

# LIDE

Ano 15 - nº 89 | 2020

DORIA EDITORA



R\$ 15,00

## TÂNIA COSENTINO

**BUSCA PELA  
ECONOMIA  
INCLUSIVA DEFINE A  
MICROSOFT BRASIL**

**PANDEMIA  
EMPRESAS  
VENCEM DESAFIOS  
E ENCONTRAM  
SOLUÇÕES À CRISE**

LIDE

Ano 15 - nº 89 | 2020

HOJE,  
A **CAOA CHERY**  
NÃO ESTÁ AQUI PARA FALAR  
DA QUALIDADE E TECNOLOGIA  
DOS SEUS CARROS.



No trânsito, dê sentido à vida.

HOJE,  
A **CAOA CHERY**  
ESTÁ AQUI PARA AGRADECER  
ÀQUELES QUE **NÃO PODEM**  
FICAR EM CASA,  
PARA TRABALHAR  
PELA SEGURANÇA DAQUELES  
QUE **DEVEM** FICAR EM CASA.

**OBRIGADO**



**CAOA CHERY**  
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN





Sua saúde merece



Antes de falarmos sobre saúde,  
queremos falar sobre você.

A EMS cuida da saúde dos brasileiros há 55 anos. Com grandes investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, vem trazendo inovação, qualidade e acessibilidade em medicamentos para toda a população. Abra as portas da sua casa para a maior indústria farmacêutica no Brasil.

EMS.COM.BR   EMSFARMACEUTICA

## ARTE DA NATUREZA



Escultura Abstrata  
Pó de Mármore  
75 x 40 x 40 cm  
base opcional



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

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

 @artebiadoria

 ateliebiadoria



BIB DOR.

The logo for RCE Digital is displayed on the screen of a camera. The letters 'RCE' are in a large, white, sans-serif font, with a white play button icon inside the letter 'C'. Below 'RCE', the word 'DIGITAL' is written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the camera screen shows a blurred scene of people.

**RCE**

DIGITAL

# Encurtando distâncias, oferecendo soluções.

A RCE Digital tem mais de 20 anos de história e trabalha com tecnologia, inovação e soluções para comunicação, treinamentos, EAD, eventos, projetos especiais e produção de vídeos que valorizam e promovem marcas em todo o Brasil.

# NOSSAS SOLUÇÕES



## 1. Videoconferência:

maior comunicação e integração, otimizando tempo e reduzindo custos com deslocamento.



## 2. Ao vivo:

transmissões com disponibilização em plataforma própria para vídeos ao vivo.



## 3. Produção de vídeos:

para as mais diversas finalidades, incluindo vídeos institucionais, projetos especiais, vídeos comerciais e motivacionais.



## 4. Cobertura de eventos:

tecnologia e equipe especializada para que não se perca nenhum momento especial na transmissão de eventos.



## 5. Mural digital:

tecnologia ideal para modernizar e facilitar a comunicação com diversos públicos de interesse da empresa, com player para disseminar programação.



## 6. TV corporativa:

via satélite ou internet, para que sua marca tenha um canal exclusivo de otimização da comunicação.



## 7. App:

aplicativo de vídeos que leva a informação à palma da mão de seu público, permitindo transmissões ao vivo direto pelo app e mais!



## 8. Loja:

plataforma ideal para venda de conteúdos digitais.



## 9. Treinamento:

plataforma interativa e personalizada de distribuição de conteúdos à distância, ao vivo ou gravados.



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

São José do Rio Preto/SP

+55 17 2136 8855

Av. Murchid Homs, 1404

Vila Diniz | 15013-000

São Paulo/SP

+55 11 4501 2600

Rua Cristiano Viana, 401 - SL. 610

Pinheiros | 05411-000

[rcedigital.com.br](http://rcedigital.com.br)

[contatorce@rcedigital.com.br](mailto:contatorce@rcedigital.com.br)

[in](#) [f](#) [@](#) [/rcedigital](#)



# 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.



# SUMÁRIO

edição de abril

## 14 Carta

Inseparáveis

## 16 Entrevista

Sidney Klajner, CEO do Albert Einstein, detalha como o hospital ajuda no combate ao novo coronavírus

## 26 Oportunidade

Com espaço para crescer, títulos verdes representam bons negócios nos próximos três anos

## 30 Tendência

Alta conversão e oferta de benefícios geram ótimas taxas de crescimento do comércio on-line B2B

## 34 Inovação

Plataformas tecnológicas oferecem bom fluxo de informação aos investidores novatos



## 20 Capa

Conhecida por seu envolvimento em projetos de empoderamento social, Tânia Cosentino, presidente da Microsoft Brasil, atua para acelerar a transformação digital de clientes e parceiros

## 44 Tecnologia

Setor de saúde desenvolve nova cultura de proteção e segurança de dados

## 46 Empresas

Uso correto das soluções tecnológicas voltadas para treinamento e eventos garantem dinamismo e eficiência

## 40 Gestão de pessoas

Modelos de remuneração e posicionamento despontam como estratégias para captar talentos da alta gestão





## ESPECIAL PANDEMIA

### 52 Avanços

Hospitais, laboratórios e clínicas buscam recursos para combater a Covid-19

### 57 Pesquisa

Levantamento inédito do LIDE mostra que empresas precisarão de ajustes para passar pela crise

### 58 Panorama

Home office: modalidade merece atenção do ponto de vista legal e prático



### 62 Soluções

Aplicativos, redes sociais e novas ferramentas ajudam a sociedade a driblar problemas

### 66 Negócios

Empresas mudam suas operações comerciais e efetivam ações de combate ao vírus

### 74 Mercado

Agronegócio e indústria de alimentos vão ajudar na manutenção do emprego e renda no Paraná

### 80 Indústria

Polo automotivo paranaense se fortalece e contribui para o bom desempenho econômico

### 84 Infraestrutura

Movimentação de cargas cresce e impacta positivamente mesmo em período de instabilidade

### 88 Energia

Investimentos na expansão energética mantêm as bases sólidas para a manutenção das empresas

### 92 Aconteceu

LIDE promove debates sobre o atual panorama político-econômico

### 96 Filiados

Organizações dos mais diferentes segmentos entram para o LIDE

## 70

### Carros

Audi S8: visual discreto esconde motor V8 biturbo e inédito sistema de suspensão



# INFORMAÇÃO É TUDO

No Brasil, a imprensa livre é um direito fundamental, um mecanismo de desenvolvimento social que alimenta e favorece a criação de um bom ambiente de negócios. O acesso à informação de qualidade, isenta e transparente, sustentou a busca por novas tecnologias, melhorias na educação, justiça e direitos humanos nas últimas décadas.

A produção de conteúdo diariamente ajuda empresários e executivos em seus processos de tomada de decisão, a acompanhar a velocidade das mudanças impostas pelo mundo moderno, potencializar ideias, projetos e negociações.

Na reportagem de capa dessa edição, Marco Stefanini, CEO e fundador do Grupo que leva seu nome, mostra todo o poder da informação na vida de um empreendedor e a importância de direcionar seus esforços para a inovação constante. Símbolo da criação de soluções digitais com foco em uma sociedade em plena transformação, o Grupo Stefanini soube compreender as necessidades do mercado durante a pandemia do novo coronavírus.

Confira também, entrevista com a presidente da L'Oréal Brasil, An Verhulst-Santos. A executiva fala sobre as conquistas da empresa, principalmente no ambi-



GUSTAVO RAMPINI

to da inclusão social e sustentabilidade. Trazemos ainda o especial Mercado Financeiro, em que traçamos os desafios e oportunidades que este setor enfrentou diante da pandemia e queda abrupta das bolsas pelo mundo. No especial, mostramos as novidades sobre opções de investimento, o avanço das fintechs, serviços financeiros e as reformas que podem ajudar na retomada econômica do País.

Nesta edição confira como a tecnologia está contribuindo com a medicina e com a educação a distância e, para relaxar, apresentamos o hotel Meliá Serengeti Lodge, localizado no Parque Nacional de Serengeti, na Tanzânia, África Ocidental.

Uma excelente leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM  
DIRETORA EDITORIAL

# L I D E

**PUBLISHER**  
Celia Pompeia

**DIRETORA EDITORIAL**  
Ana Lúcia Ventorim

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

**EDITORA**  
Ana Lúcia Ventorim

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

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

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

**PUBLICIDADE**  
Carolina Wehba  
carolinawehba@grupodoria.com.br

Debora Leopoldo  
deboraleopoldo@grupodoria.com.br

Flávia Marangoni  
flaviamarangoni@grupodoria.com.br

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

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

**UMA PUBLICAÇÃO**

**DORIA EDITORA**

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

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

**CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO**  
Gráfica Oceano

**CAPA**  
Marco Stefanini  
Foto: Vali Mirea



SIDNEY KLAJNER

# MEDICINA CIDADÃ

CEO DO ALBERT EINSTEIN REVELA  
COMO A EXPERTISE DO HOSPITAL  
TEM SIDO USADA NA LUTA  
CONTRA A PANDEMIA

Ào assumir a presidência da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein, em 2016, Sidney Klajner sabia que tinha iniciado um dos maiores desafios de sua carreira: dar sequência e ampliar um legado marcado pela qualidade, segurança, tecnologia, inovação e ensino.

À frente do melhor hospital da América Latina e um dos 50 melhores do mundo, segundo a revista Newsweek (EUA), Klajner é responsável por conduzir um verdadeiro centro de excelência em ações e projetos sociais que funciona por meio da gestão de diversos equipamentos de saúde pública. Assim, a bagagem do Einstein e de seus especialistas têm impactado de forma definitiva na compreensão de como lidar com a pandemia do novo coronavírus no que tange a população de baixa renda.

Especialista em cirurgia de aparelho digestivo com mais de 20 anos de experiência, membro do Conselho de Administração do Instituto Coalização Saúde, além de Professor do MBA Executivo em Gestão de Saúde do Einstein, na

disciplina “O Mercado de Saúde no Brasil e no Mundo: Estrutura e Estratégias”, o médico detalha nesta entrevista exclusiva à **Revista LIDE**, a estratégia empregada dia a dia para manter o Hospital em seu patamar de excelência.

Sidney Klajner revela também como métodos e práticas já adotados há muitos anos pelo Einstein, entre eles a Telemedicina, beneficiam a luta contra a Covid-19. Para o CEO, este é momento de aprendizado e de troca, mas também de valorização do profissional da área e do próprio Sistema Único de Saúde (SUS).

**LIDE: De que maneira a experiência do Albert Einstein tem sido aplicada nas ações públicas de combate ao novo coronavírus (Covid-19) e nos cuidados com os pacientes infectados?**

SIDNEY KLAJNER: O Einstein, desde a sua fundação, mantém total interação com as instâncias governamentais por meio de parcerias públicas, especialmente incrementando essas ações em momentos de crise. Isso já aconteceu durante a epidemia de meningite (ocorrida nos anos 1970)

e em cuidados com vítimas do terremoto no Haiti. Atuamos também depois da tragédia da boate Kiss, em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, e ao longo da epidemia de Dengue no Estado do Rio de Janeiro (2008), quando o Einstein montou uma tenda de atendimento para aumentar a capacidade do Sistema de Saúde. Desde sua fundação, o hospital sempre demonstrou a sua real missão, que é oferecer *know-how* médico para a sociedade brasileira. E não seria diferente agora. Já há alguns anos nossa parceria com a Prefeitura de São Paulo permite ao Einstein operacionalizar e fazer a gestão de diversos equipamentos de saúde, sendo 24 unidades diferentes entre AMAs, UBSs e Centros de Atendimento Psicológico. Somos responsáveis também por fazer a gestão e, inclusive, a operação de dois hospitais públicos, um deles o Hospital Municipal Dr. Moysés Deutsch (em ampliação nesse momento por conta da Covid-19), localizado no bairro do M'Boi Mirim, voltado a emergências, e o Hospital Municipal Vila Santa Catarina, com foco na alta complexidade e que atende, principalmente, casos de oncologia e maternidade de alto risco. Nesta unidade, mantemos outra importante parceria com o Ministério da Saúde para transplantes, que são realizados sob o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Institucional do SUS (PROADI-SUS). Essas interações permitiram o Einstein assistir mais de 1 milhão pessoas apenas pelo SUS.

Nossas iniciativas de capacitação de pessoas e fomento à pesquisa formam mais de 10 mil profissionais do SUS todos os anos. O eficiente combate à Covid-19 e o tratamento de pacientes estão sendo viabilizados exatamente por meio da expertise acumulada ao longo dos anos, com a dedicação dos nossos profissionais, muitos deles voluntários, além da contratação de emergência



FABIO H. MENDES

e, principalmente, treinamento, aquisição de insumos de qualidade e equipamentos de proteção individual, que permitem o atendimento e a ampliação da rede pública a pacientes.

**Esse conhecimento da realidade da população e da saúde do brasileiro tem ajudado a lidar e planejar ações para lutar contra a Covid-19?**

Certamente. Existe uma experiência muito grande acumulada com base na gestão dessas unidades de atenção primária de saúde, o que permite inclusive o cadastro dos pacientes que lá frequentam. Nossa participação no Programa Saúde da Família faz com que possamos conhecer até suas moradias, antevendo o problema de aglomeração de pessoas e de convivência de grupos com alto risco. Mais recentemente

passamos a utilizar meios tecnológicos, como cadastramento e agendamento digital, permitindo que a gente exerça de maneira adequada este auxílio à saúde pública dessas comunidades.

