

Turbo GDi 187 cv

WET DUAL CLUTCH DE 7 VELOCIDADES

DE O A 100 EM 87 SEGUNDOS





SÓ ENCONTRADO NOS MODELOS ESPORTIVOS DE ALTÍSSIMO LUXO EM MARCAS COMO BMW, PORSCHE E GENESIS.

RODAS





ABERTURA POR APROXIMAÇÃO. OU A DISTÂNCIA NA CHAVE.

PORTA-MALAS COM ESPAÇO MAIOR DO QUE QUALQUER PICK-UP

REGULAGEM ELETRÔNICA DA ALTURA DA TAMPA DO PORTA-MALAS.

PAINEL VIRTUAL





TELA TOUCHSCREE

10,25" A MAJOR DO MERCADO

MULTIMÍDIA LCD COM TECNOLOGIA DE MÁXIMA DEFINIÇÃO



CÂMERA 360°

OITAVA MARAVILHA DO MUNDO



AVISO SONORO **NO PAINEL E NO** RETROVISOR DE MANOBRA PERIGOSA.



LIGAÇÃO DO MOTOR E DO AR-CONDICIONADO



VOLANTE MULTIFUNCIONAL COM ACABAMENTO



INDEPENDENTE NAS 4 RODAS.

AR-CONDICIONADO DUAL-ZONE. PAINEL DO AR-CONDICIONADO TOUCHSCREEN DE 8" COM SAÍDA INDEPENDENTE PARA OS BANCOS TRASEIROS. COMANDO DE CLIMATIZAÇÃO



CARREGADOR DE CELULAR POR INDUÇÃO SEM FIO.



PANORÂMICO ELÉTRICO COM SISTEMA ANTIESMAGAMENTO. ABERTURA E FECHAMENTO **AUTOMÁTICOS**



AUTO HOLD E FREIO DE ESTACIONAMENTO



FREIO AUTOMÁTICO DE DESCIDA NAS 4 RODAS COM FUNÇÃO 4X4 NA TERRA E NA LAMA.



AIRBAG TOTAL.



LUZ AMBIENTE EM LED. AMPLO LEQUE DE CORES CUSTOMIZÁVEIS.

८ 0800-777 5448 © WWW.D21MOTORS.COM.BR

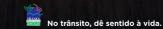
FABRICADO NO BRASIL COM A MELHOR TECNOLOGIA DO MUNDO.















Fonte: De O a 100 km/h em 8,7 segundos, de acordo com teste realizado pela Revista Quatro Rodas - 3/9/2020 - https://quatrorodas.abril.com.br/noticias/ video-caoa-chery-tiggo-8-o-suv-rival-de-compass-tiguan-e-territory - https://youtu.be/puDkoberF44.



Volkswagen Meteor

100% fabricados no Brasil, os novos Volkswagen Meteor foram desenvolvidos para atender às necessidades dos clientes e garantir o menor custo operacional do segmento, com um design inovador, baixo consumo e alta performance. Os novos Volkswagen Meteor são os extrapesados sob medida para o seu negócio.







Novo motor MAN D26 fabricado no Brasil



Nova transmissão automatizada de 12 e 16 velocidades



Nova cabine mais ampla e confortável



Caminhão 100% conectado





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!



Transmissão

ao vivo















São José do Rio Preto/SP

+55 17 2136 8855 Av. Murchid Homsi, 1404 Vila Diniz | 15013-000

São Paulo/SP

Rua Cristiano Viana, 401 - SL. 610 Pinheiros | 05411-000

rcedigital.com.br

contato@rcedigital.com.br









19° FÓRUM® EMPRESARIAL LIDE





DE 10 A 12

DEZEMBRO São Paulo - SP



TEMA CENTRAL 2020

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

Para mais informações, acesse: lideglobal.com

REALIZAÇÃO:



Mais uma iniciativa LIDE. Quem é líder, participa.



A ARTE INSPIRADA NA NATUREZA



Bailarina da Natureza Madeira de floresta de manejo 262 x 110 x 100 cm



Rua Brás Melilo, 91 São Paulo - SP 11 3842-7994

www.biadoria.com.br

@artebiadoria

ateliebiadoria



SUMÁRIO edição de outubro

Capa

com Malu Nachreiner

16 Carta Primeira multinacional do Safra de inovações setor a ter uma mulher no comando no país, 18 Entrevista Bayer se volta ao futuro

Money, fala do projeto que já impactou

centenas de empreendedores

28 Finanças Open Banking deve promover mudança radical na gestão de dados dos usuários

Nina Silva, CEO do Movimento Black

32 Consumo

saudáveis ganha novo status





Puxada por tendência,

indústria de alimentos

ESPECIAL AGRONEGÓCIO

48 Panorama

Ministra Tereza Cristina comemora a safra recorde de grãos e aumento nas exportações

52 Artigo

Mônika Bergamaski, presidente do LIDE Agronegócios

54 Ciência

Laboratórios investem em tecnologia e ampliam portfólios com foco na saúde animal

60 Inovação

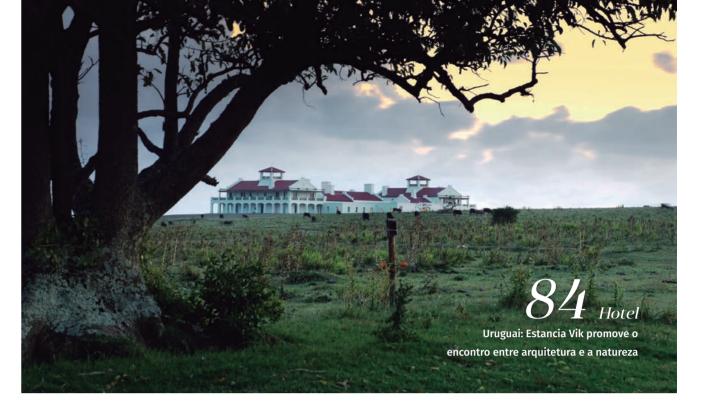
Serviços e ferramentas digitais garantem o aumento da competitividade no campo

Cenário Alta do dólar,

logística e gestão eficientes impulsionam novos recordes no agro

66 Indústria

Setor de veículos pesados e maquinários agrícolas é beneficiado pelos bons resultados





74 Setor

Mercado pet permanece em alta e deve passar por consolidação nos próximos anos

78 Aviação

Segmento de jatos executivos enxerga novos horizontes no pós-pandemia

92 Aconteceu

LIDE promove premiação e encontros entre importantes lideranças nacionais

97 Filiados

Magazine Luiza e MW2 Group entram para o Grupo de Líderes Empresariais



SAFRA DE INOVAÇÕES

nova safra brasileira deve superar em 4,2% o recorde obtido na temporada anterior, nas projeções da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). De acordo com o primeiro levantamento para 2021, a produção está estimada em quase 269 milhões de toneladas. O estudo também aponta crescimento na área cultivada de 1,3%.

Estes números positivos se estendem para as mais diferenças áreas da agroindústria como insumos, processamento e transformação, distribuição, maquinário e serviços de apoio – principalmente ligados ao universo da ciência e tecnologia. Neste campo fértil para a inovação, o cenário para o setor é otimista e a demanda por novas tecnologias para o campo tende a aumentar ainda mais.

Na reportagem de capa, Malu Nachreiner, a nova presidente da divisão agrícola da Bayer, detalha o papel da empresa na construção dessa agricultura voltada ao futuro. Poucas companhias estão tão bem posicionadas quanto a Bayer para contribuir na saúde humana e alimentar o crescimento da população global.

Confira também uma entrevista com a CEO do Movimento Black Money, Nina Silva. A executiva atua diretamente no fomento do empreendedorismo na comu-



nidade negra e foi considerada, em 2019, uma das mulheres mais poderosas do Brasil e uma das 100 afrodescendentes mais influentes do mundo abaixo de 40 anos.

Para completar nossa celebração da força do agronegócio na economia, o suplemento especial revela avanços importantes no segmento de máquinas e veículos agrícolas. E, como sempre, apresentamos um destino exclusivo para sua próxima viagem. Localizada na intocada José Ignacio, no Uruguai, a Estancia Vik promove um encontro surpreendente entre arquitetura e a natureza.

Excelente leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM DIRETORA EDITORIAL

LIDE

PUBLISHER

Celia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

Celia Pompeia Ioão Doria Neto

EDITORA

Ana Lúcia Ventorin

COORDENADORES DE CONTEÚDO

Alan Cruz José Claudio Pimentel

EDIÇÃO, REDAÇÃO E ARTE

www.agenciastartup.com.br edgar@agenciastartup.com.br 11 2369-1707 / 11 99972-6898

DIRETORA GERAL DE PUBLICIDADE

Beatriz Cruz biacruz@grupodoria.com.b

GERENTE EXECUTIVA DE PUBLICIDADE

Larissa Dalete

larissadalete@grupodoria.com.br

PUBLICIDADE
Carolina Webba

carolinawehba@grupodoria.com.br

deboraleopoldo@grupodoria.com.br

Flávia Marangoni flaviamarangoni@grupodoria.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS

katiamoreno@grupodoria.com.br

VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA

Celia Pompeia celiapompeia@grupodoria.com.br

UMA PUBLICAÇÃO



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

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

CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Gráfica Oceano

CAPA Nalu Nachreiner

Malu Nachreiner Foto: Marcelo Ribeiro

Somos o UBSBB.

Somos a combinação de conhecimento e alcance. Somos inovação e colaboração. Somos movidos por superar as expectativas de nossos clientes. Somos #glocal. Somos um banco de investimentos criado para ser líder. UBS > BB Investment Bank ubsbb.com

NINA SILVA

LEGADO SOCIAL E ECONÔMICO

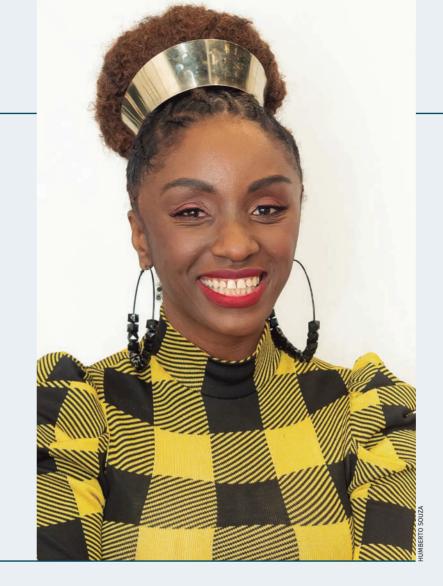
CEO DO MOVIMENTO BLACK MONEY REVELA OS PRÓXIMOS PASSOS DO PROJETO QUE JÁ IMPACTOU CENTENAS DE EMPREENDEDORES

xecutiva da área de tecnologia há mais de 20 anos, Nina Silva é especializada em gestão de projetos internacionais e em transformação digital. Empresária, escritora, mentora de negócios, palestrante e colunista da MIT Sloan Review e UOL Economia, Nina foi considerada pela Forbes, em 2019, uma das 20 Mulheres Mais Poderosas do Brasil e pela MIPAD (Most Influential People of African Descent) como uma das 100 afrodescendentes mais influentes do mundo abaixo de 40 anos.

CEO e uma das fundadoras do Movimento Black Money (MBM), hub de inovação criado em 2017 para inserção e autonomia da comunidade negra na era digital, Nina Silva atua diretamente no fomento do mindset de inovação com foco no ecossistema afroempreendedor,

estimulando jovens negros para a criação de diferenciais competitivos no mercado.

Formada em administração, com passagens por multinacionais e, atualmente, gestora do próprio negócio, Nina acumula a experiência de liderar grandes equipes e domina como ninguém a arte de escutar e promover mudanças por meio do diálogo e da ação prática. Nesta conversa, a executiva detalha os resultados do trabalho desenvolvido pelo Movimento até aqui e quais são seus planos de expansão em uma sociedade em plena mutação — tanto no aspecto tecnológico como no social. Nina avalia que o MBM tem a oportunidade de avançar internacionalmente, tendo em vista que o racismo estrutural atinge pessoas em todo o mundo. "Não preciso pedir inclusão, bater na porta de alguém. Entendi que preciso construir meus próprios castelos".



Revista LIDE: Qual foi a principal inspiração e insight para a criação do Movimento Black Money?

NINA SILVA: Por meio da desigualdade sócioracial presente em nosso país, que menospreza a comunidade negra, percebemos um vazio em várias áreas. Isso ocorre não apenas na falta de valorização da vida dos negros, mas também politicamente e, acima de tudo, economicamente. Somos 54% da população, 51% dos proprietários de negócios e movimentamos R\$ 1,7 trilhão no ano, mas não controlamos bancos, grandes mercados ou partidos políticos.

Assim, surgimos com o objetivo de ser mais do que um *marketplace* para negócios negros, mas sim uma ferramenta para gerar autonomia e prosperidade para nossa comunidade. Queremos auxiliá-los a utilizar seu poder econômico e populacional em seu próprio benefício.

De que maneira sua experiência pessoal e profissional tem ajudado o projeto?

Com minha experiência como executiva, percebo que as empresas estão cada vez mais aprendendo a lição que a diversidade caminha junto com performance. Times diversos conseguem pensar em soluções diversas e dialogar com um público amplo. Esse consumidor, muitas vezes, ficou fora do contexto de protagonismo de mercado anteriormente, então é um público que está ávido a ser ouvido, a ser atendido realmente da maneira que deve. Esse cliente guer se ver não só na publicidade. Neste sentido, desenvolvemos o Mercado Black Money, uma plataforma on-line que permite a conexão entre empreendedores e consumidores negros. Ao longo de nossa jornada, percebemos que há muitos brasileiros desejando combater o racismo por meio do apoio a negócios negros, mas não sabiam como encontrar esses afroempreendedores.

Quais atividades práticas, frentes de atuação e parcerias o Movimento desenvolve atualmente?

É importante destacar o Afreektech, braço educacional do Movimento Black Money. Em um país com desemprego em crescimento sobram vagas nas áreas de tecnologia. Segundo estudos, diversas empresas poderiam abrir centenas de novas vagas, meta que ficará longe de ser alcançada por falta de mão de obra qualificada.

Nosso principal objetivo com esse projeto é desenvolver novas habilidades e competências em empreendedoras e jovens negros por meio de cursos próprios e parcerias. Mantemos uma metodologia 100% voltada à transformação digital, sem perder a essência que toda tecnologia é feita por pessoas para pessoas.

Temos também o programa StartBlackUp, que são encontros de empreendedores e profissionais com o desejo de começar ou melhorar seus negócios, dentro de uma pauta identitária, com a finalidade de juntar talentos, formar network e incentivar conexões com investidores que auxiliem a ignição de novos empreendimentos.

Como um negócio social que visa a justiça econômica, quais as ações do movimento trabalham diretamente este ponto?

Em nossas atividades costumamos impactar profissionais desempregados, empreendedores que querem escalar e digitalizar seus negócios e pessoas que querem mudar de área para algo que tenha novas oportunidades no futuro. Por isso, oferecemos bolsas gratuitas, entre cursos próprios e de parceiros, como Be Academy, Gama Academy, Resultados Digitais, Digital House, Proseek e Rock Content. Já tivemos cerca de 1000 contemplados. Promovemos também grandes eventos e palestras com ingressos gratuitos – mais de 700 pessoas foram diretamente atendidas.

Nosso mailist e ações de impacto nas redes sociais fica responsável pela elaboração e envio de conteúdos de educação on-line, além de oportunidades que semanalmente impactam cerca de 80 mil pessoas por mês.

Já a conhecida Pretinha, nossa maquininha de débito e crédito, está disponível em oito cidades espalhadas no sul, sudeste e nordeste do país e continua em expansão. Oferecida pelo D'BlackBank, *fintech* da qual também sou fundadora, a empresa foi criada para conectar consumidores a empreendedores negros por meio das facilidades de um meio de pagamento seguro.

A pandemia do novo coronavírus influenciou a criação de novas ações no Movimento?

Conduzimos uma campanha para auxiliar famílias lideradas por mães negras solos e empreendimentos negros com uma renda básica por três meses. Acreditamos que a forma mais rápida de sair da crise é concedendo fôlego aos mais afetados e mantendo negócios abertos para fomento de toda a economia. Na contramão das desigualdades raciais, já arrecadamos valores para apoiar cerca de 400 famílias, mas sabemos que

podemos mais por termos uma rede intencional sensível a fazer o impacto socioeconômico que precisamos. Empresas como B3, Fundação Tide Setúbal e 3000 pessoas físicas já doaram.

Grandes empresas têm criado programas de estágio e trainee exclusivos para jovens negros. Por que a diversidade no mercado de trabalho é tão importante é deve ser valorizada?

Uma empresa com um programa de trainee intencional, ou seja, falando diretamente que o que ela quer é formar pessoas negras como líderes para auxiliar no processo decisório de agora em diante, mostra para o consumidor que ela te olha de igual para igual.

É importante também termos não só um quadro colaborativo diverso, mas também a intencionalidade na contratação de fornecedores. Os passos seguintes são de influência e impacto na sua própria cadeia produtiva. É possível dialogar com grandes fornecedores e apontar que para entrar em uma concorrência você precisa por exemplo ter um determinado percentual de mulheres no conselho administrativo, precisa ter um percentual mínimo de pessoas negras no seu comitê executivo ou na sua média gestão.

No entanto, mediante a isso, fazemos o nosso trabalho, que é dizer para pessoas negras comprarem e investirem nesses negócios que não conseguem escalar do jeito que deveriam.

Que tipo de conselho você daria para esta nova geração que tem encontrado um mercado mais aberto para a diversidade?

Não se iludam. Entendam onde há publicidade enganosa e onde realmente há possibilidades de crescimento, de desenvolvimento, onde realmente há respeito. Meu conselho é que prestem atenção quando estão interessados no seu talento, no seu potencial, nas suas competências, e onde você

terá um caminho para plantar e colher. Em relação à vida profissional, sejam intraempreendedores, façam MVP (Minimum Viable Product) de suas próprias carreiras e negócios, testem, permitamse errar e mudar rapidamente também, o que não quer dizer abandonar projetos no meio. Procure entender novos caminhos que seu projeto pode trilhar, tenha resiliência e observe o que acontece ao redor para projetar o que é possível naquele espaço e como criar novas narrativas.

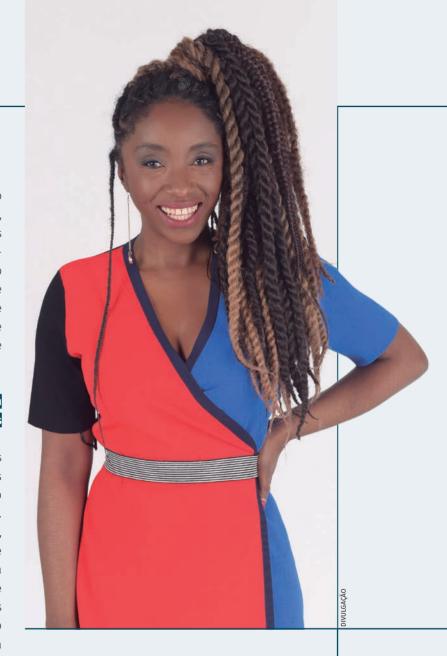
O Movimento Black Money tende a avançar em outros segmentos e lançar novas ferramentas e produtos?

Certamente. Já atuamos em diversas áreas como educação, comunicação, finanças, falamos de renda básica, direitos fundamentais, então já expandimos bastante ao longo do tempo. Porém, temos produtos novos a serem lançados, a pandemia freou muitos projetos, mas em breve lançaremos o cartão de crédito e em 2021 uma conta digital. Teremos muitas novidades de mercado, principalmente em relação a serviços financeiros dentro no universo das *fintechs*, então precisamos nos adaptar e inovar nesta nova concepção de mundo.

