

L I D E

Ano 16 - nº 101 | 2021

DIGITAL

FÁBIO COELHO,
PRESIDENTE DO
GOOGLE BRASIL,
CELEBRA LIDERANÇA
DE UMA DÉCADA E
REVELA NOVIDADES

DORIA EDITORA



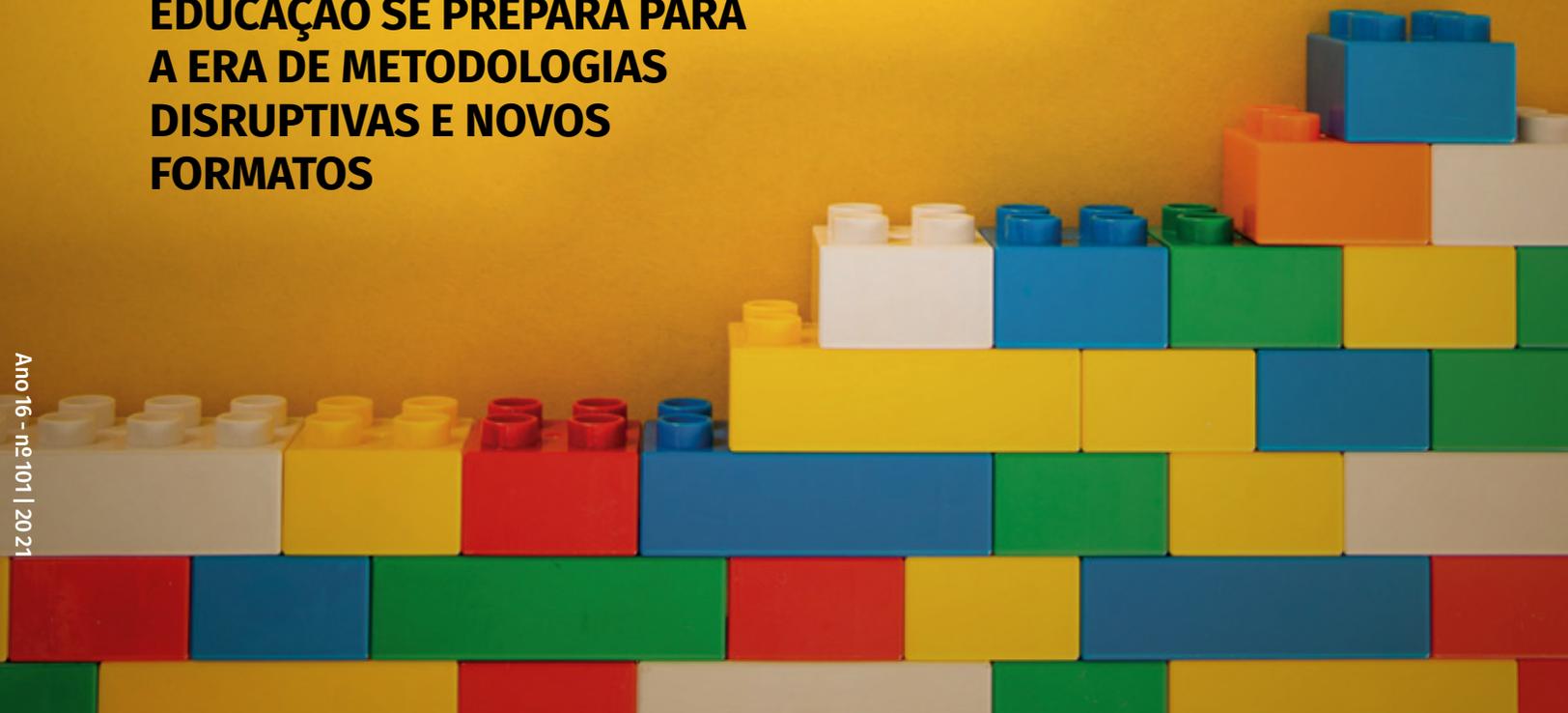
R\$ 15,00

IDEIAS EM CONSTRUÇÃO

EDUCAÇÃO SE PREPARA PARA
A ERA DE METODOLOGIAS
DISRUPTIVAS E NOVOS
FORMATOS

L I D E

Ano 16 - nº 101 | 2021





*Para todo mal,
imagine a cura.*

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



Sua saúde merece



Plataforma

LIDEESG

OS IMPACTOS DO ESG NA TRANSFORMAÇÃO DA GESTÃO EMPRESARIAL

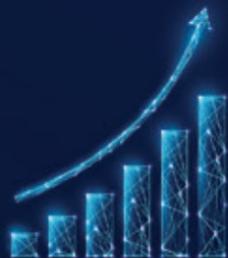
Acesse e saiba mais em:
lider.inc/ESG



ENVIRONMENT



SOCIAL



GOVERNANCE



www.lideglobal.com
Quem é líder, participa

PATROCÍNIO:



CONHEÇA A TECNOLOGIA
QUE TRANSFORMARÁ
O SEU NEGÓCIO

Plataforma

LIDE_5G

Em 2021, o LIDE lança sua plataforma LIDE 5G, reunindo protagonistas desta nova tecnologia, líderes empresariais, especialistas e autoridades para promover uma agenda construtiva da quinta geração da telefonia móvel no Brasil.

Acesse e saiba mais em: lider.inc/5G

LIDE
NEXT_5G

REVISTA
LIDE_5G

LÍDER.INC_5G

LIDE
TALKS
_5G

LIDE CONECTA_5G **LIDE** PODCASTS_5G PESQUISA **LIDE_5G**



UMA MULHER
DE OPINIÃO.
NÃO PERCA
O QUE ELA
TEM A DIZER.



Show Business,
sob o comando de Sonia Racy.

O **Show Business** é um dos mais tradicionais programas de entrevistas da TV brasileira. Sonia Racy imprime o seu estilo no talk show.



Agora também em podcast, ouça:





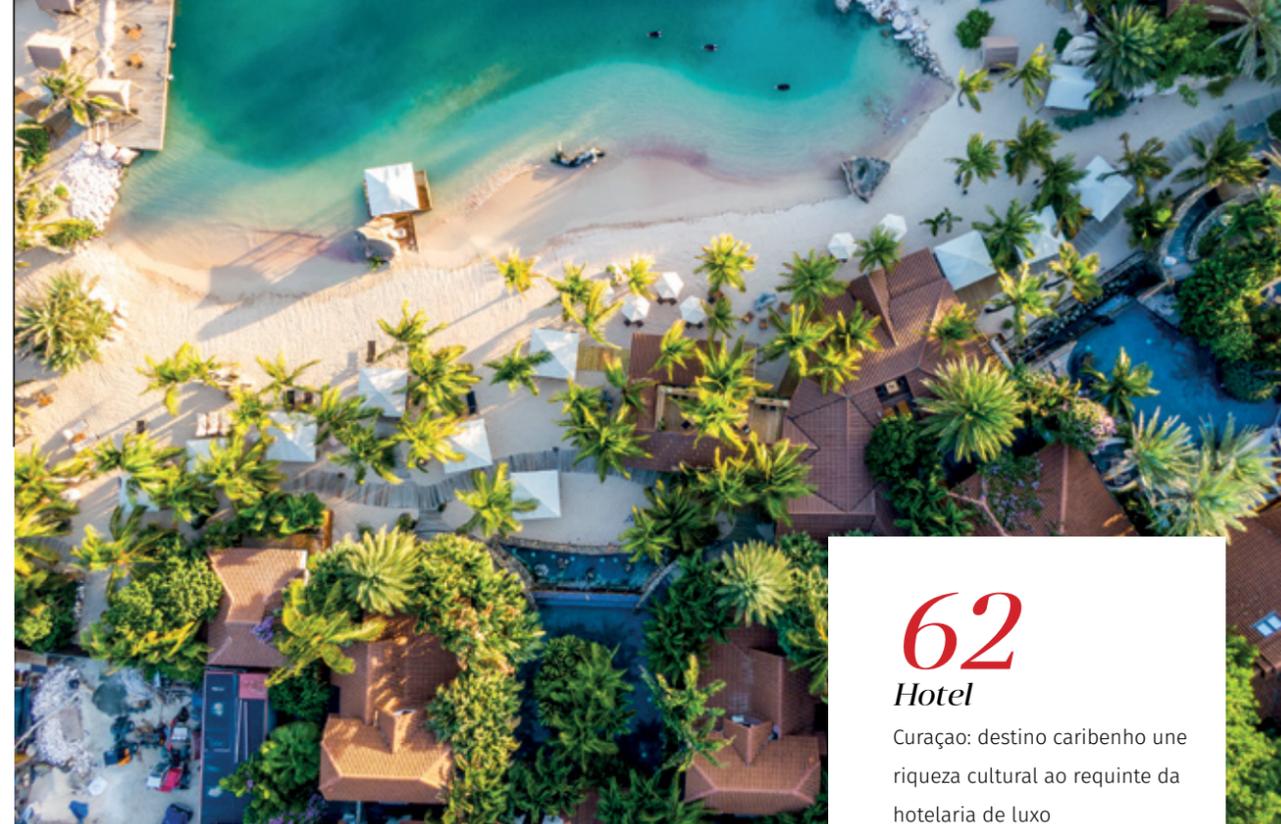
SUMÁRIO

edição de julho

22

Capa

Ensino de qualidade vai além da tecnologia e busca novas metodologias



62

Hotel

Curaçao: destino caribenho une riqueza cultural ao requinte da hotelaria de luxo



14

Entrevista

Fábio Coelho, presidente do Google Brasil, revela bastidores de uma década de empresa

12 Carta

Hora da aula

18 Espaço LIDE ESG

30 Educação

Sociedade se mobiliza para reduzir danos causados pelo fechamento das escolas

34 Perfil

Secretário da Educação do Estado de São Paulo, Rossieli Soares fala das iniciativas para a retomada plena das aulas

38 Corporativo

Transformação digital influencia a cultura do aprendizado contínuo

42 Segmento

Programas de intercâmbio devem ficar em alta com a abertura do turismo

46 Livros

Relançamentos literários ajudam a compreender importantes movimentos políticos e sociais

56

Cenário

Contra a maré, indústria náutica registra aumento exponencial de vendas



48 Perspectiva

Pressão muda padrão de responsabilidade dos investidores

52 Oportunidades

Plataformas de música, podcasts e audiolivros crescem ao longo da pandemia

68 Experiência

Excelente no inverno, cognac atrai novo público apreciador de bebidas premium

72 Aconteceu

Especialistas pautam o futuro do ensino e as perspectivas do ESG

77 Novos Filiados

Accor, Espaçolaser, Pearson, Danone e B&Partners se associam ao LIDE

80 Estilo

Acessórios tornam o espaço de estudos mais inspirador e criativo

HORA DA AULA

Investir em educação básica e na capacitação de profissionais ajudou dezenas de países a superarem guerras, conflitos internos e colapsos econômicos ao longo da história recente. Neste período, marcado pela pandemia do novo coronavírus, não será diferente. A pesquisa Global Learner Survey 2021, divulgada pela Pearson, revelou que boa parte dos pais e estudantes acredita em um futuro positivo no pós-pandemia e espera que a educação se torne acessível para mais pessoas após a crise sanitária.

De acordo com o levantamento, no Brasil, a quase totalidade dos entrevistados acredita que a pandemia mostrou que o acesso à internet é um direito básico. Além disso, os universitários disseram esperar que os governos façam mais para garantir que os alunos tenham acesso à rede e a ferramentas digitais.

Mesmo ainda inacessível para muitos ou aquém da qualidade necessária, o uso da tecnologia na educação é um processo irreversível e caminha com metodologias inovadoras, atividades lúdicas e criativas, estímulo ao empreendedorismo e aos pilares da cidadania. Nesta edição, essa nova era é detalhada em diferentes reportagens, que retratam como as insti-



GUSTAVO RAMPINI

tuições de ensino se preparam para uma jornada disruptiva e inovadora para os próximos anos.

No campo do uso de ferramentas tecnológicas que apoiam o próprio processo de formação e a criação de novos negócios, confira a entrevista com Fábio Coelho, presidente do Google Brasil. O executivo completa 10 anos de companhia e apresenta novidades.

Para celebrar mais uma experiência cultural, reportagem mostra como Curaçao se diferencia como um destino que une arquitetura típica europeia, praias deslumbrantes e hotelaria de luxo.

Ótima leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM
DIRETORA EDITORIAL

L I D E

www.revistalide.com.br

PUBLISHER
Célia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim
Célia Pompeia
João Dória Neto

EDITORA
Ana Lúcia Ventorim

COORDENADORES DE CONTEÚDO
Alyne Souza
José Claudio Pimentel

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

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

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

PUBLICIDADE
Debora Leopoldo
deboraleopoldo@grupodoria.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno
katiamoreno@grupodoria.com.br

VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA
Célia 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
Piffer Print

CAPA
123RF

BREVE LANÇAMENTO



PERSPECTIVA ILUSTRADA DA PORTARIA

ODE

PERDIZES

UMA HOMENAGEM
A SUA VIDA.

SOFISTICAÇÃO,
PERSONALIDADE
E HARMONIA.
UMA VERDADEIRA
HOMENAGEM A VOCÊ.

APTOS. DE 156M²

4 DORMS. ou 3 SUÍTES
(C/ 2 SUÍTES)

VISITE O STAND: RUA BARTIRA, 856
TELEFONE: (11) 4118-2355



APONTE A CÂMERA
DO CELULAR PARA
O QR CODE E SAIBA MAIS

TEGRAINCORPORADORA.COM.BR/ODEPERDIZES

FUTURAS INTERMEDIações:

REALIZAÇÃO:

TEGRA
Vendas

Lopes

PAULO MAURO
CONSULTORIA E VENDAS

PAULO MAURO
CONSTRUTORA

TEGRA
INCORPORADORA

BREVE LANÇAMENTO "CONDOMÍNIO ODE PERDIZES". Incorporadora responsável: TGSP-64 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, com sede nesta Capital, na Avenida das Nações Unidas, nº 14.261, 14º e 15º andares, Condomínio W Torre Morumbi, Bairro Vila Gertrudes, CEP 04794-000, inscrita no CNPJ/MF sob nº 33.149.359/0001-84. Projeto arquitetônico: Jonas Birger. Projeto paisagístico: Núcleo Paisagismo. Projeto de arquitetura de interiores: Débora Aguiar. Sua comercialização será realizada somente após o registro do memorial de incorporação no cartório de registro de imóveis competente. As informações constantes no memorial de incorporação e nos futuros instrumentos de compra e venda prevalecerão sobre as divulgadas neste material. Todas as imagens e perspectivas aqui contidas são meramente ilustrativas. As tonalidades das cores, formas e texturas podem sofrer alterações. Os acabamentos, quantidade de móveis, equipamentos e utensílios serão entregues conforme o memorial descritivo do empreendimento e projeto de decoração. Os móveis e utensílios são sugestões de decoração com dimensões comerciais e não fazem parte do contrato de aquisição da unidade. As medidas dos apartamentos são internas e de face a face. A vegetação exposta é meramente ilustrativa, apresenta o porte adulto de referência e será entregue de acordo com o projeto paisagístico, podendo apresentar diferenças de tamanho e porte. Demais informações estarão à disposição no plantão de vendas. Este material é preliminar e está sujeito a alteração sem aviso prévio. *Os stands de vendas estão funcionando com horário restrito e com capacidade de 40% de sua ocupação total. Horário de funcionamento: das 10h às 21h. A entrada de clientes nos stands se dará mediante a aferição da temperatura, higienização das mãos e uso de máscara facial. Caso o protocolo não seja respeitado ou o cliente apresente temperatura corporal acima de 37,5°, a entrada no stand de vendas será vedada.



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR

FÁBIO COELHO

LIDERANÇA INOVADORA

PRESIDENTE DO GOOGLE BRASIL CELEBRA UMA DÉCADA NO CARGO E A CONSOLIDAÇÃO DO PAÍS ENTRE OS PRINCIPAIS MERCADOS PARA OS PRODUTOS DA COMPANHIA – COMO O ANDROID, QUE ESTÁ EM NOVE DE CADA 10 CELULARES DOS BRASILEIROS



SAMUEL K

Engenheiro civil e administrador de empresas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Fábio Coelho ocupou posições de liderança no mundo da internet e no mercado de telecomunicações, serviços financeiros e produtos de consumo em companhias como Citibank, P&G e Pepsico. Também trabalhou durante mais de 10 anos nos Estados Unidos como presidente do negócio digital da AT&T.