## **O Hospital anunciou a contratação de quase 1500 profissionais para atuar nas diversas ações do Einstein para atender à demanda provocada pela Covid-19. Como será feita a avaliação, treinamento e condução desse grande grupo?**

Inicialmente, o Hospital contratou 200 profissionais para casos de contingência por afastamento contaminação e, também, para ampliação das nossas próprias atividades dentro da unidade no bairro do Morumbi, em São Paulo. Com as iniciativas ganhando corpo, resolvemos implantar um processo seletivo para a contratação desses profissionais que passariam a trabalhar também com as ações ligadas à saúde pública. Esses profissionais estão sendo treinados por meio virtual e a análise precisa de seus currículos permitiu uma seleção mais adequada.

## **Qual o papel da Telemedicina nesse momento de crise e distanciamento social, principalmente na manutenção da saúde dos profissionais?**

A Telemedicina é um dos programas que o Einstein optou por investir há oito anos, então há um bom tempo existe no nosso ambiente um investimento, a criação de iniciativas e de novos projetos nessa área. Foi assim com a Teledermatologia (parceria com Secretaria Municipal da Saúde) que zerou uma fila de 70 mil pacientes que aguardavam o atendimento dermatológico em apenas seis meses. Por outro lado, atuamos com a Tele UTI, sistema no qual nossos especialistas visitam de maneira horizontal UTIs por todo o País – geralmente locais que não existem especialistas, mas apenas intensivistas de atuação geral. Este programa de Telemedicina permitiu acumularmos uma capacidade e experiência que vai ao encontro com as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e do Centro para Controle e Prevenção de

Doenças (CDC) dos Estados Unidos. Assim, o uso da Telemedicina é um meio de evitar mobilidade e manter o isolamento entre as pessoas que possivelmente podem estar portadoras da Covid-19. Assim, esse método é um dos grandes atributos para o acompanhamento daquele portador da infecção do novo coronavírus e, principalmente, permitindo que a gente vença barreiras geográficas em um País de dimensões continentais.

## **O Hospital esteve na linha de frente e em contato com os primeiros pacientes infectados pela Covid-19. Isso ajudou os profissionais a anteciparem decisões e entenderem melhor a dimensão da crise?**

Com as primeiras notícias da epidemia na China, iniciamos reuniões com especialistas, infectologistas e epidemiologistas, o que beneficiou a criação de fluxos diferenciados de informação e a capacitação dos nossos colaboradores sobre a utilização dos equipamentos de proteção individual, o descarte ideal daquilo que entrou em contato com o paciente e, principalmente, ganhamos tempo para definir qual a infraestrutura necessária para o atendimento correto e que não contaminasse o ambiente.

## **Houve a necessidade de algum tipo de adaptação do Hospital para a chegada do coronavírus?**

Sim, houve uma necessidade estrutural. Tivemos que deixar áreas restritas aos portadores, inicialmente uma ala, depois duas, hoje segmentamos nosso hospital em um prédio voltado exclusivamente aos portadores da infecção por coronavírus. Houve uma diminuição na ocupação do hospital para deixarmos o maior número de leitos serem transformados para terapia intensiva. Desde o início de janeiro, iniciamos a compra de equipamentos, insumos e respiradores, a fim de transformar apartamentos voltados a pacientes sem gravidade para aqueles que necessitassem de terapia intensiva. Além disso, construímos um hospital de campanha em nosso estacionamento, ampliando ainda mais a capacidade de atendimento.

### **O que mais lhe surpreende na pandemia do novo coronavírus?**

Trata-se de um vírus com um grau de transmissibilidade três vezes maior que o H1N1. Um paciente é capaz, ao longo de dois meses, de contaminar até 100 mil pessoas e, por isso, temos a necessidade de isolamento para que se contenha essa disseminação. Diferente do que foi falado no início, percebemos que a faixa etária de acometimento não é tão idosa, atingindo até pacientes que têm uma vida saudável e não têm problemas de saúde.

### **Podemos imaginar um impacto positivo na saúde pública e privada, no ambiente científico e na valorização dos profissionais de saúde quando a crise passar?**

Acredito que sim. Os profissionais de saúde estão sendo reconhecidos como guerreiros e isso tem se expressado em manifestações públicas ao redor do mundo. Mantemos uma grande interação com laboratórios e cientistas com o objetivo de encontrar soluções para este tipo de pandemia que traz muitos ensinamentos. Essas interações vão ajudar a exercermos a medicina no dia a dia de uma maneira diferente.

### **O Einstein foi eleito um dos 50 melhores hospitais do mundo, o único brasileiro a figurar nessa lista. Quais ações o qualificam para ter alcançado este importante resultado?**

Realmente, pela primeira vez na história, este ano o Einstein foi eleito o 38º melhor hospital do mundo segundo a revista Newsweek. Eu não tenho dúvida que a trajetória para ocuparmos esse lugar data desde a fundação, considerando a participação das diversas gestões que sempre colocaram como uma meta - praticamente pétrea - a excelência do atendimento, a geração de conhecimento por meio da pesquisa, a capacitação, o ensino e, principalmente, a responsabilidade social como forma de trazer esse benefício de volta para a sociedade brasileira. Pelo 11º ano consecutivo também somos o melhor



FABIO H. MENDES

hospital da América Latina. Esses resultados se devem à qualidade e segurança no tratamento de nossos pacientes, uso de tecnologia adequada embarcada e corpo clínico altamente diferenciado. Nossa diretriz estratégica permite atrair, cada vez mais, os talentos da medicina, formar pessoas e gerar inovação.

### **Quais os principais feitos e características de sua gestão?**

Recebi um legado do hospital em termos de qualidade, tecnologia, inovação e ensino. Meu objetivo é elevar todos esses pontos e oferecer o melhor para o paciente. Minha preocupação é tornar o Sistema de Saúde menos dispendioso, olhando pelo viés do desperdício e não do custo. O foco é dar uma visão ainda maior para a prevenção de doenças e para a conscientização da população, além de manter a qualidade, a excelência e o humanismo, algo que é fundamental e faz parte da experiência do paciente conosco. Essas têm sido as grandes prerrogativas dessa gestão, transformar e influenciar o Sistema de Saúde a ter sustentabilidade e eficiência. ■

# PODER DE TRANSFORMAR VIDAS

TÂNIA COSENTINO, PRESIDENTE DA  
MICROSOFT BRASIL, ENCONTROU O  
ESPAÇO PERFEITO PARA PROMOVER  
AÇÕES ALINHADAS COM A  
ECONOMIA DO FUTURO

A Microsoft é, hoje, uma das principais companhias globais responsáveis por promover a transformação digital e empoderar, por meio da tecnologia, pessoas e organizações. No Brasil há 30 anos, a empresa já investiu mais de R\$ 450 milhões para levar tecnologia gratuitamente para quase seis mil ONGs no País, beneficiando inúmeros projetos sociais. Em 2011, a Microsoft começou a apoiar centenas de startups — um aporte que já superou a marca US\$ 200 milhões em créditos em nuvem. Agora, ela é uma das responsáveis pelo programa Women Entrepreneurship (WE), que pretende aplicar até R\$ 100 milhões com foco no empreendedorismo feminino nos próximos cinco anos.

Com mais de três décadas de experiência, Tânia Cosentino lidera este e outros projetos de impacto social desde janeiro de 2019, quando assumiu a presidência da companhia. A executiva ganhou reconhecimento nacional e internacional graças ao seu trabalho relacionado à eficiência energética, transformação digital, direitos humanos, diversidade e inclusão. Assim, ela se transformou ao longo dos anos em uma líder ativa e inspiradora de grandes programas como HeForShe e WEP (Women Empowerment Principles).



*“Desde 2009, eu passei a me conectar com vários projetos importantes, entre eles o ONU Mulheres e o Pacto Global, todos de diversidade e inclusão, agenda sustentável, mudanças climáticas e meio ambiente”*

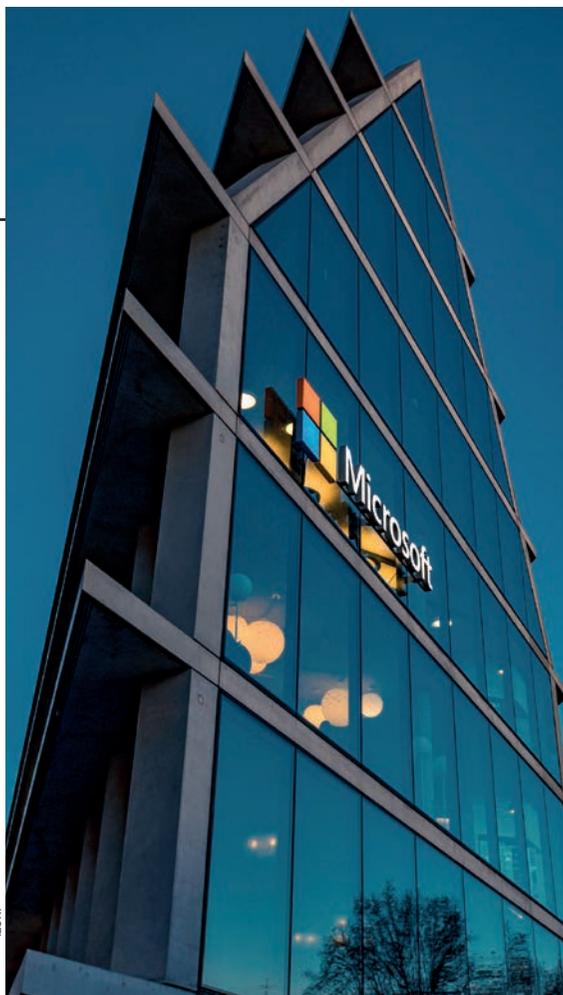
“Desde 2009, eu passei a me conectar com vários projetos importantes, entre eles o ONU Mulheres e o Pacto Global, todos de diversidade e inclusão, agenda sustentável, mudanças climáticas e meio ambiente. Não sou especialista, mas sou apaixonada pelos temas e tento ver qual o meu papel na empresa que atuo. Com sua missão de empoderar pessoas e organizações a conquistar mais, a Microsoft é uma plataforma poderosíssima do bem”, relatou Tânia durante o mais recente encontro do Women Entrepreneurship (WE).

### Iniciativa única

Em mais um capítulo que mostra o compromisso da Microsoft com o Brasil, a iniciativa WE faz parte de uma série de ações

concebidas pela companhia para estimular o desenvolvimento e a democratização do uso da Inteligência Artificial (IA) no País e, entre elas, está a criação de projetos que gerem impacto social sustentável. Tânia explica que o fundo tem o objetivo de incentivar o desenvolvimento de iniciativas disruptivas, de base tecnológica que tenham mulheres como sócias do empreendimento e com pelo menos 20% de participação societária.

A baixa inserção de startups de base tecnológica que possuam mulheres na liderança – no Brasil o percentual é de apenas 2%, segundo pesquisa do Distrito 100 Super Founders – é percebida pelas dificuldades das empreendedoras na busca de qualificação para gerir o negócio ou pelas barreiras culturais do ambiente corporativo e das startups, que têm em sua maioria homens como fundadores. “Eu olho sempre pelo aspecto econômico e considero lamentável ter que fazer um *business plan* para mostrar que a inserção de mulheres no mercado de trabalho é bom para a economia e para a sociedade”, analisa.



123RF

### PEGADA DE CARBONO NEGATIVA ATÉ 2030

No início do ano, a Microsoft Corp. anunciou uma meta ousada em conjunto com um novo plano para a redução absoluta de sua pegada de carbono. Até 2030, a companhia planeja negatar todas as emissões, retirando até 2050 todo o carbono que já produziu – de forma direta e indireta – desde sua fundação, em 1975. Isso inclui a redução direta de todas as operações que forem relacionadas ao uso de energia a quase zero até a metade desta década.

Também foi apresentada uma nova iniciativa que utilizará a tecnologia da Microsoft para ajudar fornecedores e clientes ao redor do planeta na redução de suas pegadas de carbono. Um fundo de inovação climático de US\$ 1 bilhão foi criado para acelerar o desenvolvimento global de tecnologias para redução, captura e remoção de sistemas, máquinas e serviços relacionados à produção de carbono.

A presidente da Microsoft Brasil aponta que o gap salarial médio entre homens e mulheres é de 30% e, segundo pesquisa divulgada em 2018 pela McKinsey, a equidade de gênero poderia significar a inclusão da soma dos PIBs da China e dos EUA na economia global. “Quando eu incentivo a participação feminina nas mais diferentes áreas eu não estou desempregando homens, mas sim aumentando o bolo. Assim, todos nós vamos comer uma fatia muito maior do bolo”, diz.

Idealizado pela Microsoft Participações, Sebrae Nacional, Bertha Capital e Belvedere Investimentos, a Iniciativa WE é composta por dois pilares estratégicos: o Fundo de Investimento em Participações de Capital Semente (Women Entrepreneurship – Fundo WE) e o Portal WE. Com foco na inclusão, essas ações têm o propósito de englobar projetos de todas as regiões do Brasil, não importando a formação prévia das empreendedoras no Ensino Superior ou Técnico, pois será oferecida capacitação técnica e de negócios com o investimento. “Quando começamos



GUILHERME GONGRA

---

O AI Industry Board tem como objetivo ampliar a discussão sobre o uso responsável da IA, compartilhando boas práticas adotadas por empresas e organizações de vários segmentos, a fim de promover a inovação com base nessa tecnologia

---

a olhar para esse mundo de *development*, de comunidades e de startups, percebemos que a maioria era formada e foi criada por homens e tinham homens no comando. Então fomos atrás de números e identificamos que no mundo de *venture capital* as mulheres empreendedoras acessam menos de 3% dos investimentos disponíveis. Com isso, decidimos então ‘hackear’ o sistema e criar algo que pudesse fomentar o empreendedorismo feminino em empresas de tecnologia”, revela a executiva.

### Primeiros resultados

Em março deste ano, o programa Women Entrepreneurship (WE) divulgou em evento realizado na sede da Microsoft, em São Paulo, os nomes das primeiras startups selecionadas: duas para o fundo de investimentos WE Ventures e outras dezoito para a organização de fomento WE Impact, que oferece investimento estratégico e financeiro a startups em estágio mais inicial.