É possível fazer um balanço dos resultados do MBM desde sua fundação?

Temos um número expressivo de pessoas que se alocaram no mercado de trabalho ao pivotar para a área de tecnologia. Alguns empreendimentos que não tinham nenhuma noção de como entrar na esfera digital mantêm hoje sua própria loja virtual, além de vender em nosso *marketplace*. Alunos da Afreektech fizeram negócios entre si e formaram cooperativas e associações, impactando a vida de outras pessoas. Mas nosso maior resultado é entender que apenas três anos depois

de nossa criação todo mundo sabe o que é Black Money e estamos alguns passos à frente, falando sobre aplicabilidade, como a gente escala isso. Hoje sou diretora Brasil de algumas instituições internacionais e faço a conexão de brasileiros afrodescendentes com negros de todo o mundo. Temos a oportunidade de empreender e expandir serviços transnacionalmente, nos identificando como um só povo, entendendo que pessoas negras sofrem processos distintos de preconceito, mas muitas das vezes pelo mesmo racismo estrutural. Desta forma, podemos aplicar soluções similares ajustadas a cada realidade. Podemos e queremos expandir esse diálogo internacionalmente.





SEMEANDO OFFICIAL SERVICE OFFICIAL OFFI

PRIMEIRA MULTINACIONAL DO SETOR A TER UMA MULHER NO COMANDO NO PAÍS, BAYER INVESTE EM HUBS DE INOVAÇÃO E EM PRÁTICAS AGRÍCOLAS SUSTENTÁVEIS

Bayer anunciou em agosto mudanças em seu quadro de gestão da divisão agrícola no Brasil. Gerhard Bohne, que atuava há mais de 30 anos na companhia, deixou a direção da área, encerrando um ciclo de protagonismo no agronegócio nacional. Assim, a executiva Malu Nachreiner passou a ocupar presidência da Divisão Crop Science da empresa no país. Agrônoma com mais de 15 anos de atuação na Bayer, Malu estava à frente do marketing na divisão para a América Latina e já ocupou posições nas áreas de vendas e operações comerciais.

Além de ser a primeira companhia no segmento a ter uma mulher no comando no Brasil, para permanecer na vanguarda da transformação digital com foco em uma agricultura sustentável na América Latina, a Bayer acelera inúmeras ações e passa a ser um modelo de empresa voltada ao futuro. A corporação global foi reconhecida como uma das líderes de inovação aberta no Brasil pelo Ranking 100 Open Corps, que elege as 100 empresas mais enga-

jadas com o segmento. O anúncio oficial foi feito durante a edição especial da XII Open Innovation Week (Oiweek), maior encontro de inovação aberta do Brasil, que aconteceu em agosto de maneira virtual.

Malu Nachreiner destaca que a Bayer, como líder do setor, sempre acreditou que o diálogo amplo é a melhor e única forma de solucionar os problemas que afetam diretamente agricultores, consumidores e meio ambiente. "É preciso trazer os mais variados pontos de vista a fim de buscar avanços concretos e duradouros. Respeitamos a diversidade de opiniões e entendemos que é urgente debatermos o futuro do agronegócio e a importância de buscarmos soluções cada vez mais sustentáveis para o nosso setor. Por isso, a Bayer está totalmente comprometida em conduzir as discussões sobre as boas práticas para a produção de alimentos e em continuar apoiando os agricultores com inovações que atendam aos seus desafios e ajudem a impulsionar a sustentabilidade no agronegócio", diz.

Grandes detalhes

A presidente da divisão agrícola da Bayer explica que a estratégia da companhia se baseia em uma combinação de soluções em sementes e biotecnologias, produtos para proteção de cultivos, serviços e ferramentas digitais. "Somos capazes de trabalhar essas soluções para atender as necessidades específicas de cada produtor. O uso de automação, ferramentas digitais e dados está nos ajudando a identificar novas maneiras de gerar maior inovação em nosso pipeline de Pesquisa e Desenvolvimento e transformar a experiência dos nossos clientes. Estamos usando Decision Science para promover avanços com biotecnologia e produzir sementes que são adaptadas para regiões, climas e tipos de solo específicos. E, conectando digitalmente os agricultores com esses novos conjuntos de dados, podemos fornecer soluções personalizadas que melhor suportam as tomadas de decisão, do plantio à colheita".

Usando softwares que integram dados de satélites, sensores de campo, sistemas de irrigação, drones e outras fontes de entrada, a Bayer também está fornecendo aos agricultores avaliações detalhadas em tempo real das condições de cultivo e saúde das culturas para apoiar uma colheita sustentável e abundante. Um exemplo é o Climate FieldView, que coleta e processa automaticamente dados de campo de forma simples e integrada, gerando mapas e relatórios em tempo real acessíveis por celular, tablet ou computador.

"A adoção da plataforma se acelerou devido ao valor que os agricultores mundialmente encontram na tecnologia. Hoje, mais de 37 milhões de hectares em todo o mundo estão conectados ao Climate FieldView, tornando-o o líder em conectividade de dados. Até o final deste ano, este número passará para pelo menos 50 milhões de hectares, mais de 20 mil plantadeiras e colheitadeiras conectadas ao serviço e 30 milhões de horas de dados enviados para a nuvem", detalha Malu.



Mundo verde

Com base nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e o Acordo de Paris, a Bayer estabeleceu metas que pretende atingir até 2030. Com isso, agricultores preocupados com a sustentabilidade poderão ter a oportunidade de gerar novas soluções graças a uma iniciativa que foi lançada por ela no final de julho. A companhia começará a recompensar agricultores no Brasil e nos Estados Unidos pela geração de créditos de carbono, incentivando práticas agrícolas sustentáveis, que contribuam com a redução da pegada de carbono e os gases de efeito estufa (GEE).

A Iniciativa Carbono Bayer, primeira no setor, é resultado de anos de trabalho para a validação de uma metodologia de mensuração de captura de carbono, com base em ciência, em área de produção. A redução de emissões de carbono é o mais recente compromisso de sustentabilidade da empresa, que visa reduzir em 30% as emissões no campo, até 2030. "O mercado de carbono tem muito potencial, mas ainda é intangível para a agricultura nacional.

As metodologias de mensuração disponíveis até aqui são custosas e dificultam a expansão desse tipo de iniciativa. O Carbono Bayer visa justamente encontrar meios para viabilizar técnicas escaláveis de mensuração de carbono", afirma Malu Nachreiner.

A Iniciativa envolverá aproximadamente 1.200 agricultores no Brasil e nos Estados Unidos. Todos receberão assistência para a implementação de práticas agrícolas sustentáveis, com foco em produtividade com baixo impacto climático. Por aqui, a Bayer selecionou para participarem da primeira fase da iniciativa cerca de 500 agricultores rurais em 14 estados, que produzem principalmente soja e milho e que são usuários da plataforma. O projeto começou nesta safra 2020/2021 em cerca de 60 mil hectares no país. O investimento estimado para a iniciativa será de cerca de 5 milhões de euros, ao longo de três anos, somente no Brasil. "Os produtores participantes terão outros benefícios como acesso a conteúdos técnicos exclusivos, com prescrições e acompanhamento das safras pela equipe Bayer e parceiros", revela.

Avanços

Pela Divisão Crop Science, a empresa tem investido em uma robusta governança matricial envolvendo 25 influenciadores, de 14 áreas internas, para rastreamento de ideias, gestão do ecossistema de inovação e priorização de eventos. Em dois anos, a Bayer acelerou seis startups, envolvendo mais de 1.200 pessoas em 80 eventos no *AgTech Garage*, hub de inovação no agronegócio inaugurado no ano passado em Piracicaba, em São Paulo.

A empresa também é parceira do *AgriHub Space*, hub com sede em Cuiabá, no Mato Grosso, que estimula negócios na cadeia produtiva, além de conectar empresas, produtores rurais, startups e o ecossistema agrícola. Até o momento, 15 sementeiros foram conectados, 18 categorias de problemas que precisam ser solucionados foram mapeadas, sendo uma delas priorizada para implementação ainda neste ano. "Posso afirmar que sem a pesquisa desenvolvida pelas iniciativas públicas e privadas, não teríamos a agricultura que temos hoje no Brasil, altamente competitiva e sustentável. Esta área é essencial para o crescimento contínuo do agronegócio", garante a nova liderança da Bayer.





Tendência

Na mesma linha da pauta sustentável, a busca por alimentos saudáveis passou a ditar os rumos do setor. De acordo com a nova liderança da Bayer, a empresa tem atuado diariamente para apoiar pequenos e grandes agricultores a cultivar - e a população em geral a consumir – alimentos de qualidade produzidos com sustentabilidade. "Sem dúvida, o papel da agricultura no mundo é cada vez mais relevante: segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) será necessário alimentar 10 bilhões de pessoas em 2050, quase 2 bilhões a mais do que temos hoje. Pequenos produtores são parte fundamental desse processo e são indispensáveis na busca por cadeias alimentares mais resilientes. Para isso, é preciso que estejam qualificados e tenham acesso a soluções sustentáveis", pontua

Malu diz que a companhia entende esse desafio e tem o compromisso de empoderar os agricultores familiares. Até 2030, temos a meta de capacitar mais de 100 milhões de pequenos

agricultores em países em desenvolvimento, por meio de projetos educativos, produtos e parcerias. "Um exemplo é o BayG.A.P. (Good Agricultural Practice), um treinamento on-line e gratuito, realizado pela empresa, para aconselhamento e apoio aos produtores no processo de adequação das Boas Práticas Agrícolas na

de fidelidade, o Impulso Bayer, e a Orbia, plataforma

fruto de joint venture com a Bravium que combina

marketplace de fidelidade, commodities e insu-

mos. "Estamos junto com o produtor e os canais

de distribuição nesta jornada de transformação

digital há vários anos. Muitos agricultores fizeram

sua primeira compra online acessando serviços que

estão disponíveis no nosso programa de fidelidade.

São mais de 90 mil resgates por ano em todo o país

e isso tem apoiado o agricultor a se sentir mais se-

guro e aberto a avançar, comprando seus insumos

agrícolas e comercializando sua produção on-line",

diz a presidente da divisão agrícola da Bayer.

inovação e resultados'



"Ter times cada vez mais diversos, quiados por líderes cada vez mais inclusivos é uma prioridade da companhia para que todos alcancem seu potencial máximo de cadeia produtiva de hortifrúti. O objetivo é dar apoio na adequação sustentável da produção, de acordo com as principais exigências dos mercados nacional e internacional. A inciativa é uma contribuição importante para a promoção de boas práticas agrícolas, beneficiando os agricultores, parceiros e consumidores", exemplifica.

A executiva constata que do ponto de vista dos negócios, a agricultura também enfrenta um desafio latente: produzir cada vez mais com o menor uso de recursos. "Para isso, nossa estratégia não muda: seguiremos investindo em três pilares principais - inovação, sustentabilidade e transformação digital - para juntos moldarmos a agricultura do futuro".

Produtos e pessoas

O investimento em inovação e em P&D é uma das melhores saídas para fazer frente aos atuais desafios do agronegócio. No Brasil, a Bayer possui uma rede de estações experimentais em todas as regiões produtoras do país, centenas de locais de testes de pesquisas e uma vasta equipe técnica-científica nas mais diversas áreas do conhecimento.

"Para tangibilizar a importância da pesquisa para nós e para o setor, com investimentos na ordem de 2,3 bilhões de euros, o dobro do total investido pelos concorrentes diretos, realizamos no último ano mais de 55 avanços em pesquisa e colocamos à disposição de agricultores em todo o mundo mais de 450 híbridos de milho, variedades de soja, algodão, frutas e vegetais", enfatiza.

Malu Nachreiner considera que inclusão e diversidade são os pilares estratégicos fundamentais para desenvolver essas novas soluções criativas e superar desafios. "Ter times cada vez mais diversos, guiados por líderes cada vez mais inclusivos é uma prioridade da companhia para que todos alcancem seu potencial máximo de inovação e resultados", finaliza.

A PRÓXIMA REVOLUÇÃO

OPEN BANKING DEVE PROMOVER MUDANÇA RADICAL E INOVADORA NA GESTÃO DE DADOS DOS USUÁRIOS



primeira etapa do Open Banking começa a ser implementada no país em novembro, permitindo o compar-\tilhamento padronizado de dados e serviços por meio da abertura e integração de sistema bancário. Na prática, significa que os usuários passarão a ser os detentores de seus históricos financeiros e poderão compartilhar essas informações com quem desejarem. A expectativa é que com maior conhecimento sobre os potenciais clientes, as instituições passem a formular produtos mais competitivos e customizados às necessidades de cada um.

Otávio Damaso, diretor de regulação do Banco Central, explica que o Open Banking otimizará processos. "Essa iniciativa contribui para aumentar a competitividade, racionalizar os processos das instituições reguladas e também empoderar o consumidor financeiro, que poderá consentir com o compartilhamento de seus dados caso vislumbre algum benefício, como o acesso a serviços financeiros mais adequados ao seu perfil", indica.

Cristina Junqueira, cofundadora do Nubank, diz que o Open Banking será uma revolução similar a criada pela própria internet

Para Cristina Junqueira, cofundadora do Nubank, o Open Banking será para o setor financeiro o que a internet significou para as comunicações e o comércio. O novo sistema também deve democratizar o acesso a servicos bancários e aumentar a bancarização no país. "O Open Banking é o futuro do sistema financeiro. Vai dar ao cliente muito mais controle sobre o que quer fazer com seus dados e, justamente por isso, aumentar a competição e a oferta de serviços. Com isso, a tendência é que os juros caiam, por exemplo. Além disso, as pessoas terão mais liberdade de escolha para contratar produtos e serviços", afirma.

Paula Sayão, diretora de negócios digitais do Banco do Brasil, acredita que o novo sistema beneficiará mesmo os grandes bancos. "O Open Banking trará uma mudança de paradigma no sistema financeiro, passando de um modelo analógico, fechado, para um digital e totalmente aberto. O Banco do Brasil

enxerga nesse movimento uma gama de novas oportunidades que nos permitirão continuar a oferecer a melhor experiência e os melhores servicos para clientes e não clientes", diz.

Regulação e autorregulação

O Open Banking foi editado por uma resolução conjunta do Banco Central e do Conselho Monetário Nacional. De acordo com o advogado Rodrigo de Campos Vieira, da PG Advogados, a norma é objetiva e inovadora. "A resolução conjunta desenvolveu um ambiente regulatório colaborativo para que as diferentes instituições interessadas, tais como bancos e fintechs, entrem em consenso acerca do compartilhamento padronizado de dados e a interoperabilidade dos sistemas ao prever a obrigatoriedade às instituições participantes do Open Banking de celebrar uma convenção que irá tratar dos pormenores do sistema", explica.

A implementação do Open Banking no Brasil será por fases, com início em novembro deste ano e conclusão prevista para outubro de 2021



Rodrigo de

destaca o

do ambiente

iniciativa

regulatório da

Campos Vieira, da PG Advogados,

desenvolvimento colaborativo

A proposta é que as instituições participantes celebrem uma convenção definindo os padrões tecnológicos e procedimentos operacionais que serão adotados, além de outros aspectos relevantes para a implementação do Open Banking no Brasil. O documento será submetido à análise e aprovação do Banco Central.

Tecnologia

Com o Open Banking, os dados dos clientes serão compartilhados via API, sigla em inglês para a Interface de Programa de Aplicações. A API integra sistemas, facilitando o intercâmbio de informações.

finanças branded content

Esse tipo de compartilhamento de dados se tornou bastante usado com as redes sociais, que permitem acessar outros sites com as informações do Facebook, Google ou Instagram, por exemplo.

O advogado Rodrigo de Campos Vieira alerta para o fato de que o maior compartilhamento de dados exigirá mais segurança no ambiente virtual. "Possivelmente os riscos do Open Banking estarão concentrados no surgimento de novas oportunidades de fraude no ambiente cibernético em caso de invasão ou roubos de dados dessas instituições", avalia.

Para evitar esse tipo de fraude, as instituições financeiras que estão obrigadas a aderir ao Open Banking e as outras que optarem entrar no sistema deverão estar bastante atentas à nova Lei de Proteção de Dados, que recentemente entrou em vigor.

Segurança

A fintech Stark Bank criou uma API que permite que as empresas escolham que solução usar para os gargalos financeiros e tenham mais controle de seus próprios dados bancários. A empresa aguarda que ocorra a regulamentação do Open Banking para que consiga lançar o primeiro cartão de crédito para empresas clientes. Além disso, a startup automatiza as operações bancárias a partir de aplicativos próprios, planilhas de Excel ou sistema de gestão (ERP).

Rafael Stark, CEO da fintech, conta que para proteger os dados dos clientes a instituição usará algoritmos utilizados em moedas digitais, como o Bitcoin. "Na Stark Bank, utilizamos o ECDSA (Elliptic Curve Digital Signature Algorithm), que é um dos algoritmos mais seguros do mundo para garantir a integridade de transações digitais. Ele é usado por moedas digitais como o Ethereum, que resistem a todos os tipos de ataques hackers há mais de 10 anos", finaliza.



PARCERIAS

O novo sistema abre a oportunidade para diversas novas parcerias. A startup Contabilizei, por exemplo, se associou ao banco digital BS2 para compartilhar os dados de seus clientes. A ideia da parceria é reaproveitar todo o processo de "onboarding" feito na Contabilizei para a abertura da empresa e utilizá-lo automaticamente para a abertura da conta digital no BS2, mediante expressa autorização do cliente. Assim, a empresa já nasce com conta e pode fazer transações, como emitir notas e receber pagamentos imediatamente.

"Como a Contabilizei já capturou toda a documentação dos sócios e criou a da empresa, não faz sentido solicitar novamente todos estes documentos para uma conta bancária. Somos os contadores de nossos clientes e sempre temos os dados atualizados. Com o consentimento dele, e sempre de maneira segura, é possível não só a abertura de conta, mas contratação de diversos produtos financeiros em apenas um clique", explica Heitor Barcellos, vice-presidente de serviços financeiros da Contabilizei.

INTERSYSTEMS VIRTUAL SUMMIT

EVENTO LEVA CONHECIMENTO A TODOS OS CANTOS DO MUNDO

ste ano foi um verdadeiro desafio à capacidade de nos adaptarmos rapidamente a _ situações inusitadas. Foi comum escutarmos que a tendência a partir de agora será desaprender e reaprender. É por isso que todos os grandes eventos que reuniram milhares de pessoas no passado passaram a ser realizados virtualmente. Até certo ponto isso foi positivo porque possibilitou o acesso de conteúdo e networking a todos os cantos do mundo. Toda pessoa que tem conexão web pôde acompanhar gratuitamente qualquer tipo de conteúdo que lhe interessasse. Uma verdadeira democratização do conhecimento.

Grandes companhias entenderam que o momento exigia esse acesso amplo e irrestrito para darmos um passo adiante no desenvolvimento. Sem dúvida, uma prova de que nos momentos mais críticos somos capazes de nos solidarizar e de nos adaptar. É assim que a InterSystems sempre atuou, quando suas soluções foram as ferramentas mais importantes para a criação de aplicações de missão crítica. E será assim no InterSystems Virtual Summit 2020,



Sessões Técnicas
27-29 Outubro

Pergunte aos Experts
30 Out - 2 Nov

Laboratório de Experiências
02-05 Novembro

InterSystems*
Creative data technology

que tem como tema central a adaptabilidade. Trata-se de um grande evento anual, que se realizou até o ano passado presencialmente, reunindo os melhores profissionais da tecnologia da informação e em gestão. O esforço agora é preparar o melhor e mais atrativo conteúdo para compartilhar com o público do mundo todo, gratuitamente.