Desde o seu retorno ao Brasil, em 2010, o executivo trabalha para estimular o ecossistema digital local. Hoje, Coelho celebra uma década como presidente do Google no país - ele também acumula a vice-presidência do Google Inc desde 2015 - e os resultados que a empresa tem atingido regionalmente de modo a auxiliar a vida das pessoas e dos empresários, além de facilitar o acesso à tecnologia e à internet.

Nesta entrevista exclusiva à Revista LIDE, o líder de mais de 1.200 *googlers* (apelido dado aos funcionários da companhia) que trabalham no Brasil, fala sobre a importante posição de mercado que o país ocupa, esmiúça suas raízes sustentáveis e explica, também, o desafio de combater a proliferação das fakes news.

Revista LIDE: Qual será o papel da tecnologia na recuperação econômica e como os serviços do Google podem ajudar neste processo?

FÁBIO COELHO: A pandemia acelerou a transformação digital de empresas e nosso foco tem sido ajudar nossos clientes a fazer melhor uso da internet e de nossas ferramentas para potencializar seus negócios. Estamos presentes em toda a jornada digital das empresas e oferecemos ferramentas gratuitas, como o Google Meu Negócio, para ajudar os

pequenos e médios empreendimentos, além de equipes dedicadas a oferecer insights de negócio e serviços para grandes empresas que utilizam nossas plataformas de publicidade. Queremos continuar ajudando as empresas a se conectarem com potenciais clientes, o que é fundamental num período de incerteza como o que estamos vivendo.

Uma parte importante de nossas iniciativas são os treinamentos e capacitação para empreendedores por meio de programas como o Cresça com o Google, que os ajuda com ferramentas e recursos para superar o período de incerteza gerado pela pandemia da Covid-19. Entre os programas está a primeira edição do Cresça suas vendas com o Google que, no ano passado, ajudou mais de 50 mil empreendedores a abrir seu primeiro e-commerce. Além disso, lançamos no mesmo período a Google Academy, hub de lives e treinamentos para ampliar o conhecimento

sobre como aproveitar ao máximo os recursos das nossas plataformas. Até o momento, já realizamos mais de 130 sessões e temos mais de 14 mil horas de conteúdo visualizado.

Qual a participação do Brasil em relação ao desenvolvimento de novos produtos, serviços e investimentos?

Em 15 anos de presença local, o país está entre os cinco principais mercados para nossos principais produtos: Busca, Android, Chrome, YouTube, Maps, Play, Fotos, Drive e Gmail. Além disso, por aqui temos uma diversidade de espaços físicos que existe em poucos lugares no mundo: escritório comercial em São Paulo, Centro de Engenharia em Belo Horizonte, Campus do Google for Startups em São Paulo e Partner Plex para clientes. Além dos Estados Unidos, o Brasil foi o primeiro país a ter todas essas instalações. No total, são mais de 1.200 Googlers e estagiários no país.



DIVULGAÇÃO

Desenvolvemos, por aqui, inovações que foram adotadas em outros países e até globalmente. A colaboração entre a equipe de engenheiros de inovação comercial, gTech, e o time de vendas ao longo desses 15 anos no Brasil, entregaram aos clientes soluções pioneiras para a divulgação de seus serviços e produtos.

Quais são os próximos desafios da companhia no país? Em que operações a empresa deverá direcionar seus esforços?

Estamos focados em contribuir com organizações públicas e privadas, por exemplo, a melhorar a educação por meio da tecnologia. Além disso, estamos comprometidos a ajudar os brasileiros a encontrar emprego, melhorar suas habilidades digitais e ter sucesso por meio de nossos produtos, ferramentas e treinamentos.

Continuamos comprometidos com o Brasil e a manter e crescer nossa presença local por muitos anos. Acreditamos no potencial do país e dos brasileiros, que têm vocação natural para o ambiente digital.

O que você destacaria em relação a resultados mais concretos de seus dez anos à frente da empresa?

No Google, todos os dias ajudamos pessoas e empresas a fazer melhor uso da internet e de nossas ferramentas. Nosso objetivo é oferecer soluções úteis e inovadoras, que realmente ajudem as pessoas a tomarem melhores decisões no seu dia a dia. Isso é fruto de muito trabalho dos googlers e de nossa persistência na busca contínua de ajudar os brasileiros.

Em 2010, as pessoas ainda não tinham fluência no conceito da informação na nuvem: elas entravam na internet, saíam da internet, operavam ainda com o desktop. Hoje, todo mundo está com o smartphone na mão, conectado o tempo todo, buscando informações, fazendo compras, colaborando na nuvem.

O Google contribuiu ativamente para essa transformação, com a criação do sistema operacional Android, que hoje está em nove de cada 10 celulares

em uso no Brasil. O Android foi fundamental para democratizar o acesso dos brasileiros a internet. O sistema operacional permitiu que os fabricantes reduzissem os custos de desenvolvimento, o que ajudou a diminuir o preço dos smartphones no mundo.

Nos últimos cinco anos, 24 milhões de brasileiros foram introduzidos à internet por meio de um dispositivo Android. Hoje, 97% dos usuários de internet no Brasil acessam a internet por meio de um celular, e 51% acessam exclusivamente dessa maneira. Para os brasileiros das classes D/E, o smartphone possui um papel ainda mais significativo, sendo o único meio de acesso para 83% destes usuários.

Quais são as maiores expectativas dos clientes corporativos em relação aos serviços do Google?

Com a evolução da pandemia da Covid-19, muitas empresas brasileiras multiplicaram seus esforços para, por meio da internet, continuarem conectadas aos seus clientes e a web tornou-se uma ferramenta fundamental para a operação delas.

Desde o início da pandemia, nosso foco tem sido ajudar clientes a navegar esse momento de incerteza, com oferta de informações, conselhos estratégicos e ações práticas. E esse esforço passa por ajudarmos nossos clientes a entender a evolução do comportamento dos consumidores brasileiros e a ajustar mais rapidamente suas estratégias, já que vivemos em um contexto onde tudo muda com rapidez e nossa capacidade de prever o que vai acontecer a seguir fica limitada.

O Google sempre teve uma preocupação com pautas ligadas aos princípios ESG. Como isso evoluiu nos últimos dez anos?

Sobre esse assunto, destaco alguns anúncios recentes que fizemos em nível global. A sustentabilidade é um de nossos pilares desde que Larry Page e Sergey Brin fundaram a empresa, há vinte anos. Em 2007, nos tornamos a primeira grande companhia a ser neutra em carbono. Depois, em 2017, também nos tornamos a primeira grande corporação

a igualar nosso uso de eletricidade com 100% de energias renováveis.

Temos a operação mais limpa e eficiente no setor de computação em nuvem, e somos a maior compradora mundial empresarial de energia renovável. Em setembro do ano passado, anunciamos que eliminamos todo o nosso legado de carbono e nos comprometemos a usar energia limpa 24 horas por dia, 7 dias por semana, em todos os nossos data centers e campi do mundo até 2030.

A empresa tem atuado no combate a proliferação de fake news, de que forma isso tem ocorrido? Quais parcerias e projetos já foram realizados ou ainda podem ser lançados?

Desinformação é uma questão complexa que afeta diversos países no mundo. Em todos esses lugares, empresas, governos, pesquisadores e sociedade civil buscam maneiras de lidar com o tema. Até hoje não se chegou a uma solução única, já que se trata de uma questão complexa. No Brasil, não é diferente.

O Google está comprometido no combate à desinformação. Sabemos que em situações como a que estamos passando, o trabalho contra a notícias falsas é ainda mais importante. Nesse período de pandemia, seguimos investindo em tecnologia e na melhoria das nossas plataformas para garantir um ambiente seguro e confiável à comunidade de usuários.

Para ajudar nessa frente de combate ao conteúdo enganoso sobre Covid-19, o Google, por meio do Google News Initiative, destinou cerca de R\$ 21 milhões para o Fundo de Auxílio Emergencial ao jornalismo local e está ajudando financeiramente mais de 400 pequenos e médios veículos jornalísticos no Brasil que produzem conteúdo original voltado a comunidades regionais durante essa crise atual. A imprensa local desempenha um papel importante na cobertura de situações de quarentena e na divulgação de informações sobre saúde pública e o impacto do coronavírus no cotidiano dos cidadãos. ■

MODELO

Geração de energia renovável

A Usina Hidrelétrica Teles Pires, na fronteira dos estados do Pará e Mato Grosso, controlada pela Neoenergia, foi registrada para a emissão de Certificados de Energia Renovável (I-REC, na sigla em inglês). Os títulos poderão ser comercializados e transferidos para empresas que, ao contratá-los, incentivam diretamente a geração de energia limpa, contribuindo com o combate às mudanças climáticas. Essa é uma maneira aceita no mercado financeiro global para demonstrar práticas energéticas sustentáveis e equilibrar emissões de gases de efeito estufa (GEE).



DIVULGAÇÃO

“Queremos que as empresas evoluam nesse processo do ESG, incentivando o uso de produtos verdes, no conceito green bond, que defendemos. E, no tema de diversidade, temos trabalhado isso nos nossos conselhos, a partir da diversidade de gênero, etnia e gerações”.

Gilson Finkelsztain, presidente e CEO da B3, durante Almoço-Debate LIDE com empresários, realizado em julho



CAUE DINIZ



ACESSE AQUI
CONTEÚDO
RELACIONADO
AO TEMA ESG NO
PORTAL LIDERINC

RESPONSABILIDADE

Vivo é a melhor operadora em ESG do Brasil

De acordo com o Ranking Merco de Responsabilidade e Governança Corporativa 2020, que está em sua 7ª Edição, a Vivo é a melhor empresa de telecomunicações em ESG no Brasil. No ranking geral, composto por 100 empresas, a companhia avançou 23 posições em relação ao ano anterior e ocupa a 16ª posição. “A sustentabilidade é um dos pilares estratégicos da Vivo. Desde 2019, somos Carbono Neutro e temos 100% de nossa energia renovável, além de uma jornada robusta em diversidade e do apoio na formação de educadores e alunos nas escolas públicas em todos os estados brasileiros” afirma o vice-presidente de Relações Institucionais e Sustentabilidade da Vivo, Renato Gasparetto.

MOBILIZAÇÃO PELA AMAZÔNIA

JBS VAI INVESTIR ATÉ R\$ 500 MILHÕES EM FUNDO. ABERTO A OUTROS STAKEHOLDERS, META É CHEGAR A R\$ 1 BILHÃO ATÉ 2030

O Fundo JBS pela Amazônia foi criado para fomentar e financiar projetos que visam o desenvolvimento sustentável do Bioma Amazônico, promovendo a conservação e o uso sustentável da floresta. Entre os objetivos estão a melhoria da qualidade de vida da população local por meio da geração de emprego e renda e o desenvolvimento com uso de tecnologia e ciência aplicada. Nesta entrevista, Joanita Maestri Karoleski, presidente do Fundo JBS pela Amazônia, explica a iniciativa, seu funcionamento e projeções futuras.

Como ocorre a captação dos recursos para o Fundo?

A JBS constituiu o Fundo JBS pela Amazônia, e fará durante os primeiros cinco anos o aporte de R\$ 250 milhões. Ela convida seus stakeholders para contribuírem com o Fundo, e também se comprometeu a igualar a contribuição feita a cada doação de terceiros até atingir R\$ 500 milhões. A meta é levar os recursos do Fundo a um total de R\$ 1 bilhão até 2030, a partir do investimento de pessoas físicas, empresas e atores do sistema financeiro.

O Fundo anunciou recentemente seis projetos selecionados para receber R\$ 50 milhões. Qual o papel desses parceiros?

As seis primeiras iniciativas escolhidas pelo Fundo JBS pela Amazônia trabalharão uma ampla gama de atividades no bioma que contempla 5 milhões de quilômetros quadrados de florestas. Eles têm o propósito de desenvolver a bioeconomia na região, agregando valor aos produtos naturais, por meio do desenvolvimento científico e tecnológico, gerando renda para as comunidades e preservando a floresta. Os projetos terão impactos na conservação e preservação de áreas de florestas e no desenvolvimento socioeconômico da região. Cerca de 14 mil famílias serão beneficiadas com a geração de novos empregos e melhoria dos negócios. Haverá redução das emissões de gases do efeito estufa graças à assistência técnica para adoção de novas técnicas agrícolas e de sistemas pecuários intensificados.

Como você chegou ao comando do Fundo JBS pela Amazônia?

Eu sempre quis atuar na área da sustentabilidade. Acredito que esse ca-



Joanita Maestri Karoleski é presidente do Fundo JBS pela Amazônia

minho começou a ser trilhado depois que fui convidada para comandar o projeto Fazer o Bem Faz Bem, programa de responsabilidade social da JBS que investiu R\$ 400 milhões no combate à pandemia de Covid-19. Foi um programa que provou que a iniciativa privada pode ajudar na transformação do Brasil. Depois disso, atuar na área de sustentabilidade tornou-se o próximo passo.

Quais são seus planos para o futuro?

Meu objetivo é continuar trabalhando para ver esse projeto se desenvolver. Porque entendo que é possível o desenvolvimento socioeconômico das comunidades mantendo a floresta em pé. E convido todos a saber mais sobre o projeto: fundojbsamazonia.org/.

SPFWN51

Mais um ano de sucesso!

Temos orgulho em dizer que fizemos mais uma edição do São Paulo Fashion Week acontecer on-line. Agradecemos pela confiança para a realização do evento, que foi um sucesso, e estamos ansiosos para outras edições.



Ainda dá tempo de acompanhar o que aconteceu durante os 5 dias de transmissão. Acesse o YouTube do SPFW e assista.



rce digital

Acesse: rce digital.com.br



Confiança se constrói

ESCOLA PARA O FUTURO

EDUCAÇÃO DE QUALIDADE ENVOLVE TECNOLOGIA, CRIATIVIDADE E A JUNÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS E DEMANDAS DO MERCADO DE TRABALHO

Empresa do ramo de aprendizado, a Pearson divulgou o resultado da pesquisa *Global Learner Survey 2021*, em que foram ouvidas milhares de pessoas em vários países para identificar percepções e expectativas sobre educação. Conforme o relatório, no Brasil, 67% dos estudantes universitários consultados afirmaram ter desenvolvido tanto habilidades técnicas, como competências tecnológicas e digitais, quanto comportamentais, incluindo adaptação, flexibilidade e automotivação, durante a pandemia. Os entrevistados disseram também que enxergam mais valor em sua formação hoje do que jamais antes.

“A pandemia da Covid-19 trouxe à tona grandes incertezas relacionadas ao universo do trabalho, não só pelo medo de a crise levar à perda de emprego como também pelas mudanças que vieram e ainda virão no que diz respeito



Aula Maker no Colégio Concept, em São Paulo: instituição investe em atividades lúdicas e manuais ao mesmo tempo que capacita seus alunos por meio de metodologias disruptivas

a formas de trabalhar e novas habilidades que serão demandadas dos profissionais”, afirma Juliano Costa, vice-presidente de Produtos Educacionais da Pearson Latam. “Com isso, a valorização da educação aumenta à medida em que as pessoas enxergam nela o caminho que as levará a estarem preparadas para responder a esses desafios”, pondera.

Bases sólidas

Para sedimentar a estrada dos jovens e futuros profissionais brasileiros, a Escola Concept, Instituição de educação básica pertencente ao Grupo SEB, pesquisou sobre metodologias ao redor do mundo, em busca de inspirações e referências para construir uma escola de inovação no país. “Acreditamos que a aprendizagem contínua é a chave para uma vida de sucesso, queira o estudante tornar-se um especialista ou mudar o curso de sua carreira à medida que desenvolve seu percurso profissional. Por isso, o termo que mais usamos é *lifelong learning*. Os estudantes se conscientizam de que o aprendizado estará sempre presente em suas vidas e para isso aconteça na prática, eles precisarão ter acesso a várias oportunidades para desenvolver conhecimentos específicos”, diz Priscila Torres, diretora geral da Escola Concept.

Os estudantes da instituição entendem como o que estudam na escola se conecta com a vida, numa perspectiva local e também global. “Temos pilares acadêmicos na Escola Concept, que resumem quatro grandes tendências: Sustentabilidade, Fluência Digital, Empreendedorismo e Colaboração. Em uma frase, elegemos esses pilares porque queremos ver jovens colaborando e produzindo em equipe, que tenham espírito empreendedor para liderarem suas jornadas, entendam o que significa exercer sua cidadania, escolham viver de forma sustentável e naveguem com fluência neste mundo globalizado e digital”, finaliza Priscila.