O programa WE se propõe a estimular o empreendedorismo feminino em duas frentes:

o WE Ventures, que tem o objetivo de captar R\$ 100 milhões em até cinco anos e já tem R\$ 50 milhões captados até o momento. Os aportes nas startups vão de R\$ 1 milhão a R\$ 5 milhões.

O foco do WE Ventures é investir em startups lideradas por mulheres durante uma fase conhecida como “vale da morte”, na qual existe um alto risco de mortalidade e os recursos financeiros estão abaixo do necessário para permitir que a startup consiga se expandir. Por sua vez, a WE Impact atua para formar novas startups, acompanhando as empreendedoras durante toda

*“O crescimento de nosso País depende do sucesso de nossos empreendedores. O PIB nacional é movimentado por pequenas e médias empresas e podemos fazer esse ecossistema se movimentar”*



GUSTAVO RAMPINI

sua jornada empreendedora, incluindo investimento de capital estratégico e financeiro, que pode ir de R\$ 50 mil a R\$ 500 mil, além de oferecer networking e serviços especializados.

Tânia afirma que a Microsoft quer ajudar a lançar os futuros unicórnios do Brasil, e demonstra o orgulho de fazer parte de um grande sonho. “O crescimento de nosso País depende do sucesso de nossos empreendedores. O PIB nacional é movimentado por pequenas e médias empresas e podemos fazer esse ecossistema se movimentar. Estou muito orgulhosa, vamos trazer mais mulheres empreendedoras, vamos empreender mais, menos por necessidade e mais por competência, e vamos gerar mais impacto em nosso País.”

#### **Nova economia**

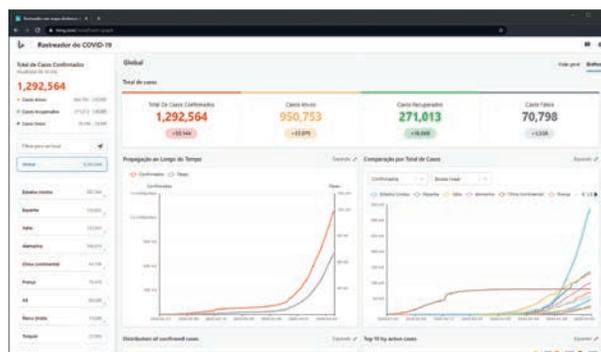
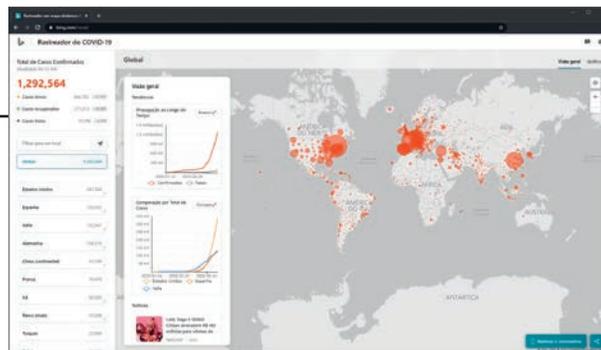
Antes de assumir a liderança da Microsoft no Brasil, Tânia era presidente da Schneider Electric na América do Sul, posição ocupada desde 2013. Seu foco era preparar a empresa para liderar a transformação digital na região, em mercados como residencial, industrial, comercial, data centers, energia e infraestrutura para cidades inteligentes. Além disso, a executiva estimulou o desenvolvimento de soluções diferenciadas e sustentáveis com o objetivo de agregar valor aos negócios dos clientes. Tânia era também membro do Conselho Consultivo de Diversidade & Inclusão da empresa. Por seu trabalho na América do Sul, a executiva foi reconhecida como uma das dez pioneiras, atuando nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável do Pacto Global da ONU em 2017.

A experiência acumulada ajudou Tânia em sua meta de impulsionar as novas ações e posicionamento da Microsoft nessas áreas. “Somos o líder no mercado de software mundial, somos a empresa mais valiosa do mundo, mas não podemos nos limitar a isso. A empresa que é líder no seu segmento tem o dever de ter um impacto social e ambiental também positivo e quando assumimos uma posição de CEO, por exemplo, nós passamos a ter um papel importante como indivíduo. Como líder eu passo a

## TECNOLOGIA NA LUTA CONTRA O NOVO CORONAVÍRUS

Com a pandemia de coronavírus impactando pessoas e países ao redor do mundo, as equipes de diversas empresas estão migrando para o trabalho remoto. Em um esforço para oferecer suporte à saúde e segurança pública, além de facilitar o trabalho remoto durante esse período difícil, a Microsoft está oferecendo gratuitamente o Microsoft Teams – central de trabalho em equipe dentro do Microsoft 365 – para organizações e escolas de todo o mundo. O sistema possibilita conversar, fazer reuniões, ligações e colaborar a partir de um local seguro.

Outra iniciativa da empresa foi a criação de um mapa interativo que fornece informações atualizadas sobre o novo coronavírus em todo o mundo e detalhando também o número de casos ativos, recuperados e fatais. Desenvolvido pela equipe do buscador Bing da Microsoft, o mapa on-line se baseia em informações da Organização Mundial



REPRODUÇÃO

da Saúde (OMS), do Centro de Controle e Prevenção de Doenças dos Estados Unidos (CDC) e do Centro Europeu de Controle e Prevenção de Doenças (ECDC). A ferramenta pode ser acessada em [www.bing.com/covid](http://www.bing.com/covid).

ser ouvida, minha voz passa a ter um peso. Eu tenho um papel a desempenhar, preciso criar práticas e espaços para sermos uma empresa mais inclusiva e também tentar mudar a sociedade”, reflete.

Neste contexto, a Microsoft anunciou no final de março a criação de um AI Industry Board (Comitê da Indústria para Inteligência Artificial) em conjunto com outras empresas e organizações. O AI Industry Board tem como objetivo ampliar a discussão sobre o uso responsável da IA, compartilhando boas práticas adotadas por empresas e organizações de vários segmentos, a fim de promover o desenvolvimento da inovação com base nessa tecnologia no Brasil. A contribuição para a competitividade do País por meio da IA e seu impacto na transformação digital também é o foco do comitê.

Como resultado desses debates, as empresas participantes podem identificar sinergias entre seus projetos e, em um segundo momento, ali-

nhar oportunidades para aprimorar o aumento das iniciativas já realizadas individualmente, fazer parcerias com a academia e também buscar apoio dos setores público e privado para ações que considerem relevantes para expandir a adoção da IA pelo país e que devam resultar em desenvolvimento local sustentável.

Tânia Cosentino explica que o Brasil está avançando na adoção de novas tecnologias e este é um momento propício para a criação de um AI Industry Board. “Reunir os líderes dessas empresas e organizações para aprimorar o desenvolvimento e o uso de tecnologias baseadas em IA é uma maneira de contribuir ainda mais para essa transformação. Além disso, é uma maneira construtiva de garantir que a IA seja usada da melhor maneira possível, observando e discutindo seus impactos em diferentes setores, incluindo a capacitação de profissionais para a nova realidade do trabalho”, finaliza. ■

# O PROMISSOR MUNDO DAS GREEN BONDS

DESDE 2015 O MERCADO ACUMULA R\$ 30 BILHÕES EM EMISSÕES VERDES. A ESTIMATIVA É CHEGAR A R\$ 100 BILHÕES NOS PRÓXIMOS TRÊS ANOS

Há um ano, o Brasil iniciou a emissão de Green Bonds para portfólios de projetos – uma prática muito comum no exterior – com a negociação de R\$ 1,296 bilhão da Neoenergia para empreendimentos eólicos e transmissão de renováveis. Por enquanto, este foi o maior título emitido em reais, segundo Gustavo Pimentel, diretor da SITAWI Finanças do Bem, uma organização brasileira especializada no desenvolvimento de soluções financeiras e assessoria a investidores que buscam impacto socioambiental positivo.

“Após um 2018 morno, devido às eleições, o mercado de Green Bonds no Brasil aqueceu novamente em 2019. No acumulado histórico, temos mais de R\$ 21 bilhões em sete emissões de cinco empresas brasileiras no exterior e mais de R\$ 6 bilhões em 22 emissões de 18 empresas brasileiras no mercado doméstico, totalizando mais de R\$ 27 bilhões. Hoje, estamos em R\$ 30 bilhões em emissões verdes acumuladas desde 2015 e estimamos chegar em 100 bilhões nos próximos três anos”, projeta.

## Benefícios

As primeiras emissões de títulos verdes foram realizadas em 2007 e 2008 respectivamente pelo Banco Europeu de Investimento e pelo Banco Mundial. Desde então, o mercado vem crescendo e proporcionando uma série de benefícios. “Para os investidores, por exemplo, um dos proveitos é conseguir efetivamente marcar os ativos que eles estão comprando e dizer, de fato, qual é a parte verde, a parte sustentável do portfólio que eles têm. Antes de termos esse tipo de produto no mercado, era muito difícil distinguir, especialmente na renda fixa, no crédito, o que era verde e o que não era”, justifica Gustavo Pimentel.

O executivo explica que, no ganho reputacional, a empresa tem a possibilidade de se colocar para o mercado como uma empresa com projetos verdes e alinhar, sobretudo, o seu discurso de sustentabilidade ou ambiental com a forma como ela capta recursos. “Então, se este alinhamento for bem feito, proporcionará um efeito reputacional positivo”, ilustra.

Por outro lado, ele esclarece que a alta demanda que os investidores têm atualmente por Green Bonds, possibilita que algumas empresas diversifiquem os compradores de seus títulos tradicionais. “Então, pode significar um acesso diferente, complementar para as empresas a outros tipos de investidores que elas não teriam acesso no caso de emitir um título tradicional sem esse rótulo verde”, exemplifica Pimentel.



Gustavo Pimentel,  
diretor da SITAWI  
Finanças do Bem

PAULA GIOLITO



BEE2 / 123RF

## Barreiras

Embora promissor, o mercado de Green Bonds no Brasil ainda enfrenta alguns desafios, como a carência de capacitação para os potenciais emissores verdes para que rotulem ou certifiquem suas emissões como tal, considera o diretor da Sitawi. “Estimamos um estoque de R\$ 40 bilhões em títulos emitidos por empresas de energia renovável, transporte de baixo carbono, água e saneamento, entre outros, que poderiam ter sido rotulados, mas não foram. Por isso, lançamos o guia *Não Perca Esse Bond*, que identifica mais de 100 possíveis usos verdes de recursos

em nove setores chave da economia brasileira”, aponta.

Pimentel acrescenta que uma clara sinalização da demanda pelos investidores também estimularia o mercado de títulos verdes no Brasil. Segundo ele, internacionalmente, existem mais de 40 fundos dedicados a comprar Green Bonds, bem como dezenas de investidores com mandatos de alocação mínima nesses ativos. “No Brasil, não temos nenhum fundo dedicado a comprar títulos verdes ainda. Fundos de pensão e grandes investidores de renda fixa também poderiam colocar meta de alocação. Definitivamente o

mercado não precisa de incentivos fiscais para deslanchar. Os títulos verdes têm apresentado relações risco/retorno similares à de títulos tradicionais”, assegura Pimentel.

## Desenvolvendo o mercado

Desde 2014, o Banco Santander participa de emissões de Green Bonds nos mercados nacional e internacional. Localmente, a instituição já colaborou com 10 emissões verdes, totalizando um volume de aproximadamente R\$ 6,5 bilhões. Já em emissões *offshore*, além de ter sido um estruturador da primeira emissão

# oportunidade

de Green Bonds de um emissor brasileiro, e, também do primeiro *Transition Bond* entre emissores brasileiros, em 2019, o Santander foi o segundo maior banco a estruturar emissões de Green Bonds de empresas Latino Americanas no último ano, somando R\$ 2,45 bilhões em quatro operações.

“O Santander dispõe de uma equipe global de assessoria voltada para Sustainable Finance, que está à disposição dos nossos clientes. O trabalho desse time começa na originação das transações e tem como foco a preparação de toda a documentação e enquadramento dessas emissões dentro dos critérios de títulos verdes aceitáveis globalmente”, informa o superintendente executivo responsável pela área de Dívida de Mercado de Capitais do Santander Brasil, Guilherme Silveira.

De acordo com o executivo, esse tipo de operação financeira propor-



Guilherme Silveira,  
superintendente  
executivo da área de  
Dívida de Mercado  
de Capitais do  
Santander Brasil

CARLOS DELLA ROCCA

ciona benefícios tanto para o mercado quanto para o investidor. Para o mercado, o superintendente destaca o fato da evolução desse tipo de transação ir ao encontro da tendência global de incremento das práticas sustentáveis dos principais *players* de mercado - empresas, instituições financeiras, governos, investidores institucionais, dentre outros. Para o investidor, a possibilidade de um alinhamento com uma demanda crescente da sociedade por diversificação de investimentos de maior responsabilidade socioam-

biental. “Essa já é uma realidade em diversos países do hemisfério norte, principalmente na Europa, e vêm sendo, aos poucos, mais disseminado em países como o Brasil”, ressalta o executivo do Santander.

## Indústria no jogo

Recentemente, a Sabará Químicos e Ingredientes, empresa do Grupo Sabará, que fornece insumos para o setor de saneamento e tratamento de água, conseguiu captar R\$ 20 milhões em uma emissão verde, os Green Bonds. Pela primeira vez a empresa teve acesso ao mercado de capitais para obter capital de longo prazo, neste caso, de cinco anos.