Alguns dos melhores gestores estão reconfigurando as organizações e a tecnologia vai ajudá-los a enfrentar o novo mundo de frente. A InterSystems é uma das protagonistas desse processo de estar preparado para o que vem por aí. Entre 20 de outubro e 3 de novembro, a programação reunirá o que há de mais avançado para os desenvolvedores de sistemas, CEOs, CIOs e CTOs e gestores de empresas de todos os portes terem a oportunidade de trocar experiências entre si e com profissionais reconhecidos.

O tema central dos keynotes do evento será "Criando uma organização adaptativa", quando estará em pauta como podemos ajudar nossas organizações a enfrentarem o futuro. As sessões técnicas apontarão as melhores práticas em desenvolver soluções com base em tecnologia de ponta como analytics, machine learning e inteligência artificial. Haverá também espaço para interação com os melhores especialistas do mundo para tirar dúvidas e trocar experiências. Tudo a favor do aprendizado, do desenvolvimento para um mundo melhor.

A programação completa do Virtual Summit 2020 está no link:
https://www.intersystems.com/br/virtual-summit-2020/

COMIDADE VERDADE

PUXADOS PELO NOVO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR, CONCEITOS COMO ALIMENTAÇÃO HIPERLOCAL, CLEAN LABEL E RASTREABILIDADE SÃO CADA VEZ MAIS VALORIZADOS

preocupação com a longevidade e o entendimento que ela passa pelo consumo de alimentos saudáveis, vêm mudando o relacionamento do consumidor com as marcas. Como reflexo da pandemia, momento no qual muitas pessoas ficaram em casa e passaram a preparar suas próprias refeições, abriu-se uma oportunidade para o crescimento do consumo de alimentos orgânicos, por exemplo.

Segundo dados da Organis, apesar da crise econômica no país, o setor ampliou as vendas em mais de 50% no varejo, além de triplicar a produção devido à grande demanda no primeiro semestre de 2020. Número também impulsionado pelo e-commerce e o serviço de delivery. Já em pesquisa feita pela Associação Paulista de Supermercados (APAS), em parceria com a revista Super Varejo, 39% dos consumidores, no ano passado, compraram pelo menos um produto orgânico. Esse número é 9% maior em comparação ao registrado em 2016, mostrando que a tendência da saudabilidade, que se refere à mudança de hábitos alimentares e busca por mais qualidade de vida, saúde e melhor funcionamento do organismo, para o mercado e para grande parte das marcas, já é realidade há um bom tempo.

O cenário é oportuno e tende a crescer, já que o consumidor de hoje está atento e seletivo ao que cada alimento pode trazer de benefício para sua saúde e longevidade, como enfatiza um dos idealizadores e fundadores do Open Food Innovation Summit, Matheus Von Mühlen. "O consumidor começou a entender que as grandes corporações que antes usavam a tecnologia para fornecer alimentos em grande escala, como os ultraprocessados, hoje desenvolvem pesquisas para viabilizar produtos sustentáveis e nutritivos", destaca.

Investimentos

Marcelo Suárez, diretor de marketing da BRF, afirma que nos últimos anos, houve um crescimento de consumidores que optaram por alimentos diferenciados e de origem vegetal, vegana e orgânica. "A entrada da Sadia nesses segmentos vai ao encontro de objetivos da marca, que conquistou a confiança do público por meio de atributos que são valorizados até hoje, como qualidade superior, sabor, praticidade e o uso de ingredientes selecionados", explica.

Com lançamentos neste ano das linhas Sadia Veg&Tal e Sadia Bio, que leva o selo internacional Certified Humane, uma das certificações mais



importantes do mundo no quesito de bem-estar animal, o diretor de marketing pontua o investimento necessário para que essa entrega seja feita ao consumidor. "Os critérios a serem seguidos são rigorosos. Todos os frangos têm acesso ao campo e podem circular com maior liberdade, recebem uma alimentação 100% vegetal e orgânica, com todos os cuidados das melhores práticas de bem-estar animal. Como

maior exportadora global de frango do mundo, presente em mais de 130 países e dona de marcas como Sadia, Perdigão e Qualy, reunimos capacidade, qualidade e inovação para atender este segmento e corresponder às expectativas desse consumidor", contextualiza Suárez, reforçando os esforços de inovação. "Essa cultura tem sido aprimorada cada vez mais com processos ágeis, escuta apurada que

consumo



"A entrada da Sadia nesses segmentos não se deu à toa e vai ao encontro de objetivos da marca, que conquistou a confiança do público"

Marcelo Suárez, diretor de marketing da BRF

tem o consumidor no centro e que visa entender e atender aquilo que o cliente quer, espera, anseia, deseja. Isso contempla todas as nossas linhas, sejam elas neste segmento ou não", completa.

Com o recém-inaugurado Centro de Inovação e Tecnologia, dentro do Parque Tecnológico São José dos Campos, a Nestlé reforça o seu trabalho de impulsionar a transformação digital e o conceito de indústria 4.0 nas suas operações. "Estruturamos um laboratório interno de pesquisas na Nestlé no Brasil, o C-lab, que consegue ter a mão no pulso do consumidor e nos apresentar agilmente informações sobre como ele tem se comportado nesse momento sensível. O que esses dados nos mostram é que o consumidor tem mesclado itens saudáveis com produtos mais indul-



Fast-food

Com lancamento de impacto, o Whopper livre de conservantes, o Burguer King levanta a discussão e a dúvida sobre se é fato ou fake a vilania absoluta do fast-food. "No Burger King, nós acreditamos que fast-food não precisa ser considerado trash food. Queremos que todos possam consumir os nossos alimentos sem se preocupar com ingredientes de origem artificial. Não é sobre ser fit, sem

glúten, sem lactose, sem gordura, sem açúcar e baixa caloria. É sobre alimento verdadeiro",

Contextualizando essa mudança, Grunkraut, explica que ela não se deu somente porque o Burguer King visualizou uma curva crescente de pessoas buscando por alimentos livres de conservantes de origem artificial. "Nós fizemos uma escolha: provocar toda a indústria a repensar a forma como oferta os alimentos para os consumidores e, consequentemente, fazer com que seja possível oferecer uma mudança pertinente para toda a sociedade".

explana Ariel Grunkraut, vice-presidente de marketing e vendas do Burguer King no Brasil.



O MAIOR RECONHECIMENTO AOS QUE COLOCAM O BRASIL EM EVIDÊNCIA NO MUNDO



17 DE DEZEMBRO SÃO PAULO - SP



www.lideglobal.com Mais uma iniciativa do LIDE. Quem é líder, participa





consumo

gentes na cesta de compras, o que demonstra um olhar para os benefícios da alimentação para a saúde e a busca por produtos que tragam conforto nesse cenário", explica Frank Pflaumer, vice-presidente de comunicação e marketing da companhia. O executivo apontou outro estudo do C-Lab, mostrando que 65% dos consumidores estavam preocupados em fortalecer seu sistema imunológico e 83% dos entrevistados pretendiam manter esse hábito no futuro.

Na jornada de inovação, a Nestlé, se antecipou às tendências que hoje estão consolidadas na rotina do consumidor. "Se olhamos apenas para os últimos anos, foram investidos mais de R\$ 400 milhões nesse sentido. O valor engloba uma forte ampliação do portfólio de produtos orgânicos e plant-based, contidos nos lança-





Solo fértil

A Faba, startup gaúcha de AgFoodtech responsável pelo desenvolvimento de um novo ingrediente para a indústria de alimentos, a aquafaba (água de cozimento do grão-de-bico), substituindo as funcionalidades do ovo de galinha, na fabricação da MayOh!, uma maionese 100% natural, feita a partir de plantas e clean label, é um exemplo de alta performance nesse período. "As pessoas que não consomem alimentos de origem animal ainda sofrem pela falta de opções de produtos. O mercado atualmente já disponibiliza análogos à carnes, leites e queijos, mas encontrar um substituto vegetal para o ovo, de forma natural, até pouco tempo atrás não se tinha conhecimento", destaca Frederico Boff Hofstatter, um dos sócios fundadores ao lado do empresário Rodrigo Kayser Schwertner.

"Estruturamos um laboratório interno de pesquisas na Nestlé no Brasil, o C-lab, que consegue ter a mão no pulso do consumidor"

Frank Pflaumer, vice-presidente de comunicação e marketing da Nestlé

Hora do chá

Com a frase: A alimentação saudável também é uma vacina, a CEO da TAO Kombucha, primeira empresa a produzir a bebida no Brasil, Raquel Abegg Leyva, traz à tona que o debate sobre a saúde também se voltou aos comportamentos saudáveis. "A busca por estes novos hábitos alimentares refletiu, por exemplo, no aumento da

procura por kombucha, chá fermentado naturalmente, que já vinha conquistando um público que buscava substituir as bebidas industrializadas como o refrigerante. Na comparação entre julho de 2019 e de 2020, a demanda junto ao consumidor final aumentou quatro vezes", afirma a CEO da TAO Kombucha.





Na jornada de inovação, a Nestlé, se antecipou às tendências que hoje estão consolidadas na rotina do consumidor





mentos de Ninho e Molico. Outra tendência forte é a busca produtos por clean label, ou seja, com a lista de ingredientes simplificada, contendo somente itens que o consumidor conhece. Nesse sentido acabamos de lançar Nescau Orgânico, feito com apenas três ingredientes, leite, cacau, açúcar demerara e nada mais", pontua o vice-presidente de comunicação e marketing, reforçando ainda a atitude do consumidor, cada vez mais consciente e informado, esperando das marcas uma postura verdadeira, o que inclui o clean label, rastreabilidade, sustentabilidade e menor geração de resíduos.

consumo

Energia para crescer

Uma empresa jovem, com apenas seis anos de mercado, a Natural One prova como vivemos um ambiente propício e oportuno para o segmento. A companhia, 100% brasileira, conta com parceiros de tecnologia na Europa, Estados Unidos e Japão, na produção de bebidas sem adição de açúcar ou conservantes, com blends especiais que destacam e preservam os sabores naturais das frutas. "Quando nos referimos à saudabilidade, falamos do líquido, mas também da embalagem e dos processos produtivos que levaram aquele produto até a mesa de cada cliente. Claro que o momento como este que estamos vivendo, em que saúde pas-

Natural One se destaca pela produção de bebidas sem adição de açúcar ou conservantes

sou a ser uma prioridade indiscutível, isso acaba tendo reflexo na hora da compra e das escolhas dos produtos por parte do consumidor", acentua Rafael Ivanisk, CEO da Natural One. Sobre os dados de crescimento no período da pandemia, acrescenta: "Identificamos uma grande busca por nossos produtos, principalmente nos meses de abril e maio, quando tivemos um crescimento de 100% na comparação com o ano anterior. No caso de exportação, o aumento do dólar acabou sendo um fator favorável e a nossa demanda cresceu quatro vezes".

Para France Louredo, diretor comercial da Brasil Frutt – fábrica de frutas secas e castanhas – o conceito de alimentação saudável vem se tornando cada mais um hábito do consumidor, mesmo antes da pandemia.



"A Brasil Frutt atende pequenos e médios negócios no varejo, e dentro dessa categoria obtemos muito sucesso"

> France Louredo, diretor comercial da Brasil Frutt



"Nossos produtos são naturais, não sofrem modificações, apenas a torra e o acréscimo de tempero. Não tivemos de fazer mudanças para enriquecer o valor nutritivo do produto. E acrescento o fato de nossas embalagens serem 100% recicláveis, incentivando e criando o hábito da reutilização", comenta Louredo, que sem negar o impacto gerado no negócio devido à alta do dólar, acredita que a flexibilidade do produto é um dos trunfos na manga. "O mercado do nosso segmento é muito amplo. A Brasil Frutt atende pequenos e médios negócios no varejo, e dentro dessa categoria obtemos muito sucesso", avalia. ■

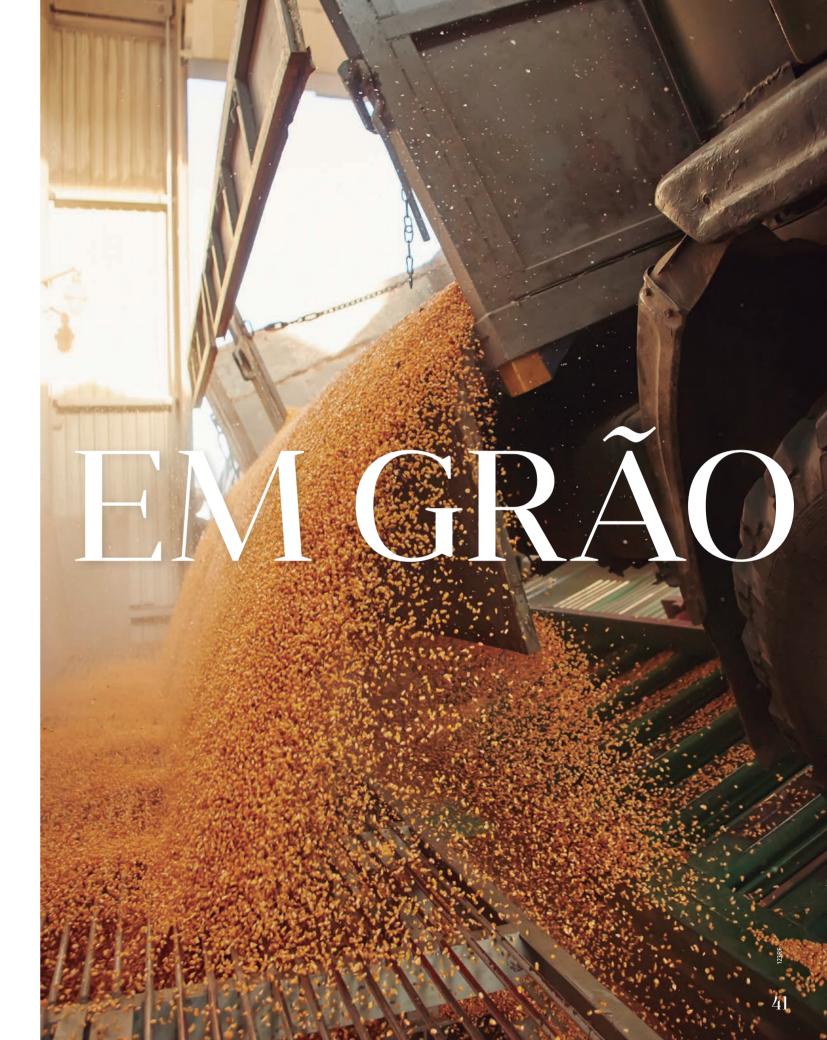


ALTA DO DÓLAR TORNOU
OS PRODUTOS BRASILEIROS
MAIS COMPETITIVOS NO
MERCADO INTERNACIONAL
E DEVE PROPORCIONAR
NOVOS RECORDES PARA O
AGRONEGÓCIO EM 2021

DE GRÂO

nquanto a economia retrocedeu 9,7% no segundo trimestre em relação aos três primeiros meses do ano, a agropecuária teve bons resultados mesmo diante da pandemia e impediu um recuo ainda maior da atividade econômica nacional. Com variação positiva de 0,4% no período, o segmento avançou 1,2% na comparação com o segundo trimestre de 2019. De acordo com a metodologia do IBGE, a agropecuária tem pouco peso no cálculo do PIB, cerca de 5%, no entanto, a soma de toda a cadeia produtiva, que envolve indústrias e serviços oriundos da atividade, pode chegar a mais de 20%.

Maurício Moraes, sócio e líder de agrobusiness da PwC Brasil, diz que produção recorde, apetite por produtos brasileiros e o câmbio favorável permitiram o crescimento das exportações da agroindústria. "Durante o primeiro semestre de 2020, houve forte exportação de soja, milho e açúcar, com destaque para os bons preços da soja no período que, aliados ao câmbio, contribuíram para os resultados divulgados. A safra 2019-2020 foi recorde e a tendência é repetir o desempenho na de 2020-2021", ressalta.



cenário

Bianca Moura, especialista em grãos da consultoria Terra Investimentos, mostra que a alta do dólar tornou os produtos brasileiros mais competitivos no mercado internacional. "Como nosso produto ficou mais barato para o comprador estrangeiro, ganhamos mais espaço no mercado internacional. Além disso, não tivemos paralisações em nossos portos nem nos momentos mais críticos da pandemia", diz.

A especialista analisa que a exportação foi um grande colaborador para o desempenho do setor, com embarques recordes de soja e milho em ritmo acelerado de vendas para outros países. "Além disso, tivemos produtor bem capitalizado segurando as ofertas, o que fez com que os preços subissem para patamares recordes", destaca. Segundo ela, o PIB do setor agropecuário brasileiro está em alta e deve se manter assim para nos próximos meses. "O produtor precisa aproveitar as boas margens do momento para investir em safras futuras, estamos em um momento oportuno para aumentar a competitividade do produtor rural", indica.

Desempenho

Focada em pecuária, a também consultora da Terra Investimentos, Fabiana Traina, afirma que o que puxou o bom desempenho das exportações de carne bovina neste ano foi a crescente demanda chinesa. Além disso, o déficit de proteína animal causado pela peste suína africana atingiu a Ásia e a Europa. "Junto com a crescente demanda externa, o atual nível cambial possibilitou às indústrias exportadoras melhora significativa em suas margens, podendo assim receber mais pela arroba do boi. Atrelado a isso, temos a retenção de fêmeas, característica da virada do ciclo agropecuário, para produção de bezerros, que se encontram hoje nas máximas históricas de preço", explica.

Para que esse bom desempenho continue, Fabiana acredita que deve haver uma política externa construtiva, abrindo cada vez mais mercados para o nosso agro como um todo. Segundo a especialista, a demanda externa veio



Bianca Moura, consultora da Terra Investimentos, destaca que não ocorreram paralisações nos portos por conta da pandemia, beneficiando o setor

para ficar, o Brasil hoje é referência na produção de carne e deve seguir atendendo toda a demanda mundial. "Prevemos uma recuperação econômica forte pós-pandemia, o que com certeza deve sustentar os preços do boi no médio prazo", avalia.

O vice-presidente de vendas e marketing da Yara Brasil, Cleiton Vargas também tem fortes expectativas com relação ao protagonismo do Brasil na agricultura mundial e diz que o ano de 2020 certamente foi um dos maiores desafios já vividos. "Essa relevância no mercado mundial tende a crescer nos próximos anos, com a combinação de características que favorecem a atividade como clima, água, terra arável e a adoção de tecnologias e práticas sustentáveis", garante.

De acordo com o executivo, apesar das particularidades do momento, é possível considerar que este é um período positivo. "Isso vale Imagine um futuro onde conceito sustentável seja tão presente que ninguém mais precise falar em:

sustentabilidade



Imagine um futuro onde o Brasil seja uma referência em preservação, desenvolvimento econômico e logística eficiente. Um futuro com menos emissões, transição energética segura e fontes cada vez mais renováveis. Onde empresas e sociedade se mobilizam para tornar a vida melhor. Estamos construindo esse futuro juntos. A gente sonha e corre atrás.



www.cosan.com facebook.com/CosanBrasil in linkedin.com/company/cosan ytwitter.com/CosanBrasil □ youtube.com/CosanBrasil

para a Yara e para o mercado de fertilizantes. As negociações com os clientes continuam a pleno vapor, também beneficiadas pela relação de troca, que é a melhor dos últimos dez anos. Além disso, o produtor está cada vez mais técnico e consciente sobre a importância da nutrição de plantas para obter a produtividade desejada", afirma.

