil, agilidade na tomada de decisão tem a ver com condutas arraigadas a cultura da empresa, principalmente neste novo mundo tecnológico. "Existem algumas companhias que preveem o futuro, a gente constrói o futuro. Não quer dizer que foi simples colocar toda a nossa operação funcionando em tempo recorde, mas a transição rápida aconteceu por sermos uma empresa de inovação que atua em um segmento super dinâmico, absorvendo, por exemplo, demandas como a explosão de compra de PCs para o trabalho e estudo remoto", indica. Ladmir Carvalho, CEO da Alterdata, quinta maior empresa de software do País, tem sido demandado para eventos on-line, palestras e lives para levantar discussões sobre as tendências no pós-pandemia. "Somos uma companhia completamente diferente de quatro meses atrás. Estamos mais velozes, eficazes e comprometidos com a inovação. Fazendo uma analogia, entramos em um deserto e em uma jornada árida, e quem trouxer mais água para o deserto vai chegar ao final, e essa água é representada por recursos de caixa, funcionários preparados, e produtos user friendly, pautados em inteligência artificial".

Empresa reconhecida pela inovação, a ServiceNow apostou na transformação digital de seus clientes com serviços de help desk modernos e automatizados, que utilizam inteligência artificial para oferecer melhor performance e velocidade. O ServiceNow Safe Workplace, um pacote composto por quatro apps e um painel criado para ajudar as empresas a administrar as principais etapas no retorno dos funcionários, e respaldar a saúde e a segurança. Katia Ortiz, country manager da ServiceNow no Brasil, reforça que as transformações começam no aspecto humano, e que adesão precisa acontecer em segmentos em que a inovação não é o negócio, diferentemente do que acontece com os bancos, por exemplo. "Todo serviço pode ser feito, a questão é ajustar a forma e para isso é fundamental ter pessoas chave nas empresas conduzindo essas mudanças."

Regis Noronha, diretor de estratégia e produtos da SegurPro, entende que o investimento em tecnologia disruptiva teve um ponto crucial no crescimento nesse contexto da pandemia. "Investimos em uma startup que desenvolve instrumentos para medir microvibrações, detectando o número de pessoas presentes em um ambiente com base na respiração e batimento cardíaco. Totalmente disruptivo, abriu as possibilidades na transformação da segurança física das pessoas, dos nossos clientes, em um momento onde soluções para segurança como controlar o distanciamento, reconhecimento facial, medição de temperatura são tão importantes."

Visão de mercado

Para José Formoso, CEO da Embratel, as novas tecnologias foram essenciais para que empresas se mantivessem operacionais e os profissionais conseguissem seguir trabalhando durante a pandemia e, agora, serão importantes para retomada econômica. O executivo aponta que os próximos anos marcarão um novo ciclo de inovação, com o objetivo de atender as lacunas que foram percebidas durante esse momento que vivemos. "Será impossível imaginar um ambiente no qual ferramentas tecnológicas não serão o ponto central das operações e, isso, terá impactos positivos", avalia.

José Formoso, CEO da Embratel, destaca que as novas tecnologias têm sido essenciais para a manutenção de muitos negócios

QUAL É O SEU NÚMERO?

3 suítes | 2 dorms | studios

No ponto alto de Perdizes, a 150 metros da PUC, um empreendimento inovador e versátil, com diversas opções de planta, terraces garden na varanda, piscina com laterais de vidro no rooftop, entre outros diferenciais.

R. Ministro Godói, 1213 x R. Caiubi | Perdizes

hausmitreperdizes.com.br

Agende sua visita e conheça o empreendimento que vai marcar época em Perdizes.

3522-4700

FUTURA INTERMEDIAÇÃO: mitre vendas | Lopes

UM PROJETO ASSINADO POR: mitre

Informações preliminares, sujeitas a alteração. O empreendimento imobiliário só será comercializado após a devida aprovação do Projeto de Edificação Nova perante a municipalidade e o registro do Memorial de Incorporação no cartório de registro de imóveis competente, nos termos da Lei nº 4.591/1964. LPS São Paulo – Consultoria de Imóveis Ltda., CNPJ 15.673.605/0001-10, Creci/SP 24073-J. Mitre Vendas Corretagem de Imóveis Ltda., CNPJ 21.677.690/0001-98, Creci J-26794. Studios NR com serviços inclusos e studios residenciais pay-per-use.

Novo varejo

A tecnologia também impacta os mais diferentes segmentos do comércio. A Samsung, por exemplo, lançou uma nova modalidade de venda online durante o isolamento social. Com serviço automatizado, os consumidores podem comprar produtos via WhatsApp, diretamente com as Lojas da marca mais próximas, contando com o atendimento dos consultores de vendas. O recurso engloba as lojas e quiosques de todo o Brasil, o que possibilita contatos rastreáveis e mais seguros na hora de comprar tablets, notebooks, smartphones, wearables e acessórios, sempre de acordo com a disponibilidade de cada loja.

O atendimento é feito inicialmente por um robô programado para filtrar as informações e necessidades do consumidor, que precisa concordar com termos e condições de serviço. Em seguida, ao enviar o CEP do endereço de entrega para o robô, são oferecidas até cinco unidades de estabelecimento da região. O cliente, então, escolhe onde quer concluir a compra e tem início o atendimento humanizado, que vai incluir produtos, preços e condições de acordo com as opções e ofertas de cada loja Samsung.

Alberto Leite, CEO e co-fundador da FS, mostra que as tecnologias disruptivas devem criar uma nova relação entre poder público e população

A Embratel investe constantemente em soluções digitais que integram ofertas de TI e Telecom, seja para uso interno ou para disponibilizar ao mercado. Por isso, Formoso destaca que a previsão é que a adoção dessas tecnologias não pare mais, especialmente para adaptar as operações aos novos modelos de trabalho, como o home office. “Nesse cenário, podemos destacar grande demanda por conectividade, nuvem, sistemas de segurança cibernética, soluções que permitem acesso remoto às informações e aos sistemas corporativos para os colaboradores, como VPN e VDI, aplicativos móveis e inteligência artificial, além de hardware. Essas tecnologias e tantas outras ajudarão na retomada do crescimento econômico pois seguirão levando mais produtividade e redução de custos para as operações de empresas de todos os tamanhos e segmentos, além de permitirem a personalização das operações e a criação de novos modelos de negócios”, garante.

Já Alberto Leite, CEO e co-fundador da FS, empresa que desenvolve produtos e serviços de segurança digital, cloud solutions, seguros, assistências, suporte técnico e mobile learning, destaca que as novas tecnologias podem permitir o encurtamento da distância entre o governo e a população. “Ao digitalizar uma série de processos e atividades, como a emissão de documentos e a leitura de históricos médicos digitalizados, por exemplo, é possível evitar filas, proporcionar mais segurança e oferecer agilidade para o cidadão”.

Atualmente, a FS é líder de serviços de valor agregado para operadoras de telecomunicações e varejistas, lidando diariamente com a realidade do mercado. “Em um momento de dificuldade para formar profissionais de tecnologia, nós empregamos e treinamos diversas pessoas e acreditamos que isso seja um processo de colaboração muito grande com a sociedade”, enfatiza Leite. ■

SUSTENTABILIDADE PARA A TELEMEDICINA

Há o consenso de que a transformação digital avança a passos largos em todos os setores, impulsionada pelo ano atípico pelo qual o mundo passa. Nos momentos de grande necessidade, o ser humano inventa, reinventa e demonstra solidariedade às populações menos privilegiadas. É o caso da telemedicina adotada por grupos de médicos e paramédicos para esclarecer e consultar pessoas acometidas de Covid-19 em regiões remotas. Principalmente em um país com dimensões continentais como o Brasil, embora não seja regulada, a necessidade e a causa colocaram a telemedicina em primeiro plano para auxiliar quem não tem acesso a um consultório médico.

Diante da contingência provocada pela crise sanitária, muitos centros de saúde aceleraram a incorporação da telemedicina para favorecer seus pacientes. Porém, sendo um modelo de atendimento pouco conhecido, muito há de se desenvolver. Há também a limitação das populações que ainda enfrentam dificuldades de acesso à internet, fato que pode ser amenizado por políticas públicas que as favoreçam. Somada a essas políticas, a telemedicina deve ser padronizada como assistência contínua, proporcionando aos pacientes e à equipe de atendimento muito mais qualidade ao garantir agilidade, acesso ao prontuário, medicamentos e todos os dados relevantes sobre os pacientes, além de registrar imediatamente o que aconteceu no encontro não-presencial.

Telemedicina sustentável

A telemedicina, portanto, deveria ser adotada como um modelo permanente de suporte à saúde respeitando padrões que assegurem seu fundamento básico: proporcionar melhor acesso ao atendimento dos pacientes. Devemos contar com a regulação séria e responsável para isso, mas não podemos nos esquecer da continuidade do processo. Para sustentabilidade desse tipo de sistema, a InterSystems opera no pilar do negócio que é a gestão de dados, pois quando se trata de informações de saúde é inquestionável a necessidade de rapidez, alta performance no processamento, análise e disponibilização de dados. Isso garante o acesso seguro e preciso à informação clínica para que a tomada de decisão seja feita de forma precisa pelos profissionais de saúde. “Todos os procedimentos clínicos, seja uma consulta presencial, por telemedicina, procedimentos, exames, são um conjunto de informações sobre a vida do paciente; é uma área em que dados precisam ser tratados com a máxima eficácia em gestão e tecnologia assertiva”, afirma Alfredo Alberto, Diretor de Serviços Profissionais, América Latina | Vendas e Implementação de Saúde da InterSystems. ■

InterSystems®
Creative data technology

GARANTIA DE PROTEÇÃO

MUDANÇAS DE HÁBITOS POR CONSEQUÊNCIA DA PANDEMIA DEVEM IMPULSIONAR O CRESCIMENTO DE MODALIDADES DE SEGUROS

O mercado segurador não sentiu os efeitos da crise econômica causados pela pandemia do novo coronavírus. Empresas com solidez financeira, vasto portfólio e altamente disruptivas, seguiram normalmente com suas operações ao longo dos últimos meses. Este é o caso da Mapfre Seguros, por exemplo, que reforçou as soluções digitais para a realização de vistoria veicular e sinistro, mantendo seus colaboradores em home office. Além disso, aplicou condições especiais de renovação e pagamento integral da indenização em caso de morte por infecção pela Covid-19 nos seguros de vida, viagem, habitacional e prestamista.

Em 2019, a receita anual do setor de seguros teve evolução nominal de 12,1% – a maior taxa desde 2012 –, totalizando R$ 270,1 bilhões sem contar Saúde Suplementar e DPVAT, conforme dados da CNseg – Confederação Nacional das Indústrias. Descontada a inflação, o crescimento foi de 8,1%. Agora, os novos hábitos da sociedade podem apontar para quais caminhos este mercado pode crescer. "Infelizmente, no Brasil, muitas pessoas tiveram suas rendas impactadas pela crise do novo coronavírus, porém, numa fase de crise sanitária global, algumas pessoas passam a ter um novo olhar sobre os seguros, principalmente os de vida. Nossa expectativa é que o consumidor adote um perfil mais preventivo e direcionado à sua proteção, de sua família e da sociedade, abrindo portas para que ampliemos a cultura do seguro", indica Luis Gutiérrez Mateo, CEO da Mapfre Seguros.