Ulisses Sabará, sócio-diretor do Grupo, conta que por pelo menos 20 anos encontrou pouca ou nenhuma porta aberta para captar recursos a custos acessíveis. No entanto, a partir do momento em que a empresa passou a captar a reposição de capital investido no projeto de construção de uma fábrica no interior de São Paulo com características adequadas relativas à sustentabilidade, certificada por uma empresa internacional, essa realidade começou a mudar. “Nossa iniciativa atraiu Fundos interessados em investir nesse projeto de características sustentáveis como evitar importações, rejeito zero, baixo consumo de ener-

## 50 TONS DE VERDE

Além dos Green Bonds, o mercado financeiro oferece outras opções de investimentos verdes. Atenta ao grande potencial do mercado de energias sustentáveis e com o objetivo de democratizar o acesso a geração de energia com sistema solar próprio, a Empírica Investimentos lança o primeiro Fundo de Investimento em Direitos Creditórios – FIDC, voltado para o mercado de energia solar do Brasil.

Além de possuir uma das melhores condições no mundo para geração de energia solar, somente em 2018 o Brasil registrou um crescimento de mais de 300% no setor. A aposta nessa tendência, além de gerar uma energia limpa e renovável, ainda reduz gastos.

Em parceria com a Insole, *Fintech* que financia soluções em energia solar fotovoltaica, os direitos creditórios cedidos ao FIDC, tanto lastreados em CCBs quanto em Contratos de Aluguel de Equipamentos, terão prazo máximo de pagamento de até cinco anos e a expectativa é que sejam viabilizados mais de R\$ 150 milhões de contratos somente no primeiro ano.

gia, além do baixíssimo consumo de água”, reconhece o sócio-diretor.

Para ele, ter se tornado a primeira indústria do setor químico da América Latina a emitir títulos verdes representa a continuidade de uma filosofia de ações e posturas sustentáveis iniciadas no ano 2000, com continuidade em 2007, ocasião do lançamento do primeiro Relatório de Sustentabilidade e entrada no Pacto Global da ONU.

### Visão segura

Investidores internacionais e membros executivos da Iniciativa Brasil de Finanças Verdes (BGFI), que representam mais de US\$ 70 bilhões em ativos sob gestão, se reuniram no final de fevereiro na sede da seguradora Zurich Brasil em São Paulo para discutir tendências do mercado internacional, regulamentação para seguradoras, alocação de investimen-



Ulisses Sabará,  
sócio-diretor do  
Grupo Sabará

DIVULGAÇÃO

## B3 IDENTIFICA OS GREEN BONDS

A B3 dá total visibilidade aos títulos verdes em seus sistemas. As empresas que tiverem títulos certificados como verdes, receberão da B3 a possibilidade de identificação do título como tal. A iniciativa está em linha com a estratégia da companhia em desenvolver o mercado de capitais brasileiro, além de ser mais um passo em sua agenda de sustentabilidade.

tos no Brasil e o pipeline de agricultura sustentável brasileira.

Segundo a Climate Bonds, iniciativa de promoção de conteúdo e informação sobre o tema, foi consenso entre os membros que a crise climática será um dos principais impulsionadores do mercado na próxima década, com os títulos verdes atuando como uma apólice de seguro essencial. Os países e empresas que se posicionarem na vanguarda do investimento em baixo carbono terão, portanto, uma vantagem para a resiliência econômica a longo prazo.

John Liu, diretor executivo de investimentos da Zurich Brasil destacou que com os recentes eventos de mudanças climáticas, estamos vendo declarações de grandes gerentes de ativos preocupados com investimentos responsáveis, além de um foco maior na sustentabilidade no último Fórum Econômico Mundial em Davos. “Em 2020 continuaremos a colocar nossos esforços na promoção dos benefícios de trabalhar com investimentos verdes”, garantiu.

Outra seguradora, a Generali, desenvolveu seu primeiro “Quadro de títulos vinculados a seguros verdes” (Quadro ILS verde), alinhado à estratégia de sustentabilidade do Grupo. A iniciativa está intimamente relacionada ao Generali “Green

---

A crise climática  
será um dos  
principais  
impulsionadores  
do mercado na  
próxima década

---

Bond Framework” publicado em setembro de 2019.

Os títulos vinculados a seguros são mecanismos alternativos para a transferência do risco de seguro para investidores institucionais. O valor desses instrumentos depende principalmente da probabilidade de ocorrência dos eventos segurados e o retorno relacionado não está correlacionado com o mercado financeiro. Cristiano Borean, CFO do Grupo Generali, aponta que Estrutura de Títulos Vinculados à Generali Green Insurance é mais um passo em nossa estratégia de sustentabilidade e uma confirmação do compromisso do Grupo nesse sentido. “A ação demonstra a abordagem inovadora do Grupo para gerenciar capital de acordo com a estratégia Generali 2021 e o compromisso de longo prazo com o mercado de títulos vinculados a seguros.” ■

tendência

# B2B AINDA MAIS DIGITAL

ALTA CONVERSÃO E OFERTA  
DE BENEFÍCIOS GARANTEM O  
CRESCIMENTO DO COMÉRCIO  
ON-LINE ENTRE EMPRESAS

Em um mercado que projeta movimentar quase US\$ 7 trilhões em todo o mundo até 2021, segundo previsões da Forrester Research, as empresas têm investido pesado em canais de venda B2B para garantir comodidade, segurança e eficiência para seus clientes. Entre as principais vantagens dessa relação entre companhias está exatamente a facilidade na obtenção de informações sobre estoque e melhor controle no processo de entrega dos produtos.

Em linha com esta tendência, a Colgate-Palmolive lançou seu projeto piloto de e-commerce B2B, dedicado aos parceiros, varejistas e revendedores da marca no final de 2019. “A nova plataforma fortalece a parceria com os nossos clientes, que podem acessar o catálogo de produtos e realizar suas compras em qualquer horário e dia da semana, de forma rápida e programática”, diz Pedro Henrique Costa,

especialista em e-commerce da empresa, que já prevê os próximos investimentos da companhia no B2B digital. “Queremos não só nos servir de novas tecnologias de gerenciamento de Big Data, mas também na automação de campanhas personalizadas integradas aos diferentes perfis de clientes”, conta.

De acordo com a pesquisa da Forrester Research, enquanto um e-commerce B2C tem conversão média de 2%, um e-commerce B2B tem sua mínima em 7%. Atento a essa oportunidade, o empresário Leonardo Almeida criou a startup Menu, em 2016. A plataforma é direcionada ao setor alimentício, que atualmente cresce 50% ao mês no Brasil, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia). “Mesmo com o ramo alimentício movimentando mais de R\$ 650 bilhões por ano, não havia um grande marketplace ou e-commerce desse ramo no Brasil”, diz Almeida.

### Fome de crescer

A Menu conecta fornecedores e comerciantes do ramo, ofertando mais de 20 mil produtos disponíveis para entregas em São Paulo e no Rio de Janeiro. “Deixamos mais prática a vida de proprietários de pequenos supermercados, restaurantes e bares que não precisam mais sair para realizar suas compras. Do site ou do celular, o dono do estabelecimento tem acesso aos melhores fornecedores do Brasil e pode comparar preço, comprar mais barato e receber tudo em até 48 horas”, explica o CEO da Menu.

Além disso, para o executivo, ainda há grande dificuldade das indústrias em implementar a transformação digital – principalmente em setores tradicionais. Por isso, a Menu também ajuda nesse processo. “Somos uma solução completa de tecnologia para a indústria de alimentos, com mais de 100 mil clientes cadastrados e grandes players do setor, como Alelo, Ambev, Unilever e Grupo Pão de Açúcar, e ainda oferecemos todo suporte tecnológico para a criação de lojas virtuais, anúncios digitais, integrações,

*“Nossa missão é ajudar milhões de comerciantes e fornecedores a se relacionarem melhor entre si para que prosperem”*

Leonardo Almeida, CEO e Diretor Executivo da Menu



DIVULGAÇÃO

suporte, assistência e treinamento. Nossa missão é ajudar milhões de comerciantes e fornecedores a se relacionarem melhor entre si para que prosperem”, enfatiza.

### Omnichannel fundamental

O consumidor mudou. E isso vale para a pessoa física ou jurídica. Por isso, a integração de canais é fundamental para o relacionamento com esse cliente. O lançamento do e-commerce B2B da Colgate-Palmolive também trouxe investimentos no omnichannel para a companhia. “Com nossa plataforma digital para empresas, evitamos que possíveis vendas sejam perdidas, já que o varejista não está mais totalmente dependente da visita do vendedor para realizar seus pedidos. Por outro lado, os vendedores ganharam mais tempo para exercer um papel mais consultivo e relevante no ponto de venda, com foco no ‘sell-out’: exposição de produtos em loja, portfólio adequado, recomendação de preço de revenda adequado. Assim, exploramos todo o potencial da omnicanalidade”, destaca Henrique Costa.

Neste mesmo sentido, a Yamaha, uma das principais fabricantes de motos do mundo, promoveu uma revolução digital no modelo de negócios on-line. Em uma parceria com a Wevo, especialista em integração de sistemas e dados, a multinacional japonesa passou a permitir a integração de diferentes sistemas e canais, como e-commerce, meio de pagamento, ERP, CRM e PDV, além de criar uma conexão de mais de 300 concessionárias com a própria fabricante nesse ecossistema. Ao aderir ao omnichannel, a Yamaha estimulou novos negócios on-line. “Esse pro-

cedimento resultou no lançamento da Blu Store, um ambiente que reúne as concessionárias e oferece um portfólio completo da marca, incluindo também peças, serviços e vestuário”, relata Ricardo Susini, diretor comercial da montadora.

A Wevo também foi responsável pela criação do comércio eletrônico e integração de sistemas e dados da Espaçolaser, maior rede de depilação a laser no mundo. Em apenas três meses de parceria, o e-commerce da marca sextuplicou seu faturamento, passando de R\$ 1,3 milhão para R\$ 7,9 milhões mensais. A plataforma de e-commerce da companhia agora está conectada com as mais de 500 lojas, proporcionando uma experiência multicanal ao consumidor e melhorando o relacionamento entre empresas e os lojistas representantes da marca.

### Inteligência de mercado

Muitos dos consumidores B2B compram os mesmos produtos e volumes periodicamente. Quando o e-commerce reconhece seus hábitos e torna o processo de compras mais rápido, sai na frente. “A exploração inteligente de dados de clientes, junto com o uso de tecnologia analítica para a produção de insights de vendas, está deixando de ser uma exclusividade do varejo para se espalhar de forma acelerada também no nicho de B2B”, avalia o especialista em inside sales Alexandre Bacci, fundador da Bacci Consulting.

O executivo que atua nos Estados Unidos, destaca que o cenário no Brasil é semelhante ao norte-americano, onde o emprego de inside sales chega a reduzir entre 40% a 90% (dependendo do ramo de negócios) os custos de aquisição de clientes

## NA PISTA CERTA

A empresa Take criou um canal de atendimento digital via WhatsApp para a TruckPad, maior plataforma de conexão entre caminhoneiros e cargas da América Latina. “Mais de 100 mil mensagens já foram trafegadas pelo contato inteligente do TruckPad no WhatsApp e mais de 15 mil tickets foram atendidos no mês. O caminhoneiro também ganhou facilidades com o bot, uma vez que a ferramenta assegura padronização no contato e auxilia na jornada do motorista, incluindo a retirada da carga, orientações, envio de documentos, rastreabilidade e acompanhamento até o destino final”, relata Roberto Oliveira, CEO da Take.



DIVULGAÇÃO

na comparação com as vendas de campo. Bacci observa que, em B2B, o modelo de inside sales é indicado também para tornar mais célere e proativo o processamento de grandes volumes de leads, muitas vezes aumentando o ticket médio presumido gerado por meios analíticos, podendo representar grandes saltos pontuais ou recorrentes de receitas. “Assim como já acontece no e-commerce e entre os competidores de varejo que já operam em múltiplos canais, as vendas corporativas estão colocando a experiência do cliente no centro da estratégia de vendas e fidelização”, analisa.

### Ferramentas de negócio

O espaço para crescimento do e-commerce B2B é inegavelmente gigante, podendo gerar diversos tipos de vendas, como para o consumo interno da empresa, para revenda, de suprimentos para a indústria ou para franquias. Para Fernando Barros, B2B Vertical Specialist da VTEX, plataforma de comércio uni-

ficado e e-commerce 100% nacional, quem monta uma operação B2B está procurando escalabilidade, menor custo e aumento de receita ao atender de maneira objetiva e eficiente seu segmento.

Com o objetivo de melhorar a experiência do cliente e fazê-lo não desistir do negócio, a empresa criou a VTEX Search, uma ferramenta que oferece resultados personalizados, reduzindo estrategicamente as alternativas de escolha por meio da busca personalizada, apresentando apenas produtos relevantes para o consumidor e proporcionando uma experiência de compra positiva, facilitando a conversão. “Ao fazer uma pesquisa interna no site, o usuário não recebe apenas resultados relacionados aos termos digitados. Realizamos também recomendação de produtos com base no perfil, histórico de navegação e interesses”, explica Barros.

Para a Take, especialista em soluções conversacionais e chatbots, o WhatsApp também é um poderoso canal de relacionamento no e-com-

merce B2B entre empresas – segundo a pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box, divulgada esse ano, o WhatsApp está instalado em 99% dos smartphones brasileiros. “O WhatsApp é o principal meio de comunicação no Brasil, então, a tendência é que boa parte das comunicações seja feita nele. Hoje, as pessoas estão mais no WhatsApp do que em qualquer outro canal e é importante que as empresas considerem esse novo perfil do consumidor. Toda estratégia de marketing para 2020 deve incluir o WhatsApp como canal de relacionamento”, alerta Vinícius Martins, gerente de marketing da Take.