A Yara, no início da pandemia, se movimentou rapidamente para manter o mercado em pleno funcionamento e entregar soluções nutricionais para ajudar o produtor na tarefa de aumentar a produtividade e conservar o mercado abastecido. Neste período, promoveu dezenas de webinars para preparar o agricultor, realizou visitas e eventos on-line – mantendo o relacionamento com o campo. "Por meio de ferramentas digitais, estamos oferecendo a melhor experiência online para nosso cliente, viabilizando a continuidade dos seus negócios e promovendo o conhecimento para que ele esteja preparado para qualquer cenário e em

condições de tomar as melhores decisões", conta o executivo.

Ao longo dos últimos anos, a empresa investiu fortemente no Brasil. "De 2012 até o final de 2021, serão aplicados cerca de R\$ 15 bilhões no país para ampliar operações. Entre os maiores investimentos estão a ampliação do Complexo de Rio Grande, no Rio Grande do Sul, e a conclusão do Complexo Mineroindustrial de Serra do Salitre (CMISS), na região do Alto Paranaíba, em Minas Gerais", detalha Vargas.

Mais investimentos

Paulo Sousa, presidente da Cargill no Brasil, diz que a empresa está tendo um ótimo desempenho nas exportações e que, apesar da pandemia, não houve tantos impactos no mercado interno. "A logística funcionou muito bem, apesar da pandemia. O mercado global, com preocupações quanto a eventuais interrupções de abastecimento, comprou bem. A desvalorização do real brasileiro, ajudou o produtor.

Agro no asfalto

O agro também é responsável pelo crescimento do segmento de veículos pesados. Desta forma, as gigantes do setor tem investido em tecnologia para atender a demanda, segurança, custo-benefício e conforto dos condutores. Um exemplo são os novos extrapesados Volkswagen, modelos que celebram um marco: são equipados com a nova geração do motor MAN D26 de 13 litros, que passa a ser produzido no Brasil, na primeira linha fora da Europa, com a maior potência de sua história. O propulsor utiliza a melhor tecnologia

europeia, adaptada às necessidades do mercado brasileiro, e equipa os caminhões mais potentes do portfólio que ostenta a logomarca VW, adentrando na faixa de 460 e 520 cavalos, com 2.300 e 2.500 Nm de torque, respectivamente. "A nova família de caminhões extrapesados Volkswagen estreia no mercado com o motor MAN D26, agora desenvolvido pela nossa engenharia e produzido nacionalmente, com coração verde e amarelo", afirma Roberto Cortes, Presidente e CEO da VW Caminhões e Ônibus.



MALAGRIN

O PIB do setor agropecuário brasileiro está em alta e deve se manter assim nos próximos meses

Alta demanda

Com uma população em rápido crescimento, o mundo está cada vez mais dependente da capacidade da agroindústria desenvolver e manter uma operação sustentável e eficiente. Para atender essa demanda, Sergi Vizoso, vice-presidente sênior, responsável pela divisão de Soluções para Agricultura da Basf na América Latina, diz que a companhia participa de todas as fases das lavouras com a oferta de sementes, proteção de cultivos e tecnologias digitais. "A América Latina, liderada pelo Brasil, é uma das principais regiões para o negócio de soluções da empresa. Muitas decisões globais são feitas tendo como foco as necessidades da nossa região. Por meio dos pilares da nova estratégia de negócio que são inovação, digitalização, experiência do cliente e sustentabilidade, queremos ajudar o agricultor a ter mais produtividade e longevidade no seu negócio. Em todo momento, buscamos o equilíbrio ideal para o sucesso dos agricultores, da agricultura e das futuras gerações".

Vizoso evidencia que a Basf tem a inovação em seu DNA e compromisso de oferecer tecnologias que facilitam o manejo das lavouras, aumentam a produção e a qualidade dos cultivos. "Nesta década, lançaremos mais de 35 soluções no Brasil. Para isso, a empresa investe globalmente 900 milhões de euros em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias para o campo. Nosso pipeline está conectado com os desafios enfrentados diariamente pelos agricultores. Nos últimos meses, colocamos novos produtos no mercado para contribuir com o legado dos agricultores", afirma o executivo.



CÂMBIO

O Travelex Bank viu a representatividade do agro crescer 53% nos seus negócios durante o ano de 2020. Isso ocorreu por causa do aumento do volume das operações de câmbio originadas desse setor. Segundo informações da empresa, julho foi o melhor mês na história em operações do Travelex Bank, com salto de 81% no volume financeiro, ante mesmo mês do ano passado. "O agronegócio é uma das linhas de negócios que mais vem crescendo sua representatividade para os resultados do banco, o que reflete o crescimento do setor em meio à pandemia, além do aumento de market share", ressalta Paulo Marcos, diretor comercial do Travelex Bank. Com praticamente todas as atividades cotadas em dólar, um dos maiores desafios do agronegócio é proteger-se da volatilidade da cotação da moeda norte-americana. "É por isso que exportadores do setor estão cada vez mais valorizando o nosso tipo de consultoria. Temos em nossa carteira, pequenos e médios agricultores que precisam muito dessa orientação de como lidar com a volatividade da moeda para potencializar seus lucros", constata.



cenário

Um alinhamento de coisas positivas, que deve trazer ainda mais incentivo para um aumento da produção em 2021", diz. Mas ele ressalta que isso só será possível por meio de mais tecnologia aplicada, e conversão de áreas de pastagens em lavoura.

Nos últimos anos, só na rota do chamado "arco norte", a Cargill investiu R\$ 180 milhões para a construção de uma Estação de Transbordo de Cargas (ETC) em Miritituba, no rio Tapajós, com capacidade para até 3,5 milhões de toneladas por ano em transbordo de caminhões para barcaças, além de R\$ 120 milhões na frota própria de empurradores e barcaças para operar no trecho Miritituba – Santarém. "Investimos cerca de R\$ 230 milhões na ampliação de capacidade – de 2 para 5,5 milhões de toneladas/ano – do terminal que operamos no porto de Santarém", lembra.

A empresa também segue os planos de construção, em andamento, da nova fábrica de pectina, localizada em Bebedouro, interior de São Paulo. Trata-se de agente texturizante versátil, à base de frutas cítricas, conferindo diferentes funcionalidades, tais como estabilização, espessamento e gelificação, amplamente utilizado na indústria de alimentos para preparação e obtenção de bebidas lácteas, geleias, sucos, doces de fruta, balas etc. Esse projeto não expande apenas as possibilidades no mercado global de pectina, mas também reforça a inovação do portfólio da empresa e a possibilidade de ofertar aos seus clientes major flexibilidade nos blends para atender diferentes necessidades de aplicação.

Acompanhando as mudanças no comportamento dos consumidores, a Cargill também vislumbra alterações nos seus produtos. A empresa continuará a jornada de investimento na inovação e geração de valor para clientes, tanto nas linhas de óleos para consumo como de atomatados. Novas apresentações e novos formatos farão parte dessa agenda. As marcas principais como, Liza, Elefante, Pomarola estarão mais próximas dos consumidores com foco estratégico em comunicação digital. Além



Paulo Sousa,
presidente
da Cargill no
Brasil, diz que
a empresa está
tendo um ótimo
desempenho
nas exportações
e não sentiu
os impactos no

disso, a companhia investe no fortalecimento dos negócios em food service, principalmente no cenário pós-pandemia, e nas soluções para o segmento food industry.

Paulo Sousa aponta que a agricultura brasileira continuará sendo beneficiada em 2021 pelo cenário político e econômico mundial. A demanda por produtos agrícolas brasileiros – grãos e carnes – na China está e seguirá aquecida, não apenas pela recuperação econômica local, mas também pela perda de oferta de carnes causada pela peste suína africana na região.

"Outros fatores como o câmbio favorável para exportação e preços domésticos no Brasil em níveis máximos históricos, continuarão sendo os grandes patrocinadores do crescimento de área plantada, produção (caso sejam mantidas as condições climáticas usuais, sem gerar grandes perdas ou quebras na safra) e exportação no próximo ano", conclui.

CUIDE DO SEU NEGÓCIO QUE NÓS CUIDAMOS DA SUA FROTA



alugar, 100% customizados, de acordo com cada demanda, com atendimento especial, reconhecido em todo o país. Além disso, você conta com pacotes de serviços dimensionados para as necessidades do seu negócio. Trabalhe com tranquilidade e segurança, economizando até 30% na gestão da sua frota.

QUEM COMPARA ESCOLHE A **VAMOS** LOCAÇÃO°

vamoslocacao.com.br



0800 025 4141 (11) 97198 9578

CAMPO DE

MINISTRA TEREZA CRISTINA COMEMORA A SAFRA RECORDE DE GRÃOS E AUMENTO NAS EXPORTAÇÕES, RESULTADOS QUE FORTALECEM A ATIVIDADE ECONÔMICA NA LUTA CONTRA A COVID-19

ereza Cristina, ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, vive um bom momento no comando da pasta. O agronegócio é um dos únicos setores que não foi afetado com a crise do novo coronavírus. Pelo contrário, só cresceu e, ainda, contribuiu para que o PIB brasileiro não sofresse uma queda ainda maior. A ministra, de 64 anos, destacou que o Plano Safra e as exportações foram elementos essenciais para o setor avançar e vencer as constantes batalhas impostas pela Covid-19.

"O agronegócio foi o motor da economia e conseguiu não deixar nosso PIB cair mais que o previsto. Foi gerador de riquezas para o mercado interno, para as exportações e para o emprego. O agro brasileiro não deixou de empregar", ressaltou.

O setor está em plena ascensão nos mercados externos e isso é motivo de orgulho para Tereza Cristina. "O Brasil é o celeiro do mundo porque conseguimos alimentar nossos 212 milhões de habitantes e exportar para alimentar mais de 1 bilhão de pessoas". As vendas externas do agronegócio aumentaram 10% no primeiro semestre em comparação ao mesmo período do ano passado, totalizando US\$ 61 bilhões.

Para Tereza Cristina, a abertura de novos mercados foi imprescindível para manter o crescimento das vendas externas e diversificar a pauta, reduzindo a dependência da soja e das carnes. Segundo a ministra, o Brasil passou a exportar alimentos para 51 novos mercados em 2020 como resultado de negociações com parceiros comerciais. Desde 2019, 89 novos destinos foram abertos para a exportação da produção nacional.

Reação

Dentro do agronegócio, um dos principais desafios da ministra nos próximos meses será a implantação do Plano Safra 2020/2021 que destinará R\$ 236 bilhões em crédito subsidiado para os produtores rurais. Tereza Cristina já havia declarado em entrevista que o plano privilegia os pequenos e médios produtores que, tradicionalmente, têm mais dificuldade de acesso a crédito. O plano também apoiará projetos de sustentabilidade e de tecnologia da informação no campo.

Segundo o MAPA, os pequenos produtores rurais terão R\$ 33 bilhões para financiamento pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), com juros de 2,75% e 4% ao ano, para custeio e comercialização, respectivamente. Para os médios produtores rurais serão destinados R\$ 33,1 bilhões.

Produtor Rural (Pronamp), com taxas de juros de 5% ao ano (custeio e comercialização). Nos financiamentos para grandes produtores, a taxa anual de juros será de 6% para custeio e de 7% para investimento. "Temos compromisso cada vez maior

BATALHA



panorama

Missões internacionais

O Ministério da Agricultura realizou 25 missões internacionais de alto nível em 2019, além de apoiar a participação em grandes feiras internacionais. O resultado desse trabalho foi a abertura de 26 novos mercados para produtos exportados para 16 países, representando oportunidades de acesso a um mercado estimado em quase US\$ 9 bilhões ao ano.



com esse segmento da agricultura. Queremos todos inseridos na base produtiva de nosso país para que possam crescer", garantiu.

Ao analisar a safra recorde de grãos 2019/2020, estimada em 253 milhões de toneladas pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), Tereza Cristina constata que a articulação com o Ministério da Infraestrutura, no início da pandemia, foi essencial para impedir problemas de logística e evitar desabastecimentos. "Nós precisávamos organizar o abastecimento do nosso mercado interno e também não descumprir os contratos internacionais. O ministro Tarcísio de Freitas, da Infraestrutura, foi fundamental porque a colheita não pode esperar. O produto precisa ser colhido naquele momento e tivemos um problema de logística e de cuidado com as pessoas nessa pandemia. Montamos um grupo, fizemos um planejamento e, até agora, tudo tem dado certo", declarou.

PROJETO MONITOR RURAL

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) lancou, em julho, o projeto Monitor do Seguro Rural. São reuniões realizadas por sistema de vídeo conferência, geralmente às sextas-feiras, com o objetivo de avaliar os produtos e serviços ofertados pelas seguradoras e propor aperfeiçoamentos nos seguros agrícolas.

O cronograma de eventos por videoconferência do Monitor, se estenderá até final de 2022 e tem a finalidade de identificar e propor melhorias nos serviços de seguro para mais de 60 atividades de grãos, frutas, olerícolas, pecuária, florestas, aquícola, café e outras culturas. Segundo o Ministério da Agricultura, o monitor é uma oportunidade de os produtores e as cooperativas, com as suas entidades representativas, construírem soluções com as empresas de seguro e apoio do Mapa.







AGENDA ESTRATÉGICA PARA O AGRONEGÓCIO

HÁ EXATAMENTE UM ANO, O TEMA DO 8º LIDE AGRONEGÓCIOS, REALIZADO EM RIBEIRÃO PRETO, FOI "A INSERÇÃO INTERNACIONAL DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO"

*POR MÔNIKA BERGAMASCHI

escolha se deu pelo fato de que o Brasil, mesmo sem contar com acordos de comércio relevantes, em virtude da falta de vontade política, teve um vigoroso crescimento nas exportações do agronegócio. No ano 2000 foram cerca de US\$ 20 bilhões exportados, e em 2019 mais de US\$ 102 bilhões. Os destinos também se diversificaram, e os alimentos, energia e fibras aqui produzidos já abastecem um contingente que supera 1 bilhão de almas, em mais de 200 países mundo afora. Nesse período foram ampliadas as vendas para o Leste e Sudeste Asiáticos e para o Oriente Médio, que receberam mais de 54% das exportações do agro do Brasil, predominantemente a soja em grão destinada à China. Nestes mesmos 20 anos a relação Brasil-EUA seguiu em frio banho-Maria, e com a Europa foram importantes passos para a assinatura do Acordo Mercosul União Europeia, que ainda tem

um longo caminho para ratificação nos parlamentos de todos os países envolvidos, mas que foi, sem dúvidas, uma grande e boa notícia.

Com 2019 caminhando para o fim, teve início o plantio da safra de verão, e meses depois agricultores de Norte a Sul do país colheram aquela que seria a maior safra de grãos da história, 251,7 milhões de toneladas de cereais e oleaginosas, um volume 10% maior do que a anterior, graças, principalmente ao aumento da produtividade, com incorporação de tecnologias e melhor gerenciamento agrícola. Mas em meados de março a euforia deu lugar à apreensão, com o anúncio da Pandemia do Covid-19.

No início os preços das commodities subiram em todos os países, pelo clima de incertezas, por problemas de logística, por mudança de hábitos de consumo, pela estocagem nas residências, para citar alguns. Decorrido um mês, os preços arrefeceram, pois alternativas

de comercialização e logística foram sendo rapidamente encontradas, e a população percebeu que não houve problemas de abastecimento. As exportações brasileiras durante a Pandemia bateram sucessivos recordes, graças à coragem de todos os agentes de todos os elos das cadeias produtivas do agronegócio, e aos protocolos sanitários aplicados no Brasil, que possibilitaram o cumprimento dos contratos, e a garantia do fornecimento de produtos seguros.

Em todo o mundo os preços das commodities retornaram aos patamares pré-pandemia, mas não no Brasil. A forte desvalorização cambial e o auxílio emergencial concedido pelo Governo, tiveram papel importante. Outros países como os EUA e os europeus também concederam auxílios financeiros, mas em volumes menores e por menos tempo. O auxílio emergencial injetou aproximadamente R\$ 50 bi na economia brasileira, por mês, de abril a agos-

to. De setembro a dezembro o valor do benefício foi reduzido à metade. Grosso modo, mais de R\$ 340 bilhões, em 9 meses, valor 10 vezes maior do que o concedido pelo Bolsa Família anualmente. As famílias que recebiam menos de R\$ 200,00/mês passaram a receber de R\$ 1.200,00 a R\$ 1800,00, dependendo do tipo e do número de pessoas elegíveis ao benefício. A compra de produtos básicos, como arroz, feijão, macarrão e biscoitos aumentou, mesmo com os preços em alta, assim como também as peças de vestuário, materiais de construção, eletrodomésticos, etc.

Mas voltando à produção agropecuária, como a formação de custos da safra 19/20 ficou no previsto e os custos logísticos foram menores, houve ampliação da renda líquida e, portanto, maior capitalização dos produtores agropecuários, que puderam tanto investir quanto carregar estoques para venda na entressafra.

Apesar de parecer que o caminho de sucesso do agronegócio brasileiro está tracado, em virtude do ocorrido, é pouco provável que o filme se repita no ano que vem. O futuro indica que seguiremos com bons preços pagos aos agricultores, que possivelmente virão pelo aumento dos preços das commodities, em dólar, em decorrência da retomada do crescimento, pós Pandemia. A China já sinaliza essa retomada. No entanto, mesmo tendo sido um dos setores menos afetados pela crise mundial do Coronavírus, recuperar todos os efeitos gerados não será tarefa simples.

Se a safra de grãos 2020/2021 vier com produtividade normal, poderemos atingir novo recorde de produção e de renda, mas tudo sempre



dependeu e seguirá dependendo do clima. Este tem sido um ano extremamente seco, que tem facilitado a propagação de incêndios no Brasil e em diversos outros países, e se assim persistir, pode haver também um atraso no plantio da safra. As culturas perenes e semi-perenes também estão sofrendo com o estresse hídrico. Portanto, ainda é muito cedo para qualquer estimativa.

Para o futuro, precisamos de medidas e reformas estruturantes. Precisaremos avançar nos Acordos Internacionais de Comércio, na melhoria da percepção sobre o agronegócio, garantir segurança jurídica, e atentar para as perdas de competitividade advindas do excesso de burocracias, que podem estar embutidas, por exemplo, na Reforma Tributária que se avizinha. Ninguém é contra a reforma tributária, desde que haja simplificação e não aumento da carga, já absurda. Tanto PEC 45/2019, quanto a PEC 110/2019, e a proposta encaminhada pelo Governo ao Congresso aumentam, em muito, a tributação

incidente sobre os produtos do setor. Parte disso, fatalmente, será transferida para os preços, aumentando ainda mais os gastos com alimentos, vestuário, combustíveis etc. Como nem tudo pode ser repassado ao consumidor, é fácil inferir que muitos produtores terão suas atividades inviabilizadas, notadamente os médios e pequenos, que poderão ser alijados do processo produtivo.

Além disso, é preciso combater energicamente o desmatamento ilegal, seja praticado por uma minoria, seja por madeireiros, grileiros e mineradores que mancham a imagem do agronegócio sustentável, desenvolvido pela esmagadora maioria dos produtores rurais. Cabe ao Governo fiscalizar, e aplicar a Lei!

Alimento Seguro, Logística, Comércio Internacional, Segurança Jurídica, Reforma Tributária e Imagem são os temas da Agenda Estratégica do Agronegócio, e terão grande influência nos caminhos da retomada do desejado retorno do crescimento econômico do Brasil.

*Mônika Bergamaschi é presidente do LIDE Agronegócios



studos apontam que até 2030 a estimativa é de que o setor da saúde animal – que inclui a bovinocultura, suinocultura, avicultura e aquicultura, duplique de tamanho e atinja mais de 50 bilhões de euros no mundo. Neste cenário, o Brasil, reconhecido como uma potência do agronegócio, conta com importantes diferenciais competitivos, a exemplo da alta produtividade de grãos – insumo básico das rações – condições climáticas favoráveis, cadeias produtivas consolidadas, alto mérito genético nos rebanhos e protocolos de biosseguridade entre os mais confiáveis do planeta.