Segundo uma pesquisa da plataforma Bidu, entre março e abril de 2020, houve um aumento de 150% no número de consultas e cotações de seguro de vida, comparado ao mesmo período de 2019. O percentual mostra ainda que o interesse das pessoas pelo seguro de vida mais que dobrou. E isso já está sendo realidade para a rede de nanofranquias em formato home office, TSValle, especializada nos mais variados tipos de seguro. "Nestes dois últimos meses, tivemos não só a procura, mas sim a adesão de novos contratos de planos de saúde e seguros de vida, que resultou num aumento de 132%. Não tínhamos certeza sobre como as pessoas iriam reagir em tempos de coronavírus, mas estamos vendo com bons olhos a preocupação delas em relação à saúde e segurança financeira em caso de uma situação mais adversa", explica Bruno Bronetta, CEO da empresa.

Segmentos

Para Eduardo Lucena, presidente da THB Brasil, além do seguro de vida, outros ramos que tiveram aumento expressivo ano passado devem continuar crescendo, como o seguro garantia, que evoluiu 49,8% em 2019. "Nesse momento de incertezas na economia, a procura pelo seguro garantia aumenta, já que a contratação dessa modalidade possibilita a empresa utilizar os valores que teria que deixar parado no processo para otimizar suas atividades. Outro aspecto que colabora para o crescimento da garantia em

"Nossa expectativa é que o consumidor adote um perfil mais preventivo e direcionado à sua proteção, de sua família e da sociedade"

Luis Gutiérrez Mateo, CEO da Mapfre Seguros

BERNARDO COELHO

2020 é que, recentemente, houve uma instrução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) possibilitando a substituição de valores já depositados por Seguro Garantia Depósito Recursal. Foi uma ótima notícia, pois antes havia a possibilidade de emissão apenas para novos recursos. Essa normativa abriu a possibilidade de as empresas solicitarem a substituição de valores que estavam parados há anos nos processos, fazendo com que os mesmos retornem para seu caixa", analisa.

No atual cenário, muitas corretoras observaram também crescimento do mercado de seguros empresarial e financeiro. Ricardo Géo, sócio-fundador da Deal Seguros, especializada no setor corporativo, enfatiza que quando se fala do patrimônio de um atacadista, planta industrial de um fabricante ou até mesmo o seguro de riscos de engenharia de uma obra, não dá para ficar sem o seguro contratado. "São riscos complexos e vultosos e em caso de um eventual sinistro sem cobertura securitária pode por em risco a continuidade da sua operação. Diante disso, com os seguros ativos e renovados, há um menor impacto às nossas atividades, contratações e renovações mesmo nesse momento de retração e cautela", diz.

Matteo Ritacco, CEO do Grupo Ritacco, representado por três empresas (Ritacco Seguros, Corporate Health e AR Ritacco), avalia também o aumento na procura pelo seguro residencial, como reflexo da pandemia. "A experiência do home office trouxe um novo olhar das pessoas para suas próprias casas, por passarem a maior parte do tempo dentro de suas residências e pelas assistências oferecidas", destaca. Quanto ao seguro de vida, ele conta que as cláusulas de condições gerais previam como risco excluído epidemias e pandemias. Mas, com a rápida adaptação dessas cláusulas, em que as seguradoras aderiram à cobertura por Covid-19, houve uma movimentação positiva nessa modalidade. "Essa extensão de cobertura aconteceu justamente para estimular o aquecimento do mercado e trazer tranquilidade aos segurados. Desde o início da quarentena, nossa maior preocupação foi seguir com um modelo de atendimento assistencial e não comercial, gerando empatia com o momento em que estamos vivendo", enfatiza o empresário.

No primeiro momento da pandemia, com as pessoas em isolamento social e em home office, o mercado de seguros automotivos, até maio de 2020, decresceu 7,6% (com base no ranking Susep Jan-Mai/20), impactado pela queda na venda de veículos.

FERNANDO MARTINHO

"A retomada da circulação e da venda de novos automóveis, assim como a mudança de comportamento das pessoas, vão gerar a necessidade de proteção do bem"

Gilmar Pires, diretor-executivo da Azul Seguros

Segundo Gilmar Pires, diretor-executivo da Azul Seguros, outro aspecto é que o preço médio da proteção de automóvel caiu em função do mercado ter repassado aos clientes o benefício da diminuição das frequências. Entretanto, já há sinais de retomada do segmento com reaquecimento das vendas de automóveis. "Alguns hábitos mudarão. A necessidade do distanciamento social faz com que os veículos sejam meios mais seguros e atrativos para o deslocamento. Muitas pessoas vão tirar seus carros das garagens, principalmente para evitar o transporte público. A retomada da circulação e da venda de novos automóveis, assim como a mudança de comportamento das pessoas, vão gerar a necessidade de proteção do bem. O automóvel ainda é, depois da residência própria, um bem muito desejado pelo brasileiro, pois lhe dá a mobilidade, conforto e individualidade", considera Pires.

ROBERTO LOFFEL

Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da Sompo Seguros, avalia que deverá aumentar o interesse das pessoas por diferentes produtos de seguros para garantir a tranquilidade financeira

Expansão tecnológica

Os investimentos no setor de tecnologia devem melhorar a jornada do cliente, agilizando o atendimento, como a vistoria mobile, que ganhou ainda mais espaço entre as seguradoras neste momento. O Grupo For Risk, especializado em tecnologia e que atua diretamente com o mercado de seguros, criou duas ferramentas inovadoras, a AutoVist, que permite que o usuário realize o processo de autovistoria, desde automóvel até residencial, e a UniDoc, processo de transação documental das ocorrências de sinistro, com validação da identidade do cliente, de maneira 100% on-line. "Isso trouxe grande proximidade entre cliente e seguradora, sem a necessidade do encontro físico, seja no departamento comercial, sinistro ou subscrição", conta Umile Ritacco, diretor de negócios do Grupo.

A transformação digital realmente deve abrir novas frentes de oportunidades no segmento de seguros. "Devemos ter mais serviços atrelados aos produtos de seguros, além de uma percepção mais presente nas pessoas da necessidade de contar com diferentes produtos para garantir a tranquilidade financeira dos segurados e beneficiários", diz Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da Sompo Seguros. Com amplo investimento anual em Tecnologia da Informação e Inovação, uma das soluções criadas pela empresa é Sayuri, assistente virtual, apresentada ao mercado em dezembro de 2018, além de portais, aplicativos, ferramentas para autovistoria, serviços como o Sompo Car Delivery e o Documento Expresso, para entrega do carro no endereço do segurado após o conserto ou de retirada de documentos na casa do segurado para sinistros de perda total de veículos.

Para Grossi, o mercado de seguros é bastante competitivo e se mostrou eficiente nas respostas à sociedade nesse momento de pandemia. "Além disso, evoluiu mesmo enfrentando cenários bastante difíceis ao longo das décadas, com situações de instabilidade econômica, e tem contribuído positivamente com nossa economia, crescendo, sistematicamente, em índices superiores ao do PIB brasileiro. É claro que haverá reflexos da pandemia, podemos observar índices menores do que os projetados, mas ainda assim haverá expansão do segmento e vamos continuar crescendo em 2020", finaliza. ■

tres®
InCompany

QUALQUER QUE SEJA O TAMANHO DA SUA EMPRESA TEMOS A SOLUÇÃO IDEAL.

Máquinas sem custo de locação e assistência técnica;

Máquinas compactas para salas de reunião;

Grande variedade de bebidas com mais de 35 cafés espressos e multibebidas em cápsula;

Qualidade incomparável;

Sem sujeira;

Controle de doses.

Conheça nosso lançamento exclusivo para empresa!
VENDING MACHINE TRES PRATICIDADE A TODA HORA.

Quer saber mais?
Acesse www.escolhatres.com.br ou entre em contato através do e-mail tresincompany@3coracoes.com.br

+ CAFÉS + IDEIAS

CONCESSIONÁRIA VIRTUAL

ISOLAMENTO SOCIAL ACELEROU A DIGITALIZAÇÃO DA JORNADA DO CONSUMIDOR NO MERCADO AUTOMOTIVO

Com o forte impacto provocado pela pandemia de Covid-19, a produção acumulada de veículos nos primeiros seis meses do ano teve queda de 50,5% na comparação com o primeiro semestre de 2019. No entanto, uma pesquisa de intenção realizada pela Webmotors, plataforma de negócios e soluções para o setor automotivo, em parceria com a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), identificou que, dos consumidores interessados na aquisição de um carro 0Km, 84% planejam a compra ainda em 2020.

Para atender a esse público, a própria Webmotors lançou a campanha "CarDelivery", solução de compra e venda de automóveis on-line desenvolvida com o objetivo de conectar compradores e anunciantes. A ferramenta proporciona comodidade, preservando o bem-estar dos usuários da plataforma, pois a entrega do carro é realizada no endereço do cliente. "O CarDelivery é um primeiro grande passo no processo de digitalização total da jornada de compra neste segmento. E teve grande adesão de parceiros. São mais de 10 mil lojas e concessionárias oferecendo essa experiência", destaca Rafael Constantinou, CMO da Webmotors.

123RF

O executivo explica que a empresa reviu todas as ferramentas que existiam na plataforma para apoiar clientes e dar ritmo aos negócios no cenário atual. Com isso, foi recriada a função "Videochamada", opção que permite aos lojistas demonstrarem seus produtos virtualmente, além do Troca+Troco, em que o comprador pode oferecer um veículo de maior valor na troca de um com preço mais baixo e ficar com a diferença. "Com o CarDelivery, os serviços compõem uma gama de opções voltadas a auxiliar as pessoas com uma oferta de compra e venda 100% on-line e com apoio do Santander, que oferece o refinanciamento de veículos com melhores condições", explica Constantinou.

Novo canal

A Chevrolet e o Mercado Livre não ficaram para trás nessa corrida pelas vendas on-line. A montadora e a maior plataforma de e-commerce e tecnologia financeira da América Latina, lançaram a primeira loja de veículos novos do marketplace. A loja oficial Chevrolet, que entrou no ar com o lançamento do Novo Tracker, ajuda a fomentar o comércio de veículos no mundo digital e contribuir com o desenvolvimento dessa nova fase da indústria automotiva brasileira.

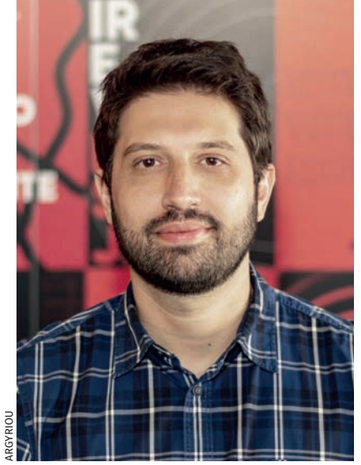
Para auxiliar na decisão de compra, os consumidores têm à disposição um showroom especial, que oferece um tour virtual, com imagens, vídeos e informações detalhadas das versões do novo SUV compacto disponíveis na loja. Após a escolha do veículo, ainda é possível fazer a Reserva Online. Dessa maneira, o cliente pode dar um sinal de pagamento por meio da plataforma Mercado Pago. Com base na localização

REPRODUÇÃO

Chevrolet e Mercado Livre se uniram e o portal de vendas diretas da marca já está no ar

do usuário, o cliente encontra a loja mais próxima entre as concessionárias da marca, para seguir com a jornada de compra. Durante o período de distanciamento social, a Chevrolet ainda viabilizou a entrega do veículo na casa do comprador.

"A GM vem há cinco anos digitalizando seu processo de comunicação e venda. A jornada do consumidor hoje é multitela e multicanal. A parceria com o Mercado Livre fortalece e diversifica nossos canais de vendas digitais", comenta Hermann Mahnke, diretor executivo de Marketing da GM.