DIVULGAÇÃO

“Queremos ver jovens colaborando e produzindo em equipe, que tenham espírito empreendedor para liderarem suas jornadas, entendam o que significa exercer sua cidadania”

Priscila Torres, diretora geral da Escola Concept

Quantidade e qualidade

O professor associado da Fundação Dom Cabral, Paulo Vicente prevê que as escolas do futuro funcionarão de maneira parecida com estúdios de televisão ou de cinema, sendo uma resposta para o enigma de como oferecer educação de alta qualidade em ampla escala, ou seja, para milhões de pessoas.

“O modelo de escola estúdio só é possível se for entregue a distância. Por isso, deve contar fortemente com o aprendizado por meio de experiências, majoritariamente no formato de vídeos, games, simulações e laboratórios virtuais”, detalha. Segundo Vicente, essas atividades

compensariam a falta de interação física à medida que podem também ser oferecidas em grupo.

O professor acredita ainda que uma redução nos custos das escolas deve permitir o aumento da demanda, algo que pode gerar mais empregos. “Além dos professores e outros cargos que compõem o modelo tradicional, serão necessários profissionais para programar inteligências artificiais, criar conteúdos, orientar alunos, ministrar palestras, entre outros. O setor vai precisar de uma combinação de competências”, analisa.

Atualização

A plataforma digital LIT, da Saint Paul Escola de Negócios, passou a oferecer cursos, trilhas e aulas ao vivo com foco no *reskilling* – no aprendizado das competências e habilidades essenciais e urgentes – para um novo cenário corporativo. Um dos objetivos com a junção dessa ferramenta com o conceito é proporcionar caminhos que façam sentido para o desenvolvimento pessoal e profissional de cada indivíduo.



DIVULGAÇÃO

UPSKILLING E RESKILING

Pensando em inovação e tendências na área de talentos, uma pesquisa do Global Sentiment 2021 diz que a principal tendência na área de desenvolvimento em 2021 são: *upskilling* e *reskilling*. Flora Alves, CLO da SG – Aprendizagem Corporativa, explica que *upskilling* é basicamente “aprimoramento”, um desenvolvimento em campo que já possui certo domínio.

Para *reskilling*, a tradução aproximada é “requalificação”, o que significa, essencialmente, aprender novas habilidades a fim de tornar-se apto a realizar um trabalho diferente. “Upskilling pode te ajudar a crescer e agregar mais valor à organização ou se tornar mais atrativo como candidato para as companhias durante processos seletivos. *Reskilling*, por sua vez, serve como um ‘ajuste de rota’, para chegar mais perto do que um profissional quer ou deseja. Não importa qual faça mais sentido para você, é importante não deixar de investir no próprio desenvolvimento em qualquer fase que esteja”, indica.

“Além dos professores e outros cargos que compõem o modelo tradicional, serão necessários profissionais para programar inteligências artificiais, criar conteúdos, orientar alunos, ministrar palestras, entre outros”

Paulo Vicente, professor associado da Fundação Dom Cabral

O último relatório do Futuro do Trabalho do Fórum Econômico Mundial mostrou que a pandemia acelerou consideravelmente a disrupção nos negócios, com a previsão de 85 milhões de empregos extintos. Foram entrevistados mais de 7,7 milhões de executivos de setores diversos espalhados por 26 países. Adriano Mussa, co-criador e diretor acadêmico e de inteligência artificial do LIT, avalia que a pesquisa revela o impacto direto dessas mudanças nos empregos existentes e na necessidade do desenvolvimento de competências diferentes para se manter relevante na nova economia.

“Já vínhamos presenciando uma disrupção nos negócios muito forte nos últimos anos. Vimos empresas que romperam com os setores da hotelaria, transporte, alimentício e educação. Metodologias ágeis de trabalho foram definidas para modificar a maneira

que fazemos negócios e isso impactou nosso *modus operandi*. Dessa forma, não precisamos mais esperar o futuro chegar pois já estamos vivenciando ele. Agora, com o rompimento de alguns setores, é preciso encontrar formas de já estar pronto e se manter relevante no mercado de trabalho com novos *skills*”, enfatiza.

Dinamismo

Outro dado em destaque presente no Relatório do Futuro do Trabalho do Fórum Econômico Mundial é o que aponta que 84% das empresas esperam que os seus colaboradores desenvolvam as novas competências por conta própria. Para isso, 62% dos colaboradores das empresas receberam treinamento, mas apenas 42% (o equivalente a 26% deste total), fizeram os processos de *reskilling*. Para Adriano, com o investimento em tecnologias, novas competên-

cias surgem e em uma janela única de oportunidades. É preciso ser ágil e lembrar que educação é o único caminho para a coesão social e o sucesso econômico: “Apenas 37% dos trabalhadores têm as competências digitais mínimas requeridas para a nova economia e, por conta da baixa similaridade com outras competências já existentes no mercado, o tempo médio para se desenvolver uma nova competência aumentou. No caso de *machine learning*, por exemplo, são necessários cerca de 80 dias de treinamento já que as competências mais velhas exigem em torno de 40 dias”, explica.

Em movimento

Focados no conceito que envolve novas tecnologias e as exigências do mercado de trabalho globalmente, o Cel.Lep foi a primeira escola de idiomas no Brasil a adquirir uma rede de unidades de programação, a *MadCode*, em

GESTÃO EDUCACIONAL

A Lenovo uniu-se à Gennera e SAP para facilitar o trabalho de gestores e profissionais de educação e simplificar a aprendizagem de estudantes de ensino fundamental, médio e superior, por meio da utilização de soluções inovadoras. Um exemplo disso é o recurso LanSchool, software disponibilizado pela empresa e que ajuda professores a se conectarem com alunos dentro do espaço digital para criarem experiências mais significativas on-line, na sala de aula e remotamente. A ferramenta permite ainda monitorar e proteger os dispositivos dos alunos, facilitando a comunicação, o compartilhamento de tela e o gerenciamento do dispositivo para ajudar no aprendizado.

“Apenas 37% dos trabalhadores têm as competências digitais mínimas requeridas para a nova economia”

Adriano Mussa, co-criador e diretor acadêmico e de inteligência artificial do LIT, plataforma da Saint Paul Escola de Negócios



DIVULGAÇÃO

Espaço físico de atividades e aulas da Saint Paul Escola de Negócios: com o fim da pandemia, a reaproximação dos estudantes também criará novas dinâmicas de ensino



DIVULGAÇÃO



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR

Infraestrutura do Cel.Lep garante segurança, alta tecnologia e suporte de ensino imediato



“Criamos diversos recursos digitais, entre eles o Cel.Lep Virtual, que manteve toda a abordagem e a metodologia do Cel.Lep, pautadas em recursos presenciais, na interação entre professores e alunos e na comunicação direta”

Alexandre Garcia, CEO do Cel.Lep



FOTOS: DIVULGAÇÃO

2017, prevendo de antemão a importância do *coding* como uma das habilidades essenciais com a fluência do segundo idioma para ampliar o conhecimento. Alexandre Garcia, CEO do Cel.Lep, conta que a escola se transformou em um *learning center* e integrou essas duas linguagens, além de outros conceitos, como o *Project Based Learning* (PBL) e mais 17 objetivos de desenvolvimento sustentável da agenda 2030 da ONU, em seus novos cursos Kids e Teens Experience, que compõem um programa para incentivar o aprendizado e aprimoramen-



DIVULGAÇÃO

Novas habilidades

Explorar potenciais e capacitar pessoas para o mercado de trabalho, sobretudo em um período de imensos desafios impostos por uma pandemia, estão na essência da plataforma Ensina, ação de *mobile learning* da FS Security. Com sede em São Paulo e 100% nacional, a empresa, que nasceu e se consolidou como uma desenvolvedora de soluções em segurança digital, aposta este ano também na plataforma como ferramenta de cursos rápidos, sem burocracia e com uma forte pegada de educação financeira – não por acaso, os cursos voltados a empreendedorismo e finanças pessoais estão entre os mais buscados no Ensina. “Os desafios com a pandemia reforçaram a importância do auto-aprendizado pelas adaptações a este novo mercado de trabalho que emerge desse contexto histórico. Na FS, acompanhamos essas tendências e as trabalhamos em produtos como o Ensina, que capacitam e estimulam novas habilidades”, analisa o empresário Alberto Leite, sócio-fundador da FS Security.

to das quatro habilidades da língua inglesa. A iniciativa também está associada às vivências com o desenvolvimento de projetos, passando pelo raciocínio lógico e assuntos relacionados à tecnologia e design, como o desenvolvimento de aplicativos.

“Criamos diversos recursos digitais, entre eles o Cel.Lep Virtual, que manteve toda a abordagem e a metodologia da escola, pautadas em recursos presenciais, na interação entre professores e alunos e na comunicação direta, componentes cruciais para o apren-

dizado da língua estrangeira, bem como o Cel.Lab, nossa nova plataforma de aprendizagem gamificada da língua inglesa, uma evolução do tradicional laboratório de línguas, agora com um visual mais contemporâneo, com mais foco na autonomia do aluno e disponibilizada on-line. A plataforma também faz parte dos cursos *In Company*, que oferecem inglês para negócios desde a primeira aula, em turmas reduzidas ou mesmo individuais, de acordo com os objetivos da empresa parceira”, detalha. ■

ALICERCES DO BRASIL

SOCIEDADE CIVIL E ESPECIALISTAS SE MOBILIZARAM PARA REDUZIR DANOS CAUSADOS PELO FECHAMENTO DAS ESCOLAS E UNIVERSIDADES

Após mais de um ano de pandemia, milhares de alunos continuam fisicamente longe das salas de aula. A decisão por classes remotas ocorreu em várias nações no mundo, entretanto, o Brasil foi um dos países onde as escolas ficaram fechadas por mais tempo e, ainda hoje, vários estados mantêm o ensino de maneira virtual, enquanto outros equilibram de forma híbrida. Segundo um estudo realizado pelo Instituto Unibanco e o Insper, as mudanças nos cronogramas escolares durante o período da pandemia da Covid-19 devem trazer impactos negativos e levar a perda de renda de R\$ 700 bilhões - um décimo do PIB do país - para a geração de estudantes brasileiros que passou 2020 em ensino remoto.

DIVULGAÇÃO



Entrada dos candidatos para o primeiro dia de provas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) 2020, na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), na zona norte do Rio, realizado em janeiro deste ano

Para o Movimento Escolas Abertas, há uma previsão de que as perdas cognitivas, decorrentes do fechamento das unidades em 2020, serão somente recuperadas daqui a quatro anos. O movimento nasceu de uma iniciativa de pais e mães de alunos para que a educação fosse considerada como serviço essencial e as aulas presenciais fossem retomadas de maneira segura para estudantes, educadores e famílias, seguindo todos os protocolos definidos pelas autoridades sanitárias. Fundado por Lana Romani, Vera Vidigal e Isabel Quintella, o grupo cresceu, se fortaleceu e ganhou visibilidade em janeiro de 2021.

“Há muito tempo, é sabido que o desenvolvimento econômico e social de um país tem início nos bancos da escola. Os números que refletem a desigualdade social do Brasil já eram gritantes antes da pandemia, e com o fechamento das escolas por mais de um ano, houve agravamento dessa situação. Há estudos que demonstram que 50% da desigualdade brasileira é determinada pelo nível educacional da sua população. Ou seja, com o fechamento recorde das escolas no Brasil, infelizmente, essa desigualdade social só tende a aumentar”, analisam as criadoras do Escolas Abertas.

Desafios universitários

Em março do ano passado, a Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP) foi uma das primeiras instituições acadêmicas a interromper as atividades presenciais. Em poucos dias, os professores passaram a lecionar virtualmente, experimentando novos formatos de aulas e dinâmicas em grupo. No período antes da pandemia, os professores foram capacitados a conhecer novos recursos tecnológicos e explorar uma experiência flexível no modelo de aprendizagem para os alunos. Isso pode ter ajudado consideravelmente no processo de transição, embora houvesse um grande receio de como seria a participação dos alunos, no começo.

“Com a compreensão das possibilidades permitidas no cenário da pandemia, os alunos foram se engajando aos novos formatos de interação com o professor e com os colegas. Evoluímos para cobrar a abertura de câmeras e interações mais efetivas, produções de trabalhos em equipes virtuais com ótimos resultados, entre diversas outras experiências que variam de acordo com as necessidades de cada conteúdo e prática”, conta Rogério Massaro Suriani, assessor especial para assuntos acadêmicos da FAAP.



Rogério Massaro Suriani, assessor especial para assuntos acadêmicos da FAAP

FERNANDO SILVEIRA



Mayra Ivanoff Lora, diretora pedagógica do Colégio Bandeirantes

DIVULGAÇÃO

Fator emocional

Diante da pandemia, o primeiro grande desafio do tradicional Colégio Santa Cruz, foi encontrar um modo de tornar as atividades da escola que oferece cursos de Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio de maneira totalmente remota. Ao mesmo tempo em que professores e toda a equipe de educadores precisaram aprender a utilizar diferentes ferramentas, também foi necessário amenizar o desgaste desses ambientes.

“Passados os primeiros seis meses, foi possível construir um domínio das principais ferramentas e do ajuste da rotina. A partir daí o principal desafio passou a ser cuidar dos vínculos escolares, da motivação e do desgaste emocional. Procuramos cuidar da percepção de pertencimento a um grupo escolar, buscamos evidenciar os afetos, uma vez que as relações

de ensino e aprendizagem pressupõem vínculos afetivos”, destaca Marina Nunes, diretora do Ensino Médio do Colégio Santa Cruz.

Para Mayra Ivanoff Lora, diretora pedagógica do Colégio Bandeirantes, instituição reconhecida pelas altas aprovações em vestibulares, o principal ponto negativo da pandemia foi privar os alunos da convivência social. “Essa convivência não tem como substituir remotamente, e para além dessa questão toda de outras habilidades, vamos dizer assim, têm as discussões, trabalhos em grupos, mesmo aulas mais tradicionais, dialogadas, em que a presença física, o professor trocando o olhar com o aluno. Com esta troca, o professor sabe se ele entendeu ou não, entende o que precisa melhorar. O modo presencial é insubstituível, principalmente quando falamos de educação”, enfatiza. ■

VIRANDO A PÁGINA



À FRENTE DA SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, ROSSIÉLI SOARES ATUA PARA RESGATAR O TEMPO PERDIDO PELOS ESTUDANTES

O fechamento prolongado das escolas preocupa, diante dos indicadores que medem o nível de desigualdade social no país. O cenário ainda pode se agravar nos próximos anos por causa da pandemia de Covid-19. No intuito de controlar a situação, o secretário de Educação do Estado de São Paulo, Rossiéli Soares da Silva, ao lado do governador João Doria, quer implantar medidas para atenuar este quadro e retomar as aulas de maneira plena e eficiente.

Mestre em Gestão e Avaliação da Educação Pública, Soares foi Ministro da Educação, em 2018, e Secretário de Educação Básica do MEC, em 2016. Também foi Secretário de Educação do Estado do Amazonas e atuou como vice-presidente do Conselho Nacional de Secretários Estaduais de Educação. Nesta entrevista, o gestor reflete sobre este período histórico que tem marcado a escola pública, os avanços no uso da tecnologia e os próximos passos para educar uma geração de crianças e adolescentes impactados pela crise.

REVISTA LIDE: **QUAL O MAIOR APRENDIZADO QUE A PANDEMIA TROUXE NO QUE TANGE PLANEJAMENTO EDUCACIONAL DENTRO DO ENSINO PÚBLICO?**

ROSSIÉLI SOARES DA SILVA: A crise sanitária ainda não passou, mas podemos dizer que o principal desafio que enfrentamos foi a oferta de aulas on-line, em um curto espaço de tempo. Começamos essa adaptação por meio do Centro de Mídias SP, iniciativa da secretaria estadual de Educação usada com a formação dos profissionais da rede escolar pública. Pela experiência que tivemos no Amazonas, onde o Centro de Mídias já é realidade, conseguimos, em pouco tempo, preparar o ambiente para usar a tecnologia a nosso favor. Não era – e nem é – fácil. Sabemos das desigualdades sociais, por isso criamos um aplicativo, negociamos com as operadoras telefônicas e oferecemos internet de graça aos alunos mais pobres e colocamos as aulas em dois canais de televisão. E estamos preparando um reforço para quem não conseguiu acompanhá-las, pois ninguém pode ficar para trás.

Se não tivermos os investimentos e as políticas necessárias no enfrentamento a esta pandemia, será uma conta que teremos que pagar nos próximos 30 anos pelo menos

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL IMPACTOU DIVERSOS SETORES. COMO A SECRETARIA ESPERA UTILIZAR OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS PARA MELHORAR A RELAÇÃO ESCOLA-ALUNO NOS PRÓXIMOS ANOS?