Isaac Ferreira de Lima Junior, zootecnista, de ascen mestre em Produção Animal e diretor estadual em Alagoas da Associação Brasileira de Zootecnistas (ABZ), ressalta que, mais do nunca, observa-se a importância na composição de equipes de perfil multidisciplinar, atuando de maneira estratégica para a otimização dos recursos e para a garantia das vantagens competitivas nos mercados de concorrência global. No Brasil, estes setores representaram, em 2019, um volume de 150 mil toneladas de carne, com geração de receita de quase US\$ 574 milhões, a China.

fazendo com que a exportação de carnes ocupe a 6ª posição entre os principais produtos de venda externa brasileira, segundo dados da Associação Brasileira de Frigoríficos (Abrafrigo). "Seguramente, a garantia da sanidade dos rebanhos e a inocuidade dos seus produtos ao longo de toda a cadeia produtiva serão fundamentais. A sanidade animal deverá ser vista sobretudo na profilaxia, na biosseguridade dos sistemas produtivos, garantindo a qualidade do produto nacional, atrelado à preservação dos recursos e o desenvolvimento sustentável", avalia.

No comparativo com outros países, Lima Junior garante que o Brasil segue em ritmo de ascensão, tendo em vista que o país é o segundo maior produtor de carne bovina e de aves, e o quarto maior de suínos e de leite. Segundo projeções da FAO, o consumo mundial aumentará 1,4% ao ano até 2024 e isso exigirá incremento de produção de 3,8% no período, para atender a essa demanda por proteína animal. Além disso, o mercado internacional continua aquecido para a exportação, puxado pelo crescente consumo do oriente, sobretudo a China.



"A aquisição da Bayer Saúde Animal fortalece a nossa estratégia de Inovação, Portfólio e Produtividade"

Fernanda Hoe, diretora de marketing da Elanco para América Latina

Portfólio diversificado

Em agosto, a Elanco Saúde Animal anunciou oficialmente a finalização do processo de aquisição da Bayer Saúde Animal – transação avaliada em US\$ 6,89 bilhões. Ocupando agora o posto de segunda maior empresa do segmento no mundo e terceira no Brasil, a companhia também passa a ser uma das empresas com maior portfólio de produtos do setor, dando sustentação aos negócios. "Os investimentos combinados e as linhas de pesquisa das duas empresas inserem a Elanco em posição bastante estratégica para promover inovações significativas. Porém, mais do que isso, a aquisição da Bayer Saúde Animal fortalece a nossa estratégia de Inovação, Portfólio e Produtividade (IPP)", destaca Fernanda Hoe, diretora de marketing da Elanco para América Latina.

No Brasil, a empresa emprega mais de 300 funcionários e dispõe de soluções inovadoras para aves, bovinos e suínos. Entre elas a vacina contra Salmonella em aves, um vasto portfólio para Integridade Intestinal de Aves e Suínos e para diversos desafios de doença e melhoria da produtividade em bovinos.

De acordo com a executiva, o pipeline de Pesquisa e Desenvolvimento da Elanco passa a ser reforçado com cinco lançamentos que virão da Bayer, elevando o total previsto para 25 até 2024, sendo que cinco deles devem ser lançados até o final de 2021. A transação também agrega novos recursos de P&D, tanto a nível global como local, incluindo plataformas inovadoras de tecnologia de dosagem e administração de medicamentos, fornecendo, ainda, direitos de acesso ao pipeline de pesquisa e desenvolvimento da Bayer Crop Science e a determinados recursos farmacêuticos clínicos.

A união de portfólios complementares de animais de produção permite que a Elanco atenda um espectro amplo do setor e aproveite melhor os dados e serviços em prol dos clientes. A transação adiciona uma série de marcas-chave para bovinos, aprimora o portfólio global de bioproteção e expande a presença da empresa no segmento de aquacultura.

Conhecimento compartilhado

Conteúdo técnico de alta qualidade, associado ao debate com especialistas renomados, assim é o #Ceva Compartilha. O projeto da multinacional francesa de saúde animal, que visa difundir conhecimento para médicos-veterinários e demais profissionais do mercado equestre, engloba uma série de webinars abordando as melhores práticas para manutenção do bem-estar e saúde destes animais. "A iniciativa tem se mostrado grande aliada para o compartilhamento de informação técnica. É uma ferramenta para fortalecer, ainda mais, o diálogo com o nosso público de maneira rápida, fácil, gratuita e moderna", afirma Baity Leal, médica-veterinária e gerente da linha de produtos para equinos da Ceva.

Com faturamento global de 1,2 bilhão de euros, a Ceva está presente em mais de 110 países e é a quinta maior indústria de produtos para saúde animal do país. Desde o início da ação, uma série de temas relevantes foram debatidos. Além disso, o projeto contou com uma série especial sobre ortopedia equina.

"Temos feito um progresso significativo nos últimos dois anos de jornada como empresa independente ao nos dedicarmos exclusivamente à saúde animal, levando em conta os impactos diretos de doenças como a febre suína africana e a pandemia causada pela Covid-19. É um marco importante na jornada da Elanco, pois queremos ampliar nosso posicionamento global sobre a necessidade de melhorar a saúde dos animais, das pessoas e do planeta. A pandemia causou interrupções no fornecimento de alimentos e o desemprego está crescendo cada vez mais, bem como os desafios relacionados à segurança alimentar ao redor o mundo", declara Jeff Simmons, presidente global e CEO da Elanco.

Maior proximidade

Já a divisão de saúde animal da alemã Boehringer Ingelheim, empresa que iniciou operações no Brasil há 35 anos, tem dado pas-

ciência

"O investimento de quase 3,5 bilhões de euros em Pesquisa e Desenvolvimento nos deu suporte para seguirmos inovando e permitiu a criação de próxima geração de medicamentos"

Fabio Barone, head da área de saúde animal da Boehringer Ingelheim



sos importantes no agronegócio nacional. Em 2017, o laboratório reforçou a relevância da divisão da empresa com a aquisição da Merial, o que a posicionou local e globalmente como uma das principais indústrias do segmento de saúde animal mundialmente.

"Em âmbito geral, alcançamos 19 bilhões de euros em vendas líquidas no ano passado, sendo que 4 bilhões de euros correspondem à área de saúde animal. Para atingirmos tais números, é fundamental que nos dediquemos à inovação, pesquisa e desenvolvimento. Por isso, em 2019, o investimento de quase 3,5 bilhões de euros em Pesquisa e Desenvolvimento nos deu suporte para seguirmos inovando e permitiu a criação de próxima geração de medicamentos que irão melhorar a qualidade de vida de humanos e animais", salienta Fabio Barone, head da área de saúde animal da Boehringer Ingelheim.

A companhia enfatiza que investe no conceito de *One Health*, ou Saúde Única, em que a saúde dos animais está interligada a das pessoas em função da segurança alimentar, do convívio com os pets e da saúde pública veterinária. Para os próximos anos, a perspectiva é continuar desenvolvendo soluções que atendam às necessidades do produtor sem perder o foco no bem-estar animal e na segurança alimentar.

"São estes os pilares definidos para que possamos seguir no rumo do crescimento", destaca o executivo.

Olhando para o mercado em geral, Barone ressalta que as exportações de carne bovina podem alcançar a marca de 2 milhões de toneladas neste ano, ou seja, 7% a mais que em 2019. "A partir desses dados, prevemos um aumento na demanda nacional por nossos produtos, já que os produtores internos necessitam que seus animais estejam saudáveis para a produção e suas propriedades tenham um manejo sanitário correto. O cenário é otimista", comemora.

Prevenção e tratamento

Com um legado de mais de 65 anos de história, a Zoetis dedica-se exclusivamente à saúde animal, oferecendo produtos que atendem médicos-veterinários, pecuaristas e proprietários de animais de produção e de animais de companhia, em mais de 120 países.

De acordo com Luis Xavier Rojas, vice-presidente sênior e diretor-presidente da Zoetis Brasil, a empresa direciona investimentos anuais em Pesquisa e Desenvolvimento que superam 450 milhões de dólares e, atualmente, é composta por mais de mil cientistas no mundo

para oferecer as melhores soluções para todo o ciclo de cuidados com os animais: predizer, prevenir, diagnosticar e tratar. "Essas soluções requerem alto conhecimento por parte dos médicos-veterinários. Por isso, temos parcerias com universidades e uma equipe técnica altamente qualificada que leva conhecimento aos veterinários, para que eles possam oferecer a solução mais adequada para a saúde e o bem-estar animal", enfatiza.

No agronegócio, a Zoetis evoluiu para a direção de cuidado contínuo, o que na opinião do executivo, oferece caminho importante para a companhia, seus clientes e o setor como um todo. "Mais do que fornecer ferramentas e recursos para o cliente tomar decisões mais lucrativas, temos uma equipe dedicada a ajudar os produtores

de carne e leite a tomarem decisões mais inteligentes por meio de tecnologias que identificam precocemente os animais mais produtivos. Os testes genômicos podem construir um rebanho mais saudável e lucrativo. Isso é possível graças à tecnologia do Clarifide", afirma.

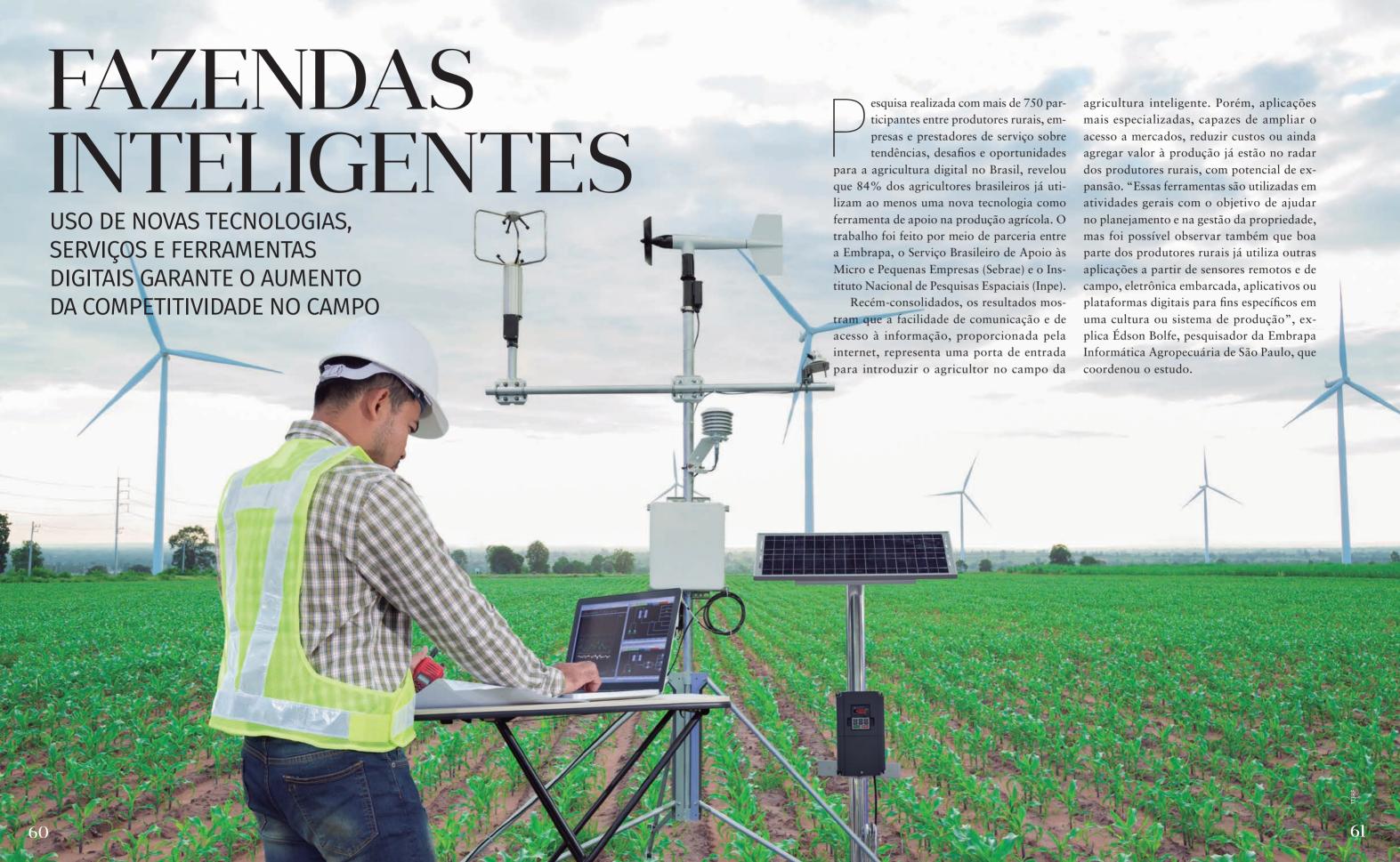
Outro ponto que Rojas destaca é a Pecuária 4.0, que, devido à automação e ao completo controle possibilitados pela tecnologia, tornou a pecuária brasileira reconhecida mundialmente e posicionou o Brasil como um dos maiores produtores do mundo. "Lançamos recentemente o mais avançado sistema para monitoramento de vacas leiteiras, o *Smartbow*, que fornece ao pecuarista informações em tempo real sobre a saúde e a reprodução do rebanho. Esse é um exemplo de que estamos focados em levar inovação e tecnologia ao campo, proporcionando crescimento de produtividade intenso nas atividades", acrescenta.



Luis Xavier Rojas, vice-presidente sênior e diretor-presidente da Zoetis Brasil



De acordo com o diretor-presidente, outros exemplos chegarão em breve ao Brasil, como o *StableLab*, dispositivo portátil direcionado para cavalos, que permite obter em 10 minutos medida quantitativa precisa do Soro Amilóide A (SAA). Isso fornece esclarecimento precioso em grande número de situações, tanto na clínica quanto no campo, além de vacinas, robótica e automação e um vasto portfólio de produtos e serviços altamente tecnológicos e avançados, assim como a chegada da vacina para tilápias, no Brasil, que consolida a entrada da Zoetis na aquacultura.



inovação

No contexto da pandemia do novo coronavírus, o uso dessas novas tecnologias tem se mostrado essencial para manter a alta produtividade do campo. Técnicos e funcionários que antes se deslocavam para ações específicas nas lavouras, tiveram que se adaptar ao acompanhamento remoto. Diante do momento único vivido pelo Brasil e, também, no agronegócio mundial, a Agritask, empresa israelense que desenvolveu uma plataforma de gestão agronômica e operacional, oferece suporte para a manutenção das fazendas, mesmo a distância. Por meio desse sistema, os clientes têm acesso a inúmeras funcionalidades, desde a execução em campo até a gestão remota, e as integra com tecnologias externas utilizadas na agricultura, permitindo assim automatizar a operação, aprimorar a gestão e controle das atividades, identificar oportunidades de redução de custos e elevar a produtividade da lavoura.

De acordo com Amir Szuster, vice-presidente Global da Agritask, na prática, a ferramenta promove a melhoria de eficiência das fazendas, ajudando um produtor, por exemplo, a monitorar os problemas do campo e acompanhá-los com indicadores inteligentes. "As funcionalidades oferecidas permitem que diferentes empresas do agronegócio possam finalmente integrar diversas tecnologias de agricultura de precisão em uma única plataforma, capaz de transformar dados em informação para melhor tomada de decisão", explica.

No ar

A disrupção tecnológica na agricultura também tem sido grande aliada para diminuir as perdas ocasionadas por pragas que podem comprometer as lavouras e plantações. Por conta disso, o país passou a ser um celeiro internacional de inovação, um espaço fértil para o surgimento das AgTechs. É o caso, por exemplo, da Arpac, startup brasileira voltada para serviços e tecnologias agrícolas, que acaba de iniciar suas operações nos Estados Unidos. A iniciativa é fruto de uma parceria que acontece no Brasil, desde 2018, entre a Arpac e a





Os drones agrícolas da Arpac atuam nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul. A empresa pretende aumentar sua frota operacional e praças nos próximos meses

Taranis – startup israelense de tecnologia de monitoramento agrícola de precisão.

As empresas uniram suas experiências de desenvolvimento e operação de drones agrícolas e o uso de inteligência artificial para detecção de anomalias. Juntas, elas chegaram a sobrevoar 75 mil hectares, principalmente nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. "A parceria com a Taranis tem permitido ao produtor brasileiro o acesso a uma análise precisa da saúde da sua lavoura, um dia após o sobrevoo dos drones", conta Eduardo Goerl, CEO e fundador da Arpac.

Outro exemplo é o projeto da Ourofino Agrociência com a Perfect Flight, startup especializada na gestão da pulverização aérea. Batizado de Segnus, o programa de excelência em tecnologia de aplicação já está em ação e tem como objetivo levar sustentabilidade de forma ainda mais ampla para o campo. Por meio do sistema da Perfect Flight, que atua para trazer

métricas e assertividade para o monitoramento da atividade agrícola, é possível cadastrar áreas de culturas vizinhas, preservação permanente (APPs), colmeias e outros sistemas de organismos vivos, tendo como um dos pontos fundamentais a preservação ambiental.

A ferramenta gera um relatório que mostra os parâmetros de segurança de áreas restritas, além de contribuir para uma aplicação correta, o que permite pulverizar sem sobreposição de defensivos e com mais qualidade. As variações e características climáticas, outro desafio importante para quem atua no campo, também podem ser monitoradas por meio da ferramenta. Dessa forma, há ganho financeiro nas propriedades. "A Ourofino Agrociência produz soluções que buscam justamente transpor as dificuldades da agricultura tropical. Ofereceremos serviço de inteligência que pode reduzir perdas e mitigar a deriva", pontua Gustavo Prates Vigna, responsável pelo Programa Segnus.

Mais conectividade

Para garantir que todas essas ferramentas funcionem corretamente nos mais distantes pontos do Brasil, a operadora TIM firmou parceria para ampliar o seu portfólio de ofertas para o agronegócio com a inclusão das tecnologias de agricultura digital da Agrosmart,

empresa especializada no desenvolvimento de sistemas inteligentes para o campo, gerando informações para diferentes players do agronegócio e tornando a agricultura 4.0 uma realidade.

As soluções criadas pela Agrosmart coletam dados de diferentes fontes, como de estações meteorológicas conectadas na rede NB-IoT, sensores de solo, caderno de campo e de integrações com o legado da fazenda. Essas ferramentas analisam as informações em tempo real e geram recomendações aplicáveis para diferentes players do agronegócio, que facilitam e agilizam as tomadas de decisões no campo.

Líder em cobertura 4G no agronegócio, a TIM atenderá inicialmente grandes grupos agrícolas por meio de parcerias com empresas líderes de mercado, mas a intenção é ampliar o pacote tecnológico em um segundo momento do projeto, atingindo integralmente produtores de todos os tamanhos, culturas e segmentos. "A Agrosmart cria aplicações inteligentes que têm impacto real no mercado agrícola. Esse acordo vai complementar o projeto 4G TIM no Campo com ofertas de soluções diferenciadas e apoiar um dos setores mais importantes para o Brasil", celebra Alexandre Dal Forno, head de marketing corporativo & IoT da TIM Brasil e líder do projeto 4G TIM no Campo.