O executivo também ressalta que a jornada dos consumidores não é mais o tradicional funil de marketing e vendas e, sim, um emaranhado de interações em diferentes momentos. “O consumidor não segue mais uma linearidade e as empresas precisam estar preparadas para atender todas as demandas, a todo momento e em todos os canais”, completa. ■

# PLATAFORMAS DE INVESTIMENTO

FERRAMENTAS FUNDAMENTAIS PARA A RELAÇÃO EMPRESA X INVESTIDOR GARANTEM O BOM FLUXO DE INFORMAÇÃO E DÃO SEGURANÇA AOS NOVATOS MESMO EM TEMPOS DE CRISE

Um estudo realizado pelo Google aponta o crescimento acima de 50% na busca pela palavra “investimento” ao longo do último ano. O aumento do interesse aproxima os novos investidores de ferramentas tecnológicas como aplicativos e plataformas. Tanto que, no período, metade dos R\$ 20 bilhões aplicados em tecnologia na área foi para inovações digitais como Inteligência Artificial, Robô Advisor e Big Data.

Para o setor, é essencial investir em tecnologia porque cada vez mais o consumidor busca por mais facilidade em suas operações. “Os investidores querem Robô Advisor e Inteligência Artificial para mapear o mercado. Tudo isso impacta em uma relação mais tecnológica, tornando-se uma corrida por quem oferecer a melhor interface e mais facilidade na hora do uso”, analisa o consultor e especialista em Tecnologia e Inovação, Arthur Igreja.

De acordo com o especialista, as tecnologias mais utilizadas atualmente pelas empresas envolvem, principalmente, robô de investimento,

para fazer alocação de recursos, big data, para coletar diferentes fontes de dados, *machine learning* e *deep learning*. “Além disso, as empresas também estão investindo muito em tecnologia de UX - User Experience, e, de segurança para poder ofertar a experiência mais segura para quem está investindo o seu dinheiro”, ilustra.

## Gestão correta

Sob o ponto de vista do consumidor, Julio Duram, diretor de tecnologia e produto da plataforma de gestão financeira Guiabolso, ressalta que o investimento em novas tecnologias permite a inclusão de mais pessoas a este mercado, pois proporciona acesso mais cômodo a informações e produtos. “A facilidade também impacta investidores que já atuam neste mercado, já que poderão ganhar tempo e opções de investimento. Da mesma maneira como hoje em dia, em um clique, você pede comida ou carros para o seu transporte, o acesso aos investimentos deve ser revolucionado nos próximos anos”, considera.





Julio Duram, diretor de tecnologia e produto da Guiabolso



Arthur Igreja, consultor e especialista em Tecnologia e Inovação

Neste aspecto, Duram é enfático ao dizer que, por ser uma grande base de dados vindos das contas correntes e cartões de crédito que as pessoas sincronizam, da Inteligência Artificial e do *Machine Learning*, tecnologias que os ajudam a entender melhor os padrões desses usuários e assim fazer ofertas de produtos adequados ao perfil, o Guiabolso tem feito investimento constante no aperfeiçoamento do Big Data. “O nosso investimento se dá muito no entendimento do perfil de consumo da pessoa para saber em qual momento de vida ela está. Se é alguém com dinheiro em poupança, uma solução pode ser mais indicada. Se é uma pessoa que já possui alguma renda fixa, outras plataformas parceiras podem servir mais para o objetivo de diversificação. Atuamos justamente entendendo este perfil e indicando a melhor opção para cada pessoa”, assegura.

## Investimento constante

O Grupo Integral, plataforma especializada em serviços financeiros e tecnologia, também concentra seus investimentos nas áreas de Inteligência

Artificial e Big Data. “O uso dessas tecnologias é direcionado para efetuar um *onboarding* mais tempestivo de clientes em suas soluções. Além disso, é importante citar a melhoria de nossas análises e apresentações de dados, pois, muitas vezes, recebemos informações desconexas e é extremamente importante organizá-las para que haja mais transparência e as análises possam ser mais profundas e assertivas”, justifica Carlos Fagundes, sócio-diretor do grupo.

Na prática, o Grupo Integral trabalha tendo como base três pilares da inovação: redução de custos; maior opção de produtos e monitoramento e acompanhamento de todo o processo transacional. “Reduzimos os custos com a automatização de processos, em especial no *onboarding* de clientes nas plataformas. Hoje, basta o cliente inserir uns poucos dados e anexar sua documentação. Além disso, a tecnologia da plataforma permite oferecer uma vasta gama de opções de produtos de diversos emissores, com diferentes taxas, prazos. E, por fim, conseguimos fazer o monitoramento e o acompanhamento de

todo o processo transacional, desde o momento em que o cliente escolhe uma alternativa até sua finalização”, explica Fagundes.

Aproximadamente 3,5% do faturamento anual dos serviços de tecnologia do Grupo Integral são direcionados para inovação. Segundo o sócio-diretor, o esforço é para a busca de novas tecnologias a serem agregadas às suas soluções ou na capacitação e reciclagem de profissionais ou na expansão do parque tecnológico.

## Para acelerar

Pioneiro entre os bancos de varejo a oferecer em sua prateleira produtos de investimento de outros *players*, o Itaú Unibanco aposta em tecnologia em diversas frentes. Atualmente, atualmente, tem investido em metodologias para acelerar e potencializar a inovação e aplicação de novas soluções, salienta Renato Mansur, diretor do Itaú Unibanco. “Um exemplo disso é a adoção do Ágil nas operações de tecnologia. Como aplicação, podemos citar a ligação por vídeo e o chat de atendimento para aproximar o cliente dos especialistas de

investimentos e câmbio, conectando o humano e o digital, e a evolução para uma experiência multicanal, que integra a rede física de agências do banco aos canais digitais. Dessa forma, conseguimos auxiliar o cliente no momento mais conveniente para ele”, esclarece.

O uso de inteligência artificial também tem crescido na empresa, seja para melhorar os processos internos ou para gerar soluções para o cliente, como é o caso dos atendimentos por WhatsApp em que, segundo Mansur, a tecnologia é aplicada para a melhor compreensão das necessidades, proporcionando mais agilidade e conveniência. “O impacto da aplicação da tecnologia é sempre direcionado para o cliente final, mesmo que seja uma aplicação para uso interno ou evolução tecnológica sempre construímos nossas plataformas considerando melhorar o serviço para nossos clientes. Por isso, é comum os convidarmos para participarem da conceituação das novas tecnologias, sejam elas pequenas, como uma sutil alteração em um painel de investimentos, até grandes inovações, como nossa platafor-

**Carlos Fagundes, sócio-diretor do Grupo Integral**



DIVULGAÇÃO

## TECNOLOGIA PARA ECONOMIZAR TEMPO E ENERGIA

A usabilidade e a interconexão (APIs) são os dois pontos considerados primordiais para o desenvolvimento da plataforma da RB Investimentos. De acordo com Adalbero Cavalcanti, CEO da plataforma, investir em tecnologia é fundamental, mas, precisa ter finalidade clara. “Para nós, esse objetivo está no aumento da produtividade de nossos clientes. Como nossa plataforma é aberta para APIs, isso tem sido um forte diferencial. Nossos parceiros, e outros prestadores de serviço, já estão se comunicando com a nossa plataforma por meio das interfaces, o que já está trazendo maior escala e redução considerável de custos. Quando economizamos dinheiro, tempo e a energia dispendida em um processo, o aumento de produtividade surge instantaneamente, e esse é a nossa finalidade com investimentos em tecnologia”, garante.

ma aberta de seguros. Dessa maneira, conseguimos construir em conjunto a melhor solução para as necessidades e vontades”, explica o diretor.

Renato Mansur também observa que o interesse de novos investidores por informações relevantes tem aumentado bastante. Por isso, o banco tem trabalhado em diferentes frentes para atender essa demanda, como os canais de atendimento especializados, a recomendação de aplicações

e os conteúdos educativos que o Itaú Unibanco produz direcionados a esse público, assim como as lives que acontecem de maneira recorrente nas redes sociais.

“Entendemos que nossos investimentos em tecnologia como um todo servem e sempre servirão como uma forma de encantar e fidelizar. Apesar do contato e a expertise humana serem de enorme importância, existem momentos em que o cliente

**Renato Mansur, diretor do Itaú Unibanco**



DIVULGAÇÃO

deseja ter maior autonomia, e por isso precisamos dar as ferramentas para que ele consiga se servir da melhor forma”, considera.

## Empoderamento do investidor

A Ativa Investimentos também tem focado em tecnologia, desde o desenvolvimento de softwares, aplicativo, novo portal do investidor à funcionalidades que promovam maior transparência na rentabilidade dos investimentos. Tudo isso sem esquecer da importância do atendimento humanizado, assegura a diretora de Governança Corporativa da companhia, Juliana Figueiredo.

Ao longo de 2019, a corretora aplicou em tecnologia e inovação valor 163% maior do que no mesmo período de 2018. “Aplicativo e redesigno das plataformas de investimentos com um olhar de UX e CX estão entre as inovações. Ferramentas grá-



DIVULGAÇÃO

Juliana Figueiredo, diretora de Governança Corporativa da Ativa Investimentos

ficas mais preditivas, recomendações automatizadas e robôs que executam operações estruturadas. Quando falamos de tecnologia não podemos esquecer redes sociais e formatos de comunicação com o cliente. Lançamos recentemente uma nova programação no nosso canal no YouTube dedicada a investimentos”, destaca.

A diretora frisa que hoje as estratégias da Ativa Investimentos são voltadas ao empoderamento do investidor, uma plataforma cada vez mais intuitiva, que o permite gerenciar seu portfólio sem precisar se preocupar de maneira exagerada se a bolsa está subindo ou descendo, se o dólar está disparando ou como os dados de produção da China afetam o mercado global. “A redes sociais junto com a descentralização dos canais de comunicação levam muita informação. E nos preocupamos com esse tipo de informação que chega aos investidores, porque nem sempre essa tem qualidade e é confiável, e falar de investimentos não é algo que está no DNA do brasileiro”, pondera. ■

## TECNOLOGIA VERSÁTIL

A Stone, em parceria com o Grupo Globo, lançou no mês de março a fintech TON, uma empresa desenhada para atender às necessidades de microempreendedores e profissionais autônomos. Além da maquininha para pagamento, a TON, oferece um cartão pré-pago, permitirá ao empreendedor receber pagamentos, depositar recursos, fazer transferências e compras on-line, buscar oportunidades para obtenção de crédito e, até mesmo, contratar um seguro de vida. Com opções de atendimento por telefone, WhatsApp, Telegram e chat no aplicativo, 24 horas por dia, sete dias por semana, a TON pretende redefinir a maneira como os clientes são atendidos.

“Com base no atendimento da Stone somado ao conhecimento da dinâmica de negócios e principais dores de cabeleireiros, dentistas, médicos, personal trainers, ambulantes em geral, taxistas, arquitetos e outros grupos profissionais, desenvolvemos a TON. Hoje, temos um produto completo e acessível que se adéqua para quem está empreendendo”, explica Caio Fiuza, CEO da TON.

# ENTENDER O CLIENTE PARA ATENDER COM QUALIDADE.



Era 1956. Depois de trabalhar em diversas atividades, um imigrante português, radicado em Mogi das Cruzes, começou a transportar café para o Paraná e hortifrutigranjeiros para o Rio de Janeiro em seu caminhão Ford F8 1951. Seu nome era Julio Simões, e ele começava ali a escrever uma grande história de sucesso! Hoje com mais de 24 mil colaboradores, a JSL é a maior operadora logística rodoviária do País. Possui a maior e melhor estrutura para atender os clientes com excelência, criando soluções customizadas na medida exata de suas necessidades. Tudo o que vivemos até aqui nos dá muito orgulho e a certeza de que temos muito mais a fazer no futuro.

TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS / LOGÍSTICA DE COMMODITIES / FRETAMENTO / SERVIÇOS DE ARMAZENAGEM  
DISTRIBUIÇÃO URBANA / LOGÍSTICA INTERNA



SIGA-NOS EM NOSSAS REDES SOCIAIS OU  
ACESSE NOSSO SITE: [www.jsl.com.br](https://www.jsl.com.br)



# QUANTO VALE O TALENTO?

BENEFÍCIOS E POSTURA DESPONTAM COMO  
ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A COMPETITIVIDADE  
NA DISPUTA POR PROFISSIONAIS DA ALTA GESTÃO

Investir no capital humano está entre os pilares estratégicos de uma organização, principalmente em tempos de grande competitividade. E quando o capital em questão está na alta direção, as maiores empresas não medem esforços para compor um conjunto de atributos e propostas como mecanismos de atração e retenção dos mais brilhantes profissionais.

As últimas pesquisas de remuneração para presidentes e diretores da Page Executive demonstram, por exemplo, crescente relevância da cobertura do seguro Directors and Officers Liability Insurance. Conhecido como D&O, o seguro de responsabilidade civil e criminal direcionado, principalmente, aos altos executivos que respondem pelas empresas, tem como objetivo cobrir danos causados a terceiros decorrentes das tomadas de decisão do profissional durante sua gestão. Segundo o estudo, “a cobertura se torna um elevado diferencial na movimentação de executivos e, devido



ao cenário político e econômico dos últimos três anos no País, uma prática para garantir a segurança da alta gestão”. Para o diretor de recrutamento da Robert Half, Mario Custódio, hoje já é quase que “inconcebível” um profissional avaliar uma oportunidade, como estatuário, sem essa modalidade de seguro.

## Foco no futuro

Além dos itens considerados como benefício, têm os que são classificados como Incentivos de Longo Prazo (ILP) — modalidade que tem avançado nos últimos anos tendo em vista a valorização do mercado de capitais. A pesquisa da Page Executive os categorizou em três — Stock Options, Phantom Stock Options ou Restricted Share Units e, o mais comum deles, Bônus de Retenção, presente nas condições profissionais de 54% dos que responderam a pesquisa.