O uso das tecnologias digitais na educação básica veio para ficar, não tem volta. O ensino híbrido se tornará uma realidade cada vez mais consolidada e abrangente na educação básica pública. A pandemia forjou as condições objetivas para este avanço. As tecnologias facilitam muito o trabalho dos professores, ampliam as bases de acesso ao conhecimento para os estudantes e conectam de maneira mais fácil a escola com as famílias.

COMO PREVÊ A ESCOLA DO FUTURO?

Cada vez mais colaborativa e tecnológica, tendo sempre o aluno no ponto central do aprendizado, e o professor é a figura fundamental neste processo. No início da pandemia, muitos falavam que o professor seria substituído pela tecnologia. No entanto, vimos exatamente o oposto. Reforçando a importância que estes profissionais têm em nossa sociedade.

EM SUA TRAJETÓRIA ACADÊMICA E PROFISSIONAL, O QUE FOI MAIS IMPORTANTE E AJUDOU A ENCARAR ESTE MOMENTO DE CRISE?

Diálogo com os servidores da rede pública. Para se ter uma ideia, nós promovemos conversas com professores em mais de 70 *lives*, com cerca de duas horas de duração, pelo aplicativo do Centro de Mídias. Imaginem o alcance disso para uma rede com 3,5 milhões de alunos e 250 mil servidores da educação? Presencialmente, numa rede tão grande como a nossa, é impossível chegar em tantas pessoas garantindo a qualidade e a clareza da mensagem. Mas na Educação, o debate faz parte do cotidiano. Políticas bem-sucedidas na área contaram com sugestões e ampla discussão desde o chão da escola até o tomador de decisão. Foi assim, por exemplo, com a Base Nacional Comum Curricular e com todos os debates, que sempre trouxeram opiniões contrárias, e que merecem ser ouvidas.



Aluna da Escola Estadual Professor Armando Bellegard, na cidade de Bertioga. Notebooks ajudam na retomada das aulas

DANIEL GUIMARÃES / EDUCAÇÃO SP



DIVULGAÇÃO / GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Avanço na vacinação garante boas perspectivas para a retomada plena das atividades escolares em São Paulo

JÁ EXISTE PREOCUPAÇÃO COM O AUMENTO DOS ÍNDICES DE EVASÃO ESCOLAR DEVIDO À PANDEMIA? COMO ENGAJAR O ALUNO A RETORNAR À ESCOLA?

Serão 11 anos para recuperarmos a aprendizagem perdida em Matemática durante a pandemia nos anos iniciais do ensino fundamental. Estudantes do 5º ano da Rede Estadual perderam habilidades que já haviam adquirido. Hoje, um aluno com 10 anos tem desempenho pior do que ele tinha aos 8. E a escola de tempo integral será a medida cada vez mais importante para avançarmos com a nossa educação. Por isso, passaremos de 42 escolas de tempo integral do 1º ao 5º para 223 novas unidades no total, um aumento de 460%. Além de ser fundamental para os estudantes, essas instituições também contribuem para apoiar suas famílias. Porque pais, mães e responsáveis sabem que seus filhos estão em segurança na escola, fazendo refeições na própria unidade escolar e aprendendo mais.

O QUE FALTA PARA O ENSINO PÚBLICO GANHAR PROTAGONISMO COMO AGENTE INFLUENCIADOR DA ECONOMIA E REDUZIR DESIGUALDADES?

A Reforma do Ensino Médio, que estamos implementando neste ano aqui em São Paulo, tem um foco muito grande no protagonismo do estudante e objetiva aproximá-lo das transformações da sociedade, do mercado de trabalho, oferecendo um currículo mais flexível. A proposta considera, em especial, três frentes: o desenvolvimento do protagonismo e do Projeto de Vida dos estudantes, a valorização da aprendizagem com a ampliação da carga horária de estudos e a garantia de direitos de aprendizagem comuns. Qualquer país que se tornou desenvolvido, obteve esse feito com investimento em educação. Principalmente após grandes traumas como este período pandêmico. O bônus demográfico do Brasil está diminuindo a partir do final de 2022 e perder essa geração será uma catástrofe. Se não tivermos os investimentos e as políticas necessárias no enfrentamento a esta pandemia, será uma conta que teremos que pagar nos próximos 30 anos pelo menos. ■

ESPAÇO PARA CRESCER

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
INFLUENCIA O APRENDIZADO
CONTÍNUO E DEVE AJUDAR NA
RECOLOCAÇÃO DE PROFISSIONAIS
NO PÓS-PANDEMIA

Novo estudo do IBM Institute for Business Value (IBV) revelou que um em cada quatro profissionais pesquisados globalmente planeja mudar de empregador em 2021. Mesmo com a economia global tendo uma perda equivalente a 255 milhões de empregos ao longo de 2020, a pesquisa mostra que as mudanças voluntárias de trabalho e o desenvolvimento de habilidades continuam sendo uma prioridade no mercado de trabalho, já que os funcionários buscam mudanças de carreira devido às paralisações causadas pela pandemia de Covid-19.

“Diante de um mundo em constante transformação, que demanda por profissionais que possam responder de forma ágil e eficiente aos novos desafios de mercado, a mentalidade de aprendizado contínuo é fundamental para que profissionais e empresas consigam se manter relevantes”, comenta Eliana Mota, líder de learning para IBM Brasil. Segundo a especialista, é preciso que as empresas possuam estratégia de aprendizado conectada à estratégia de negócios. “Como uma empresa de tecnologia, nosso foco são os imperativos estratégicos, jornadas de indústria, liderança e skills compor-



tamentais relevantes hoje e para o futuro. Para que esse conteúdo chegue aos funcionários, apostamos na comunicação contínua e nas diferentes interações que as lideranças têm junto aos seus times”, complementa.

Antes da pandemia, Eliana acredita que as empresas, em sua maioria, não olhavam a transformação digital de seus negócios como prioridade e, com ela, passaram a ver a necessidade latente de incluir esse tema na agenda. “Na IBM, já tínhamos uma

cultura de *learning* digital que oferecia aos funcionários treinamento *on demand*, porém também havia em nosso portfólio ofertas 100% presenciais. Com a pandemia, revisitamos alguns treinamentos e conseguimos aumentar o consumo de conteúdos de forma digital. Além disso, capacitações que já eram em ambientes virtuais tiveram as dinâmicas de sala de aula aprimoradas, para ficarem ainda mais próximas da experiência presencial”, detalha.

Novos planos

A tendência da busca por capacitação, ou seja, o *lifelong learning*, é vista no Relatório do Futuro do Trabalho, publicado em 2020, pelo Fórum Econômico Mundial. O estudo mostrou que o aprendizado e o treinamento on-line estão em ascensão. E que houve aumento de quatro vezes no número de indivíduos que buscam oportunidades para aprender virtualmente por iniciativa própria, aumento de cinco vezes na oferta de oportunidades de aprendizagem digital para os trabalhadores e aumento de nove vezes na matrícula para os alunos que acessam o aprendizado de programas governamentais.

A HSM University, plataforma 100% on-line de cursos livres e pós-graduação foi impulsionada pelos novos tempos e lançou muitas novidades neste ano. Desde abril, a marca oferece aos estudantes dez novos cursos de pós-graduação, que conta com experts renomados e uma nova metodologia, ainda mais voltada para as principais competências exigidas

“Estamos alinhados com a demanda das novas habilidades exigidas pelo ambiente corporativo e temos expertises para capacitar o nosso público”

Reynaldo Gama, CEO da HSM e CO CEO da SingularityU Brazil



DIVULGAÇÃO

pelo mercado de trabalho. Os cursos são focados nas áreas de marketing, finanças e contabilidade, logística e tecnologia, que se mostram promissoras no cenário atual.

“Estamos alinhados com a demanda das novas habilidades exigidas pelo ambiente corporativo e temos expertises para capacitar o nosso público. A proximidade com grandes líderes e executivos há mais de 30 anos, facilita o entendimento do que eles buscam para suas organizações”, ressalta Reynaldo Gama, CEO da HSM e CO CEO da SingularityU Brazil.

Os cursos de pós-graduação contam com novas metodologias e ferramentas que contribuirão para o desenvolvimento dos profissionais. Na versão 2.0, serão estruturados a partir de três vertentes: Competências Core, concentradas no objetivo de formação; Mindset, fundamentos e bases teóricas e Soft Skills, aprendizados em comunicação, criatividade, equipe e entre outros. “Cada vez mais o *lifelong learning* tem se tornado essencial para todos os profissionais. Todos os dias o mercado de trabalho passa por mudanças e traz novas tecnologias, serviços, produtos e conceitos. Por isso, é imprescindível estar sempre se atualizado e expandindo o conhecimento para diferentes áreas”, finaliza Gama.

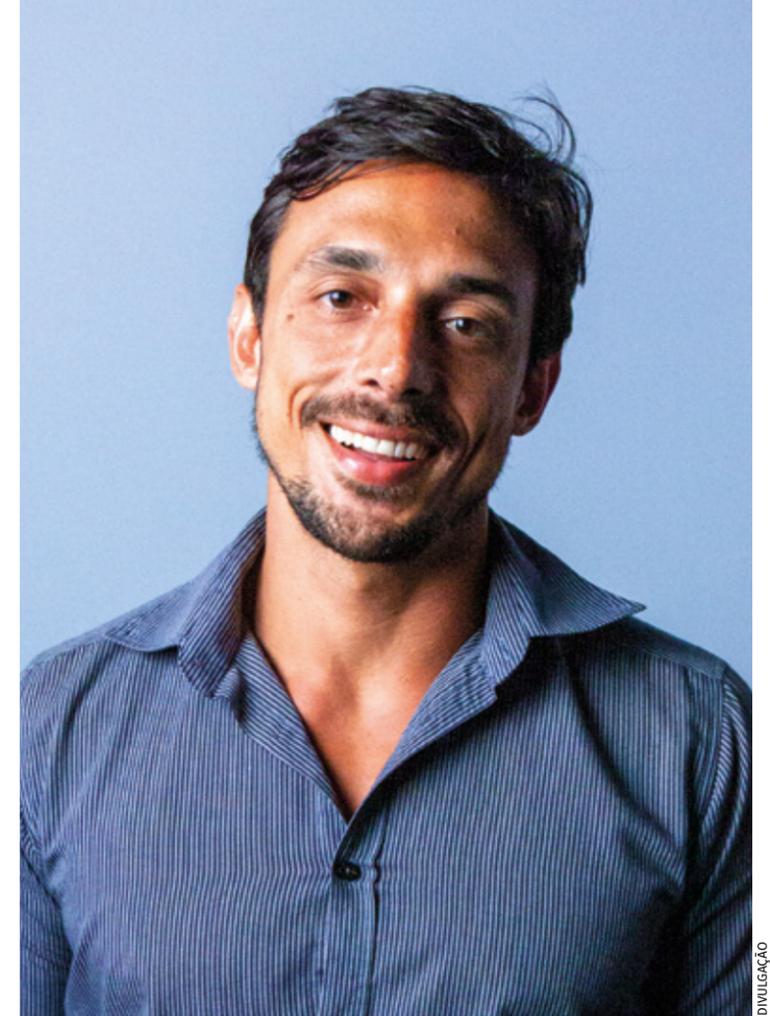
Mais saúde

A pandemia do novo coronavírus também mostrou a importância da capacitação e atualização na área médica. Neste sentido, a Dasa Educa oferece a profissionais da área da saúde das redes públicas e privadas do Brasil acesso gratuito a conteúdos científicos de qualidade, para contri-

buir com a transformação da saúde no país. Desde o começo de maio, todos os conteúdos da plataforma passaram a ser disponibilizados dentro de um único portal, que centraliza as informações multimídia.

O novo portal do Dasa Educa foi desenvolvido em parceria com a Afya Educacional, que fornece a tecnologia e expertise no desenvolvimento de plataformas de educação mediada por tecnologia, e foi pensado e criado para apoiar os profissionais

do setor de saúde em sua jornada de aprendizagem. Guilherme Fonseca de Almeida, diretor de soluções corporativas da Afya Educacional, ressalta que todo o ambiente foi idealizado para colocar o médico no centro da sua jornada de aprimoramento profissional. “Com uma interface amigável e acesso fácil pelo computador ou celular, damos oportunidade para que o médico possa estudar no seu ritmo e de acordo com a sua agenda de compromissos”, afirma. ■



DIVULGAÇÃO

“Com uma interface amigável e acesso fácil pelo computador ou celular, damos oportunidade para que o médico possa estudar no seu ritmo”

Guilherme Fonseca de Almeida, diretor de soluções corporativas da Afya Educacional



NOVAS FRONTEIRAS

Agências de turismo e intercâmbio acreditam em um boom de novos negócios em 2022

PROGRAMAS DE INTERCÂMBIO PERMANECEM COMO IMPORTANTE FONTE DE EXPERIÊNCIA PARA UNIVERSITÁRIOS E PROFISSIONAIS DE VÁRIAS ÁREAS

O segmento de turismo, viagens e intercâmbio foi fortemente impactado pelo fechamento das fronteiras em decorrência da pandemia de Covid-19. Mas muitos destinos já têm indicado a reabertura parcial ou total para estudantes e profissionais, incluindo os brasileiros. Só nos três primeiros meses do ano, a consultora nova-iorquina para a imigração Fragomen, registrou aumento de 39% na busca por intercâmbio. Os principais países procurados são Estados Unidos, Canadá e Malta, na região sul da Europa, no Mar Mediterrâneo.

A Associação Brasileira de Intercâmbio (Belta) indica um novo cenário em 2021, com a retomada das atividades presenciais no mundo. Segundo Alexandre Argenta, presidência da Belta e um dos fundadores da agência Travelmate, este mercado teve redução de vendas de aproximadamente 70%, porém existe um sentimento de retomada gradativa apontada pelos números do segundo trimestre desse ano.

“Seguem firmes no mercado empresas sólidas, com organização financeira, portfólio diversificado e comprometidas em levar aos brasileiros opções de estudo e trabalho no exterior com qualidade. Temos uma demanda reprimida por conta do período sem embarques, por isso o movimento das agências deverá ser acima do que já foi vivenciado mesmo antes da pandemia, assim que as fronteiras reabrirem plenamente”, constata Argenta.

Hospitalidade

A volta do turismo mundial beneficiará inúmeras cadeias de serviços, entre elas a da educação, o que tem movimentado a divulgação de novos cursos, eventos e experiências. A EHL - Ecole hôtelière de Lausanne, por exemplo, escola de gestão de hospitalidade suíça tradicional, mesmo em meio à pandemia, enxerga a nova fase da economia global. O Grupo EHL anunciou o lançamento de MBA Executivo, com início previsto para setembro desse ano.

O novo curso da EHL será oferecido a cada semestre entre os meses de setembro a dezembro em Cingapura, a partir de 2021, bem como no EHL Campus Lausanne, na Suíça, de março a junho, a partir de 2022. O programa inclui viagens de estudo e visitas de professores internacionais. Soluções inovadoras serão desenvolvidas para aproveitar ambas as localizações dos campi ao longo do programa, principalmente se os alunos desejam ampliar sua exposição internacional e se as condições sanitárias globais permitirem.

Para Juan-Francisco Perellon, diretor acadêmico do Grupo EHL, estudar no exterior abre um mundo de oportunidades e experiências que não só beneficiam a carreira profissional dos alunos, mas também agregam à sua experiência pessoal. “Soft skills fazem parte do DNA Ecole hôtelière de Lausanne em um modelo de educação experiencial que valoriza sensibilidade cultural, habilidades de liderança e apreço pela aprendizagem ao longo da vida”, informa.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

“Soft skills fazem parte do DNA Ecole hôtelière de Lausanne em um modelo de educação experiencial que valoriza sensibilidade cultural, habilidades de liderança e apreço pela aprendizagem ao longo da vida”

Juan-Francisco Perellon, diretor acadêmico do Grupo EHL



Terraço do Campus da EHL, em Lausanne, na Suíça, que recebe estudantes do mundo todo



Integração digital

A StudyFree, uma Edtech Startup com sede nos Estados Unidos, está expandindo suas operações para o Brasil, com a missão de ajudar estudantes brasileiros que buscam por educação no exterior. A empresa opera por meio de plataforma on-line que permite aos candidatos ter acesso a mais de 15 mil programas, que vão desde cursos de graduação a doutorados e MBA, com bolsas de estudo disponíveis em todo o mundo. Os serviços da plataforma aumentam as chances dos estudantes conseguirem uma bolsa de estudos e serem admitidos em universidades no exterior, pois as atividades incluem desde avaliação das chances de admissão dos usuários à escolha do programa mais relevante, de acordo com o desempenho acadêmico do aluno.