Projeto da Ourofino Agrociência com a Perfect Flight grante segurança no processo de pulverização de lavouras



inovação



Maximiliano
Landrein, CEO da
Agrofy , destaca
que a startup
foi reconhecida
a "Marketplace
B2B do ano"
na premiação
"AgTech
Breakthrough
Awards

Para vender

O universo da agricultura digital não se baseia apenas em ferramentas de monitoramento, controle ou geração de dados, por meio da internet os processos de compra e venda de produtos e serviços também ganharam novo status. A Agrofy, companhia que busca ser o maior marketplace para o agronegócio do mundo, conquistou no primeiro semestre deste ano a marca de R\$ 20,5 bilhões em produtos disponíveis na plataforma de vendas, sendo que o aumento foi registrado durante a realização da primeira edição das feiras online da empresa. A exposição remota pioneira teve início em abril, após o cancelamento dos principais eventos do agronegócio devido à Covid-19. Com maior procura por máquinas e implementos agrícolas, a ideia é expandir o modelo de feira virtual para os clientes já cadastrados na plataforma. "Tivemos mais de mil ofertas publicadas no período de realização do primeiro evento remoto, entre maio e junho, e queremos mais. Pretendemos bater a marca dos R\$ 46 bilhões em produtos disponíveis até dezembro", revela Rafael Sant'Anna, business manager da Agrofy Brasil. O marketplace deverá incluir o conceito de realidade aumentada nas próximas edições da feira. A proposta é estimular o contato entre vendedores e consumidores, com a utilização de recursos tecnológicos que possam potencializar as vendas, como tours virtuais e chats de dúvidas que agregam mais conforto e segurança às compras online.

Em cinco anos, a Agrofy se tornou a principal plataforma de comércio eletrônico da América Latina, ligando compradores e vendedores de máquinas agrícolas, veículos, ferramentas, equipamentos, insumos e, até mesmo, seguros e outros serviços financeiros, totalizando 17 categorias diferentes. "Estamos orgulhosos de ajudar a fortalecer a indústria agrícola da América Latina com o desenvolvimento de tecnologias fáceis de utilizar e que melhoram a lucratividade e aumentam a produtividade", avalia Maximiliano Landrein, CEO da Agrofy.



Na WDC Networks você encontra as tecnologias de infraestrutura e energia solar necessárias para o melhor aproveitamento do loT do seu agronegócio. Fornecemos soluções para monitoramento do perímetro, detecção de incêndios, Wi-Fi para grandes áreas, gerenciamento de animais, insumos e implementos agrícolas.

Conectividade e economia para o seu agronegócio!



QUER MAIS AUTONOMIA EM SUA FAZENDA? GERE SUA PRÓPRIA ENERGIA!

- Projetos de Usinas de Solo
- Presença em todo território nacional
- Suporte técnico especializado
- 🕃 Selo de Operador Econômico Dedicado 🔇

(11) 3035-3777

contato@wdcnet.com.br



ENGRENAGENS DO AGRONEGÓCIO

MERCADO DE VEÍCULOS PESADOS E
MAQUINÁRIOS GANHA FORÇA COM O AUMENTO
DE INVESTIMENTOS E MELHORA NAS VENDAS



e acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o desempenho do crédito rural nos primeiros 30 dias do Plano Safra 2020/2021 superou as expectativas. Números divulgados no Balanço de Financiamento Agropecuário da Safra 2020/2021, em agosto, apontam que os R\$ 24 bilhões contratados no primeiro mês do Plano Safra representam 50% a mais que o mesmo período do ano passado.

O otimismo do setor tem impulsionado os negócios da indústria de máquinas agrícolas. No início de setembro, a Anfavea divulgou dados que indicam o crescimento de 1,8% no acumulado de janeiro a agosto sobre o resultado do mesmo período do ano passado, totalizando 28,5 mil unidades.

Para José Luís Gonçalves, CEO da JCB, o bom momento do agronegócio não é novidade para o empresariado. "Muito está se falando do boom do agronegócio durante a pandemia, mas ele já vem ocorrendo nos últimos anos. Nós estamos batendo recorde atrás de recorde em vendas", explica. Completando 75 anos de atuação, a empresa foi responsável por fornecer importantes contribuições ao desenvolvimento do setor no país.

"A JCB não trouxe somente evolução tecnológica para o Brasil, mas para o mundo. Nós criamos a retroescavadeira. Para se ter uma ideia, no mundo, uma em cada duas retroescavadeiras é da marca", conta Gonçalves. O CEO também destaca a conexão com o campo. "Nossa grande contribuição para agricultura tem sido trazer equipamentos



Novos mercados

Com muitas inovações, a Mercedes-Benz Trucks trouxe ao mercado, com o Novo Actros, um alto padrão de qualidade, mais eficiência e conforto aos motoristas e transportadores e mais segurança para todos os usuários da estrada.

Para continuar esse legado, a Mercedes-Benz Trucks lançará em janeiro de 2021, em 24 países da União Europeia e também em outros mercados, o Novo Actros F, modelo projetado no Brasil e que encara estradas off-road com facilidade, para assegurar eficiência e funcionalidade. Esse modelo representa a estreia da marca no segmento de cavalos-mecânicos acima de 18 toneladas na Europa.

O Novo Actros F é uma solução para clientes que procuram caminhão funcional, com relação custo/benefício atrativa e DNA da Mercedes-Benz Trucks.

e máquinas que têm melhorado a produtividade e a segurança no campo", complementa.

Carga pesada

Para Osmar Oliveira, especialista no segmento de agronegócio e CEO da 4Truck, a evolução do setor faz com que as empresas estejam mais dispostas a investir em melhorias de seus maquinários. "De maneira indireta, a boa safra movimenta o setor de transportes como um todo, o que aumenta a demanda por baús de alumínio e carrocerias para carga seca, implementos do portfólio da 4Truck.

indústria



"Muito está se falando do boom do agronegócio durante a pandemia, mas ele já vem ocorrendo dos últimos anos"

José Luís Gonçalves, CEO da JCB

Aproveitamos esse momento para fortalecer a nossa atuação", conta.

Com forte presença no segmento de implementos rodoviários, o CEO destaca as iniciativas da empresa para o avanço tecnológico do agronegócio. "São diversos os diferenciais, sendo três principais: projetos otimizados e leves, qualidade dos produtos e menor prazo de entrega no segmento", elenca.

Fundada em 2012, a 4Truck é fornecedora de implementos rodoviários para o transporte de cargas (baús e carrocerias) e de unidades móveis para caminhões e vans sobre chassi, além de possuir unidade de serviços para a manutenção de equipamentos multimarcas. Em oito anos tornouse uma das principais fabricantes do segmento no Brasil.

Novidades

O processo de mecanização do campo nas mais diferentes frentes, proporciona aumento nos lançamentos e implantação de novas tecnologias. A Husqyarna, multinacional

sueca presente há 42 anos no Brasil, acaba de lançar o motocultivador TR262, voltado para o mercado aviário. A novidade faz parte do portfólio de produtos desenvolvidos para mecanizar a rotina de pequenos e médios produtores. O TR262 é usado para descompactar e bater a cama dos aviários, o que ajuda a controlar a amônia, gás proveniente dos dejetos das aves, e o excesso de umidade no solo. Como resultado, reduz a temperatura para ficar mais agradável aos frangos e diminui a propagação de doenças no aviário.

"O TR262 é 47% mais produtivo do que outros modelos e 34% mais econômico em um aviário padrão, aumentando o conforto e bem-estar dos frangos ao garantir que eles sejam criados em ambiente adequado, além de reduzir o ciclo de postura dos animais", afirma Mario Fortunato, responsável por produtos da Husqvarna para a América Latina. É um produto que aumenta a eficiência do produtor.



Colhedora de cana A8810 Single Row, da Case IH, uma das marcas da CNH Industrial

Em 2017, segundo o Censo Agropecuário, o Brasil chegou a marca de 6,7 milhões de hectares de área irrigada, o que coloca o país entre as dez nações com maior uso deste tipo de sistema. Mundialmente reconhecida pela qualidade de seus produtos, a Perkins é uma das maiores fornecedoras de motores compatíveis para a indústria de motobombas para irrigação e também tem se beneficiado do crescimento do agro brasileiro. A empresa fornece motores com e sem controle de emissões. "No caso de motores emissionados, a linha de montagem na fábrica Curitiba possui prdoutos com certificação MAR-1 (legislação brasileira pra emissões em motores diesel), que variam de 36 a 205 kW, com o sistema para acoplamento padronizado para aplicações em bombas, explica Giovani Celeghini, da MDPower, marca do Grupo Sotreq e Máster Distribuidora da marca Perkins no Brasil.

Celeiro de inovações

Outra grande companhia que oferece veículos de alta tecnologia para o setor, a CNH Industrial se destaca no Brasil em número de novos depósitos de patentes. De acordo com relatório do INPI, a companhia foi a única empresa privada do Brasil entre as dez principais depositantes de novas patentes em 2019, figurando em 7º lugar. Dentre as outras nove, estão oito universidades e a estatal Petrobras.

Somente no ano passado, no Brasil, a CNH Industrial teve 72 publicações entre pedidos de patente e registros de desenho industrial de inventores brasileiros, o que representa aumento de 118% em relação a 2018. "Inovação faz parte da agen-

da estratégica da CNH Industrial. Sempre com foco em produtividade, eficiência e sustentabilidade, temos compromisso com o desenvolvimento de novas tecnologias e soluções", afirma Sergio Soares, diretor de desenvolvimento de produto e engenharia agrícola da CNH Industrial para a América do Sul.

A companhia conta, no Brasil, com sete Centros de Pesquisa e Desenvolvimento e mais de 600 engenheiros dedicados. A P&D voltada ao agronegócio é a mais ativa no país e responde pela maior parte das solicitações de patentes da empresa na região. Cada uma das marcas individuais que pertencem à empresa é uma força internacional de destaque em seu setor específico, entre elas a Case IH, New Holland Agriculture e Steyr para tratores e máquinas agrícolas.



Sucesso de vendas

Reconhecida mundialmente por fabricar máquinas produtivas, duráveis e baixo custo de manutenção, a Sematech trouxe para o Brasil um de seus produtos líder de vendas no mercado internacional e de grande aceitação pelos clientes de diferentes segmentos. A carregadeira de rodas SEM656D se destaca pela relação custo-benéfico, com simplicidade na operação devido ao projeto que utiliza sistemas hidráulicos e mecânicos, sem perder robustez e força para as tarefas mais pesadas. A marca asiática é representada pela Sematech para as regiões Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste do país.



oportunidades

Para dar a dimensão do projeto do iPlantForest, convém lembrar o Acordo de Paris, que prevê a recuperação de 12 milhões de hectares de áreas degradadas até 2030. Pelos métodos usados nas maiores empresas do setor florestal mundial, que chegam a plantar 200 mil hectares por ano, demoraria 60 anos para atingir esta meta. Utilizando a RCCM (Máquina de Plantar Florestas), a meta seria atingida dentro do prazo com o trabalho de aproximadamente 100 máquinas, plantando uma média de 48 ha/dia.

Bom caminho

Um novo estudo do WWF-Brasil também mostra que sistemas agroflorestais podem realmente gerar benefícios superiores nas dimensões social, ambiental e também econômica. Os bons resultados foram obtidos na Reserva Extrativista Chico Mendes, no município de Xapuri (AC), onde o WWF-Brasil, em parceria com a Universidade Federal do Acre, Embrapa Acre e Secretaria de Estado de Meio Ambiente do Estado, testou dois modelos diferentes em duas áreas de solo distintas. Enquanto um deles empatou com o rendimento médio anual da soja, o outro obteve o dobro de lucratividade, comprovando que o desenvolvimento econômico no bioma, com geração de emprego e elevação de qualidade de vida, pode ser obtido com a floresta em pé.

Segundo Edegar de Oliveira Rosa, diretor de conservação e restauração do WWF-Brasil, "este estudo mostra que existem alternativas de desenvolvimento para a Amazônia e ocupação de áreas já abertas, que conciliam o clima, e



Conselho Consultivo Amazônia

Em agosto, Bradesco, Itaú Unibanco e Santander anunciaram a criação do Conselho Consultivo Amazônia, instância criada para apoiar a implementação das dez medidas propostas pelos bancos para impulsionar o desenvolvimento sustentável da região. Especialistas em sustentabilidade dos três bancos formam um grupo de trabalho, que já tem se reunido regularmente para propor iniciativas e ações concretas para a região.

Para o presidente do Bradesco, Octavio de Lazari Junior "o conceito foi escolher um grupo de pessoas de alta qualificação e notório saber que são comprometidas com a ciência, com a defesa do meio ambiente e com a vida".

Candido Bracher, presidente do Itaú Unibanco destaca que "a colaboração dos conselheiros consultivos será fundamental para que nossa atuação na região seja efetiva e gere os impactos positivos que buscamos". Já Sérgio Rial, presidente do Santander Brasil, avalia que esses líderes excepcionais utilizarão sua vasta experiência acumulada em áreas de conhecimento complementares para nos ajudar a subir a régua, propondo ações e metas desafiadoras, que provem ser possível gerar riqueza para o país e beneficiar a população local sem sacrificar nossa biodiversidade e recursos naturais", finaliza.

todo o seu potencial de produção, a um sistema com funções similares à da floresta nativa. Além dos benefícios ambientais, o processo é mais inclusivo, fortalece a economia local e a segurança alimentar. Precisamos sair da lógica do desmatamento para pecuária. A floresta vale muito mais

em pé e existem modelos melhores para ocupar as áreas já desmatadas.

Exigência dos consumidores

De acordo com pesquisa Febraban-Ipespe, realizada em agosto com 1,2 mil entrevistados de todas as regiões do país, os brasileiros dão grande importância à preservação do meio ambiente, olham com muita preocupação a Amazônia e têm elevada consciência sobre a relevância do ecossistema para a sociedade e sua própria vida. Mas também defendem a necessidade de conjugar o desenvolvimento e a preservação da floresta como objetivo maior dos governos. Além disso, a maioria está descontente com as ações de preservação e querem maior punição a quem desmata.

A pesquisa indica que chega perto dos 90% o percentual de entrevistados que se dizem preocupados com a preservação da Amazônia: com 55% de "muito preocupados" e 33% de "preocupados". Paralelamente, 60% avaliam que a Floresta Amazônica é o ecossistema brasileiro mais ameaçado. "Trata-se do mais amplo estudo das percepções, atitudes e valores dos brasileiros sobre a Amazônia, acrescentando-se o ineditismo da comparação entre o conjunto dos cidadãos do país e a população residente na Amazônia Legal", diz Isaac Sidney, presidente da Febraban, que

ressalta a relevância do tema. "A importância da preservação ambiental vem crescendo de modo significativo, ocupando lugar cada vez mais central na agenda pública".

Além da opinião pública, Eugenio Singer, presidente da Ramboll Brasil, subsidiária de uma das maiores consultorias ambientais do mundo, e do Conselho de Administração do Instituto Pharos, organização dedicada à defesa dos recursos naturais, salienta que a agenda ambiental torna-se agora decisiva para a retomada das atividades econômicas pós-pandemia da Covid-19. "No Brasil, porém, os graves impactos do desmatamento na Amazônia colocam o país na contramão dessa irreversível tendência".



Com o agravamento da situação na Amazônia, inúmeras companhias passaram a atuar com mais afinco ou direcionar novos esforços em prol da região. A Marfrig, por exemplo, maior produtora global de hambúrgueres e segunda maior companhia

de carne bovina do mundo, é uma das signatárias de um compromisso público lançado em julho por empresas dos setores industrial, agrícola e de serviços.

Para Marcos Molina, fundador e presidente do Conselho

da Marfrig, o foco deve ser o

desenvolvimento sustentável

No documento intitulado Comunicado do Setor Empresarial, 38 presidentes de grandes companhias se colocam à disposição do Conselho da Amazônia, órgão do governo federal com poderes para propor e acompanhar políticas públicas regionais. "O cenário atual, com seus desafios, é uma oportunidade única para dar escala e visibilidade às boas práticas empresariais", diz Marcos Molina, fundador e presidente do Conselho da Marfrig, que assina o documento em nome da empresa. "É preciso mostrar que o Brasil e suas companhias têm todas as condições de abraçar uma economia sustentável, que gere desenvolvimento sem colocar em risco nosso enorme patrimônio ambiental".



"A importância da preservação ambiental vem crescendo de modo significativo"

Isaac Sidney, presidente da Febraban

NA MERCADO PET PERMANECE EM ALTA E DEVE PASSAR POR CONSOLIDAÇÃO NOS PRÓXIMOS ANOS CONTRAMA CON

o Brasil, são aproximadamente 84 milhões de animais de estimação, colocando o paísl em segundo lugar no ranking dos que possuem maior população de pets do mundo, atrás somente dos Estados Unidos, que conta com mais de 135 milhões. O levantamento foi realizado pela Comissão de Animais de Companhia (Comac), do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para a Saúde Animal (Sindan), em parceria com o Instituto H2R, em setembro.

Esses números também fazem do mercado pet brasileiro um segmento altamente lucrativo e atraente. Em 2019, o setor faturou mais de R\$ 35 bilhões e mantém tendência de crescimento neste ano, mesmo em meio às dificuldades enfrentadas pela economia brasileira, avalia Felipe Camargo, da Setter Investimentos. "É um mercado que registra evolução até em época de desemprego alto,

PIB em baixa e pandemia. Ainda há muito espaço para expansão e quando houver recuperação econômica, vai crescer ainda mais", afirma.

Em sua opinião, a próxima onda de movimentações deve acontecer no segmento de pet care, que engloba acessórios, roupas, brinquedos, equipamentos e produtos de higiene, que hoje representa 5,2% do faturamento do setor. "Dados do Instituto Pet Brasil, registram que a compra desses produtos cresceu 6,9% durante os meses de janeiro a março deste ano, período em que a economia já estava sendo afetada pela pandemia da Covid-19", ressalta.

Capital animal

O que também não foi afetado, foi o interesse dos investidores pelo setor, mesmo com as condições globais adversas. Como prova temos a rede de petshop Petz que em setembro fez sua estreia na bolsa brasileira com IPO inédito no segmento, com valor de mercado de R\$ 5,1 bilhões, depois de precificar sua ação (PETZ3) em R\$ 13,75, no meio da faixa indicativa de preço (R\$12,25 a R\$15,25). "O IPO da Petz inaugura um novo segmento do varejo brasileiro na B3. A demanda dos investidores pela nossa oferta inicial de ações reflete o crescimento e a resiliência deste mercado no Brasil, considerado o quarto maior do mundo em termos de faturamento", assegura Sergio Zimerman, CEO da Petz.

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



uma estratégia omnichannel completa, a qual integra não só os segmentos de produtos e serviços, mas também os canais físicos e digitais, que operam uma omnicanalidade de 77% das vendas digitais, índice que é benchmark no Brasil e no mundo. Com essa proposta, oferecemos aos nossos clientes experiência de compra e atendimento diferenciado em nossas lojas físicas, e conveniência e agilidade em nossos canais digitais. Por fim, somos a maior rede de centros veterinários do país, sob a marca Seres, rede de centros de estética do Brasil e responsáveis pelo Adote Petz, programa nacional de adoção de cães e gatos", ressalta Zimerman.

Atuando em um segmento considerado serviço essencial durante o período de pandemia, em 2020 a empresa apresentou crescimento ex-

ponencial em seus canais digitais. As vendas on-line mais que quadruplicaram no primeiro semestre do ano em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$ 144,3 milhões. Considerando as vendas totais, a Petz registrou faturamento de R\$ 731,6 milhões nos seis primeiros meses desse ano, alta de 36,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. Durante o segundo trimestre, período em que o Brasil foi integralmente impactado pela pandemia, as vendas digitais, as quais representaram 26% do faturamento total da companhia, quintuplicaram, registrando aumento de 416,7% em relação ao segundo trimestre de 2019. No período de julho de 2019 a junho de 2020, a Petz totalizou faturamento de R\$1,4 bilhão e EBI-TDA ajustado de R\$141,4 milhões.