ARGYRIOU

"O CarDelivery é um primeiro grande passo no processo de digitalização total da jornada de compra neste segmento"

Rafael Constantinou, CMO da Webmotors

Interatividade total

Com o lançamento do modelo Nivus, a Volkswagen aproveitou para ampliar a experiência do cliente e os benefícios da digitalização. Nessa nova onda de investimentos em inovação, a montadora ampliou o leque de funcionalidades do DDX (Digital Dealer eXperience), ou Experiência de Concessionária Digital, onde a realidade virtual é utilizada como ferramenta de venda e de demonstração dos veículos da marca. Agora, mais do que configurar o modelo Volkswagen da maneira que o cliente quiser, o sistema permite exibir vídeos explicativos de tecnologias Volkswagen, como, por exemplo, o ACC (controle adaptativo de velocidade e distância) que é oferecido no Nivus, um recurso inédito nessa categoria de veículos no Brasil.

"A Volkswagen vem investindo na digitalização como ferramenta de aproximação dos seus clientes. O lançamento do Nivus, feito de forma totalmente digital, acelerou este processo", conta Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina.

"A jornada do consumidor hoje é multitela e multicanal"

Hermann Mahnke, diretor executivo de Marketing da GM

O DDX permite que a venda seja realizada totalmente por meio digital, dando ao consumidor a oportunidade de realizar toda a jornada de compra sem necessariamente ir à uma concessionária. Com o DDX Sales a negociação, as simulações de financiamento e o pagamento são feitos de maneira digital. O cliente escolhe o dia, o horário e o local para um vendedor ir atendê-lo. Após configurar o veículo do jeito que o cliente preferir, podendo escolher e visualizar versões, cores e opcionais disponíveis. O sistema mostra em tempo real o estoque disponível na concessionária e os preços praticados para aquele modelo – se eventualmente houver um bônus de fábrica em vigor, por exemplo, esse desconto já aparece aplicado.

Com o anúncio da pré-venda do Nivus, a Volkswagen lançou no final de junho o aplicativo Volkswagen Experience, que utiliza a realidade aumentada para projetar o Nivus, seja em miniatura ou em tamanho real, permitindo inclusive que o usuário interaja com o veículo, abrindo e fechando as portas e até simular que está dirigindo o modelo.

"É mais um dispositivo de conveniência para o cliente, que passa a ter uma forma diferenciada de ver um carro. É possível, por exemplo, ver como o Nivus fica na vaga de garagem da casa do cliente. Na verdade, o consumidor pode visualizar o carro em qualquer superfície plana, seja em uma mesa de jantar ou na varanda. O Volkswagen Experience vem para complementar as várias ferramentas digitais que a Volkswagen oferece, tornando a digitalização na marca ainda mais robusta", afirma Fábio Rabelo, gerente executivo de Digitalização e Novos modelos de Negócio da Volkswagen América Latina.

Segmento premium

Uma das novidades para o mercado brasileiro é o novo site com um tour virtual dentro de uma concessionária: o usuário consegue "andar" pelo showroom e "entrar" nos veículos, conhecendo todos os detalhes. Ao clicar no painel, abre-se um catálogo com as informações do modelo, especificações técnicas, versões, motorização e itens de segurança. "Nossa rede também tem aberto diversos canais

O aplicativo Volkswagen Experience promoveu o lançamento do novo Nivus

Para elas

A CAOA aproveitou a estrutura e conhecimentos obtidos com o seu curso presencial Mecânica para elas – você no comando do seu carro, para debater e apresentar soluções sobre os principais cuidados com o veículo em tempos de isolamento social, por meio de eventos on-line. As transmissões da LIVE Papo de Oficina para Elas no Instagram atingiram centenas de mulheres interessadas em manutenção veicular.

Para o diretor-executivo de Pós-Venda da CAOA, Rogério Gonzaga, a iniciativa da empresa revela a preocupação com a humanização dos serviços de pós-venda e, ao mesmo tempo, garantir maior independência das pessoas na manutenção de seus veículos. "Temos o compromisso de garantir mais confiança e autonomia aos nossos clientes para que eles possam conhecer alguns princípios básicos sobre como manter seus veículos em dia e evitar que componentes possam sofrer desgaste", afirma.

Devido ao grande sucesso do curso Mecânica para elas – você no comando do seu carro, promovida pela CAOA, a empresa criou o site https://mecanicaparaelas.com.br/, com o objetivo de se aproximar desse público e proporcionar mais um canal para a propagação de conhecimentos técnicos e de dicas de manutenção.

"Essas novas ferramentas irão possibilitar ainda mais interação com os consumidores, que poderão ver as opções antes de decidir pela compra"

João Oliveira, Diretor Geral de Operações e Inovação da Volvo Car Brasil

de comunicação com os clientes, seja pela central telefônica, WhatsApp, contato direto com o vendedor ou chat on-line. Essas novas ferramentas irão possibilitar ainda mais interação com os consumidores, que poderão ver as opções antes de decidir pela compra", comenta João Oliveira, Diretor Geral de Operações e Inovação da Volvo Car Brasil.

José Luiz Gandini, presidente da Kia Motors do Brasil, destaca que as inovações digitais no setor ajudaram no combate à Covid-19 por promoverem comodidade e segurança aos clientes

A Volvo Car Brasil lançou uma série de novidades e funcionalidades para facilitar o acesso e conhecimento de sua gama de produtos, especialmente no período da quarentena. As ações fazem parte de um plano global de vendas à distância da marca sueca e vários mercados têm feito ações similares para os consumidores.

E com o intuito de reforçar e respeitar as orientações sanitárias, a Kia Motors do Brasil liberou uma série de ações para amparar os clientes e seguidores por meio das redes sociais. Essas ações ofereceram desde suportes técnicos até entretenimento.

Para divertir os internautas, a montadora lançou o filtro no Instagram "Kia Cerato 2.0". O recurso coloca o internauta para "passear" no novo modelo, que pode registrar fotos e vídeos do momento.

Para ampliar a comodidade e segurança dos fãs da marca, a KIA lançou também a modalidade de Atendimento Virtual, por meio da qual os clientes podem interagir com consultores de vendas em tempo real, via chamada de vídeo. Além de permitir que os interessados conheçam os modelos e esclareçam dúvidas, a ferramenta possibilita o agendamento de test drive em seus próprios domicílios. "É fundamental estarmos juntos e pensando no coletivo. Estamos vivendo um desafio enorme, sem precedentes no mundo. Somente juntos, cada um fazendo sua parte, conseguiremos vencer a Covid-19", enfatiza José Luiz Gandini, presidente da Kia Motors do Brasil. ■

COMOLATTI

Há mais de 60 anos, Evaristo Comolatti dava início ao que se tornou um dos mais sólidos conglomerados do setor automotivo no Brasil.

Ao longo dessas seis décadas, o Grupo Comolatti tem crescido continuamente na busca da satisfação de seus clientes e parceiros de todo o país, sempre sustentado pelos seus valores: Credibilidade, Integridade, Espírito Empreendedor, Comprometimento, Justiça e Satisfação.

www.comolatti.com.br

5G: MUDANÇAS EM TEMPO REAL

IMPACTOS NO BRASIL CAUSADOS PELA QUINTA REVOLUÇÃO DA INTERNET E AS OPORTUNIDADES QUE DEVERÃO SURGIR

A quinta geração da internet que está prevista para chegar ao Brasil a partir de 2021 vai mexer com diversos setores da economia e até mesmo com a estrutura social do País. A sucessora da rede 4G tem uma velocidade de até 10 gigabits por segundo e isso permite operações extremamente velozes.

Dustin Pozetti, sócio da consultoria KPMG, explica que a rede 5G é um grande salto na velocidade da conectividade, o que abre oportunidades para a criação de novas aplicações, inovação e transformação de praticamente tudo o que conhecemos hoje.

O impacto econômico global com a chegada desse mundo mais conectado com uma rede de altíssima velocidade será muito positivo. De acordo com estudo da IHS Market, o 5G vai gerar algo em torno de US$12 trilhões e atingirá praticamente todos os setores e, em especial, manufatura, varejo, serviços público, construção, segmento financeiro, transporte, turismo e o agronegócio. Nestes e em outros mercados o 5G abrirá oportunidade única de transformação e inovação.

Pozetti diz que alguns estudos indicam que no período de 10 anos o 5G e seu ecossistema incrementarão até US$ 104 bilhões no PIB do Brasil, a depender da maneira que o governo irá gerar os incentivos e atuar de maneira a permitir o máximo proveito da tecnologia para impulsionar os mercados. Os impactos econômicos para o Brasil começam antes

123RF

mesmo de iniciar a implantação do 5G. Já no processo de execução de cronograma haverá maior consumo de fibra ótica, maior produção de equipamentos eletrônicos e das antenas. A engenharia civil terá bastante trabalho pela frente devido às modificações estruturais em postes de eletricidade entre outras obras", explica o consultor.

Revolução

Eduardo Ricotta, presidente da Ericsson, acredita que o impacto da entrada da rede no mundo e na vida das pessoas será maior do que a invenção da máquina a vapor e da eletricidade em séculos passados. "Se a quarta geração da internet viabilizou os serviços de streaming e aplicativos de mobilidade como o da Uber, imagine o que a rede 5G não será capaz de fazer?", comenta. Ricotta ainda prevê que, no futuro, um país sem 5G será o mesmo que não ter um aeroporto, pela importância que essa tecnologia tem para o desenvolvimento em geral.

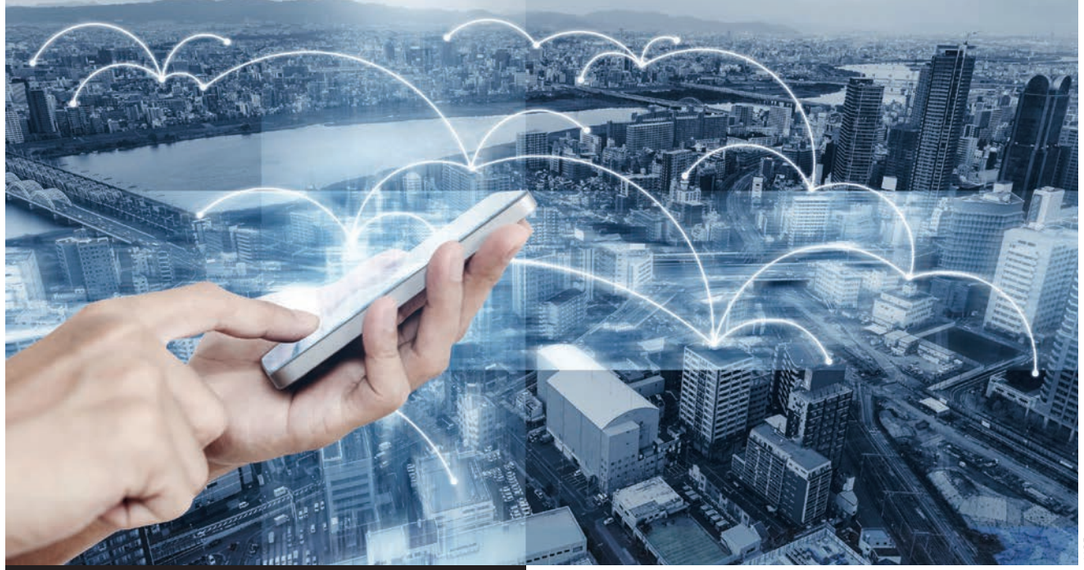
Diferentemente das tecnologias anteriores – 2G, 3G e 4G –, a quinta geração permitirá transformação significativa para a sociedade, com impacto positivo em diversos setores da economia. É por isso que na visão da Ericsson o 5G não é apenas mais um G. É uma expansão da digitalização para a indústria, agricultura, transportes, cidades inteligentes, segurança pública, saúde e muitas outras aplicações.