Mobilidade

“Com mais de 120 nacionalidades entre nosso corpo discente – 85% dos alunos falam três ou mais idiomas – e dois campi na Suíça (Passugg e Lausanne) e um em Cingapura, encorajamos a mobilidade de nossos alunos, para que passem alguns semestres em nossas diferentes localidades, e possam experimentar outros ambientes de aprendizagem enquanto continuam sua graduação”, explica Perellon.

Com a expansão do trabalho remoto, muitas pessoas ganharam mais liberdade para viver e estudar em outro local. Luiz Cesar Giaggio, diretor geral da agência Estação Férias Viagens, acredita que o pós-pandemia deverá criar uma forte demanda de viagens que ofereçam a experiência de viver por algum tempo em outro país, aprendendo uma nova língua e ampliando as possibilidades de trabalho. “Jornadas culturais, que podem se transformar em novas oportunidades de

trabalho e conexão com o mercado, serão muito procuradas”, diz.

Rui Pimenta, diretor do Student Travel Bureau – STB, líder no segmento de educação internacional no Brasil, lembra que a implementação do home office permanente em muitas empresas permite que pessoas que antes não conseguiam conciliar o trabalho com um intercâmbio ou que até mesmo tinham que esperar as suas férias para apostar num período de estudos no exterior, possam trabalhar de qualquer lugar do mundo. “Chamamos esse conceito de *Anywhere Office* e temos muitos clientes que estão apostando nessa possibilidade para tirar do papel o projeto do intercâmbio. É um modelo que é superinteressante para os funcionários, pois não precisam se desvincular dos seus empregos, mas também incrível para as empresas que entendem que esse período de estudos no exterior é válido para a capacitação do profissional, evidencia o executivo. ■

LEITURA ESSENCIAL

OBRAS HISTÓRICAS RELANÇADAS AJUDAM A COMPREENDER TRANSFORMAÇÕES POLÍTICAS E SOCIAIS, ALÉM DE REFLETIREM SOBRE A LUTA PELA DIVERSIDADE

Quase nove décadas. Este é o tempo que separa o momento atual dos ensinamentos do historiador negro Carter G. Woodson, trazidos na obra-prima “A (des)educação do negro”. Publicado em 1933, o épico manual antirracista segue relevante e atual. Para que não seja esquecida, a Editora Edipro acaba de relançar a obra icônica com prefácio assinado pelo rapper e escritor Emicida, que incorpora ao debate coletivo suas experiências pessoais.

Carter G. Woodson é considerado o pai da história negra americana. Filho de escravos, trabalhou em minas de carvão antes de se graduar na Universidade de Chicago. O autor é o segundo negro dos Estados Unidos a obter um PhD pela Universidade de Harvard, na qual também lecionou. A obra de Carter demonstra que o sistema não prepara o estudante negro para o sucesso e o impede de ter uma identidade própria, doutrinando para que assuma uma posição de submissão social.

TÍTULO
A (des)educação do negro

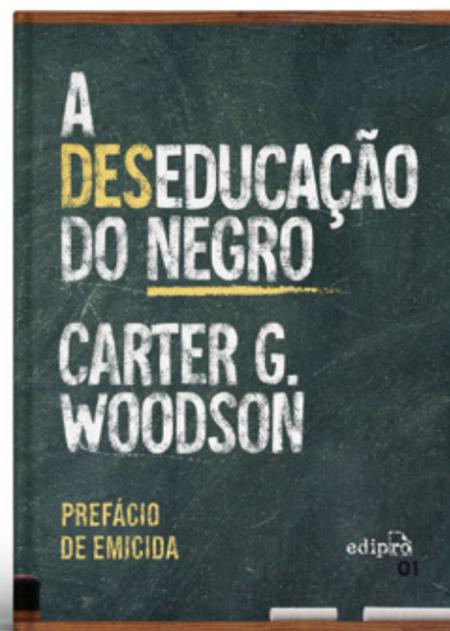
AUTOR
Carter G. Woodson

TRADUTORA
Naia Veneranda Gomes da Silveira

PREFÁCIO
Emicida

PÁGINAS
128

EDITORA
Edipro



Romance

Ao longo da carreira de escritor, Machado de Assis nunca deixou de se posicionar diante de questões de cunho social. E não poderia ser diferente na penúltima obra escrita por ele: Esaú e Jacó. Lançado originalmente em 1904 e agora publicado pelo selo Via Leitura, o livro foi escrito em uma época de transição da política brasileira em que o país deixava de ser uma monarquia para viver uma república.

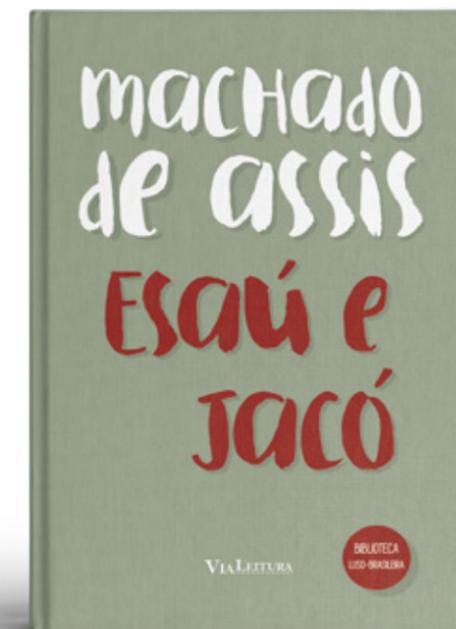
O romance é ambientado entre o fim do Império e o início da Proclamação da República no século XIX e apresenta grandes acontecimentos como a abolição da escravatura e as revoltas contra o governo de Floriano Peixoto. Esaú e Jacó também retrata a disputa de dois irmãos gêmeos, Pedro e Paulo, que dividem opiniões diferentes: um é conservador e apoia o antigo regime governamental e o outro é liberal e deseja avanços políticos.

TÍTULO
Esaú e Jacó

AUTOR
Machado de Assis

PÁGINAS
224

EDITORA
Via Leitura



Influência

No momento em que o livro “As Almas do Povo Negro” foi lançado, em 1903, seu autor, William Edward Burghardt Du Bois, era professor de história, sociologia e economia da Universidade de Atlanta. Naquela época, o intelectual já era reconhecido como uma das principais lideranças do movimento negro, além de ter sido um dos protagonistas da primeira Conferência Pan-Africana, ocorrida em Londres no ano de 1900.

Considerado a pedra fundamental do movimento negro nos Estados Unidos no século 20, todas as lideranças desse movimento – de Martin Luther King Jr. aos Panteras Negras, do jamaicano Marcus Garvey a Malcolm X, do pastor Jesse Jackson à marxista Angela Davis – foram influenciados por W. E. B. Du Bois em seus discursos pela luta dos direitos étnicos raciais. Esta edição da Editora Veneta conta com prefácio do pelo doutor em direito Silvio Almeida, ilustrações de Luciano Feijão e centenas de notas e comentários.

TÍTULO
As Almas do Povo Negro

AUTOR
W. E. B. Du Bois

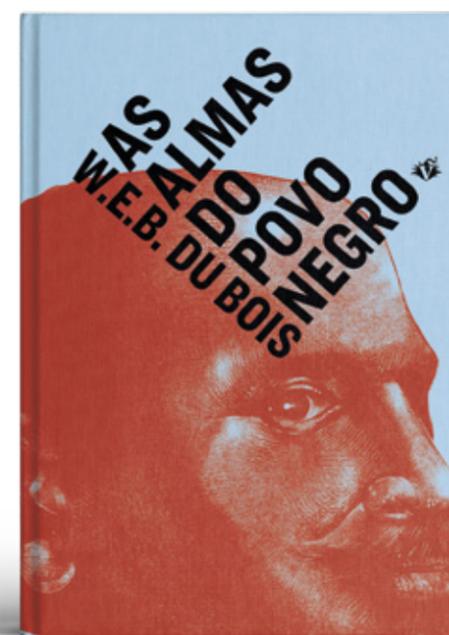
TRADUTOR
Alexandre Boide

ILUSTRADOR
Luciano Feijão

PREFÁCIO
Silvio Almeida

PÁGINAS
296

EDITORA
Veneta



CONSELHOS DE
ADMINISTRAÇÃO
ENFRENTAM
MUDANÇA DE
PADRÃO DE
RESPONSABILIDADE
DOS INVESTIDORES
INSTITUCIONAIS

PRESSÃO SOCIAL



Manifestantes com faixas em marcha pelo clima no centro de Londres, na Inglaterra

Um estudo feito pela consultoria global Russell Reynolds Associates reforça a necessidade de as empresas colocarem em pauta compromissos sociais e questões culturais de maneira mais ampla. Batizada como “Tendências Globais e Regionais em Governança Corporativa em 2021”, a análise ainda aponta que os conselhos precisam entender como essas ações afetam a saúde e a segurança dos funcionários e como isso está alinhado com a gestão de riscos.

“Um exemplo é que a demanda por divulgação de mais dados de capital humano como de disparidade salarial de gênero, incidentes de segurança e rotatividade de funcionários dis-

parou. Por isso, neste ano, muitos investidores e as empresas de *proxy advisory* – consultorias que fazem recomendação de voto de acionistas em assembleias de empresas de capital aberto – planejam apoiar mais propostas de acionistas sobre este assunto e responsabilizar mais os conselheiros por divulgações insuficientes”, explica o sócio da consultoria, Jacques Sarfatti. O especialista ainda destaca que a diversidade de gênero continua sendo uma prioridade em todas as regiões cobertas pelo estudo. “A Russell Reynolds também identifica uma crescente demanda por diversidade racial e étnica entre membros do conselho e executivos seniores”.



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR

Para o Professor Dr. Alexandre Di Miceli da Silveira, a principal tendência em governança e gestão atualmente é a criação de um consenso de que é preciso construir empresas humanizadas, com propósito, orientadas à criação de valor para todos os seus públicos de interesse e com ênfase na resiliência a longo prazo. “A meu ver, esta é a melhor maneira – sob as perspectivas da ética e dos negócios – de alcançar o sucesso e a longevidade empresarial no século 21. Avançar rumo a esse ideal elevado parece simples, mas exige uma enorme mudança de paradigma das lideranças”, garante.



DIVULGAÇÃO

Na opinião de Alexandre Di Miceli da Silveira, existe o consenso de que precisamos construir empresas humanizadas

Clima

No Brasil, investidores institucionais estrangeiros e globais estão preocupados diante de uma visão negativa sobre as questões ambientais, causada pelos incêndios florestais na Amazônia e aos desafios do governo. Cada vez mais, debates voltados à preservação ambiental fazem parte dos valores e está no foco das organizações como uma mudança de paradigmas benéficos às futuras gerações.

“O país ainda engatinha nas práticas de ESG. Tópicos relacionados a este assunto estão demandando mais tempo dos conselhos e ainda não se encontram plenamente integrados à forma como as empresas fazem negócios. O foco global neste tipo de estratégia atualmente começa a impactar os negócios brasileiros, com investidores internacionais se manifestando ativamente a esse respeito”, afirma Sarfatti.



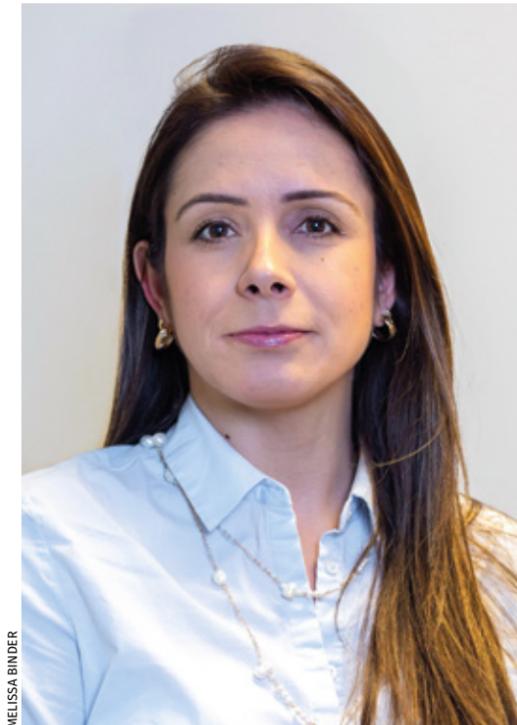
Crise ambiental tem prejudicado a imagem do Brasil entre os investidores internacionais

TZ/RF

Rafael Zarvos, fundador da Oceano Resíduos, diz que a pressão externa força as empresas a promoverem uma mudança de valor, considerando que as novas gerações estão consumindo mais serviços e produtos de organizações que tenham um propósito sustentável. “A sociedade como um todo passou a ser mais consciente do mundo em que vivemos e tudo aquilo que impactamos. É um cenário em que todos ganham. As empresas que seguem as normas ESG são automaticamente relacionadas a uma maior performance socioambiental e de governança e, ainda, atreladas a melhores resultados financeiros”, avalia.

Alinhamento

A construtora Gafisa começou a ampliar práticas ambientais, sociais e de governança corporativa e isso trouxe resultados expressivos para a empresa, que avança sob as novas políticas ESG praticadas a partir deste ano. As ações estão integradas à recém-inaugurada cultura organizacional da Gafisa, que por meio desses novos parâmetros, tem a missão de promover



MELISSA BINDER

Sheyla Resende, vice-presidente de Gestão e RH da Gafisa, atua na promoção das novas políticas ESG da companhia

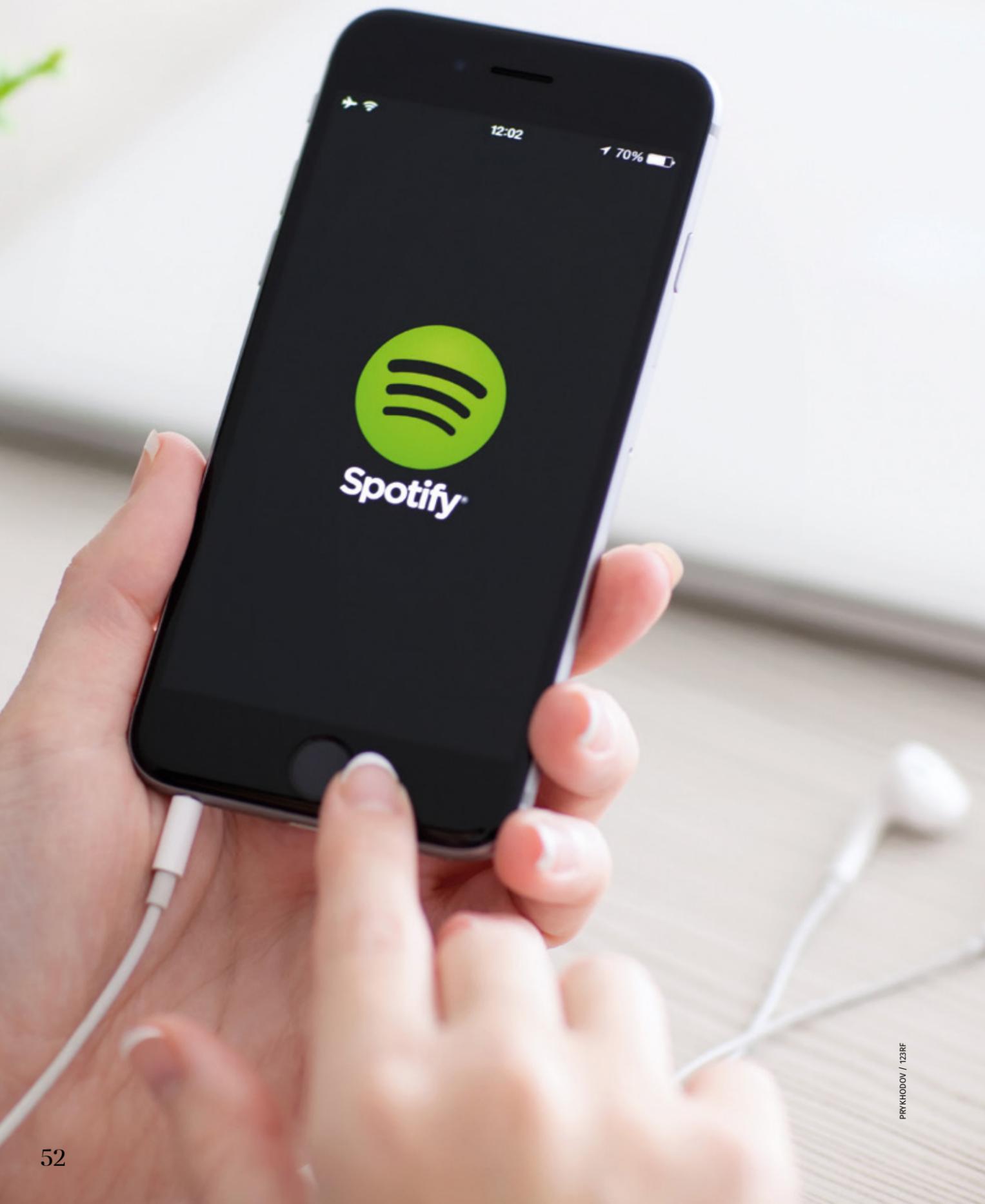
Proteção aos acionistas minoritários

Entre as tendências de governança corporativa, existe a busca de investidores pela proteção de acionistas minoritários em empresas abertas. Em julho de 2020, a CVM trouxe por meio da Instrução 627/20, uma modificação que reduz os percentuais mínimos de participação acionária para exercícios de direitos, como exigir da companhia a exibição dos seus livros, convocar assembleia geral e ajuizar ação de responsabilidade civil contra a companhia controladora.