Novas propostas

Pioneira no conceito de megaloja para pets no Brasil, a Cobasi é uma das maiores redes no país com 106 lojas em nove estados, mais o Distrito Federal, além de uma grande operação de e-commerce que atende todo o Brasil. "A rede é conhecida por antecipar tendências para o mercado pet: a primeira a realizar o conceito de mega lojas; a trabalhar Garden Center junto ao pet shop; ter um centro de adoção funcionando diariamente; e a primeira a importar produtos para complementar portfólio", destaca Daniela Bochi, responsável pelo marketing da Cobasi.

No e-commerce, a rede tem o click collect mais rápido do Brasil, fazendo com que na opção Retira na Loja, o cliente possa obter o que comprou em 45 minutos. "Temos na empresa o

Cobasi Labs, laboratório de inovação da Cobasi em que squads de tecnologia e negócios utilizam metodologias ágeis para propor novas soluções ao cliente omnichannel", acrescenta.

Crescimento sustentável

Quem também teve o que comemorar nos últimos meses foi a plataforma de e-commerce Petlove, que anunciou a aquisição da Vetus, uma das maiores plataformas de gestão para petshops, clínicas e hospitais veterinários do Brasil, assim como para médicos-veterinários autônomos.

A aquisição da Vetus aconteceu meses depois de a Petlove receber aportes que somam R\$ 375 milhões do japonês Softbank e da gestora americana de private equity L. Catterton.

A plataforma conta, ainda, com os investidores Tarpon e Monashees.

Pensando em fomentar o mercado de pequenos e médios negócios, no início da pandemia, a Petlove lançou, em parceria com o Vet Smart, projeto para apoiar clínicas veterinárias e petshops de bairro durante o período de isolamento. A criação das whitelabels permite a negócios de bairro de todo o Brasil vender produtos por meio da Petlove. "Os parceiros podem, de forma automática e rápida, criar um site de venda integrado com a plataforma da marca e têm a oportunidade de divulgar um site próprio - com nome e logo do estabelecimento deles, para seus clientes, realizando as vendas normalmente. Desde o seu lancamento, mais de 2500 estabelecimentos aderiram ao projeto", contabiliza.

Além de reforçar o projeto omnichannel e ganhar escala e capilaridade oferecendo o software a parceiros





A Rede de Hotéis Othon entrou para o mercado pet em março de 2019, quando a opção Petfriendly tornou-se disponível nas unidades Rio Othon Palace e Savoy Othon. De acordo com Jorge Chaves, diretor operacional, comercial e de marketing da Rede, atualmente quatro unidades próprias mantém o serviço: Rio Othon Palace, Savoy Othon, Araraquara Othon suítes e Matão Othon Suítes. "Oferecemos uma cama personalizada para o pet, vasilhas de água e comida, e duas garrafas de água como cortesia", informa.

Chaves salienta que a decisão para se tornarem um Hotel Petfriendly tem por base a procura crescente por este serviço na central de reservas. "Os pets sempre fizeram parte da rotina das famílias. E é com essa ideia e carinho, que a equipe recebe e cuida da estadia desse nosso hóspede muito especial", garante.





"Temos na emr

da empresa, a partir da aquisição, a Vetus passa a fazer parte do ecossistema Petlove e a atuar em sinergia com o Vet Smart – ferramenta tecnológica do mercado veterinário, que oferece soluções e informações sobre o setor para estudantes e médicos-veterinários, gratuitamente, adquirida pela Petlove em setembro de 2019. "A expectativa é que em seis meses, mais de 10 mil estabelecimentos e profissionais parceiros do Vet Smart já tenham aderido à Vetus que vai conectar três importantes linhas de atuação da companhia: o projeto omnichannel, o marketplace de serviços e os médicos-veterinários, clínicas e hospitais parceiros da empresa via Vet Smart. Assim, seguimos nossa estratégia de criar uma plataforma multicanal que vai beneficiar todos os elos da cadeia do negócio:

os donos de animais de estimação e

médicos, clínicas e hospitais veterinários", completa Marcio Waldman, fundador e CEO da empresa.

Servicos

Alguns setores vislumbraram oportunidades de negócios tornando-se petfriendly. É o caso da Brasilseg, empresa da BB Seguros, que lançou a primeira oferta de assistência pet em 2010, no plano Ouro Vida Estilo. Hoje, a instituição ressalta que tem uma série de assistências para os animais de estimação em seu novo portfólio de seguros de vida, lançado em junho de 2020.

Karina Massimoto, superintendente de seguros de vida da Brasilseg, enfatiza que nas pesquisas realizadas com clientes da BB Seguros a assistência pet é muito valorizada. Por esse motivo, na reformulação dos produtos de vida, na qual a companhia "Temos na empresa o Cobasi Labs, laboratório de inovação da Cobasi em que squads de tecnologia e negócios utilizam metodologias ágeis"

> Daniela Bochi, responsável pelo marketing da Cobasi

substituiu as assistências tradicionais pelas voltadas para a vida, a assistência ao pet teve alta aderência. "Entendemos que o bem-estar do animal de estimação contribui para a melhor qualidade de vida e autoestima dos nossos clientes. Logo, uma vez que nossos seguros são contratados e o cliente tem pet dentro de casa, ele terá a possibilidade de utilizar os diversos serviços disponibilizados", revela.



MOTORES LIGADOS

COM O AUMENTO DAS VIAGENS PARTICULARES DURANTE A PANDEMIA, O SEGMENTO DE JATOS EXECUTIVOS ENXERGA NOVOS HORIZONTES

urante o período mais agudo de restrições de viagens por conta da propagação do novo coronavírus, o volume das operações da aviação comercial no Brasil caiu cerca de 90% em relação ao período pré-pandemia. Nesse cenário, surgiu a oportunidade de ocupação dessa parcela pela aviação de negócios, que esteve à disposição de seus passageiros, atuando como fator importante para a recuperação da demanda.

Somado a essa realidade, houve aumento expressivo nos voos de transporte de cargas com insumos hospitalares e de profissionais de saúde que precisaram se deslocar pelo país com maior frequência. Segundo Ricardo Fenelon Jr., advogado especialista em direito aeronáutico e ex-diretor da ANAC, o mercado

vem se aquecendo e a procura por jatos executivos aumenta gradativamente. "Pode-se atribuir a esse feito a sensação de segurança, passagem direta pelo terminal e malha aérea reduzida. Como alguns voos diretos não estão sendo operados pelas companhias aéreas, o mercado de jatos executivos acaba absorvendo essa demanda", esclarece Fenelon.

O aumento considerável na comercialização de jatos usados é outro ponto de destaque no mercado, já que a fabricação de novas aeronaves diminuiu ligeiramente. Para Rodrigo Pessoa, vice-presidente de vendas para América Latina, da Dassault Falcon, esse movimento deve-se à inatividade nas operações. "Houve o aumento da realização de inspeções periódicas, praticamente, de forma exclusiva nos países onde

aviação

essas aeronaves se encontram baseadas. No nosso caso, temos uma oficina da própria fábrica no Aeroporto Estadual de Sorocaba, que manteve todos os nossos clientes atendidos de forma ininterrupta, seguindo os protocolos de segurança e saúde de todos os colaboradores e clientes", esclarece Pessoa, que reforçou o atendimento até na pré-pandemia. "A demanda estava aquecida mesmo antes da disseminação do novo coronavírus e medidas de isolamento. Durante o momento mais crítico da quarentena, tivemos sucesso na venda de aeronaves usadas do segmento de longo alcance. A expectativa é que esse cenário positivo se mantenha e, a partir do próximo ano, o mercado retome a comercialização de aeronaves novas com alguma consistência, e até aumente, em função de novos compradores aderindo ao uso de aeronaves executivas".

A diversificação no negócio e a expertise podem explicar o crescimento da Dassault nesse cenário. "O pioneirismo da empresa na fabricação de aeronaves executivas de maior cabine e longo alcance fez com que uma grande rede

de suporte fosse estabelecida globalmente, em expansão contínua, garantindo a busca pelo melhor atendimento ao cliente, em qualquer país que se encontre", reforça Rodrigo Pessoa. Materializando em números de entrega, em 2019, foram 40 aeronaves, gerando total de vendas líquidas de 2.193 milhões de euros. No Brasil, estão voando atualmente cerca de 50 aeronaves Falcon. "Estamos falando em 35% a 40% do mercado de aviões executivos acima de US\$ 30 milhões. Na América Latina, são cerca de 100 aeronaves em atuação, o que representa, 45% do mercado de aviões executivos acima de US\$ 30 milhões", contextualiza.



estava aquecida mesmo antes da pandemia. Ao lado, interior do Falcon 8X é um dos destaques do modelo





Michael Klein, CEO da Icon Aviation, diz que o uso de aviões menores facilita o acesso a cidades que não possuem aviação comercial. Acima o jato Gulfstream G450 utilizado pela empresa

que a aviação comercial não atende", aponta

Klein e acentua o papel da Icon nesse período.

"O nosso principal trabalho nos últimos meses

tem sido em voos de repatriação, principal-

mente no início da pandemia e das medidas

restritivas. O Icon Med, nosso serviço de UTI

aérea para transporte de pacientes teve suma

importância inclusive para o transporte de car-

va voos pelo mundo, tanto no segmento de

negócios quanto de lazer. Citando uma opor-

tunidade de serviço que surgiu com a crise,

ressalta a recente liberação pela ANAC para vendas de assentos em voos fretados. "É um

serviço que a Icon Aviation começa a oferecer.

com a mesma agilidade, conforto e segurança

de sempre", afirma Klein.

Antes de pandemia, a companhia realiza-

gas biológicas e equipamentos médicos".

Diante das vantagens que a aviação executiva oferece e com a facilidade da venda de assentos, a demanda por voos deve aumentar. "Não sabemos ainda quando a pandemia vai, de fato, estar controlada em sua totalidade. Pode ser que ano que vem tenhamos uma vacina, mas ainda é tudo muito incerto. É difícil fazer previsões sobre os próximos anos, mas é bastante claro que muitas pessoas ainda precisam viajar. O mundo está se adaptando, mas não parou. E trabalhamos para oferecer nossos serviços da melhor forma possível para quem precisa se deslocar com segurança".

Avaliação

O ano de 2019 teve encerramento otimista, principalmente em relação ao mercado de aeronaves usadas, puxando uma tendência crescente nessa última década. É nesse contexto que a Líder Aviação ressalta o interesse de muitos executivos em busca por melhores investimentos. "Seja nova ou usada, tivemos uma procura significativa. Cinco aeronaves foram vendidas por meio deste serviço no ano passado", conta Anderson Markiewicz, diretor de vendas e aquisições de aeronaves. Ele faz questão de explicar também um fato sobre o mercado em 2020. "Embora a movimentação do setor tenha se mantido alta, em relação ao cenário de antes da pandemia, o fechamento efetivo das vendas tem sido postergado pelos compradores, que permanecem atentos aos

aviação



desdobramentos econômicos da Covid-19 e indecisos em relação à velocidade de seu desfecho. Portanto, existe hoje um represamento de negócios que serão fechados tão logo as inseguranças do mercado diminuam".

Outro fator levantado por Markiewicz, é a baixa de juros, resultando em condições de financiamento mais favoráveis, o que gera grandes oportunidades para fechar negócios. "Em uma análise simplificada, podemos comparar as vantagens e desvantagens de se adquirir uma aeronave nova versus uma usada com as de se adquirir um automóvel. Um veículo novo, apesar de ter um custo de aquisição mais elevado, é mais barato de se operar, pois nos primeiros

Líder Aviação tem dado atenção especial aos que nunca tiveram aeronave própria e estão pensando nesta possibilidade







anos as garantias de fábrica cobrem quaisquer falhas de componentes não previstas. Além disso, as despesas mais caras com manutenção começam a ocorrer somente após os primeiros anos de operação", e complementa o exemplo: "Some-se a essas vantagens a maior 'despachabilidade' de uma aeronave nova, ou seja, saber que a chance de que não possa decolar por problemas técnicos é mínima. Já com uma aeronave usada, essa probabilidade aumenta. Por outro lado, o investimento inicial na compra de uma aeronave usada é obviamente menor. Portanto, ambas as opções têm seus prós e contras, e a decisão entre um novo ou usado dependerá do perfil de cada proprietário".

Focados em trabalhar os benefícios da aviação executiva junto àqueles clientes que continuam prosperando, mesmo durante a pandemia, a Líder Aviação tem dado atenção especial aos que nunca tiveram aeronave própria e estão pensando nesta possibilidade em meio ao novo cenário mundial. "Ainda que o luxo seja um termo associado ao setor, observa-se que o Brasil representa a segunda maior frota mundial de aeronaves particulares, o meio empresarial as reconhece como um investimento, uma vez que representa uma importante ferramenta de trabalho e também de lazer, focada em proporcionar economia de tempo nos deslocamentos", argumenta Markiewicz.

CONTEMPLA ÇÃO E ARTE





hotel

ocalizada a 30 quilômetros da agitada Punta del Este, a praia de José Ignacio – um antigo vilarejo de pescadores – atrai gente de todo o mundo em busca de suas paisagens rústicas, badalação discreta e tranquilidade. Neste cenário, o Estancia Vik divide sua beleza com planícies e pastagens cortadas por rio, lagoa e atmosfera cultural única na América do Sul.

Uma legítima casa de campo em estilo colonial espanhol, o Estancia Vik é uma colaboração entre o renomado arquiteto uruguaio Marcelo Daglio e os proprietários, Alexander e Carrie Vik, responsáveis pela curadoria de arte do empreendimento, o que se tornou a marca de seus projetos hoteleiros. A proposta da Estancia nesse momento é oferecer pacotes completos para famílias e pequenos grupos.



Estrutura

A propriedade de 50 mil metros quadrados ostenta paredes de adobe brancas e telhados de zinco vermelho com abundantes passarelas ao ar livre que conectam pátios e jardins.

Dividido em duas alas, o resort abriga 12 luxuosas suítes, sendo oito de 500 m² e quatro master suítes de 900 m² no térreo e piso superior. Na ala sul, uma piscina de 20 metros feita em granito tem o fundo pontilhado com luzes ópticas que reproduzem as constelações.

A sala de jantar de teto curvilíneo, forrada em tijolos sem a utilização de qualquer tipo de argamassa, esconde uma exclusiva adega. Já o tradicional espaço da parilla uruguaia – colocada bem no meio de outro salão, ganha ares contemporâneos com pinturas grafitadas, de autoria do artista Marcelo Legrand.







Arte e gastronomia

Todos os artistas presentes no Estancia Vik são famosos por sua singularidade. Na sala central, o forro de 300 m² é decorado com uma pintura do uruguaio Clever Lara, inspirada em imagens da região geradas por Google Earth. Outro destaque é a escultura feita em mármore, de 3,5 metros e 4 toneladas, do também uruguaio Pablo Atchugarry, disposta no centro do ambiente, cujas paredes ainda exibem blocos de cristais e pedras semipreciosas do país. Já o colorista Carlos Musso foi o responsável por pintar a capela,

lugar que propõe a contemplação em meio à natureza e a força da criatividade humana.

O empreendimento também celebra os pratos tradicionais do Uruguai, com suas carnes de qualidade e peixes frescos, o que é essencial para incorporar o estilo de vida uruguaio. Legumes, hortaliças e azeite produzido na região, além de padaria e patisserie artesanais, garantem um menu ainda mais local.

O excepcional vinho VIK, produzido e engarrafado na propriedade-irmã, a Viña Vik, no Vale de Millahue, Chile, confere a sofisticação perfeita às receitas e o brinde para celebrar a vida.

Forte presença da gastronomia típica, arte e cultura local, criam uma experiência de hospedagem inesquecível



Diárias: consulta realizada para novembro até 18 de dezembro. Tarifas a partir de US\$ 4.950 por noite (mínimo de 14 dias) para grupos fechados. Exclusivamente disponível pelo site: www.vikretreats.com (valores sujeitos a período, disponibilidade e confirmação) reservations@vikretreats.com

Localização:

Camino Eugenio Saiz Martinez, 20402 Departamento de Maldonado, Uruguai.

Como chegar: A 30 minutos do aeroporto de Punta del Este – servido por voos diários vindos da Argentina e do Brasil, além de charters privativos 24 horas por dia. Via aeroporto de Carrasco, na capital Montevidéu, a 1 hora e meia de distância. Transfer do hotel disponível (consultar disponibilidade e custos).



carros

lendário SUV com a maior capacidade off-road do mundo chega ao Brasil em sua quinta geração. Apresentado na configuração 110 de quatro portas, com opção de cinco ou sete lugares, o novo Defender se destaca pela tecnologia. As configurações saem de fábrica com inúmeras assistências eletrônicas, como suspensão a ar, câmera com visão em 360 graus, painel digital de 12,3 polegadas e medidor de profundidade de áreas alagadas.

O propulsor Ingenium 2.0l está combinado a uma transmissão ZF automática de oito velocidades que entrega força ao sistema 4x4, com travamento ativo, configuração perfeita para enfrentar todo tipo de terreno. O conjunto foi produzido para proporcionar extrema força em situações de reboque ou fora de estrada.

Mais forte do que nunca, a nova arquitetura D7x, projetada para situações extremas, foi feita de uma construção monobloco leve e forte de alumínio, e corresponde à carroceria mais resistente que a Land Rover já produziu. Ela é dez vezes mais rígida do que o Defender anterior, fornecendo bases perfeitas para suspensão totalmente independente.

Tecnologia

O Defender 110 é equipado com sistema de suspensão a ar de série, novidade no modelo. Ele conta com sistema Adaptive Dynamics, capaz de monitorar os movimentos do veículo 500 vezes por segundo, e fazer o carro reagir quase instantaneamente às condições de piso e dirigibilidade, o que proporciona mais controle e conforto ao motorista.

O Terrain Response 2 configurável é outra novidade. O sistema inteligente permite que motoristas experientes de off-road ajustem as configurações individuais para se adequarem perfeitamente às condições, enquanto motoristas inexperientes podem deixar que o sistema detecte a configuração mais adequada para o terreno, usando a função automática.

A tecnologia ClearSight Ground View – o capô transparente – ajuda o motorista a aproveitar a capacidade do modelo, revelando na



Em todas as
versões, a
S Land Rover
oferece quatro
pacotes de
acessórios
para o modelo

tela central as áreas normalmente escondidas pelo capô logo à frente das rodas dianteiras. Também é possível ter uma visão traseira livre de obstáculos no interior do carro com o retrovisor interno ClearSight Rear View.

Experiência única

Como resultado, o novo Defender redefine a amplitude de capacidade, aumentando o limiar de robustez off-road e conforto na estrada. O modelo se adequa às ruas movimentadas da cidade com o mesmo potencial que escala morros, montanhas, áreas alagadas e suporta altas temperaturas.



O SUV também apresenta o sistema de infotenimento PIVI PRO, que pode ser acessado por uma nova geração de touchscreen mais intuitiva e amigável. O sistema exige menos passos para executar tarefas frequentes, enquanto seu design atual garante respostas praticamente instantâneas. Já o sistema de navegação usa algoritmos de autoaprendizagem capazes de otimizar a rota, com mapas sempre atualizados.

Em combinação com o painel de instrumentos interativo de 12,3 polegadas, o sistema avançado fornece mapeamento 3D de alta definição dentro da instrumentação, deixando a tela sensível ao toque central livre para controlar outros aplicativos.

Avaliação

O novo Defender conta com três versões de lançamento: S, a partir de R\$ 400.750,00; SE, a partir de R\$ 426.750,00; e a topo de linha, HSE, por R\$ 461.150,00. Em todas as configurações, a Land Rover oferece quatro pacotes de acessórios opcionais, aumentando o engajamento e as funcionalidades do veículo.