Na telemedicina, por exemplo, alguns exames poderão ser feitos a distância com a mesma eficiência do modo tradicional, presencialmente. "Os ultrassons de uma mulher grávida poderão ser realizados desta forma também", arrisca Ricotta. A baixa latência da tecnologia ajuda a operar equipamentos médicos via internet com alto grau de precisão. A conectividade 5G já tem se mostrado muito eficiente na área da saúde em países que já a implantaram como Coreia do Sul e China. Em combate ao coronavírus, a quinta geração da internet foi essencial para para permitir contato a distância entre médicos e pacientes.

LUCAS KUGUIO

"Se a quarta geração da internet viabilizou os serviços de streaming e aplicativos de mobilidade como o da Uber, imagine o que a rede 5G não será capaz de fazer?"

Eduardo Ricotta, presidente da Ericsson



123RF

EXPECTATIVAS

A Ericsson lançou um novo relatório desenvolvido pelo seu ConsumerLab. O 5G Consumer Potential – que é um dos maiores estudos de expectativa do consumidor – elimina os mitos da indústria sobre o valor do 5G para os consumidores e descreve as oportunidades disponíveis para os provedores de serviços de comunicações.

- Os consumidores esperam que o 5G alivie o congestionamento da rede urbana no curto prazo - especialmente em megacidades, onde seis em cada 10 usuários de smartphones relatam problemas de rede em áreas populosas.
- Os entrevistados também esperam que mais opções de banda larga doméstica estejam disponíveis com o lançamento do 5G.
- Os resultados mostram que os usuários de smartphones estão dispostos a pagar 20% a mais pelos serviços de quinta geração.
- Outra descoberta importante é que os atuais padrões de uso 4G não são indicativos de comportamentos futuros de uso. O consumo de vídeo está previsto para subir com 5G.
- O estudo revela que 1 em cada 5 usuários de smartphones pode atingir mais de 200 GB por mês em um dispositivo 5G até 2025.

Com uma internet em tempo real e mais rápida deverá acelerar também o desenvolvimento de carros autônomos e sua consolidação na mobilidade urbana. Também haverá um impacto importante no agronegócio no Brasil. "Isso será realmente significativo porque trará mais eficiência ao campo, num setor da economia que representa algo em torno de 20% do PIB", acrescenta o presidente da Ericcson. A empresa sueca e com unidade no Brasil há 95 anos é protagonista dos principais saltos tecnológicos registrados no mundo, sendo referência em tecnologia, comunicações, hardware, software e serviços. Em novembro de 2019 anunciou investimento robusto de R$ 1 bilhão em pesquisa, desenvolvimento e fabricação de 5G no Brasil para o período de 2020 a 2025.

A iniciativa fomenta e respalda a entrada do Brasil neste novo mundo. "Seremos um importante indutor do desenvolvimento econômico, social e estratégico para o País na era da digitalização com 5G de ponta. O Brasil vai atrair mais investimentos em todos os setores", finaliza Ricotta. A Ericsson foi responsável pela realização da primeira prova de aplicação do 5G no Brasil em 2016. De lá pra cá, foram realizados inúmeros testes em diferentes bandas de frequência com diversas operadoras.

DIVULGAÇÃO

Diferentemente das tecnologias anteriores – 2G, 3G e 4G –, a quinta geração permitirá transformação significativa para a sociedade, com impacto positivo em diversos setores da economia

Conexão total

Carlos Roseiro, diretor de soluções integradas da Huawei Brasil, diz que a chegada da quinta geração da internet será um divisor de águas para a sociedade. Segundo o executivo, até 2025, serão mais de 100 bilhões de conexões, com 58% da humanidade conectada na quinta geração. Cerca de 14% dos domicílios já contarão com algum robô para fazer parte de nossas vidas. As ruas serão conectadas, permitindo uma cidade totalmente inteligente", comenta. Todos esses números fazem parte do Global Industry Vision, feito pela Huawei, que prevê várias destas e outras transformações.

Roseiro aponta ainda que o 5G transformará a produtividade de todos os setores da sociedade. "Será uma oportunidade de criar novos negócios e indústrias. Tal como o 4G, que possibilitou revolucionar muitos mercados, mudando o jeito como consumimos imprensa, viajamos dentro das cidades ou para fora delas, muitas outras oportunidades vão ser permitidas pelo 5G – e quem investir antes e melhor, terá mais chances de aproveitá-las", reflete.

A quinta geração da internet vai acelerar também o desenvolvimento da inteligência artificial. "Na medida em que as grandes transformações que antevemos para a sociedade

Infraestrutura

Com a previsão da tecnologia 5G operar comercialmente a partir de 2021, o setor de infraestrutura de telecomunicações passa a deter caráter ainda mais estratégico para a transformação digital. "Essa transição de tecnologia exigirá um aumento expressivo do número de antenas em todo o País dada suas características técnicas, cerca de 3 a 4 vezes mais em relação à conexão 4G", constata Luciano Stutz, presidente da Associação Brasileira de Infraestrutura para Telecomunicações (Abrintel).

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

"Tudo será mais potente, mais rápido e mais interativo, tornando o mundo cada vez mais inteligente e conectado"

Carlos Roseiro, diretor de soluções integradas da Huawei Brasil

venham em cima do tripé redes 5G, Cloud Computing e Inteligência Artificial, elas se complementam e se reforçam no seu impacto sobre a sociedade. O 5G permitirá uma grande interação entre as mais diferentes áreas da tecnologia", comenta. Segundo ele, Data Centers serão mais inteligentes, Cloud Computing e, também, a computação quântica. "Tudo será mais potente, mais rápido e mais interativo, tornando o mundo cada vez mais inteligente e conectado. A Internet das Coisas também usufruirá da interação com Cloud e Inteligência Artificial. O sonho de ter uma casa conectada, como a dos Jetsons, finalmente será real."

Engajamento

De acordo com o ministro das Comunicações, Fábio Faria, a internet banda larga avança de maneira consistente e já tem potencial de alcançar 80% dos lares brasileiros. Mas, segundo ele, a orientação do presidente Jair Bolsonaro é que chegue a todos os cidadãos, já que esse é um passo fundamental para a implementação da infraestrutura para a chegada da tecnologia 5G. "O 5G permitirá uma banda larga móvel de altíssima potência em qualidade com impacto significativo na economia, além de proporcionar aos brasileiros grande acesso ao conhecimento", comentou. ■

RISCOS FINANCEIROS

PANDEMIA COLOCA EM XEQUE OS PRINCIPAIS MÉTODOS DE ADMINISTRAÇÃO E TRAZ ENSINAMENTOS SOBRE GESTÃO

123RF

Para diversos segmentos empresariais, o atual momento é um divisor de águas, em que estratégias e técnicas de gestão estão sendo – e continuarão a ser – revisadas e reinventadas, assim como a gestão de riscos, assegura o economista, contador e professor da Fundação Dom Cabral e do IBMEC, Gilberto Braga. "Há uma ruptura com métodos arcaicos de administração e com boa parte de tudo o que se conhecia como funcional e atual, que envelheceram de maneira abrupta. Os investimentos tendem a não ser mais orientados somente pelos resultados de curto prazo, ou isso terá peso bem menor. Como e onde o investimento está sendo feito passarão a ter uma importância relevante. O quanto é sustentável o ativo, o produto e a corporação em que o recurso está sendo alocado será uma exigência da sociedade como um novo parâmetro obrigatório", afirma.

O professor acrescenta que, quando imersos em uma crise mundial como essa, é preciso ter não apenas gestores treinados e preparados, mas modelos de gestão para atuar como um "comitê de guerra", com informações desencontradas chegando a todo momento e tendo que filtrar o que de fato é relevante e tomar decisões rápidas. Logo, torna-se evidente quão fundamental é a implantação de uma gestão de riscos financeiros nas empresas públicas e privadas.

"São classificados os riscos de acordo com os critérios internos de importância, os parâmetros decisórios, as medidas, os controles de monitoramento e as ações a serem tomadas quando há alguma ocorrência. Pode-se dizer que tomada de decisão tende a ser fundamentada, uma vez que o processo de gestão de risco assegura que o que está sendo decidido passou por crivo antecedente, que permite aos que têm a função de bater o martelo o façam, munidos de todos os elementos necessários para tal", esclarece.

DIVULGAÇÃO

"Além de gerar fôlego e identificar arestas, a pauta e agenda da gestão da empresa se tornaram ainda mais sofisticadas, oferecendo dados que apoiam as tomadas de decisão."

Caito Maia, CEO da Chilli Beans

Articulação

A Chilli Beans, por exemplo, pratica uma metodologia própria de gestão financeira há muitos anos. Com a expansão acelerada dos negócios, a empresa foi motivada a ter melhor visibilidade de riscos, planejar contingências e identificar mitigantes. E os resultados, segundo Caito Maia, CEO da companhia, foram surpreendentes. "Além de gerar fôlego e identificar arestas, a pauta e a agenda da gestão da empresa se tornaram ainda mais sofisticadas, oferecendo dados que apoiam as tomadas de decisão. Os riscos passaram a ser discutidos com antecedência suficiente para permitir 'correções de rota' e facilitar o planejamento das áreas", pontua.

Ele conta que a pandemia exigiu a priorização da liquidez do caixa de curto prazo, mas, que, com a dinâmica de atuação da gestão de riscos financeiros, conseguiram responder imediatamente aos danos que seriam causados. "Levando em consideração a falta de informação nos momentos iniciais desse processo, cada hora que se passava era fatal. Mas posso dizer que em uma semana fomos capazes de refazer o plano anual. Desde então, obviamente, já fizemos algumas revisões, pois o cenário tem se alterado de uma maneira muito veloz. Entretanto, estamos mantendo os nossos objetivos", afirma.

A empresa trabalha em diferentes frentes tidas como cruciais neste momento. Uma delas, segundo Maia, são as pesquisas que geram diagnósticos e projeções, assim como as negociações com fornecedores da China, obtendo descontos e prazos de pagamento para trazer fôlego para a empresa. "Além da nossa lição de casa em enxugar muitos gastos para termos segurança e tranquilidade, também temos a oportunidade de mudança do mix de marketing e de atuar mais próximos dos franqueados, com reuniões semanais para construção de uma retomada consciente e manutenção da saúde financeira deles. A tendência que seguimos neste momento da gestão de riscos é uma articulação precisa com todas as áreas da empresa a fim de minimizar prejuízos e potencializar a saúde financeira da companhia", garante.

Vulnerabilidade

Eduardo Vaz, sócio de Advisory da HLB Brasil enfatiza que na maioria dos casos em que as empresas não possuem uma gestão de riscos financeiros adequada, ficam expostas à má gestão de fluxo de caixa, e ao retorno abaixo do esperado em investimentos e outras transações.

Segundo o especialista, os exemplos mais comuns de riscos são falta de administração financeira apropriada, o alto nível de endividamento, a exposição cambial, o pagamento de juros elevados, o baixo retorno das operações e investimentos e baixa qualidade, ou falta de informações para tomada de decisões. "Uma boa gestão dos riscos financeiros minimiza a chance de perdas a longo prazo, torna o negócio mais rentável e lucrativo, facilita o gerenciamento dos recursos e aumenta a chance de retorno do investimento. A implementação de ferramentas de gerenciamento de risco possibilita a rápida detecção de problemas, agiliza o processo de tomada de decisão, corrigindo a rota, para evitar perdas e prejuízos", orienta.

No entanto, o processo de implantação dessa gestão é complexo, sobretudo em meio à crise, alerta. "Eu diria que na ausência total de gerenciamento financeiro, o mais acertado é a implementação de ferramentas de controle financeiro mais simples, porém eficazes. As boas práticas de gestão de riscos elencam alguns procedimentos que facilitam a implementação de processos, tais como diagnóstico, foco nos riscos mais relevantes, reconhecer a situação e eventos, priorizar e planejar as ações, executar os planos e manter o monitoramento", recomenda Vaz.