“Várias empresas de tecnologia estão defendendo os direitos de voto preferenciais no intuito de manter o controle. Embora essa tendência seja popular entre fundadores e controladores, as preocupações referentes à proteção aos acionistas minoritários geraram novas limitações temporais (*sunset provisions*) sobre esses direitos ampliados”, afirma o especialista da Russell Reynolds, Jacques Sarfatti.

movimentos contínuos que impactem todos os *stakeholders* de seu ecossistema, com transparência, responsabilidade e olhar para o futuro.

Reforçando esse compromisso, a empresa contratou a consultoria CTE - Centro de Tecnologia de Edificações - que contribuiu para a consolidação de duas principais frentes de atuação: Diagnóstico/Plano de Ação e Capacitação. “Na primeira frente, com base no diagnóstico, foram identificadas oportunidades de melhorias e definido um plano de ação envolvendo desde o engajamento das partes interessadas, até novas práticas e projetos. Na segunda, temos a participação de oficinas com outros players do setor, permitindo mais aprofundamento nos temas e troca de experiências que se somam ao todo do projeto”, explica a vice-presidente de Gestão e RH da Gafisa, Sheyla Resende. ■



PRYKHODOV / 123RF

EM ALTO E BOM SOM

PLATAFORMAS DE MÚSICA, PODCASTS E AUDIOLIVROS CRESCEM E MOVIMENTAM MERCADO DE SERVIÇOS DIGITAIS

O consumo dos mais diversos serviços de entretenimento on-line, principalmente ligados ao universo do áudio, têm transformado o mercado global e colocado muitas empresas mundiais de olho neste segmento. Dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), indicam que o setor de música registrou crescimento de 7,4% em 2020 graças ao segmento de streaming. Estima-se que as plataformas de música digital, hoje lideradas por Spotify, Apple, Deezer e Amazon Music já acumulam mais de 450 milhões de assinantes pagantes no mundo.

E novos negócios começam a surgir. A Deezer lançou seu mais novo aplicativo, o Deezer for Creators, para ajudar músicos e criadores de conteúdo a melhorarem seu alcance e

desempenho neste momento de transformação cultural — o lançamento segue a linha do Spotify for Publisher. Trata-se de uma ferramenta analítica para capacitar artistas, profissionais da indústria musical e podcasters. “A empresa é um player importante para o rápido crescimento do streaming de música no mundo. Temos uma plataforma competitiva com recursos exclusivos, o que significa que podemos acelerar nosso crescimento, capturar oportunidades, e beneficiar artistas e fãs de música”, diz o novo CEO da companhia, Jeronimo Folgueira.

Em maio, a Deezer anunciou investimento na empresa Dreamstage, especializada em streaming de música ao vivo, uma indústria que deve alcançar US\$ 6,4 bilhões até 2027. A parceria pretende expandir sua gama de conteúdo e participação no mer-

cado. A Dreamstage também oferece aos artistas a oportunidade de ir além da venda de ingressos e patrocínios de marcas por meio da venda de merchandising, experiências exclusivas e arrecadação de doações.

“Os shows ao vivo geram aos músicos oportunidades cruciais de receita durante esses tempos desafiadores. Isso se alinha com nossa missão de conectar artistas com seus fãs por meio de projetos originais, sessões gravadas e conteúdo editorial”, analisa o ex-CEO da Deezer e atual membro do Conselho Administrativo, Hans-Holger Albrecht.

Formato preferido

Os podcasts caíram no gosto do público em geral e, muitas pessoas, além de ouvintes, tornaram-se também produtores de programas de

oportunidades

áudio, o que inclui profissionais e representantes de marcas. Conforme divulgou a Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), após uma queda na audiência de podcasts, sentida por muitos produtores no início da pandemia, atualmente, o Brasil conta com aproximadamente 34,6 milhões de ouvintes do formato.

“O avanço da internet possibilitou muitas mudanças no consumo de conteúdo. Esta revolução tecnológica fez com que novas plataformas surgissem, consumidores ganhassem mais voz e se tornassem mais exigentes. Com isso, as marcas tiveram que se adaptar para agregar valor em suas campanhas de divulgação. Neste mesmo contexto surgiu o podcast que, com sua proposta principal de produzir conteúdo, conquistou espaço na mídia, fazendo com que o formato chamasse a atenção das marcas,

Novo CEO da Deezer, Jeronimo Folgueira destaca que a plataforma possui recursos exclusivos



DIVULGAÇÃO

que enxergaram nesses programas de áudio a oportunidade de divulgar seus produtos”, comenta Romeu Escanhoela, CEO da EscaEsco Comunicação, agência paulista que realiza a produção e edição de podcasts.

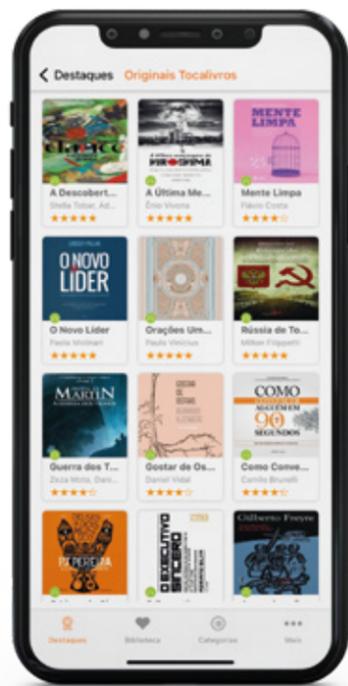
Um exemplo do bom aproveitamento do formato pelas marcas, é o VWCO News, podcast da área da VW Caminhões e Ônibus que estreou em maio deste ano nas principais plataformas de áudio. Debates sobre mobilidade, sustentabilidade e tendências do setor automotivo, além de bastidores dos principais lançamentos da fabricante são os destaques do projeto. “O objetivo do podcast VWCO News é criar um

espaço de debate e interação, dando voz a todos que fazem parte do nosso grande ecossistema que é a indústria automotiva, com sua pluralidade, dinamismo e inovações constantes”, afirma Marcos Brito, responsável pela área de Comunicação e Imprensa da VW Caminhões e Ônibus.

Para ler e ouvir

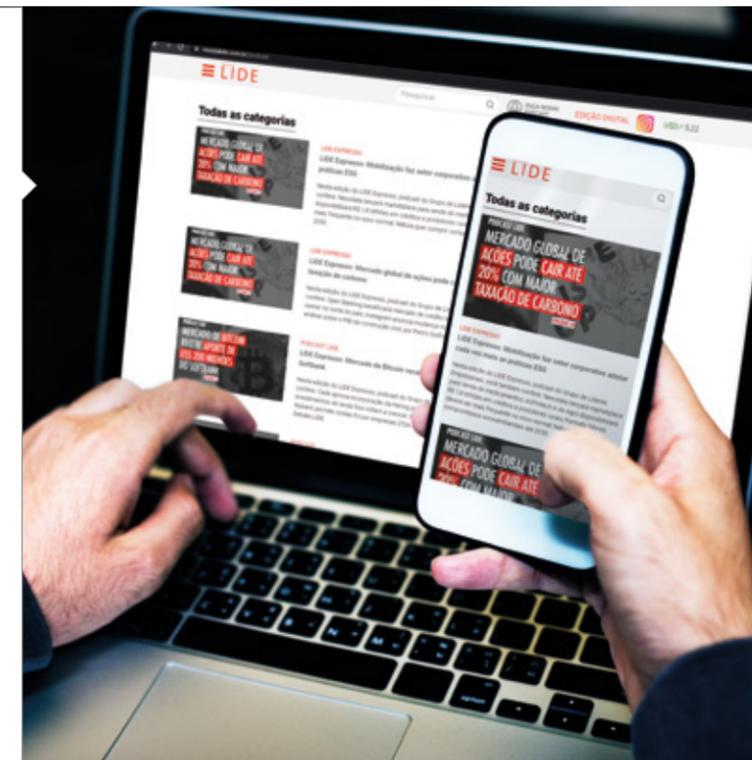
Os audiolivros são a nova forma de consumir literatura. Com o modelo de negócio inspirado nos maiores serviços de streaming do mercado, a Tocalivros completa seis anos em um momento que une o amadurecimento da marca com a ascensão deste mercado de audiolivros no Brasil – impulsionado pela febre dos podcasts e a facilidade dos aplicativos de streaming nos smartphones. Mas a produtora nacional quer ir além e se reposiciona como uma promotora da cultura e da disseminação do conhecimento entre os brasileiros.

Plataforma Tocalivros se inspirou nos serviços de streaming de música



Conteúdo relevante

O “LIDE Expresso”, podcast lançado no ano passado, apresenta uma série de notícias que influenciam diretamente as empresas participantes do grupo quanto o próprio ouvinte que segue as páginas do LIDE. À frente da criação, a Trinca Produções é responsável pelos programas, além de gerenciar as redes sociais da Revista LIDE, buscando assim fomentar uma identidade única da organização nas redes e atingir positivamente o maior número de pessoas com informações de qualidade. “O podcast é um formato universal e versátil, que teve uma retomada forte nos últimos anos, alcançando novos públicos. Qualidade no conteúdo é indispensável para o sucesso do produto”, comenta João Amaro, que apresenta e edita o LIDE Expresso, e é diretor da Trinca Produções.



Romeu Escanhoela, CEO da EscaEsco Comunicação, diz que o formato podcast conquistou o mercado publicitário



DIVULGAÇÃO

Impulsionado pelo streaming pago, de acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) o mercado global da música cresceu 7,4% em 2020

São mais de 2 mil audiolivros e 5 mil e-Books oferecidos pela empresa. A facilidade ocorre também nos planos e assinaturas, com a compra individual da obra ou com assinatura ilimitada. Segundo o diretor da empresa, Ricardo Camps, os audiolivros são mais que comodidade, conhecimento e diversão, tratam-se de vivenciar

uma experiência. “Dependendo do tamanho e quantidade de texto por página, um livro com 300 páginas é transformado em apenas três horas de narração. Imagine que a pessoa no trânsito escuta 30 minutos de livro por dia, em menos de uma semana ela terá escutado um livro completo”, detalha Ricardo. ■

Roberta Ramalho,
presidente-executiva
da Intermarine.
Uma das principais
empresárias do
setor investiu em
planejamento e
infraestrutura de
produção



DIVULGAÇÃO

OCEANO AZUL

SETOR NÁUTICO VIRA A GRANDE ESTRELA DA INDÚSTRIA COM O AUMENTO DA VENDA DE BARCOS E IATES CADA VEZ MAIS MODERNOS

Em meio à pandemia, o setor náutico brasileiro cresceu 20% em faturamento, segundo levantamento da Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e Implementos (Acobar). Hoje, o país tem mais de 1 milhão de habilitações liberadas pela Marinha, e quase 700 mil registros ativos de embarcações.

Para o presidente da Acobar, Eduardo Colunna, houve uma mudança de hábito: os barcos passaram a ser um lugar seguro para se isolar. Ao mesmo tempo, a nova rotina provocada pela crise sanitária permitiu acelerar trocas, buscar novos produtos e, para muitos, concretizar o sonho de comprar a primeira embarcação.

A surpreendente alta na demanda por insumos para construção e manutenção refletiu positivamente no mercado interno e, também, no exterior. Para os executivos do setor, está claro que a pandemia acelerou a cultura náutica brasileira, mas também evidenciou necessidades de investimento em infraestrutura.

Roberta Ramalho, presidente-executiva da Intermarine, um dos maiores estaleiros do país, diz que o mercado vinha amadurecendo de maneira consistente na última década, mas com a pandemia houve um enorme empuxo na venda de barcos. “Tivemos questões na produção que exigiram rápidas adaptações. A escassez de matéria prima, a dificuldade com a importação

de determinados componentes e o manejo dos nossos 600 colaboradores para viabilizar o máximo de segurança possível foram desafios duros que o estaleiro conseguiu superar”, destaca a empresária, que prevê crescimento de 25% em vendas para 2022.

Com o maior parque industrial náutico da América Latina, instalado na cidade de Osasco, em São Paulo, a Intermarine trabalha com processo vertical de produção, contando com seis fábricas especializadas. Segundo Roberta, a flexibilidade e o controle que a internalização do fornecimento permite, trouxe agilidade para adaptações, mas como grande parte dos setores, sofremos com escassez de matéria-prima e dificuldade de logística global. “Um barco como a nossa 24M, possui cerca de 50 mil componentes, incertezas no recebimento de qualquer item podem trazer enormes problemas. Nossa estratégia foi fazer compras grandes e antecipadas. Recentemente recebemos 30 motores adiantados e esse é um bom termômetro, uma

Intermarine 24M simboliza a união entre tecnologia e conforto



DIVULGAÇÃO

vez que nunca precisamos ter essa quantidade em estoque no passado”, detalha.

Peça por peça

As mudanças nos padrões de consumo do setor influenciam diretamente em toda a cadeia de serviços ligadas a marinas e estaleiros. É o caso de uma das maiores revendedoras e distribuidoras de suprimentos náuticos brasileira, a Catarina Náutica, localizada na região central de Itajaí, em Santa Catarina, que ao longo dos últimos três anos tem registrado crescimento em torno de dois dígitos. Somente em 2020 a empresa comercializou cerca de 20% a mais que em 2019.

Para este ano, a projeção da Catarina Náutica é registrar crescimento ainda maior em vendas de suprimentos para embarcações, desde resinas, tintas e produtos de construção e reparo de barcos, até equipamentos eletrônicos de navegação, acessórios e artigos de moda náutica, ancoragem e salvatagem.

Com o aquecimento do mercado náutico no último ano, a entrega de um barco de 30 pés no país demora aproximadamente quatro meses

Com vendas na loja física e por e-commerce, a empresa possui mais de três mil itens para a distribuição em território brasileiro. A previsão é dobrar esse volume nos próximos três anos. “A venda de barcos novos e usados está muito aquecida no Brasil e no exterior, e é um comportamento que traz reflexos para toda a cadeia náutica. Notamos aumento expressivo especialmente por selantes e adesivos náuticos. Tratam-se de materiais utilizados na fase de

construção de embarcações, até a fixação de vidros, e que tem como usuário final desde os estaleiros e prestadores de serviços até setores de pós-vendas e empresas especializadas em manutenções”, explica Roberto Deschamps, diretor da Catarina Náutica.

Deschamps esclarece que a pandemia avançou as vendas náuticas, porém, ao mesmo tempo, gerou um desafio no abastecimento das lojas com suprimentos. “Um pedido que antes demorava 10 dias para chegar, agora leva 120 dias. Dessa maneira, por conta de nosso amplo estoque de peças e nossa filosofia de qualidade de atendimento e suporte ao cliente, aumentamos também as vendas diretas para estaleiros que às vezes não conseguem ter sua demanda atendida por falta de matéria-prima. A alta do dólar também impactou, mas não inibiu as vendas. Itens como coletes salva-vidas, por exemplo, tiveram seus valores reajustados por conta do câmbio e falta do fornecimento de tecidos”, complementa o executivo.

late Atlantis 51, modelo que já está em pré-venda no Brasil, indicado para quem quer ingressar no universo da marca de luxo Azimut



DIVULGAÇÃO



CLEOPATRA ALINE PEREIRA

MAR DE OPORTUNIDADES

O Salão Náutico da Marina Itajaí, o maior do sul do Brasil, tem data confirmada para 2022. Com o aquecimento do mercado náutico brasileiro, a expectativa é de superar os números das edições anteriores e gerar mais de R\$ 60 milhões em negócios e ter a participação de mais de 80 marcas e exposições de embarcações de renomados estaleiros nacionais e internacionais, produtos e serviços náuticos, além de marcas de luxo. A feira será realizada de 7 a 10 de julho do próximo ano nas instalações da Marina Itajaí, em Santa Catarina.