Em termos de diferenciais por versão, o Defender possui o Controle de Cruzeiro Adaptativo e o Monitor de Colisão Traseiro (de série na versão HSE), que alertam aproximações ao condutor ao piscar automaticamente luzes de perigo, bem como o Blind Spot Assist, o Rear Traffic Monitor e o Clear Exit Monitor (a partir da versão SE).



Na rua, na chuva, na fazenda

O pacote Country é um dos destaques oferecidos pela montadora entre os opcionais do novo Land Rover Defender. Indicado, principalmente, para pessoas residentes fora dos grandes centros, dispõe dos acessórios: para-barro dianteiro clássico, para-barro traseiro clássico, partição de porta-malas – altura completa, soleira de porta-malas brilhante, arco de proteção de roda e sistema de lavagem portátil. Preço sugerido de lançamento: R\$ 10.613,00 (mais instalação).

Além de outros packs como o Adventure, Explorer e Urban, a marca também disponibiliza os acessórios icônicos desse modelo em uma versão modernizada, como a escada lateral, bagageiro externo, barraca inflável, barra de proteção do para-choque (também conhecido como quebra mato) e os estribos laterais, que podem ser tanto fixos ou retráteis com acionamento elétrico.



CAMINHOS PARA O BRASIL DO FUTURO EM DEBATE

EVENTOS PROMOVEM TROCAS DE EXPERIÊNCIAS ENTRE IMPORTANTES LIDERANÇAS NACIONAIS

PREMIAÇÃO MARCA O 8º FÓRUM DO VAREJO E MARKETING

Verzani & Sandrini conquistaram o **Prêmio LIDE** do Varejo e Marketing 2020. O reconhecimento ocorreu no 8º Fórum LIDE do Varejo e Marketing, na noite do dia 3 de outubro. Executivos de diversos setores também foram homenageados pelas trajetórias inspiradoras e de sucesso. O Prêmio reconhece, anualmente, o trabalho realizado por empresas de diferentes segmentos que contribuem para o crescimento da economia nacional.

Burguer King, Multiplan, Pernambucanas e

Para debater o tema "As transformações globais e seus impactos no marketing, varejo, e no consumo brasileiro", a oitava edição do Fórum reuniu líderes empresariais no dia 2 de outubro e no próprio dia 3. Painéis e debate compuseram a programação do evento, que ocorreu de maneira híbrida - e seguiu rígidos protocolos de saúde - no Hotel Unique, na capital paulista, com a presença de presidentes e executivos das maiores companhias do Brasil.

Promovido pelo LIDE com a participação do chairman Luiz Fernando Furlan, o evento contou com curadoria de Marcos Gouvêa, do LIDE Comércio, e de Marcos Quintela, do LIDE Comunicação.

Empresários e executivos também trocaram experiências em cases durante quatro painéis interativos. As reuniões individualizadas aproximaram líderes da













novo coronavírus.

O economista-chefe da XP Investimentos,
Caio Megale, demonstrou otimismo diante do
cenário pós-pandemia na abertura do evento.
"A economia ainda está desbalanceada e isso

Penambucanas, Multiplan, TOTVS, Qualvs

segmentos no contexto pós-pandemia do

e Hirota Food Express para discutir os

cenário pós-pandemia na abertura do evento "A economia ainda está desbalanceada e isso é notável. O varejo vem forte. De maneira geral, o mundo está voltando e as coisas estão andando", disse.

Na ocasião, o vice-governador de São
Paulo, Rodrigo Garcia, manteve o mesmo tom
otimista. O ano de 2020 entrará para história
da humanidade, com impactos profundos no
comportamento das pessoas. Daqui a 100 anos,
essa pandemia estará nos livros, mas sintetiza
o nosso aprendizado", analisou.

INSTITUTO REDE TÊNIS BRASIL ARRECADA DOAÇÕES





Empresários doaram mais de R\$ 5 milhões para o Instituto Rede Tênis Brasil (IRTB), que visa incentivar a prática do esporte para 400 mil crianças e jovens, em 10 anos, em todo o Brasil. A arrecadação ocorreu no dia 7 de outubro, durante o lançamento do IRTB, uma iniciativa do Instituto Tênis e do Tennis Route, em São Paulo.

O evento, que teve o apoio institucional do **LIDE**, foi transmitido ao vivo pela TV LIDE no YouTube e pela plataforma LIDE Digital para mais de 2 mil pessoas. "O tênis contribui com lições que normalmente não estariam disponíveis na escola pública. O projeto do IRTB traz

oportunidade de crescimento e de atingir objetivos maiores para as crianças e jovens", disse o empresário Jorge Paulo Lemman, incentivador do esporte e um dos idealizadores do instituto.

A programação do evento reuniu, ainda, de maneira híbrida os fundadores do Instituto Rede Tênis Brasil: Milton Seligman, Fernando Gentil, Rogério Melzi, Hugo Scott, Luiz Gustavo Mariano, Marcos Antônio Magalhães e Nelson Sirotsky, além do CEO da entidade, Raphael Barone.

"O projeto opera com governança, transparência e meritocracia. Modelo replicável, com potencial de crescimento. Isto garante a sua sustentabilidade. O modelo do Instituto é de sonhadores fanáticos tocando o projeto com modelo empresarial", explicou o empresário Luiz Gustavo Mariano, um dos fundadores.

As doações contabilizadas pelo IRTB foram feitas pela internet. O presidente do **LIDE Esporte**, Lars Grael, defendeu o incentivo. "É fundamental entender a importância da educação física para saúde preventiva. Tênis é um esporte completo. Reúne a questão física e intelectual. Tem de ter disciplina, estratégia. O engajamento de todos é fundamental", destacou.





SIISTAVO PAMPINI/IIDE

FÓRUM DE INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA FOMENTA SOLUÇÕES PARA O SETOR

O secretário de Logística e Transportes do Estado de São Paulo, João Octaviano Machado Neto, defendeu maior planejamento da União para a distribuição correta e eficaz de investimentos na infraestrutura do país, de modo a eliminar gargalos e inseguranças, durante o 8º Fórum LIDE de Infraestrutura e Logística realizado pelo LIDE, no dia 21 de setembro. A live reuniu empresários e gestores públicos para discutir sobre os setores infra-logístico e de saneamento.

Participaram também o secretário de Infraestrutura e Meio Ambiente do Estado de São Paulo, Marcos Penido, o presidente da Sabesp, Benedito Braga, o secretário Nacional de Saneamento, Pedro Maranhão, e Venilton Tadini, presidente da Associação Brasileira da Infraestrutura e Indústrias de Base (Abdib). O evento teve a mediação do chairman do LIDE, Luiz Fernando Furlan, do presidente do LIDE Energia, Roberto Giannetti da Fonseca, e do diretorexecutivo do Grupo Doria, João Doria Neto.







PAULO UEBEL DEFENDE A TECNOLOGIA PARA DESBUROCRATIZAR O ESTADO

O administrador e advogado Paulo Uebel defendeu a completa digitalização do Estado brasileiro durante **LIDE LIVE** realizado no dia 25 de setembro. No evento virtual, ele falou sobre os "desafios da desburocratização e da reforma administrativa para a retomada" e respondeu a perguntas lideranças empresariais de diversos setores.

Uebel, que atuou como secretário
Especial de Desburocratização do Ministério
da Economia, acredita que a gestão
eficiente do aparato público depende da
digitalização. Neste contexto, ele também
se mostrou a favor da reestruturação da
máquina pública. "Temos que avançar com
as reformas estruturais e pressionar o
Congresso por essas aprovações, que vão
criar bases para o Brasil crescer de forma
sustentável, vigorosa e permanente. A
reforma administrativa, na minha opinião,
é o maior programa social que vai impactar
todos os serviços públicos", afirmou.





RIO GRANDE DO SUL DEBATE 5G E A IMPORTÂNCIA REGIONAL

A implementação do 5G no país foi o tema da **18º edição do LIDE Talks Rio Grande do Sul**, realizado no dia 6 de outubro, entre representantes da Huawei, Nokia, Microsoft, Processor, e com o secretário estadual de Inovação, Ciência e Tecnologia, Luis Lamb, que analisaram os impactos positivos desta nova geração de rede da internet móvel para

os negócios no País e para a

sociedade. O fundador e CEO da Processor, Cesar Leite atuou na mediação do debate.

Já a 5º edição do LIDE LIVE
Rio Grande do Sul, que ocorreu
no dia 1º de outubro, abordou a
representatividade do estado no
cenário nacional. Durante o evento
remoto, a secretária extraordinária
de Relações Federativas e
Internacionais, Ana Amélia
Lemos, afirmou que o Brasil

vem reconhecendo o trabalho realizado do Rio Grande do Sul e que os Ministérios da Economia e da Infraestrutura estão receptivos às propostas apresentadas pelo governo. "Fizemos a lição de casa. Nenhum outro Estado avançou tanto nas reformas estruturantes como o Rio Grande do Sul e isto conta no campo institucional e político", avaliou a também exsenadora.

FUX AVALIA O PÓS-PANDEMIA DURANTE EVENTO NO RIO DE JANEIRO

O presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Luiz Fux, declarou no dia 5 de outubro, durante **Almoço Empresarial** promovido pelo **LIDE Rio de Janeiro**, que a necessidade de pagamento do auxílio emergencial do governo federal é resultado de políticas que fecharam os olhos para a população mais pobre durante anos. Fux fez a avaliação ao comentar sobre medidas para retomada da economia no pós-pandemia, e que também incluem, segundo o ministro, privatizações, renegociações fiscais e expansão do saneamento básico.

O almoço aconteceu no Copacabana Palace, na Zona Sul do Rio. Durante o encontro, Fux comentou a agenda de reformas do governo federal e disse ter conversado sobre o tema com o ministro da Economia, Paulo Guedes. De acordo com ministro, a reforma tributária "tende a ser boa", e a reforma administrativa cumpriria a necessidade de "reduzir o tamanho do Estado".





TOS: RENATO WROBEL

aconteceu filiados

LITORAL SP RETOMA EVENTOS PRESENCIAIS COM O BY MEMBERS

O **By Members**, que marcou o retorno das atividades presenciais do **LIDE Litoral SP**, cumpriu seu propósito de fomentar os negócios dos filiados e promover o networking. O evento foi realizado em etapas, com uma série de 6 almoços de negócios em setembro, no restaurante português Tasca do Porto, no Centro Histórico de Santos, para grupos de até 20 pessoas por dia.

Com o tema "O Poder das Fake News nas Eleições", o LIDE Futuro Litoral SP promoveu um amplo debate com as participações virtuais do cientista político Christian Lohbauer, do ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antônio Herman Benjamin; do exministro e chairman do LIDE, Luiz Fernando Furlan; e da jornalista Natalie Nanini, diretora de jornalismo do Sistema Santa Cecília de Comunicação. Para filiados e convidados, o evento foi realizado no dia 13 de outubro, na Wine Bar Laticínios Marcelo, mas as palestras também foram transmitidas pelo canal do Youtube do LIDE Litoral SP.





Os negócios que movem o Brasil e o mundo são de empresas familiares. Apenas no país. 75% das empresas estão nesta categoria, mas apenas 5% deles conseguem alcançar a terceira geração. O que pode levar à falência muitos negócios que poderiam ser de sucesso. Esse foi o assunto tratado no **LIDE Talks Paraná** realizado no dia 22 de setembro, com a presença de Bea Johannpeter, mentora de famílias empresários e membro da família Gerdau Johannpeter; Marisa Hardman, consultora e membro da família Tavares de Melo - Indústria Alimentícia Maguary; Alencar Guilherme Lehmkuhl, diretor da CRH Participações - controladora do Grupo Tigre; e mediação da consultora associada da Cambridge Family Enterprise Group e filiada do LIDE, Bianca Scarpellini. Os convidados compartilharam suas expertises e vivências como sucessores e executivos de empresas familiares.

LIDE AGRUPA CORPORAÇÕES QUE SÃO REFERÊNCIAS EM SEUS MERCADOS

MAGAZINE LUIZA E MW2 GROUP ENTRAM PARA O GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS EM UM MOMENTO CRUCIAL PARA A ECONOMIA

Magazine Luiza, maior ecossistema para comprar e vender no Brasil, passa a fazer parte do Grupo de Líderes Empresariais. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos fez 14 aquisições, consolidando sua presença nacional. Com 1.157 lojas em 18 estados do

país, o Magalu conta com mais quatro marcas on-line: Netshoes, Zattini, Shoestock e Época Cosméticos, além de milhares de sellers em seu marketplace e um superaplicativo com base instalada de 21 milhões de usuários ativos.

Outro importante novo membro do LIDE é a MW2 Group, empresa de marketing full service que atua no

mercado promocional e tem como objetivo desenvolver estratégias para incrementar as vendas de seus clientes e proporcionar grandes experiências de marca para o consumidor. A MW2 alia boa infraestrutura e profissionais arrojados, conseguindo viabilizar projetos complexos, levando ideias e conceitos até o produto final.

LIDE

MAGAZINE LUIZA

VICE-PRESIDENTE: FABRÍCIO GARCIA

MW2 GROUP

PRESIDENTE: WELLINGTON MELLADO

LIDE Litoral SP

TOTVS SERRA DO MAR

PRESIDENTE: WILSON SOARES JUNIOR

USIMINAS

PRESIDENTE: **SERGIO LEITE DE ANDRADE**

LIDE Paraná

GRUPO NNC

CEO: OSNI MONTEIRO

LIDE Pernambuco

ACCENTURE

DIRETORA DE TECNOLOGIA: FLAVIA PICOLO

IVO BARBOZA & ADVOGADOS ASSOCIADOS SÓCIO: **ALEXANDRE DE ALBUQUERQUE**

MOTORAC

DIRETOR: **HIPOLITO FILHO**

NEOH MEMORIAL

SÓCIO-DIRETOR: JOSÉ IRAN COSTA JÚNIOR

TINTAS IQUINE

CONSELHEIRO: ALAN SOUZA

LIDE Mulher

AMAZON WEB SERVICES (AWS)
DIRETORA: FERNANDA SPINARDI

LIDE Mulher Litoral SP

ALHAMBRA MÓVEIS

SÓCIA: LOLA MOHAMAD ASSAF

LIDE Mulher Pernambuco

MARTORELLI ADVOGADOS

SÓCIA-FUNDADORA: **GISELLE MARTORELLI**

MOVIMENTO GERAÇÃO XMAIS

SÓCIA: **CECILIA FREITAS**

LIDE Empreendedor PE

CARTÓRIO ANDRADE LIMA SÓCIO: FILIPE MELO

CHAIRMAN

Luiz Fernando Furlan lufurlan@lidehr.com.hr



VICE-CHAIRMAN

Claudio Lottenherg claudio@einstein.br

COMITÊ DE GESTÃO

Mônika Bergamasch presidente do LIDE Agronegócios

nresidente do LIDE Cidadania

Marcos Gouvêa de Souza presidente do LIDE Comércio

presidente do LIDE Comunicação

presidente do LIDE Conteúdo

presidente do LIDE Cultura

Mario Anseloni presidente do LIDE Educação

Daniel Mendez esidente do I IDF Empreended

Eduardo Ivra

presidente do LIDE

Roberto Giannetti da Fonseca presidente do LIDE Energia

Lars Grael presidente do LIDE Esporte

residente do LIDE Futuro

Paulo Nigro presidente do LIDE Indústria

esidente do LIDE Inovação Juan Barberis

oresidente do LIDE Internaciona

presidente do LIDE Justiça

presidente do LIDE Maste

presidente do LIDE Mulh

Claudio Lottenberg presidente do LIDE Saúde

esidente do LIDE Seguranç Cláudio Carvalho

presidente do LIDE Solidariedad

sidente do LIDE Sustentabilida

presidente do LIDE Tecnologi

presidente do LIDE Terceiro Seto

UNIDADES NACIONAIS

PRESIDENTE DO LIDE BAHIA

mario dantas@lideba.com.br

PRESIDENTE DO LIDE BRASÍLIA

p.o@paulooctavio.com.br

PRESIDENTE DO LIDE CAMPINAS

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

evandro.cesar@ernestoborges.com.br

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO DO SUL

carlos@melkenrado.com

PRESIDENTE DO LIDE PARANÁ

heloisa@lidenarana.com.hr

PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO E PARAÍRA

drayton@lidepe.com.br

HEAD DAS LINIDADES NACIONAIS E DRESIDENTE

DO LIDE RIBEIRÃO PRETO

fabiofernandes@lideribeiraopreto.com.br

PRESIDENTE DO LIDE PIO DE JANEIRO Andréia Repsold

arepsold@lideriodejaneiro.com.br

jeanvalerio@gmail.com

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO NORTE

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO SUL

eduardofernandez@liders.com.bi

PRESIDENTE DO LIDE NOROESTE PAULISTA

marcosscaldelai@lideriopreto.com.br

PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA

wilfredo@lidesc.com.br

PRESIDENTE DO LIDE LITORAL SP Iarbas Vieira Marques Ir.

jarbas@lidesantos.com.br

PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE Victor Rollemberg

victor@lidese.com.br

PRESIDENTE DO LIDE VALE DO PARAÍBA

mfenerich@lidevaledoparaiba.com.br

UNIDADES INTERNACIONAIS

PRESIDENTE DO LIDE ALEMANHA

c.hirmer@lidedeutschland.com

PRESIDENTE DO LIDE ARGENTINA

rodolfodefelipe@lideargentina.com

PRESIDENTE DO LIDE AUSTRÁLIA

Carlos Ferri

PRESIDENTE DO LIDE CHILE Murilo Arruda

muriloarruda@lidechile.com

PRESIDENTE DO LIDE CHINA José Marcelo Braga Nascimen

braga@bnz.com.br

PRESIDENTE DO LIDE EUA Carlos Eduardo Arruda

carlos@vonin.com

PRESIDENTE DO LIDE INGLATERRA

brenosilva@lideglobal.co.uk

PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA Iuan Barberis

juanbarberis@lideitalia.org

PRESIDENTE DO LIDE MARROCOS

hassanaway@yahoo.fr

PRESIDENTE DO LIDE MÔNACO

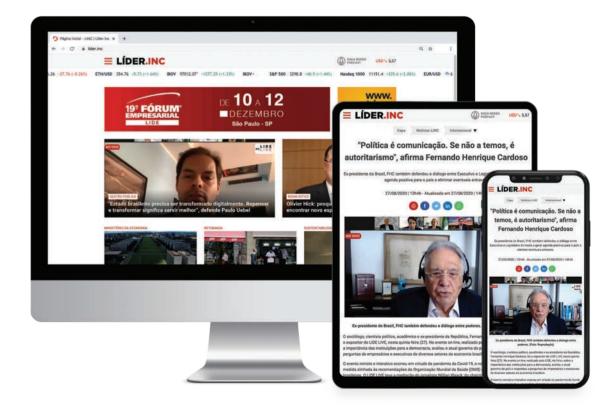
Gian Luca Braggiotti glbraggiotti@lidemonaco.com

PRESIDENTE DO LIDE ORIENTE MÉDIO Raul Silva

raulgs@vahoo.cor PRESIDENTE DO LIDE PARAGUAI

Andrés Bogarín Gevmavr andres.bogarin@lideparaguay.com

Negócios/Gestão/ Investimento/ **Economia/**





Textos, fotos, vídeos e podcasts. Conteúdo para quem é líder_

boost

Dê um impulso

up

refresh

turbo

Dê um BTG

No BTG, você tem mais segurança na construção da sua história e as melhores e mais modernas soluções para cada momento.

Por isso, dê um up, um boost, uma atualizada.

Ou, simplesmente, dê um BTG nos seus investimentos.

btg pactual