Segundo o professor da Fundação Dom Cabral e do IBMEC, Gilberto Braga, vivemos um momento de ruptura com métodos arcaicos de administração

ADRIANO CARDOZO DA COSTA

Para mensurar os resultados, o executivo da HLB Brasil destaca o uso três ferramentas: "*What if*, que consiste na formulação de perguntas 'e se', na tradução livre. E, se o cliente não pagar?, E se atrasarmos esse pagamento?, abrangendo a situação de uma maneira mais ampla e simples; FMEA – *Failure Mode and Effect Analysis*, essa metodologia tem como base identificar, categorizar e tenta eliminar as falhas nos processos ou projetos antes de eles ocasionarem efeitos negativos, elencando três fatores: ocorrência da falha, severidade de sua consequência e detecção; e por fim a APR – Análise Preliminar de Riscos, que identifica riscos de uma operação ainda em fase de implantação. Basicamente, consiste em uma tabela, cuja primeira coluna deve conter a descrição dos riscos, a segunda destacar as potenciais causas, a terceira as prováveis consequências e a quarta a categoria da ameaça", explica.

Indicadores emergenciais

A partir da implantação da gestão de riscos financeiros, há mais de cinco anos, a Tarjab Construtora e Incorporadora garante que passou a ter melhor visibilidade dos impactos econômicos em vários cenários, além de ter conseguido atuar ativamente para tratá-los de maneira adequada, assegura Vladimir Alves da Silva, diretor financeiro da companhia. "No começo da mobilização, criamos um *dashboard* chamado de "Indicadores Emergenciais" e passamos a acompanhá-los semanalmente para mensuração dos impactos em alguns dos indicadores chave, como por exemplo, inadimplência, carteira de recebíveis e distrato. Outro aspecto que norteou as nossas decisões foi reforçar a liquidez de caixa trazendo maior conforto em um cenário mais adverso", diz.

De acordo com o diretor, a gestão possibilitou à companhia manter sua política de aprovação de crédito para as vendas de unidades, que segue um padrão de aprovação que reduz uma eventual desistência de cliente. "A pulverização de instituições que interagem conosco para aprovação de crédito de operações financeiras é outro fator a ser apontado. Construímos uma ferramenta com o objetivo de sistematicamente realizar um *forecast*, com isso, mensuramos o fluxo de caixa e resultados futuros em diversos cenários. Isso nos possibilita ter uma atuação pró-ativa no direcionamento das ações a serem tomadas", salienta.

DIVULGAÇÃO

Eduardo Vaz, sócio de Advisory da HLB Brasil destaca que a gestão de riscos financeiros é essencial para a manutenção de um bom fluxo de caixa

Entre os ensinamentos que a pandemia trouxe, Silva aponta a quebra de paradigmas. De acordo com ele, a produtividade administrativa conseguiu manter-se em nível elevado mesmo com o escritório 100% em home-office. "Acreditamos que as dificuldades hoje enfrentadas, também trazem uma geração de oportunidades que acabam por repensar em ajustes no negócio em busca de maior produtividade. Este novo formato, de interação virtual, nos ensinou que há oportunidades até de melhorar a eficiência em muitos processos da nossa rotina. Nos possibilitou, também, a seguir atentos às novas necessidades dos consumidores que surgiram neste período, o que nos permite criar produtos que atendam a essas demandas", comemora o executivo.■

DIVULGAÇÃO

VOLTA AO MUNDO EM UMA TACADA

NENHUM CAMPO DE GOLFE É IGUAL AO OUTRO: A EXCLUSIVIDADE FAZ PARTE DO JOGO

Paisagens naturais indescritíveis em meio a um bom clima, design, tradição, infraestrutura e serviço são a combinação perfeita para um ótimo campo de golfe. Mas não apenas isso. "Os melhores campos também são os que conseguem manter um padrão de excelência durante todo o ano, com mão de obra especializada, insumos, drenagem, sistema de irrigação e maquinaria", explica Luiz Martins, PGA Master e vice-presidente da PGA Sudamericana – Professional Golfers Association.

A presença de lagoas, por exemplo, além de proporcionar beleza, aumenta a dificuldade do jogo, o que valoriza o campo, assim como a presença de árvores ou mata alta ao seu redor, que impedem que o vento desvie o curso da bola. Mas, o relevo com leves ondulações e a direção de crescimento da grama são pontos importantíssimos. "Geralmente, os greens de melhor qualidade são aqueles cuidados e tratados para que a bola role facilmente sobre a grama de corte baixo", explica o especialista, que também é diretor de educação da LM Golf School, no Canadá.

Polo mundial do golfe

Apesar de ter surgido na Inglaterra, os Estados Unidos são o principal difusor do esporte e detém a marca de 15 mil campos de golfe. The Palm Beaches, no estado da Flórida, é oficialmente a capital do golfe, com 160 campos e infraestrutura turística de alto padrão. O maior local na região é o PGA National Resort & Spa, com cinco campos, The Palmer, The Squire, The Fazio, The Estates e The Champion, o maior e considerado um dos melhores da Flórida, onde é realizado o campeonato Honda Classic. Os golfistas enfrentam desafios em seu circuito com cinco tees, permitindo que o golfe seja praticado por diferentes níveis de jogadores. O The Champion foi projetado por Tom e George Fazio para grandes torneios e seu percurso foi redesenhado por Jack Nicklaus em 2014, onde ganhou o Bear Trap, que abrange três buracos exigentes, considerado um dos desafios mais notáveis da Flórida.

O The Breakers também é um clássico da região quando o assunto é golfe, com o campo Ocean Course, o mais antigo da Flórida com 18 buracos. Ele oferece uma experiência extraordinária que honra sua herança e localização à beira-mar, com jo-

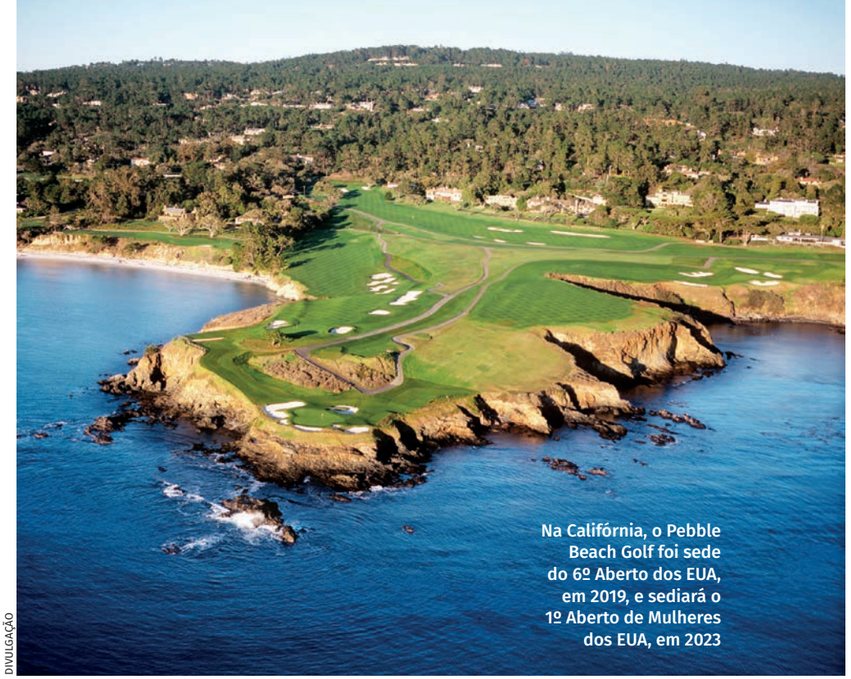
O The Champion é considerado um dos melhores campos da Flórida, onde é realizado o campeonato Honda Classic

Localizado à beira-mar e com 18 buracos, o campo Ocean Course é o mais antigo da Flórida

LC LAMBRECHT

gabilidade contemporânea. O layout original projetado por Alexander H. Findlay em 1897 foi reformado no final de 2018 pelo renomado arquiteto de campos de golfe, Rees Jones. São 56 bancas de areia e grama, seis lagos, paisagismo tropical exuberante e centenas de palmeiras.

Na outra costa norte-americana, na Califórnia, o Pebble Beach Golf Links é considerado o mais belo do mundo pela PGA e pelos críticos e profissionais do setor. É classificado como o maior campo de golfe público nos Estados Unidos pela Golf Digest desde que seu ranking foi lançado em 2003, foi sede do 6º Aberto dos EUA, em 2019, e sediará o 1º Aberto de Mulheres dos EUA, em 2023. O local tem todos os requisitos que um campo precisa para alcançar tal posto: fundado em 1919, há muita história e tradição. Recebeu todos os grandes golfistas do mundo e as mais importantes competições; seu design é único e traz o buraco 18 com uma indescritível vista para o mar. O seu circuito é repleto de belas paisagens, com montanhas, penhascos e uma flora espetacular.



Na Califórnia, o Pebble Beach Golf foi sede do 6º Aberto dos EUA, em 2019, e sediará o 1º Aberto de Mulheres dos EUA, em 2023

DIVULGAÇÃO

Na Sicília, Itália, o Verdura Resort, no Rocco Forte Hotels oferece uma experiência de golfe exclusiva, no circuito projetado por Kyle Phillips

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Entre a vegetação mediterrânea e o mar azul da Sardenha, o Is Arenas Golf & Country Club foi projetado pelos famosos arquitetos norte-americanos Robert Von Hagge e Richard Baril

FOTOS: MARK ALEXANDER

Os melhores da Europa

Na Sicília, Itália, o Verdura Resort, no Rocco Forte Hotels, é reconhecido como o número um do país na lista de classificações da revista Golf World de 2018 e ficou na lista dos 100 melhores resorts da Europa Continental em 2019. O campo é sede do Aberto da Europa e oferece uma experiência de golfe exclusiva, em um circuito projetado por Kyle Phillips, em meio a paisagem natural rodeada de laranjeiras e olivais, com a brisa e a vista do mar mediterrâneo. E os hóspedes ainda contam com comodidades do hotel de luxo.

Considerado um dos mais belos campos de golfe italiano, o Is Arenas Golf & Country Club foi projetado pelos famosos arquitetos norte-americanos Robert Von Hagge e Richard Baril e premiado com reconhecimento internacional. Localizado entre a vegetação mediterrânea e o mar azul da Sardenha, só por esse cenário já vale a visita. Em um exuberante pinhal de 700 hectares em um resort com vista para o mar, o campo de golfe de 18 buracos é completo, com serviços de driving range, pitching green, putting green, escola de golfe, restaurante, bar, acomodação e clube de praia.

Já o Belas Clube de Campo, em Lisboa, Portugal, é reconhecido internacionalmente. Sua estratégia ambiental permitiu o projeto de campo de 18 buracos e PAR 72 – primeiro campo de golfe da Europa a obter a Certificação de Golfe ISO 9001 e 14001, e o primeiro na Península Ibérica a obter o Certificado GEO (Golf Environment Organization), uma distinção internacional em grande demanda. O buraco 3 está na lista dos melhores 18 buracos em Portugal em termos técnicos e estéticos. O campo fica em um complexo residencial, com infraestrutura completa, serviços sofisticados, e foi projetado pelo arquiteto americano Rocky Roquemore. É ponto de encontro com a natureza, além de oferecer serviços completos para o esporte e a Academia de Golfe.

NORDESTE

No Ceará, o Dom Pedro Laguna é uma ótima opção para os golfistas em férias. Com qualidade internacional, excelente design e belas vistas para o litoral. A rede é proprietária de alguns dos melhores campos de golfe da Europa, sendo cinco campos na região do Algarve, no Resort Vilamoura, que serviram de inspiração para espaço no Brasil. O Dom Pedro Laguna está inserido em um dos mais exclusivos resorts do Nordeste, o Aquiraz Riviera.