Ricardo Haag, diretor-executivo da Page Executive, explica que essas opções mudam bastante de acordo com o tipo e tamanho da empresa. “Eles podem ser materializados como ações ou participações. Muitos executivos, por exemplo, entram com participação física mais um equity de 2% a 5%, variando muito. No caso de uma companhia de capital fechado, ele será um bônus. São ferramentas de remuneração usadas pontualmente, mas que representam as particularidades de cada companhia”.

---

Pesquisas apontam que profissionais estão realmente preocupados com a autenticidade das práticas das organizações, principalmente no que tange à sustentabilidade

---

Os Stock Options são planos de compra de ações, geralmente, a valores mais baixos que os praticados no mercado. Além da quantia em dinheiro que o executivo pode ganhar na negociação do papel, o objetivo é gerar aproximação, vínculo e senso de pertencimento. Trata-se de um recurso citado por 33% dos executivos.

Com incidência de apenas 13%, estão os Phantom Stock Options ou Restricted Share Units. São semelhantes às Stock Options, mas como o nome sugere, com algumas limitações. Tratam-se de cartas de ações ou valores mobiliários com certas limitações, que restringem sua transferência imediata. Uma vez cumpridas as condições estabelecidas, normalmente, de tempo, elas se tornam transferíveis para a pessoa que detém o prêmio.





MARCELO PEREIRA

Para o executivo da Robert Half, especializada em recrutamento e seleção com mais de 350 escritórios espalhados por 21 países, os incentivos de longo prazo podem contribuir tanto na atração quanto na retenção de talentos. “Pode ser uma quantidade de ações anual revertida para o profissional, mas que ele só pode converter em três anos, com a possibilidade de recomprar ação, reinvestir ou sacar. Mesmo em empresas menores têm se pensado em mecanismos para o alto nível hierárquico em termos de incentivos de longo prazo, como em um modelo de capital fechado que está em negociação.

*“Mesmo em empresas menores têm se pensado em mecanismos para o alto nível hierárquico em termos de incentivos de longo prazo”*

Mario Custódio, diretor de recrutamento da Robert Half

Se o bônus de retenção já é uma prática, o de contratação também começa a despontar como uma contra reposta, já que ele visa compensar possíveis perdas de incentivos de longo prazo que o colaborador tenha na empresa que ele está ou como uma verba extra pela movimentação que ele terá que fazer. “Ele era uma prática mais antiga, com alguma incidência em 2015 e 2016, mas que agora está voltando. Não era algo muito frequente, mas já começo a ver mais”, pontua Haag.

O bônus de contratação também faz frente ao desafio de atração que, na opinião de Custódio, é ainda maior pelo próprio perfil desse tipo de profissional. “Ele não quer uma aventura. As oportunidades são avaliadas com muito mais critério, porque quando ele assume um desafio, tende a ser um projeto a longo prazo”, acrescenta.

### Além do dinheiro

Outro caminho adotado mais recentemente pode ser os benefícios que visam mais qualidade e disponibilidade de tempo para a vida pessoal, em linha com a mudança comportamental que as novas gerações de jovens executivos da geração Y ou millennials têm liderado, cujo equilíbrio é uma das bandeiras. Custódio observa, por exemplo, que um dos benefícios existente em alguns países e que desperta certa inveja no mercado brasileiro é o de licenças estendidas, como maternidade e paternidade, e até modelos de trabalho mais flexíveis.

*“Muitos executivos, por exemplo, entram com participação física mais um equity de 2% a 5%, variando muito. No caso de uma companhia de capital fechado, ele será um bônus”*

Ricardo Haag, diretor-executivo da Page Executive



DIVULGAÇÃO

Entretanto, acima de tudo, para a nova geração, o principal benefício oferecido pelas corporações é o alinhamento entre objetivos e valores. Mesmo uma boa política de remuneração, plano de benefícios a curto, médio e longo prazos, e toda a bonificação não são suficientes para atrair e manter talentos em cargos de alta gestão. “Primeiramente vem a cultura da empresa, seu propósito e o nível de autonomia que ela dará para o executivo exercer sua função”, conclui Haag.

### Benefício é ser sustentável

De acordo com a Deloitte Millennial Survey 2019, que questionou a geração millennial em todo o mundo, os executivos mais jovens estão buscando mais do que apenas um bom salário e benefícios, e “mostram uma lealdade mais profunda aos empregadores que enfrentam com ousadia as questões que mais lhes interessam, como a proteção do meio ambiente”.

DIVULGAÇÃO



## NA DIREÇÃO

O levantamento de 2019 feito pela Ayco - do grupo Goldman Sachs - com empresas que representam 33% do total listadas no S&P 100, a quantidade de CEOs que dispõe de motorista particular chegou a apenas 18%. Item também menos citado na pesquisa de 2019 da Page Executive, na qual motorista particular e a opção de um segundo veículo estão entre os benefícios menos citados pelos executivos e, portanto, ainda fora da lista de benefícios convencionais. Ambos apareceram na pesquisa com apenas 3% de representatividade cada.

Fator ainda mais pitoresco para a realidade do mercado nacional é o fornecimento de blindagem veicular, com apenas 7% de participação entre os benefícios para o C-Level das companhias. Para Ricardo Haag, diretor executivo da Page Executive, em São Paulo ele é considerado comum, mas varia muito de acordo com as condições de cada região da cidade”, pondera.

Essa variação é destacada também por Mario Custódio da Robert Half. “Em multinacionais é mais comum, mas ainda assim, têm empresas maiores que só o presidente tem, e outras, com um faturamento um pouco menor, que já oferece a blindagem para toda diretoria”, exemplifica.

Uma análise da Hays, empresa líder mundial em recrutamento, aponta que profissionais estão realmente preocupados com a autenticidade das práticas das organizações, principalmente no que tange à sustentabilidade. Assim, ser sustentável pode beneficiar a retenção dos principais talentos e lideranças das empresas. Porém, as organizações devem demonstrar real comprometimento com essa questão e evitar o greenwashing – prática na qual exageram e são irresponsáveis em suas credenciais sustentáveis e ecológicas.

“O esforço em direção a um modo de vida mais sustentável e com baixa emissão de carbono para enfrentar a ameaça das mudanças climáticas continua a ganhar força. Em todos os setores da indústria, as empresas estão transformando os locais de trabalho em ambientes mais sustentáveis. Enquanto muitos estão fazendo isso por razões morais, também existem razões comerciais significativas”, afirma Caroline Cadorin, diretora da Hays no Brasil. ■

*“O esforço em direção a um modo de vida mais sustentável e com baixa emissão de carbono para enfrentar a ameaça das mudanças climáticas continua a ganhar força”*

Caroline Cadorin, diretora da Hays no Brasil



# SAÚDE NA WEB

COM A DIGITALIZAÇÃO DAS RELAÇÕES, HOSPITAIS, CLÍNICAS E CENTROS DIAGNÓSTICOS BUSCAM UMA NOVA CULTURA DE PROTEÇÃO DE DADOS

Dez anos atrás, se tivesse um mal-estar o paciente em primeiro lugar procuraria um clínico geral. Sairia da consulta com pedidos de exames laboratoriais e de imagem, que seriam marcados por telefone. Prontos os exames, o paciente retornaria fisicamente ao centro diagnóstico para recolher seus resultados impressos em papel e levá-los, pessoalmente, a outra consulta com o doutor. Se não tivesse a curiosidade de abrir o envelope, nem o próprio paciente saberia o resultado de seus exames até estar em presença de seu médico – uma realidade que mudou radicalmente em pouco tempo.

Hoje todos estes processos se resumem a lacunas preenchidas em uma tela de computador. Ali são marcados exames e recebidos resul-

tados, enviados também digitalmente aos médicos. Carteirinhas de planos de saúde são virtuais e até algumas consultas são feitas à distância. Dados pessoais e clínicos circulam pela rede mundial de computadores, entre e-mails e aplicativos.

“A Lei Geral de Proteção de Dados amplia a conscientização da população e das organizações, bem como reafirma a necessidade de uma cultura de privacidade. Ela traz muitas oportunidades de aprimoramento das regras e transparência, passa a exigir maior maturidade na gestão dessas informações”, diz a diretora jurídica da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein, Rogeria Leoni.

A principal novidade da LGPD (Lei nº 13.709/2018) é a padronização dos processos internos em todas as clínicas, hospitais e laboratórios de

cada rede, avaliando todo o ciclo de vida dos dados coletados do atendimento ao paciente. Agora tudo precisa ser inspecionado e documentado.

“Para as organizações de saúde, é fundamental assegurar a confidencialidade, integridade e autenticidade das informações. Outro ponto importante é garantir que a solicitação de atualização de dados seja feita de maneira clara, que o paciente saiba exatamente o que vai ser coletado, para que finalidade, se haverá compartilhamento de suas informações e com quem”, diz.

Uma particularidade das empresas de saúde é o fato de lidar com muitos dados de pacientes menores de idade, em que o compartilhamento de dados precisa também consentimento dos pais ou responsáveis legais. O termo compliance digital começa a ser tão importante para a confiança dos clien-

tes quanto a qualidade do tratamento médico em si.

“Os questionamentos que recebemos geralmente estão relacionados à forma como se faz o controle do acesso ao dado e como o Einstein organiza, usa e protege o dado dos clientes. É importante deixar claro que, qualquer uso do dado é feito de forma anônima, sem identificação do paciente”, explica Rogeria.

Até a assinatura já pode ser virtual, é os especialistas garantem que é mais segura do que a física. O reconhecimento facial ainda é usado com parcimônia, como mais uma etapa extra de segurança – nunca a única.

“Hoje a assinatura digital tem a mesma segurança da assinatura física, ou maior, já que não pode ser copiada. A validação do cliente é feita com combinação de chaves privada e

digitais e adaptam às realidades de empresas de todos os ramos. Mas as soluções específicas para saúde surgem internamente, acredita Rogeria Leoni.

“Cada organização tem a sua cultura, seu público, seu método de trabalho, que funciona como norte no programa de proteção de dados. A eficiência das consultorias está em apoiar essas ações, não em desenvolvê-las”, diz.

A principal dificuldade das empresas de saúde é que, ao contrário dos bancos, a cultura de cuidado com os dados não é tão arraigada. Em hospitais e clínicas, é comum encontrar computadores desbloqueados, sem a necessidade de login e senha de acesso, sistemas desatualizados, sem antivírus, redes wi-fi abertas, servidores de e-mail desprotegidos.

“O maior desafio na proteção de dados é melhorar o controle de acessos e garantir a anonimização eficiente dos dados. O treinamento dos funcionários passa por questões técnicas e pela reafirmação da necessidade de uma cultura de privacidade”, finaliza. ■

---

A principal novidade é a padronização dos processos internos em todas as clínicas, hospitais e laboratórios de cada rede, avaliando todo o ciclo de vida dos dados coletados do atendimento ao paciente

---

Um questionamento pelo qual já passaram os bancos nativos digitais, os primeiros a desenvolver sistemas de segurança de dados em grande escala. Aquele cliente tradicional, acostumado a ir na agência, assinar papéis, apertar a mão do gerente já não está tão desconfiado, afirma Leandro Bartolassi, superintendente de Segurança Corporativa Banco Original.

“Percebemos uma mudança no perfil do cliente, que busca por desburocratização e uma experiência mais atrativa. A questão da segurança entra nesse pacote: utilizamos as melhores práticas de desenvolvimento seguro, com aplicações de biometria, senhas e reconhecimento de device (o ponto de acesso, celular, computador ou tablet). Quando o cliente necessita de contato, temos processos tradicionais (PID)”, explica.

pública, aprimorando a segurança de cada device”, diz Leandro.

É neste cenário que se moldam as consultorias de segurança, que aproveitaram a experiência com bancos nativos



*“Para as organizações de saúde, é fundamental assegurar a confidencialidade, integridade e autenticidade das informações”*

Rogeria Leoni, diretora jurídica do Albert Einstein



DIEGO VITO CERVO / 123RF

# COMUNICAÇÃO SEM LIMITES

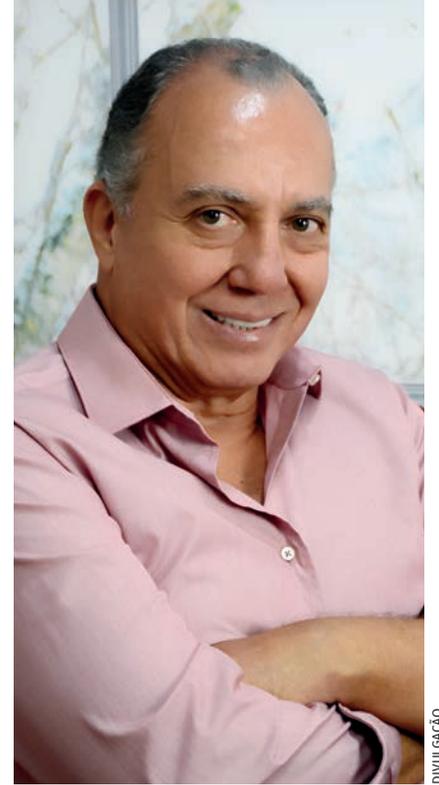
A EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA, ALÉM DE PRÁTICA,  
TEM A VANTAGEM DE TREINAR MUITOS  
COLABORADORES AO MESMO TEMPO

Uma recente pesquisa da Forrester Research mostra que, em geral, os colaboradores são 75% mais propensos a assistir um vídeo do que ler um documento, e-mails ou artigos da web. Diante desse fato, agências e empresas têm se preparado e investido em ferramentas e ações aplicadas em múltiplas plataformas de comunicação para atingir de forma objetiva e clara seus colaboradores, clientes e parceiros.