“O Salão Náutico já se consolidou como a mais importante feira do setor no sul do país, com presença de estaleiros nacionais e internacionais, produtos, equipamentos e serviços náuticos, moda, atrações turísticas, gastronomia e lifestyle”, explica o diretor náutico da Marina Itajaí, Carlos Gayoso de Oliveira.

Potencial

Aproveitando o cenário de alta, a Azimut Yachts, marca líder mundial em fabricação de iates de luxo, com matriz na Itália e unidade produtiva no Brasil, também em Itajaí, acaba de lançar no país a primeira unidade do iate Atlantis 51. Isso marca o início da produção de todos os modelos da coleção Atlantis nacionalmente a partir do próximo ano, que serão destinados para mais de 70 países.

“Desde a instalação da filial produtiva no Brasil e com o sucesso crescente na produção de iates da marca Flybridge, de 40 a 100 pés, a fábrica brasileira demonstrou à matriz italiana alta performance e maturidade em termos de estrutura física e humana. Mesmo diante do cenário de crise econômica, mantivemos índices de crescimento em torno de dois dígitos ao ano e em 2020 tivemos um desenvolvimento de 40% em termos de valor de produção. Com isso, a chegada da

Coleção Atlantis ao Brasil demonstra mais um impulso à indústria náutica, o que reflete também em geração de empregos e impacto em vários outros setores da cadeia”, explica Davide Breviglieri, CEO da Azimut do Brasil.

Com a chegada da Atlantis, além do crescimento em exportações em torno de 60% em dois anos, a expectativa é de dobrar o volume de produção e aumentar os empregos gerados.

Agilidade

Com as mesmas perspectivas positivas, a fabricante nacional Armatti Yachts vai ampliar sua unidade produtiva. Com o crescimento em vendas de embarcações, o estaleiro cria uma linha de produção própria para o modelo 300 Spyder, sucesso da marca. Com a expansão, o quadro de funcionários aumentou em 30% e o parque fabril, que tinha cerca de 7.900 metros quadrados de área cresceu mais de 25%.



“A chegada da Coleção Atlantis ao Brasil demonstra mais um impulso à indústria náutica, o que reflete também em geração de empregos ”

Davide Breviglieri,
CEO da Azimut do Brasil

MAURO VOLPARA



Armatti Yachts 300
Spyder ganhou uma
linha de produção
própria no Brasil

DIVULGAÇÃO



ACIONI CASSANIGA

Com o aquecimento do mercado náutico no último ano, a entrega de um barco de 30 pés no país demora aproximadamente quatro meses. No caso da Armatti Yachts, instalada desde 2018 em São José, na Grande Florianópolis, com o lançamento de uma linha de produção exclusiva ao modelo, o prazo de entrega será de 30 dias.

“É um grande diferencial trazer uma linha de produção para um modelo específico de embarcação. O molde é trazido para dentro da fábrica o que nos permite uma produção rápida e em série. Dessa maneira conseguimos atender à crescente demanda de pessoas que querem comprar barco, mas não querem esperar meses na fila de espera”, esclarece Fernando Assinato, CEO do estaleiro. ■

Fernando Assinato, CEO do estaleiro da Armatti Yachts, aposta em uma produção rápida e em série

MERGULHO CULTURAL

CURAÇÃO SE DIFERENCIA COMO
DESTINO CARIBENHO QUE UNE
A LEVEZA DA HOSPITALIDADE
LOCAL AO REQUINTE DA
HOTELARIA DE LUXO

Com mais de 35 praias e um patrimônio diversificado que abrange 55 culturas, Curaçao se destaca do restante do Caribe como destino versátil e forte presença da arquitetura típica europeia. Para completar esse cenário, localizado no coração da ilha caribenha, está o exclusivo Baoase Luxury Resort, empreendimento com piscinas sinuosas, cachoeiras e uma praia idílica digna de filme.

Refúgio de elegância e conforto, o resort cria um ambiente balinês relaxante e com luxos modernos, algo único em Curaçao. Desde a sua inauguração, em 2009, diversos novos elementos foram incorporados ao design e à arquitetura. Madeiras escuras e a mobília com visual vintage são algumas dessas características, que realçam as belezas naturais dos arredores.

Com 23 acomodações distribuídas entre oito vilas, 11 suítes (sendo oito à beira-mar e com piscina privativa), três



MICHAEL PHOTOGRAPHY

Todos os seus 23 quartos, suítes e vilas ao redor da lagoa têm ambiente balinês relaxante com todos os luxos modernos

quartos com vista para o jardim e uma casa localizada em uma pequena ilha, a privacidade é característica marcante do Baoase, que tem como filosofia “onde o luxo anda descalço”. As unidades variam entre 48 a 457 metros quadrados, com piso de madeira e tetos coloniais altos, tornando-os um oásis pessoal para relaxar e descontraír.



O Restaurante Baoase Culinary Beach (dentro da propriedade) é conhecido como um dos melhores restaurantes do Caribe

INGE VAN ALTEVA



MICHAEL VAN DRUENEN

Diferentes elementos foram incorporados ao design do resort, como madeiras escuras, vasos, antiguidades e outros detalhes elegantes em todo o empreendimento para realçar a beleza natural dos arredores



INGE VAN ALTEVA

A privacidade é uma das características marcantes do Baoase

Gastronomia única

Além da bela paisagem e do atendimento personalizado, o Baoase também possui restaurante próprio no centro do resort, o *Baoase Culinary Beach*. Em combinação com o excelente serviço, a experiência gastronômica local é verdadeiramente singular. O chef executivo René Klop adiciona influências tropicais e sabores asiáticos às suas técnicas francesas, criando uma gastronomia aprazível.

Quem não quiser ficar restrito às delícias do Baoase e pretende explorar a região, a Pietermaai (rua e bairro com mesmo nome) é a opção perfeita e cheia de atrações como hotéis boutique, bares e restaurantes que oferecem os melhores sabores caribenhos.



DIVULGAÇÃO

O resort é uma propriedade à beira-mar, localizada a aproximadamente 5 minutos de carro do centro de Willemstad



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



SIMONDANHAUER / 123RF

BOM PASSEIO

Willemstad, cidade que é Patrimônio Mundial da Unesco, é uma joia rara no Caribe e com uma identidade de capital europeia. De todas as coisas interessantes para fazer em Curaçao, a capital em si pode oferecer a experiência mais única em toda a região caribenha. Sua ancestralidade colonial holandesa é evidente a cada passo, mais notavelmente na arquitetura caleidoscópica e colorida, que não é encontrada em nenhum outro lugar fora da Holanda.

Alma tranquila

Apesar de não ter um spa nos moldes tradicionais, o resort conta com serviços variados e que garantem relaxamento e descontração aos clientes que desejam desfrutar bem das suítes, vilas ou praias da região.

Quem chega ao complexo, encontra um leque de opções para cuidados com a beleza e corpo, como esfoliações, massagens e maquiagem. Todo esse conjunto de ofertas é contemplado com uma praia privativa com serviço de mordomo, piscina com borda infinita ao ar livre, boutique Baoase, personal chef para cozinhar na vila (mediante pedido), serviço de traslado privativo de luxo para o aeroporto, esportes aquáticos não-motorizados e mergulho. ■

Diárias: A partir de US\$ 575 (por noite) - consulta realizada em junho, acomodação Colonial, incluindo café da manhã para duas pessoas, acesso à praia privativa com serviço de mordomo e espreguiçadeiras. Valores sujeitos a período, disponibilidade e confirmação. Informações em: www.baoase.com.

Localização: 2 Winterswijkstraat, Willemstad, Curaçao

Como chegar: O resort está localizado a 20 minutos de carro do Aeroporto Internacional Hato

em Willemstad. Transfer do resort disponível (consultar disponibilidade e custos).

Exigências: É necessário apresentar teste RT-PCR negativo impresso realizado até 72h antes do primeiro embarque da jornada (menores de 7 anos estão isentos), completar os formulários "Digital Immigration Card" e "Passenger Locator Card" preenchido até 48h antes do embarque no site oficial, agendar teste de antígeno no terceiro dia em Curaçao e seguro saúde com cobertura para Covid-19.

REALEZA REJUVENESCIDA

O tradicional e sofisticado cognac volta a ser reconhecido como uma agradável experiência para celebrar a estação mais charmosa do ano. “Podemos afirmar que o cognac é uma ótima escolha para o inverno, mas não deixa de ser opção para todas as estações. O mais interessante desse destilado e ainda pouco explorado no Brasil, é a sua versatilidade. A complexidade de aromas e sabores, abre um leque de possibilidades: puro ou com gelo, com refrigerante ou suco de laranja, com café ou champagne”, explica Victoria Sarro, brand ambassador da Maison Martell, a primeira grande Casa da bebida no mundo, e embaixadora do portfólio Pernod Prestige.

Embora no Brasil o cognac seja consumido em sua maior escala por um perfil clássico, vem atraindo a atenção dos jovens, interessados em bebidas mais sofisticadas. “A sua associação a grandes celebridades e influenciadores digitais, em especial relacionados ao rap e à cultura pop, como Jay-Z, por exemplo, auxilia nesse rejuvenescimento e diversidade de consumo.

Em plena harmonia

O caráter multifacetado do cognac permite não apenas experiências no universo da coquetelaria, mas também no mundo gastronômico. “O cognac tem o papel de ressaltar sabores, assemelhando-se ao sal. Faz um bom

CHARME E ELEGÂNCIA
PONTUAM O BRANDY DE
UVAS ESPECIALMENTE
CULTIVADAS, FERMENTADAS
E DESTILADAS NA REGIÃO
DE COGNAC, NA FRANÇA,
ATRAINDO UM NOVO
PÚBLICO APRECIADOR DE
BEBIDAS PREMIUM

casamento com queijos: os leves combinam com exemplares mais jovens e queijos maduros com versão mais envelhecida da bebida”, recomenda Victoria Sarro. A especialista também acrescenta o chocolate como boa opção de harmonização, já que o açúcar suaviza a percepção do álcool.

No que se refere a pratos requintados, a textura gordurosa da carne de pato, permite uma elevação da característica aveludada do cognac. Uma aposta um tanto inusitada, seria a harmonização com ostras. “O sabor salgado do crustáceo é a pedida perfeita para a picância e complexidade da bebida”, revela Victoria.

Momento completo

A escolha da taça certa para degustar um cognac faz toda a diferença. Ela é item fundamental do ritual de consumo e é capaz de influenciar o resultado da experiência, limitando a quantidade de aromas e riquezas que se pode encontrar na bebida. “Se a ideia é aquecer o cognac, indico uma taça com ampla abertura e área de superfície, assim a mão fica posicionada embaixo da taça, ajudando a aquecer o destilado e a abrir gradualmente os aromas”, revela Victoria Sarro e complementa: “Também sugiro a taça de vinho, que normalmente já temos em casa. Apesar de não ter sido criada com esse propósito, possui uma alta capacidade de provocar aromas frutados, e até adocicados”.



MARTELL VSOP

Um cognac sutil, ideal para iniciantes e para coquetelaria. O Martell VSOP é uma harmonia perfeita de frutas deliciosas e tons de madeira refinados.

PREÇO: sob consulta.





DIVULGAÇÃO

Chevalier Noir

INGREDIENTES

- 60 ml de Martell VSOP
- 15 ml de xarope de canela
- Canela em pau

MODO DE PREPARO

Adicione um cubo de gelo grande em um copo baixo, adicione os ingredientes e mexa levemente com uma colher bailarina. Guarneça com um zest de laranja-bahia e uma unidade de canela em pau.

MARTELL COHIBA

uma aliança para complementar os sabores de um charuto cubano. O cognac Martell Cohiba é composto exclusivamente de eaux-de-vie de Grande Champagne. Uma edição rara e exclusiva, na qual o Brasil recebeu apenas 39 garrafas. Preço sugerido na Pernod Ricard.

PREÇO: R\$ 3.589,90

C&C Old Fashioned

INGREDIENTES

- 60 ml de Martell VSOP
- 5 ml de xarope de coco
- 3 dashes de bitters de chocolate

MODO DE PREPARO

Coloque os ingredientes em um copo com gelo e mexa delicadamente com uma colher bailarina. Finalize com um zest de laranja.

Sazerac

INGREDIENTES

- 60 ml de Martell VSOP
- 1 splash de Absinto
- 1 splash de água com gás
- 3 dashes de Peychaud's bitters
- 1 cubo de açúcar

MODO DE PREPARO

Em um copo baixo, adicione o splash de absinto, pedras de gelo e reserve. Em um mixing glass, coloque o cubo de açúcar e os bitters e faça uma maceração até que o açúcar se dissolva. Em seguida, adicione gelo, a dose de cognac e misture com uma colher bailarina. Para finalizar, faça uma coagem simples para o copo baixo e guarneça com um zest de limão.

MARTELL XO

uma obra de arte, a se começar pelo arrojado design da garrafa. Com aroma intenso, e sabor equilibrado entre poder e sofisticação. Preço sugerido na Pernod Ricard.

PREÇO: R\$ 1.269,90



DIVULGAÇÃO

FUTURO DA EDUCAÇÃO E PERSPECTIVAS DO ESG EM PAUTA

ENCONTROS DO LIDE PROMOVEM DEBATE SOBRE A FORMAÇÃO DE ESTUDANTES E PROFISSIONAIS, ALÉM DE OPORTUNIDADES GUIADAS PELOS CRITÉRIOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA

FÓRUM ABORDA DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR EDUCACIONAL

Habilidades multidisciplinares, aprendizagem híbrida, engajamento e estímulo ao talento foram alguns dos assuntos em destaque durante o **7º Fórum LIDE de Educação**, evento realizado no dia 23 de junho.

O psicólogo, pesquisador e professor na Universidade de Ghent, na Bélgica, Filip de Fruyt, disse ser indispensável pensar

na realidade global em que profissionais seniores, formados em outras gerações, perdem empregos em razão de novas demandas que ele não é capaz de atender. Para o especialista, o crescimento das organizações depende de um novo mindset.

Reynaldo Gama, CEO da HSM, considerou que os desafios ocasionados pela pandemia são

oportunidades para a construção de novas referências. Para ele, desenvolver o futuro do trabalho é pensar no presente da educação, que deve deixar de lado paradigmas, tornar-se cada vez mais híbrida e colaborar para capacitar pessoas e não apenas profissionais.

Para Leonardo Framil, presidente da Accenture na América Latina, as empresas, ao longo do tempo, adaptaram-se às mudanças na digitalização, um ponto chave para o futuro do trabalho. Já André Esteves, sócio do BTG Pactual e fundador do Instituto de Tecnologia e Liderança (Inteli), complementou o debate defendendo o acesso e a integração ao universo digital para tornar a educação qualitativa ainda mais democrática. Para o executivo, é indispensável que a iniciativa privada lidere projetos que revolucionem conceitos e sejam inclusivos.



REPRODUÇÃO

ALMOÇO-DEBATE RECEBE GILSON FINKELSZTAIN

O presidente e CEO da B3, Gilson Finkelsztain, afirmou que as perspectivas de mercado são positivas para o segundo semestre deste ano e voltou a defender os



critérios ESG para o crescimento das empresas. O executivo participou do **Almoço-Debate LIDE**, ocorrido no dia 1º de julho, sobre a bolsa como termômetro da economia.

“Estamos bastante otimistas para os resultados deste segundo semestre no mercado. Há perspectivas de crescimento, mas o cuidado fica com a inflação. Isso é sempre uma preocupação grande, pois não queremos ter de volta os juros em dois dígitos,

que podem trazer consequências ruins ao país”, afirmou.

Gilson Finkelsztain também disse aos empresários que os critérios ESG devem ser tratados como prioridade nesta década. “Difícilmente uma empresa evoluirá se não manter esse conceito na pauta. O ESG sempre esteve na agenda da Bolsa de Valores, e o apego é à sigla ‘G’ de Governança. Sempre tivemos olhar na transparência e resultados”.



FOTOS: FREDY UEHARA/LIDE

PESQUISA LIDE-FGV

A 151ª edição da pesquisa **LIDE-FGV de Clima Empresarial** registrou índice 6, ante 5,3 da anterior, apurado em abril. O levantamento é realizado, em média, com 400 grandes empresários. Trata-se de uma nota de 0 a 10 resultante de três componentes com o mesmo peso: Governo, Negócios e Empregos.