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

O Belas Clube de Campo, em Lisboa, Portugal, é o primeiro campo de golfe da Europa a obter a Certificação de Golfe ISO 9001 e 14001

FOTOS: DIVULGAÇÃO

No Brasil, o destaque fica com o campo do Wish Resort Golf Convention, projeto assinado pelo conceituado arquiteto norte-americano Erik Larsen

No Brasil

Um dos principais destaques brasileiros é o Wish Resort Golf Convention, em Foz do Iguaçu, que foi premiado como o melhor hotel de golfe do Brasil na 7ª edição da premiação World Golf Awards, de 2019. A assinatura do campo é do conceituado arquiteto norte-americano Erik Larsen, que tem quase 30 anos de experiência no setor e passou por grandes empresas como a Arnold Palmer Design Company, do ex-jogador Arnold Palmer, um dos maiores atletas da história mundial do golfe profissional. Todos os meses, o Iguassu Falls recebe campeonatos que reúnem atletas da Tríplice Fronteira. ■

NAVEGAÇÃO IMPECÁVEL

COM LINHAS ELEGANTES, A NOVA INTERMARINE 24M É IMPONENTE SOB QUALQUER MAR

Um sonho em formato de iate. Dessa maneira é possível descrever a Nova Intermarine 24M: uma embarcação com design que surpreende por sua grandiosidade, luxo e inovação. Amplas áreas externas e internas, sacada no salão e o beach club na popa são exclusivos do modelo, que tem o projeto assinado pelo renomado estúdio Luiz de Basto Designs.

Seu interior pode ser amplamente personalizado, criando a interpretação de como deve ser a vida a bordo de acordo com o gosto do cliente. Construída de maneira futurista e navegando com estabilidade em qualquer condição de mar, a embarcação é referência em sua categoria por trazer volume e espaço, além de elementos singulares que vão desde o layout, acabamento interno e soluções adotadas com foco no lazer.

Com 24,8 m de comprimento (81,36 pés), a Nova Intermarine 24M se destacará em qualquer marina, em qualquer lugar do mundo. Equipada com dois motores MAN de 1800HP cada, com opcional de 1900 e 2000HP, o iate

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

chega a 31 nós (60 km/h) de velocidade máxima e 25 nós (46 km/h) em velocidade de cruzeiro. O casco laminado por infusão deixa o barco mais leve e foi projetado para uma navegação absolutamente segura, mesmo em condições adversas de mar.

Diferenciais exclusivos

A plataforma de popa é complementada pelo exclusivo *beach club*, com duas plataformas laterais que se abrem com o barco ancorado. A praça de popa possui dimensões generosas e acomoda todos os convidados com conforto. Outro destaque do deck principal é a sacada localizada a boreste, com acionamento hidráulico, de onde é possível contemplar a beleza do mar. Este espaço conta ainda com um prático acesso interno, com a porta que se abre no salão.

Na proa, há mais um deck com vista para o oceano que possui sofá, mesa e dois grandes solários – e para dias de sol, o espaço possui ainda uma cobertura retrátil. Suas quatro suítes impressionam pelo moderno design com linhas fluidas, gerando sentimento de exclusividade e bem-estar.

FLYBRIDGE

Com 50 m² de área, o flybridge da Intermarine 24m surpreende pelo seu aproveitamento do espaço. Dentre as diversas combinações de layout, o local pode contar com um bar de 180 graus posicionado no entorno de uma jacuzzi, que se integra à área de sol e ao solário de encostos reclináveis ou espreguiçadeiras soltas. Protegidos pela sombra do hardtop, comporta ainda conjunto de amplos sofás frente a frente e mesas. A soma destes e de vários outros atributos transformam o flybridge da Intermarine 24M em um ambiente aconchegante, pois cada detalhe do espaço foi projetado para oferecer o máximo de sofisticação e funcionalidade aos passageiros e tripulantes.

DIVULGAÇÃO

PAULO SCHLICK

Interior e exterior da Nova Intermarine 24M convergem em uma experiência única de navegação e conforto

DIVULGAÇÃO

PAULO SCHLICK

FICHA TÉCNICA DA INTERMARINE 24M

- Comprimento total 24,80 m (81,36')
- Boca máxima 6,00 m (19,68')
- Calado máximo 1,80 m (5,90')
- Ângulo do V na popa 13,75°
- Deslocamento vazio 52 t
- Deslocamento carregado 64 t
- Velocidade máxima 31 nós
- Velocidade de cruzeiro 25 nós
- Capacidade de combustível 6.000 l
- Capacidade de água 1.300 l
- Capacidade de passageiros 26
- Motorização 2 x MAN 1900
- Cabines 4 + 1
- Leitos 8 + 3
- Banheiros 4 + 1
- Projeto Luiz de Basto Designs

Interior luxuoso

O salão da Intermarine 24M possui sala de estar, sala de jantar, cozinha e posto de comando. Conta com uma elegante porta lateral que dá acesso à varanda, que possui uma bela vista para o mar. Suntuosas janelas permitem iluminação natural. No deck inferior, as suítes proporcionam comodidade e vista privilegiada. A suíte máster impressiona pelo luxo e riqueza de detalhes minuciosamente projetados. Na área de tripulação, o iate conta também com uma cabine para três marinheiros, banheiro e cozinha exclusiva.

Líder em embarcações de luxo no Brasil, a Intermarine não divulga os valores do iate devido suas grandes possibilidades de customização. Antes da pandemia, foi entregue o primeiro modelo da embarcação e outros três estão na linha de produção com previsão de entrega de outras duas unidades ainda este ano. ■

COZINHAS COMPARTILHADAS

123RF

UMA DAS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR DE FOOD SERVICE, AS DARK KITCHENS SÃO IMPULSIONADAS PELO CRESCIMENTO ACELERADO DO DELIVERY DE COMIDA

Com uma taxa média de crescimento anual de 9,5% prevista até 2024, o mercado de delivery de refeições desponta como a grande oportunidade de negócio do momento em todo mundo. De acordo com a pesquisa Crest, realizada pela GS&NPD, em parceria com o Instituto Food-Service Brasil, os pedidos realizados apenas no País movimentaram mais de R$ 20 bilhões no ano passado. Destacam-se, segundo o levantamento, os pedidos digitais, que cresceram 71%, indo de 387 milhões para 662 milhões, em apenas um ano. Com o isolamento social causado pela Covid-19 e um exército de profissionais nas grandes cidades atuando em home office, 2020 deve representar um marco para o setor.

Neste ambiente de prosperidade e, ao mesmo tempo, de busca por eficiência e redução de custos, as "dark kitchens", também conhecidas como "cloud" ou "ghost kitchens" estão entre as principais estratégias dos empresários para criar uma infraestrutura capaz de atender tamanha demanda. Caracterizados como restaurantes que não são abertos diretamente ao público final e que, às vezes, integram mais de uma operação em um mesmo local, estes estabelecimentos oferecem unicamente a opção de delivery. Walter Rodrigues, head de dark Kitchens da Rappi Brasil, explica que o conceito, criado nos Estados Unidos, abraça o compartilhamento de uma área comum como peça-chave para o sucesso desta modalidade.

Estudo realizado pela consultoria ECD Food Service em parceria com a Associação Brasileira de Franchising (ABF) confirma o potencial da proposta, colocando as cozinhas compartilhadas como a terceira maior oportunidade de crescimento na área de food service na opinião de 44% dos empresários do setor, ficando atrás apenas de aberturas de lojas com menor metragem e em quiosques.

Negócios

O início da operação da startup brasileira Mimic demonstra as expectativas dos investidores. Criada pelo empresário equatoriano com experiência no mercado imobiliário, Andres Andrade, a empresa anunciou ter recebido um

aporte pré-operacional de US$ 9 milhões em uma rodada realizada em maio. Com o investimento, o plano de negócio visa cobrir toda a cidade de São Paulo até o final do ano por meio da abertura de oito espaços, dos quais um já está em funcionamento, no bairro de Pinheiros, e outros quatro estão em construção nos bairros do Itaim Bibi, Vila Olímpia, Perdizes e Vila Mariana.

A ideia inicial era oferecer um espaço para restaurantes montarem suas operações de delivery, mas acabou se ampliando, indo desde a definição do processo de produção, treinamento da equipe até a gestão dos parceiros de entrega, como Rappi e Uber Eats.

Os aplicativos de entrega, por sua vez, também querem ser muito mais que isso. A plataforma Rappi, por exemplo, tem seus próprios espaços compartilhados. Atualmente, são 10 hubs, com mais de 100 cozinhas, entre São Paulo, Curitiba, Fortaleza, Recife e Belo Horizonte. "É como se fosse um shopping de delivery de comida. Há uma área comum, com infraestrutura para os entregadores, cuja operação é terceirizada, mas sob nossa gestão. Cada cozinha opera em seu próprio espaço", explica o head da Rappi Brasil Brasil, Walter Rodrigues.

Apesar de não abrir o custo de locação dos espaços nem o formato de remuneração, Rodrigues garante que não há cobranças de valores complementares, comuns em shoppings, como custos de condomínio e de fundo de promoção. "Os restaurantes são nossos locatários, mas temos uma relação muito maior, que é a relação com a marca, que visa a sustentabilidade dos negócios. Por isso, levamos cada operação onde faz sentido, amparados por estudos de mercado, com análises financeiras, de concorrência, de demanda, tíquete médio, entre outras variáveis", elenca. Entre as vantagens do modelo para os restaurantes, estão os custos menores, tanto na implantação, quanto na operação. Ter mais flexibilidade quanto à escolha do ponto e ao tamanho dos espaços também otimizam o investimento e a despesa de aluguel.

Rodrigues também aposta na consolidação da tendência, tendo em vista as mudanças comportamentais. "Em grandes cidades, como Nova Iorque e Londres, pesquisas atestam que moradores mais jovens enxergam o ato de cozinhar cada vez mais como um hobby. Eles optam por receber comida em casa, em média, três vezes mais que seus pais. Além disso, e de acordo com estudo elaborado pela consultoria especializada em food service, Galunion, já existem mais de 9 mil pontos exclusivos de delivery, crescimento anual de 7,4% (entre 2014 e 2018), o que representa o maior subnicho de alimentação direta ao consumidor", afirma.

"É como se fosse um shopping de delivery de comida. Há uma área comum, com infraestrutura para os entregadores, cuja operação é terceirizada, mas sob nossa gestão. Cada cozinha opera em seu próprio espaço"

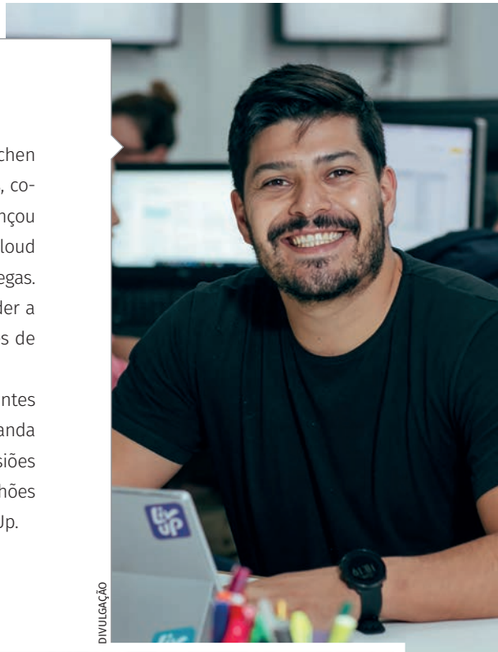
Walter Rodrigues, head de dark Kitchens da Rappi Brasil

DIVULGAÇÃO

Comida boa

A startup de alimentação saudável Liv Up é um exemplo de cloud kitchen exclusiva. Com mais de 250 mil refeições e alimentos saudáveis produzidos, comercializados e entregues por mês, em mais de 40 cidades brasileiras, ela lançou em março o Salad Stories – um serviço de delivery de saladas operado por cloud kitchens, ou seja, sem salão, dedicados exclusivamente ao sistema de entregas. Até o final do ano, dez restaurantes deverão estar em operação para atender a região metropolitana de São Paulo. A expectativa é chegar a R$ 50 milhões de faturamento até o final de 2021.