João Batista Araujo, diretor geral da RCE Digital, empresa com 20 anos de experiência no mercado de comunicação corporativa, detalha que é possível sugerir diferentes soluções para o mesmo cliente, porém, será o relacionamento ao longo da parceria que dirá qual a melhor ferramenta a ser usada. “O primeiro passo é entender o público-alvo. Saber para quem e com quem estamos falando é essencial para uma comunicação assertiva e coerente. Respeitar as características, entender o momento, são algumas sensibilidades importantes”, diz.

A RCE Digital elabora modernos projetos de comunicação corpora-

tiva por meio de seus produtos e serviços como: transmissão ao vivo, produção de vídeos, cobertura de eventos, criação de apps, plataforma de EAD, TV corporativa e videoconferência. “Enxergamos as evoluções tecnológicas como grandes aliados no nosso negócio. Ao invés de competir com o advento de tantos recursos, optamos por andar na mesma via, isso inclui autonomia para nossos clientes. Podcasts, víde-



DIVULGAÇÃO

*“Podcasts, vídeos e ensino à distância empoderam, dão autonomia para absorção de determinado conteúdo quando e como quiser”*

João Batista Araujo,  
diretor geral da RCE Digital

os e ensino à distância empoderam, dão autonomia para absorção de determinado conteúdo quando e como quiser”, enfatiza Araujo.

### **Cuidados especiais**

O executivo da RCE reforça que nem todas as soluções tecnológicas cabem para o mesmo perfil de cliente e a individualidade de cada tem de ser respeitada. Na mesma direção, Hamilton dos Santos, diretor geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – Aberje, aponta que o primeiro cuidado que se deve ter é definir um escopo para produção dessa comunicação. “Quando você usa as tecnologias, o contato humano diminui e privilegia o contato digital e pessoal. Só o fato de ser impessoal já gera riscos. Além disso, com os equipamentos errados, pode ocasionar más experiências. Por exemplo, em um webinar, se a tecnologia não corresponder vai gerar frustração.”

Para Santos, um outro cuidado é dimensionar bem o conteúdo, produzir com certa antecedência e definir se esse material será produzido pela

*“Quando você usa as tecnologias, o contato humano diminui e privilegia o contato digital e impessoal. Só o fato de ser impessoal já gera riscos”*

Hamilton dos Santos, diretor geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – Aberje



DIVULGAÇÃO

própria equipe ou por fornecedores. “O grande benefício que a tecnologia traz para os negócios é a questão da agenda e diminuição de custos com encontros, auditórios, deslocamentos entre outros. Além disso, você ganha na agilidade, em uma situação de crise, é possível se comunicar com a base de colaboradores muito mais rápido”, lembra.

## Formato diferenciado

Neste universo de possibilidades e facilidades da comunicação corporativa moderna, a imersão tecnológica passa a fazer parte dos processos de capacitação de colaboradores. A Convenção de Vendas 2020 da Nestlé Brasil, realizada no final de janeiro, apresentou uma inovação nesta edição: a abertura foi marcada por um Experience Day, em que o time teve contato com as diferentes marcas da companhia por meio da tecnologia. Foram mais de 60 ativações das diferentes marcas da Nestlé e também das áreas administrativas, em um ambiente preparado para que o time absorvesse os benefícios dos produtos, bem como os temas institucionais como sustentabilidade, qualidade, promoções corporativas e desenvolvimento pessoal, entre outros. O objetivo foi usar tecnologias como realidade virtual e hologramas,

além de games, atividades esportivas e interatividade, como um novo jeito para capacitar a equipe.

“O Experience Day ajudou o time de vendas a entender melhor como nossos produtos e ações corporativas atingem os consumidores, o meio ambiente e as comunidades. Essa é uma forma de as marcas mostrarem seus produtos e suas ferramentas de crescimento de uma forma inovadora, fazendo com que o time realmente vivencie uma experiência”, diz Josué de La Maza, vice-presidente de Vendas da Nestlé Brasil.

Claudio Vicentini, diretor de Trade Marketing da Nestlé Brasil, aponta que na empresa, a inovação não fica apenas nos produtos e no portfólio, mas também tem a ver com mindset, com o jeito que a companhia encara os temas e desafios. “Fizemos uma pesquisa interna e 96% dos colaboradores entrevistados avaliaram a experiência como ótima ou boa. Percebemos que, além de se interessar pelo conteúdo, o colaborador que participou do Experience Day sente ainda mais orgulho em fazer parte da Nestlé. É uma experiência em que conseguimos reunir uma grande quantidade de informações em uma atmosfera engajadora e inovadora. Aprender fica mais fácil e mais interessante”, garante.

## Formação rápida

Outro exemplo da boa aplicação da tecnologia para a comunicação nasce com a nova LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), que entrará em vigor no próximo mês de agosto. O mercado como um todo já tentam se adequar e capacitar seus colaboradores para não sofrerem multas pesadas ou terem suspensas suas operações. Com isso, a empresa LGPD Solution lançou o curso online chamado LGPD 365, criado para preparar profissionais de diversas áreas a gerenciar dados, de modo a ficar em dia com a legislação.

“As organizações que não forem transparentes e que facilitarem o vazamento de dados estarão sujeitas a sanções da Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD)”, alerta Paulo Perrotti, advogado e sócio do escritório Perrotti e Barrueco Advogados Associados e líder do marketplace LGPD Solution, hub de empresas de consultoria especializadas na nova Lei. “A educação à distância, além de prática, tem a vantagem de treinar muitos colaboradores ao mesmo tempo”, finaliza ele, lembrando que o curso dá direito a certificado.

Com o objetivo de mostrar as diversas ferramentas de crescimento diante dos cenários de consumo e de mercado, o mote do Experience Day foi “Nestlé 2020 - O Futuro é Agora”





DIVULGAÇÃO

*“A educação à distância, além de prática, tem a vantagem de treinar muitos colaboradores ao mesmo tempo”*

Paulo Perrotti, líder do marketplace LGPD Solution

O curso é dividido em vinte e seis módulos e tem total aproximado de quatro horas. Após sua realização, o aluno passa a proteger os dados de maneira eficaz, conhecendo as bases legais da questão, e também saberá diagnosticar o que deve ser feito na possibilidade de vazamento. Além disso, vai ter acesso a casos práticos, incluindo um módulo exclusivamente dedicado ao manejo de “dados sensíveis” (que diz respeito a questões relacionadas à saúde, gênero, religião, engajamento político e informações sobre menores de idade).

### Atenção aos detalhes

Se utilizar as ferramentas tecnológicas para facilitar a formação e capacitação de colaboradores é uma tendência, Patrícia Gil, professora de Comunicação Corporativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), mestre e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), alerta sobre a necessidade de se conhecer os hábitos de consumo de comunicação e a possibilidade de acesso desses funcionários aos conteúdos e plataformas propostas. “Se o projeto for voltado

a totalidade dos funcionários, antes de tudo a empresa deverá fazer uma sondagem a cerca das formas que os colaboradores acessam esses meios, por exemplo, identificar se todos possuem smartphone para ouvir um podcast ou se existe algum choque geracional que prejudique o uso desses novos instrumentos”, esclarece.

A professora pondera que as ferramentas de audiovisual podem ter funções diferentes, por isso é preciso saber muito bem o que se pretende com cada um deles. “O podcast pode ter um função analítica para ajudar os funcionários a compreenderem algo por meio de uma análise crítica, enquanto os vídeos já podem ter uma função pedagógica.”

Para alcançar justamente essa eficiência e escolha correta de cada ferrame

nta, segundo Araujo, ao longo dos projetos, a RCE Digital procura evitar o imediatismo. “Com o objetivo de evitar ruídos e desencontros que alimentamos e cultivamos uma comunicação ativa com nossos clientes. Nos conectamos em tempo real, interagindo e participando proativamente do dia a dia das organizações que atuamos. O que possibilita enxergarmos novas possibilidades, afinal, a inquietude faz parte da nossa essência”, conclui.

### Método ágil

O mercado global de mídia e entretenimento deve movimentar US\$ 2,23 trilhões em 2021, segundo a PwC. Dentro dele, está o audiovisual, um setor promissor que desempenha papel considerável na economia brasileira e arrecada 25 bilhões de reais por

*“O podcast pode ter um função analítica para ajudar os funcionários a compreenderem algo por meio de uma análise crítica, enquanto os vídeos já podem ter uma função pedagógica”*

Patrícia Gil, professora de Comunicação Corporativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)



DIVULGAÇÃO

*“Para produzir um vídeo que consiga transmitir, de forma breve e precisa, a mensagem principal da companhia, é preciso alinhar o conteúdo aos valores da empresa, ao tom de comunicação e ao estilo visual que faça sentido ao branding da marca”*

Simone Cyrineu, fundadora da thanks for sharing



ano no País. Além disso, cresce 8,8% por ano e é responsável por gerar mais de 330 mil empregos. É nesse cenário que se insere a thanks for sharing, produtora de animação 2D voltada para a produção ágil de vídeos corporativos. “Com o aumento do uso do vídeo, seja para consumo interno ou externo das empresas, criou-se não só um volume maior ao mercado audiovisual como a necessidade de entregas mais rápidas, principalmente para acompanhar os movimentos das

redes sociais”, explica Simone Cyrineu, fundadora da agência.

Foi mirando esse desafio que a empresa decidiu criar um modelo de negócio baseado na *experiência thanks*, uma metodologia proprietária de produção que estrutura as etapas, os prazos e a comunicação entre as partes envolvidas. Desde o início de 2020, a produtora passou a oferecer seis opções de vídeos produzidos, que variam de 5 a 40 dias úteis de produção e valores de R\$ 3.975 a

R\$ 30.600. Segundo Simone, a previsibilidade dos preços e prazos vêm da capacidade da produtora de aplicar a metodologia ágil a seu processo de criação, com acompanhamento das quatro etapas de produção (planejamento, criação de roteiro, criação visual e finalização) e ferramenta de verificação de tarefas que contribui para otimizar a gestão por parte do cliente. “Para produzir um vídeo que consiga transmitir, de forma breve e precisa, a mensagem principal da companhia, é preciso alinhar o conteúdo aos valores da empresa, ao tom de comunicação e ao estilo visual que faça sentido ao branding da marca”, afirma.

Quando falamos de ensino à distância, a CEO da thanks for sharing indica que o principal dilema é encontrar a linha em comum no tom da comunicação para todos, já que normalmente a prática é aplicada por empresas que possuem um time em vários locais do país, sendo assim, cada um com uma cultura. “Outro ponto importante é que o ensino à distância deve ser pensado de forma a se adequar à rotina de quem assiste, por isso é importante preparar e produzir o conteúdo pensado para telas menores de celulares, pois, muitas vezes, o colaborador pode aproveitar o material em um momento de deslocamento ou pausa”, avalia. ■

## HISTÓRIA DE PROFISSIONAL

Projeto produzido em parceria com a plataforma de streaming iHeartRadio, a Under Armour, apresenta em seu novo podcast, histórias inspiradoras de atletas profissionais. A série de oito episódios faz parte da plataforma lançada neste ano chamada The Only Way Is Through.

Normalmente, atletas amadores ou apaixonados pelo esporte só têm a oportunidade de testemunhar as maiores proezas e conquistas dos melhores atletas do mundo durante a competição, quando a atenção está voltada a eles, mas raramente veem o treinamento e a recuperação que contribuem para o seu sucesso.

A proposta do podcast é quebrar essa barreira, dando a todos acesso à vida de atletas de elite, suas histórias e mentores, para ajudar os ouvintes a reconhecerem quais seus objetivos dentro do esporte. “The Only Way is Through é diferente de qualquer coisa disponível neste momento. Under Armour está proporcionando um caminho para que todas as pessoas do mundo aprendam os motivos pelos quais os atletas de elite alcançam níveis tão altos”, afirma o jornalista Cal Fussman, apresentador da atração.

# L I D E

ESPECIAL PANDEMIA

## **INICIATIVAS**

GRANDES EMPRESAS  
SE UNEM PARA  
ATUAR EM PROL DO  
DESENVOLVIMENTO  
SOCIAL

## **TECNOLOGIA**

APLICATIVOS, REDES  
SOCIAIS E NOVAS  
FERRAMENTAS  
AJUDAM A ENFRENTAR  
OS DESAFIOS

# L I D E

**ESPECIAL PANDEMIA**

## **INICIATIVAS**

**GRANDES EMPRESAS  
SE UNEM PARA  
ATUAR EM PROL DO  
DESENVOLVIMENTO  
SOCIAL**

## **TECNOLOGIA**

**APLICATIVOS, REDES  
SOCIAIS E NOVAS  
FERRAMENTAS  
AJUDAM A ENFRENTAR  
OS DESAFIOS**

*avanços*

# EXPERIÊNCIA CONTRA O TEMPO



# HOSPITAIS, LABORATÓRIOS E EMPRESAS BUSCAM RECURSOS E ALTERNATIVAS À COVID-19



ENVÍATO

Uma aliança entre o Hospital Israelita Albert Einstein, HCor, Hospital Sírio Libanês e Rede Brasileira de Pesquisa em Terapia Intensiva (BRICNet), em parceria com o Ministério da Saúde, iniciou pesquisas para avaliar a eficácia e segurança de medicamentos para pacientes com infecção pelo novo coronavírus (Covid-19). A farmacêutica EMS também apoia os estudos fornecendo os medicamentos hidroxicloroquina e azitromicina.

A iniciativa, chamada de Coalizão COVID Brasil, contará com 40 a 60 hospitais do país para realizar três pesquisas. Todos os estudos serão



DIVULGAÇÃO

Gustavo Werneck, CEO da Gerdau

## ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA

O Hospital Sírio-Libanês, instituição quase centenária, vem se preparando para atender pacientes infectados pelo coronavírus desde janeiro. Criou, por exemplo, um fluxo para separar os pacientes que chegam ao Pronto Atendimento com sintomas possíveis da contaminação, para que não se misturem com outros casos. Eles são levados, por um elevador exclusivo, até um andar especialmente preparado para atendimento especializado e realização de teste, quando indicado pelo médico.