Segundo o acadêmico da FGV, Fernando Meirelles, presidente do LIDE Conteúdo e responsável pela pesquisa, o “índice volta ao mesmo patamar do início de 2020, mostrando retomada de crescimento”.



REPRODUÇÃO

TALKS DESTACA CRIAÇÃO DE VALOR POR MEIO DA INOVAÇÃO

A diretora de Sustentabilidade da Tetra Pak do Brasil e Cone Sul, Valéria Michel, afirmou que os critérios ESG são uma demanda social e devem estar nas diretrizes de qualquer corporação. A executiva participou do **LIDE TALKS ESG** sobre criação de valor por meio de inovação e economia

circular, que aconteceu no dia 16 de junho. O encontro virtual ocorreu por meio das plataformas digitais **LIDE** e teve mediação do diretor de Sustentabilidade da Accenture na América Latina, Matthew Govier. Participaram do debate a diretora de Sustentabilidade da

Ambipar, Onara Oliveira de Lima, e o vice-presidente de Relações Institucionais & Sustentabilidade da Raízen, Cláudio Oliveira. “Você não pode colocar um produto no mercado que não seja reciclável: desde o material, até os processos para produzi-lo”, alertou Valéria Michel.



REPRODUÇÃO

BENEDITO BRAGA FALA SOBRE A ESTRATÉGIA PARA LIDAR COM A CRISE HÍDRICA

O presidente da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp), Benedito Braga, afirmou que há segurança hídrica para abastecimento. O executivo participou do **LIDE TALKS ESG**, que foi transmitido ao vivo no dia 7 de julho.

“Em termos de segurança hídrica, hoje estamos mais preparados, no comparativo com crises enfrentadas no passado. Obras de infraestrutura proporcionaram melhorias para o fluxo e ampliação da capacidade das nossas operações”, afirmou.

Segundo Braga, o sistema

Cantareira, que no passado exercia influência predominante no abastecimento de São Paulo

e região metropolitana, dividiu o protagonismo com outras fontes do sistema.



REPRODUÇÃO

MARCO LEGAL DO SANEAMENTO BÁSICO É TEMA DE LIVE NO RIO GRANDE DO SUL

Em sua 21ª edição, o **LIDE LIVE Rio Grande do Sul** recebeu, no dia 24 de junho, o diretor-presidente da Companhia Riograndense de Saneamento (Corsan), Roberto Barbutti, que conversou com empresários e convidados sobre a atual situação da companhia, investimentos e os impactos do novo Marco do Saneamento Básico. A transmissão teve como coordenador o presidente do **LIDE RS**, Eduardo Fernandez.

Pela Lei, a meta até 2033 é que 99% da população tenha acesso à água potável e que seja levado a 90% o tratamento e coleta de esgoto. “A Corsan se preparou internamente para a adequação ao novo marco, que exige a necessidade de aditivos a contratos, metas para atingir a universalização da coleta de esgotos, redução de perdas e melhoria do nível de qualidade como um todo”, disse Barbutti.



SECRETÁRIA EXPÕE OS DESAFIOS NA COMUNICAÇÃO DO GOVERNO



Realizado no dia 29 de junho, o 22ª edição do **LIDE LIVE Rio Grande do Sul** contou com a participação da secretária de Comunicação, Tânia Moreira. Durante a transmissão, ela falou sobre as dificuldades que se apresentam neste novo cenário, no qual é preciso lidar com as fake news, que podem ser um grande risco para a população. Na opinião dela, as notícias falsas são um dos grandes desafios, em todas as áreas, mas principalmente na comunicação oficial, que deve ser transparente e absolutamente correta. “Esta é a nossa responsabilidade ao aproximar o governo das pessoas, e as pessoas do governo”.

A titular da Comunicação do Estado também falou sobre a crise de confiança que hoje abala a sociedade e as estratégias, para, por meio das ações de sua pasta, chamar a atenção da população para os projetos do Governo, paralelamente ao enfrentamento das crises econômica e sanitária neste período de pandemia da Covid-19.

FOTOS: REPRODUÇÃO

CASA LIDE MARCA O INÍCIO DE UMA NOVA ERA DE ENCONTROS EMPRESARIAIS NO PARANÁ

Inaugurada em junho, a **Casa LIDE** estreia uma nova fase de reuniões relevantes entre líderes empresariais. O projeto inédito garantirá visibilidade extra para a entidade presidida por Heloisa Garrett em patamar local, nacional e internacional, uma vez que o espaço físico vem com a proposta de ser um catalisador de ideias e negócios com ênfase para os filiados do Estado do Paraná.

“Queremos manter a identidade crítica de Curitiba para testar e cancelar novos produtos. Essa iniciativa, sem dúvida, marca um novo momento para o mercado. Nada vai voltar a ser como antes, e os eventos também não. Portanto, esse não

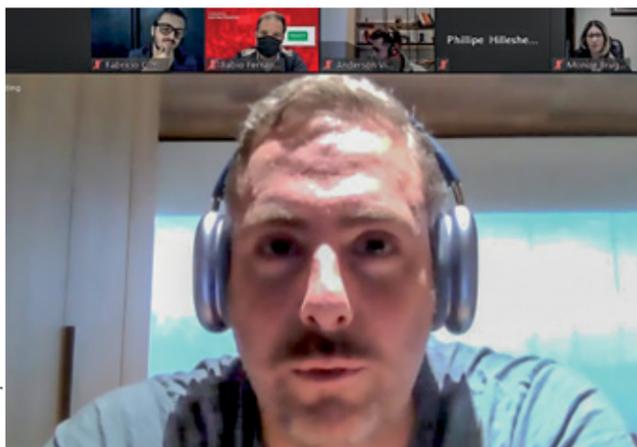
é um endereço de aglutinação, mas, de conexão, e promete funcionar como uma injeção de ânimo para nossos empresários, uma vez que também temos olhos para ações capitaneadas pelo

interior do Paraná”, argumenta. A sede do **LIDE Paraná** irá dividir, com a Incorporadora Altma, patrocinadora da entidade, um endereço emblemático com 600m², localizado no bairro Batel.



DIVULGAÇÃO

PERFIL DO EMPREENDEDOR MODERNO EM RIBEIRÃO PRETO



REPRODUÇÃO

Paulo Passoni, Managing Investment Partner do SoftBank, apontou novas perspectivas do mercado e do empreendedor brasileiro de sucesso durante evento on-line do **LIDE Futuro Ribeirão Preto**, ocorrido em 6 de julho, exclusivamente para filiados.

“Na empresa, consideramos um empreendedor de sucesso aquela pessoa que é extremamente curiosa, inquieta com as opções, persistente em resolver problemas - grandes, médios ou pequenos. E sobretudo, pessoas que são obcecadas em sempre fazer o melhor e ter o seu produto como pioneiro. São pessoas brilhantes, que gostam de seus negócios e esperam sempre fazer o melhor para a comunidade onde estão”.

UNIÃO EM MOMENTO ESTRATÉGICO

ACCOR, ESPAÇOLASER, PEARSON, DANONE E B&PARTNERS SE ASSOCIAM AO GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS E MOSTRAM TODO O SEU DINAMISMO E POTENCIAL ECONÔMICO

A Accor é uma gigante global em hospitalidade, composta por mais de 5.100 propriedades e 10 mil empreendimentos de alimentação em 110 países. No LIDE, a companhia vai compartilhar a experiência de manter um dos ecossistemas de hospitalidade mais diversificados e totalmente integrados do setor, abrangendo marcas de luxo e *premium*, além de ofertas de classe média e econômica.

Outra nova associada do Grupo, a Espaço-laser é a maior empresa de depilação a laser do mundo. Fundada em 2004, a marca possui mais de 600 unidades distribuídas pelo país e pela América Latina. A companhia contabiliza mais de 2 milhões de clientes atendidos ao longo de sua história e 30 milhões de procedimentos realizados por fisioterapeutas especializadas utilizando técnicas de baixíssimo impacto ambiental.

Mais uma gigante em seu setor a se associar ao LIDE, a Pearson mantém cerca de 20 mil colaboradores atuando em 70 países. Ao oferecer conteúdo, certificação e serviços digitais para

estudantes, instituições educacionais, empresas, governos e outros parceiros ao redor do mundo, as pesquisas e projetos da Pearson ajudam no desenvolvimento de economias e comunidades.

A Danone também passa a compor o LIDE, somando ao Grupo com seu know how e liderança em alimentos e bebidas, com base em categorias voltadas para a saúde e de rápido crescimento em três negócios: produtos lácteos e vegetais essenciais, águas e nutrição especializada. No Brasil, a companhia emprega 4500 pessoas e fornece marcas líderes como Activia, Danoninho, Danone, Bonafont, Souvenaid, Milnutri, FortiFit e Nutridrink.

Já a B&Partners, empresa que atua como uma aceleradora para empresas de digital, inovação e criatividade, e, como venture para plataformas de martechs, entra para o Grupo de Líderes com sua visão orientada por dados e reunindo os melhores especialistas para colaborar e entregar soluções omnichannel em marketing e vendas para marcas utilizando tecnologia. ■

LIDE

B&PARTNERS.CO
BAZINHO FERRAZ, CEO

DANONE
FERNANDO PHILIPP, GENERAL COUNSEL BRASIL

ESPAÇOLASER
PAULO MORAIS, CEO

PEARSON EDUCATION
JONAS ANDREY, VICE-PRESIDENTE

LIDE CAMPINAS

ATELIÊ BEAUTY
ISABELLE SANTINI, PRESIDENTE

GLOBAL PHARMA
ANDRÉ LIMA, SÓCIO

LIDE CEARÁ

PLANOS TÉCNICOS
JOÃO SOARES NETO, PRESIDENTE

LIDE NOROESTE PAULISTA

CENTRO UNIVERSITÁRIO PADRE ALBINO - UNIFIPA
CRISTIANE PROCÓPIO, DIRETORA

ULTRAX
ANTONIO FERNANDO DE PAIVA, PRESIDENTE

LIDE PERNAMBUCO

GRUPO NOXTEC
ROBSON CATÃO, CEO

UNIMED CARUARU
PEDRO MELO, PRESIDENTE

LIDE RIBEIRÃO PRETO

GRUPO COLORADO
JOSIMARA MENDONÇA, CONSELHEIRA

TELOG SOLUÇÕES INTEGRADAS
ROSANA ZUMSTEIN, PRESIDENTE

LIDE SANTA CATARINA

ACTIVTRADES BRASIL
RODRIGO DE LIMA, PRESIDENTE

LIDE MULHER

ACCOR HOTELS
MAGDA KIEHL, DIRETORA-EXECUTIVA

ESPAÇOLASER
BARBARA FORTES, COO

ESPAÇOLASER
ANDREZA SANTANA, DIRETORA

JBLOG SAÚDE
ROBERTA GUIMARÃES, DIRETORA-EXECUTIVA

LIDE MULHER LITORAL PAULISTA

CLUBE MORENA ROSA
FABRICIA FRANCESCO, SÓCIA

LIDE ALEMANHA

GOBAR CONSULTING GROUP
RONALD BERGS, SÓCIO

CHAIRMAN
Luiz Fernando Furlan
lufurlan@lidebr.com.br



VICE-CHAIRMAN
Claudio Lottenberg
claudio@einstein.br

COMITÊ DE GESTÃO

Mônica Bergamaschi
presidente do LIDE Agronegócios

Roberto Lima
presidente do LIDE Cidadania

Marcos Gouvêa de Souza
presidente do LIDE Comércio

Marcos Quintela
presidente do LIDE Comunicação

Fernando Meirelles
presidente do LIDE Conteúdo

Celso Lafer
presidente do LIDE Cultura

Mário Anseloni
presidente do LIDE Educação

Daniel Mendez
presidente do LIDE Empreendedor

Eduardo Lyra
presidente do LIDE Empreendedorismo Social

Roberto Giannetti da Fonseca
presidente do LIDE Energia

Lars Graef
presidente do LIDE Esporte

Rafael Cosentino
presidente do LIDE Futuro

Paulo Nigro
presidente do LIDE Indústria

Roger Ingold
presidente do LIDE Inovação

Juan Barberis
presidente do LIDE Internacional

Luiz Flávio Borges D'Urso
presidente do LIDE Justiça

Afonso Celso Santos
presidente do LIDE Master

Nadir Moreno
presidente do LIDE Mulher

Claudio Lottenberg
presidente do LIDE Saúde

Washington Cinel
presidente do LIDE Segurança

Cláudio Carvalho
presidente do LIDE Solidariedade

Roberto Klabin
presidente do LIDE Justiça

Leonardo Framil
presidente do LIDE Tecnologia

Arnoldo Wald
presidente do LIDE Terceiro Setor

UNIDADES NACIONAIS

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

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

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

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

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

PRESIDENTE DO LIDE LITORAL PAULISTA
Jarbas Vieira Marques Jr.
jarbas@lidesantos.com.br

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO
Evandro César Alexandre dos Santos
evandrocesar@lidemt.com.br

PRESIDENTE DO LIDE NOROESTE PAULISTA
Marcos Scaldelari
marcosscaldelari@lideriopreto.com.br

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

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

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

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

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

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

PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA
Delton Batista
delton.batista@lidesc.com.br

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

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

UNIDADES INTERNACIONAIS

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

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

PRESIDENTE DO LIDE AUSTRÁLIA
Carlos Ferri
carlosferri@lideaustralia.com

PRESIDENTE DO LIDE CHILE
Murilo Arruda
muriloarruda@lidechile.com

PRESIDENTE DO LIDE CHINA
Everton Monezzi
monezzi@lidechina.org

PRESIDENTE DO LIDE FLÓRIDA/MIAMI
Carlos Eduardo Arruda
carlos@voqin.com

EMBAIXADORA LIDE SUÍÇA
Heloisa Slav
heloisaslav@lidesuisse.ch

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

PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA
Juan Barberis
juanbarberis@lideitalia.org

PRESIDENTE DO LIDE PARAGUAI
Andrés Bogarín Geymayr
andres.bogarín@lideparaguay.com

AMBIENTE CRIATIVO

ACESSÓRIOS E DÉCOR
TORNAM O ESPAÇO DE
ESTUDOS CADA VEZ
MAIS INSPIRADOR



Cadeira, FWAY

Assinada por Lucas Carareto para a F.WAY, a cadeira Lazy conta com uma forma envolvente que abraça o corpo de quem se senta. O desenho tem linhas suaves, pés em madeira cilíndrica, inclinados e estruturados por chapas metálicas. R\$ 3.475



*Smart Speaker
Amazon, Echo Dot*

Compatível com produtos Alexa e Alexa-enabled, o smart speaker é a 3ª geração da assistente virtual desenvolvida pela Amazon. R\$ 349 à venda na Casa Conectada

*Revisteiro Thork,
Jader Almeida*

Com desenho inusitado em estrutura de aço carbono, possui rodas e alça que permitem o deslocamento de livros e revistas para aonde o leitor desejar. R\$ 5.689



Mochila Montblanc Sartorial

O modelo é espaçoso, funcional e possui três compartimentos principais que mantêm os objetos pessoais organizados e facilmente acessíveis. A mochila média conta com compartimento acolchoado para notebook de até 13 polegadas e bolsos para diversos artigos. Valor sob consulta



**Sketch Book,
Hahnemühle 1584**

Fabricante de papéis com sede na Alemanha, a Hahnemühle ocupa no mercado brasileiro um espaço de destaque no segmento de papelaria de luxo. R\$ 136



AirPods Max, Apple

Indispensável na hora do call, para assistir vídeos, aulas e até curtir a playlist favorita. Possui, entre outras tecnologias, o cancelamento ativo de ruído, equalização adaptativa e áudio espacial com rastreamento dinâmico de movimentos da cabeça. R\$ 6.209 na loja iPlace



LG Xboom Go Jellybeans

Uma caixa de som bluetooth é item essencial na rotina de estudos. Contando com a tecnologia Meridian, a Jellybeans é resistente à água, possui alto-falante projetado para tocar em diferentes condições e traz bateria com duração de até 10 horas. R\$ 449

Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE
LÍDER.INC

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

São os clientes
que estão dizendo:
**BTG Pactual,
as Melhores Equipes
de Research,
Sales e Trading
da América Latina.**

Assim como já havia ocorrido com **Research**,
as equipes de **Sales** e de **Trading**
do BTG Pactual também foram eleitas
as **Melhores da América Latina** pela renomada
publicação Institutional Investor.

É uma honra recebermos, mais uma vez,
este reconhecimento dos investidores
institucionais locais e internacionais por nossa
expertise na geração de conteúdo analítico
e ideias de investimento.

**Institutional
Investor**