"Enxergamos grande oportunidade no delivery. Com nossos restaurantes cloud kitchen conseguimos oferecer saladas como refeições, que é uma demanda recorrente de nossos clientes e também possibilita atendermos novas ocasiões de consumo, como almoço no escritório. Nosso objetivo é alcançar R$50 milhões em faturamento até o final de 2021", afirma Victor Santos, presidente da Liv Up.



DIVULGAÇÃO

MATHEUS ARGENTONI

SONIA MATCHA

Outra estratégia

Com mais de 5,5 mil estabelecimentos unicamente virtuais cadastrados em sua plataforma, o Uber Eats não possui cozinhas compartilhadas, mas firma parcerias com empreendimentos do tipo – atualmente, o aplicativo conta com o apoio de cozinhas compartilhadas nas cidades de São Paulo e Belo Horizonte. "A administração das cozinhas compartilhadas, bem como a aquisição e locação dos espaços, é de responsabilidade das empresas. Os donos de restaurantes, por sua vez, locam a cozinha e respondem pela produção da comida e administração dos pedidos junto ao aplicativo. O

Uber Eats fornece a estrutura de tecnologia necessária para a logística das entregas e funciona como um marketplace dos restaurantes, com ações de divulgação, promoções e contato com os usuários finais", explica Atalija Lima, gerente de comunicação do Uber Eats no Brasil.

Segundo ela, as cozinhas virtuais têm se tornado cada vez mais atraentes para empresários do setor, pois oferece a oportunidade de potencializar os ganhos do restaurante ao priorizar os usuários que usam o aplicativo. "Temos incentivado que mais empreendedores invistam nesse tipo de operação, inclusive procurando proativamente alguns deles para apresentar propostas baseadas nos dados que coletamos com os milhares de pedidos realizados todos os dias".

Atalija destaca, ainda, o fato de o modelo permitir que os empresários foquem na produção de refeições sem se preocuparem com tarefas fora do core business, como a operação do salão, controle dos horários dos entregadores ou o acompanhamento das rotas. "Com isso, eles podem se dedicar exclusivamente à sua expertise, que é a comida, e usar a tecnologia do Uber Eats para atingir novos públicos de forma descomplicada e fazer os ajustes necessários usufruindo da inteligência de dados da plataforma".

Para ela, a tendência está apenas no começo. "Além do momento atual que estamos enfrentando, com a popularização dos aplicativos, temos observado uma mudança no perfil das pessoas que pedem comida por delivery, impactando um mercado que antes era dominado pelo fast food. Agora, é possível encontrar uma grande variedade de cozinhas à disposição dos usuários", acrescenta. ■

DIVULGAÇÃO

"Temos incentivado que mais empreendedores invistam nesse tipo de operação, inclusive procurando proativamente alguns deles para apresentar propostas baseadas nos dados que coletamos com os milhares de pedidos realizados todos os dias"

Atalija Lima, do Uber Eats no Brasil

IMPACTO LOCAL

A 99Food traz a experiência da 99 aliada ao background e eficiência da DiDi Chuxing, a maior companhia de mobilidade urbana do mundo. A empresa iniciou sua operação em dezembro de 2019, em Belo Horizonte, e está disponível para pedidos em Divinópolis e Varginha, em Minas Gerais, e em Curitiba, no Paraná. Com o período de isolamento social, provocado pelo coronavírus, os restaurantes tiveram que adequar a operação para oferecer o cardápio on-line, funcionando exclusivamente para delivery ou retirada, como no modelo das cloud kitchens. Essa adaptação fez com que muitos estabelecimentos tivessem sua primeira experiência em plataformas. Somente em Belo Horizonte, 40% dos estabelecimentos cadastrados na 99Food nunca haviam usado um app de entrega antes.

LIDE DEBATE O CAMINHO PARA A RETOMADA ECONÔMICA

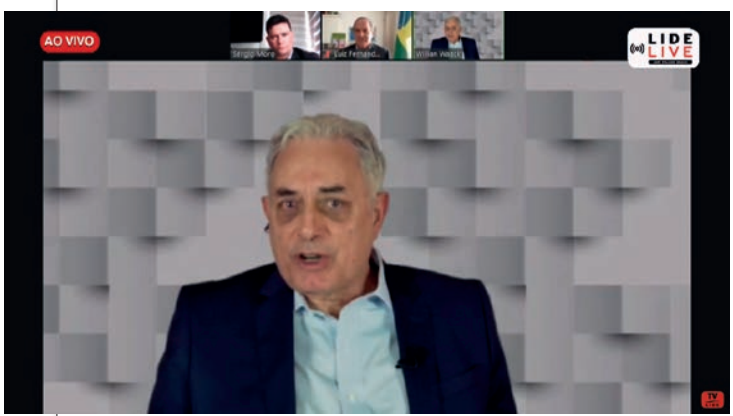
GESTORES PÚBLICOS ANALISAM PLANOS DURANTE EVENTOS ON-LINE DO GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS

LIDE LIVE COM SÉRGIO MORO FOCA EM AGENDA ESTRUTURANTE

O jurista Sergio Moro (Ministro da Justiça e da Segurança Pública 2019 -2020) foi o convidado do **LIDE LIVE**, promovido pelo LIDE em 16 de julho. No evento on-line mediado pelo jornalista William Waack, o ex-juiz falou sobre a "Cenário e perspectivas de iniciativas anticorrupção no Brasil" e respondeu a perguntas de empresários de diversos setores da economia.

"As dificuldades podem trazer oportunidades e sairíamos melhor se usássemos esse obstáculo para fazer reformas necessárias, como a administrativa, a tributária, e pontuais sobre produtividade e, principalmente, anticorrupção. Isso depende da capacidade institucional, dos agentes políticos e da população, que tem o papel de cobrá-los", afirmou Moro.

FOTOS: REPRODUÇÃO



Durante a live, o jurista defendeu ações contra atos ilícitos no poder público. "Temos oportunidades à frente na agenda anticorrupção e é preciso retomá-la para fortalecer a democracia e minimizar alguns atos autoritários que surgiram e para retomar a economia, a produtividade e evitar desvios e distorções dos agentes econômicos", considerou.

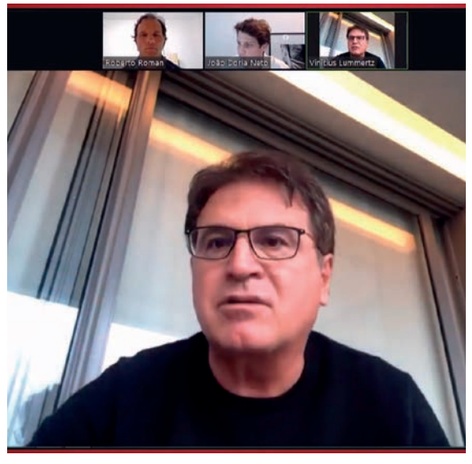
Sergio Moro também se mostrou preocupado com a disseminação de falsas notícias e falou sobre a possibilidade de se candidatar à presidência. "Sabemos que 2022 está longe, e ainda não é claro como o país estará até lá. Existem vários bons possíveis candidatos e o mais importante que o personagem é a causa e a agenda defendida. Precisamos de uma conversa mais robusta das agendas para o projeto de país a partir de 2022".

DORIA DEFENDE O PROTAGONISMO DO EMPRESARIADO PAULISTA

O governador do Estado de São Paulo, João Doria Jr., foi o expositor do **LIDE LIVE**, promovido pelo LIDE, em 10 de julho. Durante o evento remoto, o chefe do Executivo paulista falou sobre a "Recuperação econômica pós-pandemia" e respondeu a perguntas dos participantes.

O governador explicou que os dados mostram a estabilidade no número de casos de Covid-19 no Estado e ainda falou sobre o papel do empresariado, que foi fundamental para o Estado nesse momento de crise provocada pelo coronavírus, por meio de doações e parcerias que possibilitaram ações rápidas. "Temos esperança que o dia de amanhã será melhor. A capacidade de inovar e o gosto pelo convívio social serão legados da pandemia".

VINICIUS LUMMERTZ PREGA O DIÁLOGO PARA NOVOS INVESTIMENTOS



O Secretário de Turismo do Estado de São Paulo, Vinicius Lummertz, foi o expositor do **LIDE LIVE**, transmitido em 26 de junho. O chefe do Pasta falou sobre "A retomada do turismo pós-pandemia" e ainda tirou dúvidas de empresários do setor sobre as perspectivas do mercado.

Lummertz defende o Turismo como um meio para reduzir os impactos econômicos ocasionados pela pandemia do novo coronavírus. "A única maneira de compensar a crise da Covid-19 é gerar investimentos no Turismo. Um em cada cinco empregos vem do turismo. Turismo não é setor, é dimensão econômica", disse. O secretário também sinalizou a necessidade de novos investimentos em equipamentos turísticos, inclusive naqueles que já existem.

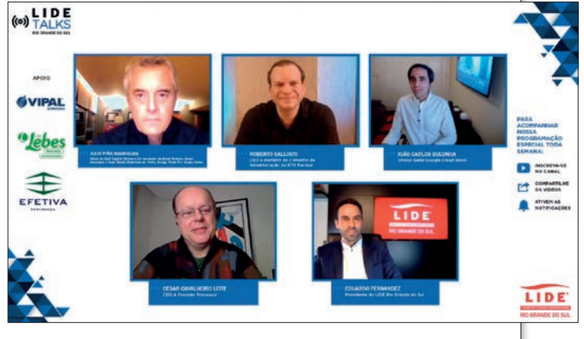
UNIDADES REÚNEM IDEIAS E AÇÕES PARA O PÓS-PANDEMIA

O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso foi entrevistado pelo jornalista Augusto Nunes no **LIDE LIVE Interior SP**, que aconteceu em 25 de junho. O evento reuniu filiados do **LIDE Campinas**, **LIDE Rio Preto** e **LIDE Ribeirão Preto** e convidados, incluindo autoridades. "Quando você é presidente da República você representa seu País e tem que ter noção da responsabilidade dos seus atos e palavras. O líder não é um homem comum", analisou FHC.

FOTOS: REPRODUÇÃO

No dia 9 de julho, o **LIDE Campinas** também promoveu um **LIDE LIVE Interior SP**, dessa vez com o diretor-superintendente do Sebrae SP, Wilson Poit, cujo tema foi "A importância dos pequenos negócios, seus impactos na cadeia total e disponibilidade de crédito para a retomada". A live também teve a participação dos filiados do **LIDE Rio Preto** e **Ribeirão Preto**, além de autoridades como Secretário de Desenvolvimento Econômico e Social de Jaguairúna, Valdir de Oliveira, Secretária de Cultura e Turismo de Jaguariúna, Graça Albaran e Secretária de Desenvolvimento Econômico, Social e de Turismo de Campinas, Alexandra Caprioli. "Vamos precisar de criadores de empregos, o futuro do trabalho irá mudar. Agora é hora de renegociar com fornecedores, ligar para seus clientes fiéis e acionar sua rede de contatos", enfatizou Wilson Poit.

Já com um debate sobre a inovação como diferencial competitivo para a retomada dos negócios, a 12ª edição do **LIDE Talks Rio Grande do Sul** reuniu no dia 15 de julho o CEO do BTG Pactual, Roberto Sallouti, o diretor-Geral do Google Cloud Brasil, João Carlos Bolonha; e o sócio da Gulf Capital Partners e co-fundador da Brasil Brokers, Julio Piña Rodrigues. A transmissão on-line ao vivo promovida pelo **LIDE RS** com apoio de Vipal Borrachas, Lojas Lebes e Efetiva Segurança, teve como moderador o CEO da Processor, Cesar Cavalheiro Leite.



LIDE UNE GIGANTES DA ECONOMIA

BANK OF AMERICA, LOJAS RENNER E GJP PARTICIPAÇÕES ESTÃO ENTRE AS ORGANIZAÇÕES QUE ACABAM DE ENTRAR PARA O GRUPO

O Bank of America é uma das principais instituições financeiras do mundo e possui ampla cobertura nos Estados Unidos e operação em mais de 35 países. Localmente opera como uma marca para os negócios de banco de atacado, investimentos e corretora, sendo um dos líderes globais nesses segmentos. Com mais de 60 anos no Brasil, o mais novo afiliado ao Grupo de Líderes Empresariais, possui escritórios em São Paulo e no Rio Janeiro, e um portfólio completo para clientes corporativos e institucionais em Equities, FICC, Research, Investment Banking, Corporate Banking e Global Transaction Services.

A Lojas Renner S.A., um dos maiores símbolos do varejo brasileiro, também passará a compartilhar sua experiência no LIDE. A empresa foi a primeira corporação brasileira com 100% das ações negociadas em bolsa e está listada no Novo Mercado, grau mais elevado dentre os níveis de governança corporativa da B3. A empresa atua por meio da Renner, que tem moda em diferentes estilos; da Camicado, empresa do segmento de casa e decoração; da Youcom, especializada em moda jovem; e da ASHUA Curve & Plus Size, que oferece roupas nos tamanhos 46 a 54. Atualmente, conta com cerca de 600 lojas em operação, considerando todos os seus formatos. A companhia opera ainda com a Realize CFI, que apoia o negócio de varejo, por meio da oferta e gestão de produtos financeiros.

Com empreendimentos localizados no Nordeste, Sudeste e Sul do Brasil, a GJP Hotels & Resorts, especializada em lazer e eventos, com hotéis próprios e modelo organizacional de administração e gestão hoteleira, representa um setor vital para a retomada da economia. A rede opera hoje com as marcas Wish, Prodigy, Linx e, também, estão previstos novos hotéis em São Paulo e no Rio Grande do Sul até 2022. Fundada em 2005, a companhia conta com cerca de 1500 colaboradores que trabalham para garantir a melhor experiência em hospedagem em diversos destinos brasileiros, com padrão de higienização certificado pelo Hospital Sírio Libanês. ■

LIDE

BANK OF AMERICA
VICE CHAIRMAN: **RICARDO DINIZ**

GJP PARTICIPAÇÕES
PRESIDENTE: **GUILHERME PAULUS**

HAITONG
PRESIDENTE: **ALAN FERNANDES**

IFLY BRAZIL
PRESIDENTE: **MANOEL DAMASCENO**

LOJAS RENNER
PRESIDENTE: **FABIO ADEGAS FACCIO**

LYNK DO BRASIL
PRESIDENTE: **SOHEIK NAJAM**

LIDE Bahia

TV BAHIA
DIRETOR: **HUMBERTO GARRIDO**

LIDE Campinas

MACIEL NETO ADVOCACIA
PRESIDENTE: **PEDRO MACIEL**

U.SK UNDERSKIN
CEO GLOBAL: **LEONARDO SANCHEZ**

LIDE Ceará

DIAGONAL ENGENHARIA
PRESIDENTE: **JOÃO BARBOSA FIUZA**

LIDE Goiás

COMPANHIA DE DISTRIBUIÇÃO ARAGUAIA
CEO: **RICARDO SOUSA**

LIDE Mato Grosso

FIEMT - FED. DAS INDÚSTRIAS NO EST. DE MATO GROSSO
PRESIDENTE: **GUSTAVO COELHO DE OLIVEIRA**

LIDE Pernambuco

ACLF EMPREENDIMENTOS
PRESIDENTE: **AVELAR LOUREIRO**

MUNDO DO CABELEIREIRO
CEO: **CELSO DE MORAES**

STEFANINI
DIRETORA: **MIRNA MACHADO**

LIDE Ribeirão Preto

SOLSTIC ADVISORS
PRESIDENTE: **FLÁVIO BATEL**

LIDE Rio Grande do Norte

CANDIDO E COMPANHIA
PRESIDENTE: **AGNELO CÂNDIDO**

BONTEMPO NATAL
PRESIDENTE: **ALEXANDRE DIAS**

INDÚSTRIAS BECKER
SÓCIO: **ASTRIEL JUNIOR**

JMT SERVICE
PRESIDENTE: **JONAS ALVES**

LIDE Santos

BLUE MED SAÚDE
PRESIDENTE: **SILVIO TAVARES**

COMERI LITORAL
PRESIDENTE: **JOÃO CARLOS SCARANELO**

LIDE EUA - Flórida

RPM MOTORS OF SPACE COAST
DIRETOR: **GILBERTO NOVAES**

LIDE Itália

BEREITALIANO
PRESIDENTE: **GIORGIO RUINI**

LIDE Mulher

MICROSOFT
PRESIDENTE: **TÂNIA COSENTINO**

LIDE Mulher Campinas

MAYRA ZAKIA EVENTOS
SÓCIA: **MAYRA ZAKIA**

LIDE Mulher Paraná

BS SCARPELLINI
SÓCIA: **BIANCA SCARPELLINI**

CLINÍCA HELOISA KOERNER
SÓCIA: **HELOSA KOERNER, SÓCIA**

CR CONSULTORIA
PRESIDENTE: **CELIA ROCHA**

LIDE Mulher Pernambuco

GRUPO LIDERANÇA TERCEIRIZAÇÃO
DIR. DE INOVAÇÃO: **SAMANTHA BERENGUER**

ROSA MASTER
PRESIDENTE: **MARCIA ALVES**

LIDE Empreendedor Pernambuco

FINACAP
SÓCIO: **MÚCIO CAVALCANTI**

MIX CONSULTORIA, MARKETING E ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: **PAULO DRUMMOND**

MURTA CONSULTORIA
DIRETOR-EXECUTIVO: **FERNANDO MURTA**

CHAIRMAN
Luiz Fernando Furlan
lufurlan@lidebr.com.br

LIDE
GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS

VICE-CHAIRMAN
Claudio Lottenberg
claudio@uhgbrasil.com.br

COMITÊ DE GESTÃO

Mônika Bergamaschi
presidente do LIDE Agronegócios

Roberto Lima
presidente do LIDE Cidadania

Marcos Gouvêa de Souza
presidente do LIDE Comércio

Marcos Quintela
presidente do LIDE Comunicação

Fernando Meirelles
presidente do LIDE Conteúdo

Celso Lafer
presidente do LIDE Cultura

Mario Anseloni
presidente do LIDE Educação

Daniel Mendez
presidente do LIDE Empreendedor

Eduardo Lyra
presidente do LIDE Empreendedorismo Social

Roberto Giannetti da Fonseca
Presidente do LIDE Energia

Lars Grael
Presidente do LIDE Esporte

Rafael Cosentino
presidente do LIDE Futuro

Paulo Nigro
presidente do LIDE Indústria

Roger Ingold
presidente do LIDE Inovação

Juan Barberis
presidente do LIDE Internacional

Luiz Flávio Borges D'Urso
presidente do LIDE Justiça

Afonso Celso Santos
presidente do LIDE Master

Nadir Moreno
presidente do LIDE Mulher

Claudio Lottenberg
presidente do LIDE Saúde

Washington Cinel
presidente do LIDE Segurança

Cláudio Carvalho
presidente do LIDE Solidariedade

Roberto Klabin
presidente do LIDE Sustentabilidade

Leonardo Framil
presidente do LIDE Tecnologia

Arnoldo Wald
presidente do LIDE Terceiro Setor

UNIDADES NACIONAIS

PRESIDENTE DO LIDE BAHIA
Mário Dantas
mario.dantas@lideba.com.br

PRESIDENTE DO LIDE BRASÍLIA
Paulo Octavio
p.o@pauloctavio.com.br

PRESIDENTE DO LIDE CAMPINAS
Silvia Quirós
presidencia@lidecampinas.com.br

PRESIDENTE DO LIDE CEARÁ
Emilia Buarque
presidencia@lideceara.com.br

PRESIDENTE DO LIDE GOIÁS
André Luiz Rocha
andrerocha@lidego.com.br

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO
Evandro César Alexandre dos Santos
evandro.cesar@ernestoborges.com.br

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO DO SUL
Carlos Augusto Melke Filho
carlos@melkeprado.com

PRESIDENTE DO LIDE PARANÁ
Heloisa Garret
heloisa@lideparana.com.br

PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO E PARAÍBA
Drayton Nejaim
drayton@lidepe.com.br

HEAD DAS UNIDADES NACIONAIS E PRESIDENTE DO LIDE RIBEIRÃO PRETO
Fabio Fernandes
fabiofernandes@lideribeiraopreto.com.br

PRESIDENTE DO LIDE RIO DE JANEIRO
Andréia Repsold
arepsold@lideriodejaneiro.com.br

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO NORTE
Jean Valério
jeanvalerio@gmail.com

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO SUL
Eduardo Fernandez
eduardofernandez@liders.com.br

PRESIDENTE DO LIDE RIO PRETO
Marcos Scaldelai
marcosscaldelai@lideriopreto.com.br

PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA
Wilfredo Gomes
wilfredo@lidesc.com.br

PRESIDENTE DO LIDE SANTOS
Jarbas Vieira Marques Jr.
jarbas@innovaregrupo.com.br

PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE
Victor Rollemberg
victor@lidese.com.br

PRESIDENTE DO LIDE VALE DO PARAÍBA
Marco Fenerich
mfenerich@lidevaledoparaiba.com.br

UNIDADES INTERNACIONAIS

PRESIDENTE DO LIDE ALEMANHA
Christian Hirmer
c.hirmer@lidedeutschland.com

PRESIDENTE DO LIDE ARGENTINA
Rodolfo de Felipe
rodolfodefelipe@lideargentina.com

PRESIDENTE DO LIDE AUSTRÁLIA
Carlos Ferri
carlosferri@lideaustralia.com

PRESIDENTE DO LIDE CHILE
Murilo Arruda
muriloarruda@lidechile.com

PRESIDENTE DO LIDE CHINA
José Marcelo Braga Nascimento
braga@bnz.com.br

PRESIDENTE DO LIDE EUA
Carlos Eduardo Arruda
carlos@voqin.com

PRESIDENTE DO LIDE INGLATERRA
Breno Dias
brenosilva@lideglobal.co.uk

PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA
Juan Barberis
juanbarberis@lideitalia.org

PRESIDENTE DO LIDE MARROCOS
Hassan Aitali
hassanaway@yahoo.fr

PRESIDENTE DO LIDE MÔNACO
Gian Luca Braggiotti
glbraggiotti@lidemonaco.com

PRESIDENTE DO LIDE ORIENTE MÉDIO
Raul Silva
raulgs@yahoo.com

PRESIDENTE DO LIDE PARAGUAI
Andrés Bogarin Geymayr
andres.bogarin@lideparaguay.com

Seus investimentos merecem:

- O cuidado diferenciado de profissionais com a excelência BTG
- Atendimento humanizado e especializado, 24 horas
- App prático, fácil para investir e intuitivo

Sabe onde encontrar isso?

No BTG Pactual digital, o melhor e maior Banco de Investimentos da América Latina.

Baixe o app e dê um BTG nos seus investimentos

Baixar na App Store

DISPONÍVEL NO Google Play

BTG Pactual digital