Além disso, a instituição reservou um andar para internação dos pacientes com a Covid-19 (quartos com pressão negativa) e possui em seu plano de contingência mais espaços disponíveis para isolamento, caso seja necessário. O mesmo ocorre com a UTI, que tem uma ala específica para pacientes infectados com o SARS-COV2.

liderados de forma simultânea e os resultados, que deverão estar disponíveis em 60 a 90 dias, serão essenciais para fornecer o melhor tratamento aos pacientes com a doença no Brasil.

Iniciativas como esta mostram a capacidade do setor médico atuar nos momentos mais críticos em prol da ciência e da sociedade. Assim, diante do crescente aumento na demanda da rede pública de saúde no atendimento aos casos suspeitos e confirmados, o Hospital Israelita Albert Einstein está apoiando a Prefeitura de São Paulo, a Ambev e a Gerdau em seus esforços para manter um dos novos Centro de Tratamento para a Covid-19 na cidade de São Paulo. O complexo com 100 leitos atenderá o público exclusivamente pelo Sistema Único de Saúde (SUS).

“Está em nossa missão entregar vidas mais saudáveis e levar uma gota de Einstein a cada cidadão. Neste momento da pandemia do novo coronavírus, reforçamos o nosso compromisso em colaborar com o sistema de saúde do nosso País, tanto na área pública como na privada,



**Patrícia Braile, diretora-presidente da Braile Biomédica**

sempre com foco na segurança do paciente e excelência do atendimento, sem deixar a humanização de lado, afinal, é um momento em que é necessário atuar coletivamente”, afirma Sidney Klajner, presidente da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein.

### **Esforço conjunto**

Construído anexo ao Hospital Municipal M’Boi Mirim – Dr. Moyses Deutsch, na zona sul de São Paulo, onde o Einstein já é responsável pela gestão, a colaboração das empresas de segmentos diferentes dará a velocidade necessária para a entrega. A Ambev vai contribuir na gestão do projeto com sua experiência de processos ágeis, além do custo da construção. A Gerdau oferecerá o aço, que servirá como principal matéria-prima para o método construtivo, e o conhecimento que possui na montagem de estruturas metálicas.

“Decidimos usar nosso conhecimento e expertise em gestão de projetos, que sabemos fazer bem, e nos

unirmos à Gerdau e ao Einstein para entregarmos esse hospital com a agilidade e qualidade necessárias para o momento. Aproveito para convidar, neste momento, outras empresas que queiram aderir a este movimento do bem para aumentar a capacidade de leitos do País”, comenta Jean Jereisati, CEO da Ambev.

“O momento que vivemos é desafiador para todos. É importante que cada um faça a sua parte. O momento pede colaboração. Estamos disponibilizando o nosso aço, que será a matéria-prima da estrutura do hospital. As estruturas em aço se destacam pela leveza, resistência e praticidade, o que ajudará a dar velocidade a essa importante obra que ajudará a salvar muitas vidas”, destaca Gustavo Weneck, CEO da Gerdau.

### **Adaptação**

Fica claro com este exemplo que o combate à pandemia de coronavírus está mostrando o poder de união e adaptação do empresariado brasileiro. O segmento de equipamentos também busca atender as novas demandas. A Braile Biomédica, fabricante de produtos cardiovasculares, biológicos, eletromédicos, endovasculares e oncológicos, está desenvolvendo um respirador simplificado, direcionado para Unidades de Tratamento Intensivo. “Nossa equipe está trabalhando juntamente com médicos intensivistas e todas as áreas da empresa estão envolvidas para atender o mercado de saúde o mais rápido possível”, explica Patrícia Braile, diretora-presidente da companhia.

Outro dispositivo que está em desenvolvimento é o ECMO (Oxigenação por Membrana Extra-Corpórea), que permite a filtragem do sangue. É



**Franco Pallamolla, presidente da ABIMO**

## **MEDICAMENTO: ANVISA APROVA ESTUDOS CLÍNICOS APOIADOS PELA EMS**

A EMS, maior laboratório farmacêutico no Brasil, teve dois protocolos de pesquisa clínica para uso de hidroxicloroquina em pacientes com Covid-19 aprovados pela Anvisa. Os estudos serão apoiados pela empresa em parceria com o Hospital Israelita Albert Einstein e outras redes de todo o Brasil.

O início das pesquisas é imediato e será realizado em duas frentes: um grupo receberá uma dose determinada de hidroxicloroquina por um período específico de dias e outro tomará o medicamento associado à azitromicina, em uma dose determinada, também por um período específico. “Em uma situação como essa, de pandemia, é um compromisso contribuir com as instituições de saúde e a sociedade buscando respostas importantes. Nosso estudo é robusto e deverá nos fornecer o em-

basamento necessário para comprovar a eficácia ou não do medicamento no combate ao novo coronavírus. A missão da EMS é cuidar das pessoas e seguimos orgulhosos em reforçá-la”, afirma Roberto Amazonas, diretor médico-científico da EMS.

A EMS está fornecendo os medicamentos hidroxicloroquina e azitromicina, além de doar até R\$ 1 milhão aos projetos de pesquisa. A expectativa é que os primeiros resultados sejam divulgados em 60 dias.



## INVESTIMENTOS PELA VIDA

Criados em todo o país em estádios de futebol e centros de exposição, os hospitais de campanha oferecem atendimento temporário aos pacientes do novo coronavírus. Com 200 leitos de baixa complexidade, cada um com um respirador mecânico, o principal deles está no estádio do Pacaembu, em São Paulo. A administração do hospital de campanha ficará a cargo do Hospital Israelita Albert Einstein.

No Distrito Federal, o estádio Mané Garrincha também se transformou em hospital de campanha para ajudar a conter o avanço da doença. O espaço foi viabilizado por meio de um termo de cooperação entre o Governo do Distrito Federal e a sociedade Arena BSB, que administra o Mané Garrincha.

Os governos do estado e do município do Rio de Janeiro também anunciaram a criação de hospitais de campanha para ampliar o atendimento a pacientes devido à pandemia de infecção pelo novo coronavírus. Um deles com capacidade para internar até 500 pacientes no Riocentro, além de uma instalação no Estádio do Maracanã.

Em Goiás, o governo terá cerca de 1.100 leitos para atendimento de pacientes, sendo 222 no Hospital de Campanha para Enfrentamento ao Coronavírus (HCamp).

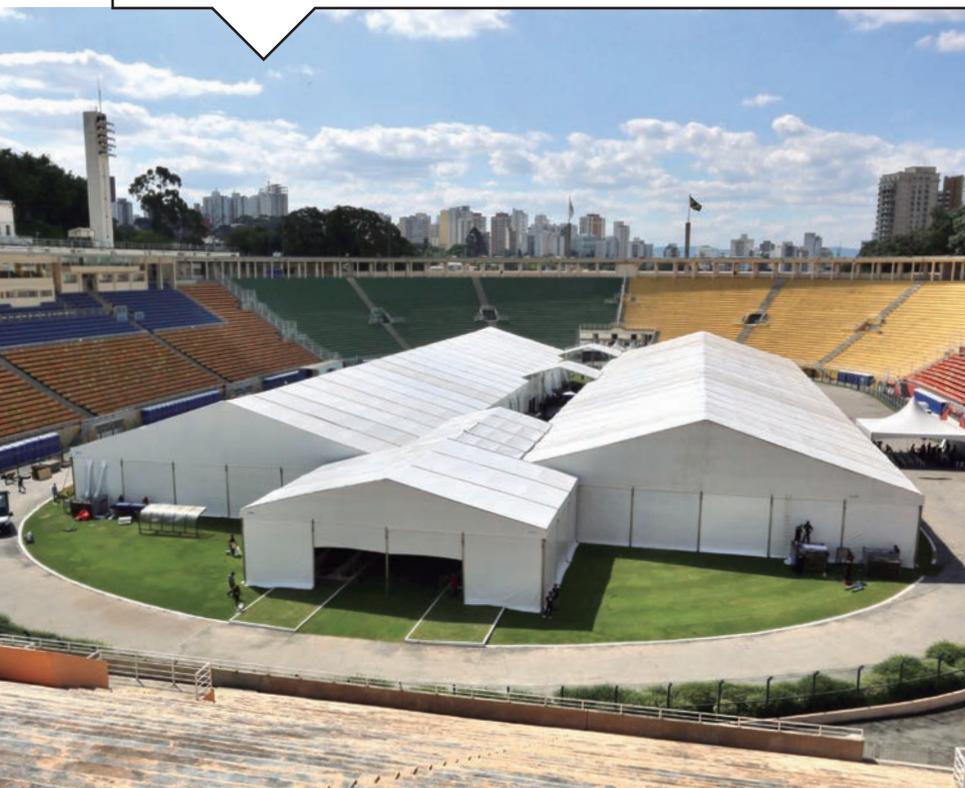
utilizado para fornecer oxigênio ao coração e aos pulmões de pacientes que apresentam insuficiência em alguns desses órgãos. “Ele é utilizado normalmente em cirurgias, mas pode ser colocado no paciente por até 30 dias, dependendo da enfermidade”, destaca Patrícia.

Segundo Franco Pallamolla, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratórios (ABIMO), as indústrias estão revendo todo o planejamento de produção, já que se trata de uma demanda muito acima de qualquer conjuntura, para atender de forma adequada as necessidades mais urgentes, principalmente da área de saúde, por dispositivos médicos e equipamentos voltados para o enfrentamento do coronavírus.

### Know-how

Dentro de seus esforços globais para apoiar o controle da pandemia relacionada à Covid-19, a Roche atua com a Food & Drug Administration (FDA) para iniciar um estudo de Fase III que avalia a segurança e eficácia do tocilizumab, associado à terapia padrão, para o tratamento de pacientes adultos com pneumonia grave causada pelo coronavírus.

“Estamos iniciando esse ensaio para que possamos estabelecer melhor o papel potencial do tocilizumab no combate a essa doença. Nestes tempos sem precedentes, o anúncio é um exemplo importante de como a indústria e os reguladores podem colaborar rapidamente para lidar com a pandemia da Covid-19”, afirmou em comunicado oficial Levi Garraway, Ph.D e Chief Medical Officer global da Roche. ■



AGÊNCIA BRASIL / EBC

# MAIORIA DOS EMPRESÁRIOS PROJETA ADAPTAÇÕES PARA VENCER A CRISE

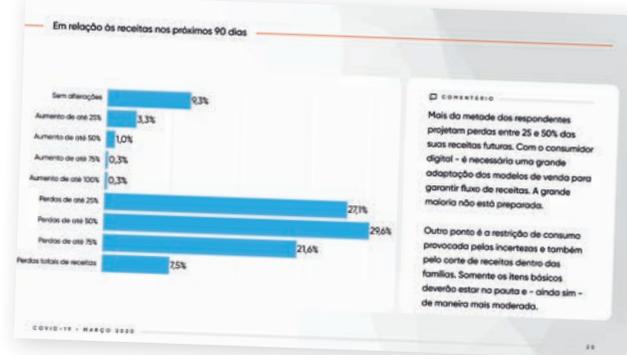
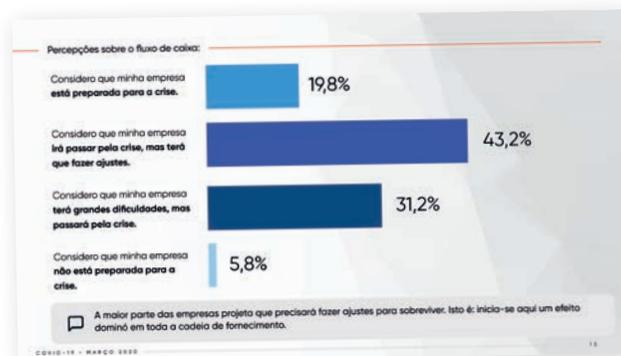
## PESQUISA INÉDITA LIDE REÚNE PANORAMA DOS LÍDERES DIANTE DOS DESAFIOS PROVOCADOS PELA PANDEMIA

De 22 a 25 de março, CEOs e executivos de 398 empresas de quatro regiões do Brasil filiadas ao LIDE responderam formulário on-line sobre suas percepções sobre a crise causada pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19). Para 43,2% deles, a empresa irá passar pela crise, mas precisará fazer ajustes para sobreviver. Apenas um quinto dos líderes afirmam que suas empresas estão preparadas para enfrentar a crise em termos de fluxo de caixa, e 5,8% dizem não ter nenhum preparo face à situação.

Analisadas em tempo real pela equipe durante o período de coleta, de acordo com a pesquisa promovida pelo LIDE, mais da metade dos respondentes projetam perdas entre 25% e 50% das suas receitas futuras. Dentro deste cenário, o estudo aponta que o corte de custos é o primeiro caminho a ser trilhado para mais de 77% das empresas.

### Ações

Sobre as medidas econômicas anunciadas pelo Governo Federal, 57,8% dos líderes empresariais consideram boas, mas que precisam de um pacote mais abrangente. Para 28,9%, as medidas são insuficientes e de pouco impacto e 7,3% consideram ruins e precisam ser revistas. Apenas para 6% as medidas são suficientes para a crise. Em relação às medidas dos governos estaduais, as percepções são parecidas: 44,6% consideram boas; 29,2%



acham insuficientes; 19,1% entendem como ruins e apenas 7,1% acreditam serem suficientes.

“Sabemos que a tarefa dos empresários brasileiros não será fácil. Há um longo caminho à frente. Entender o impacto inicial e as projeções dos líderes brasileiros é um movimento importante para que exista colaboração neste momento tão difícil”, afirma Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, sobre a pesquisa. ■

# MAIORIA DOS EMPRESÁRIOS PROJETA ADAPTAÇÕES PARA VENCER A CRISE

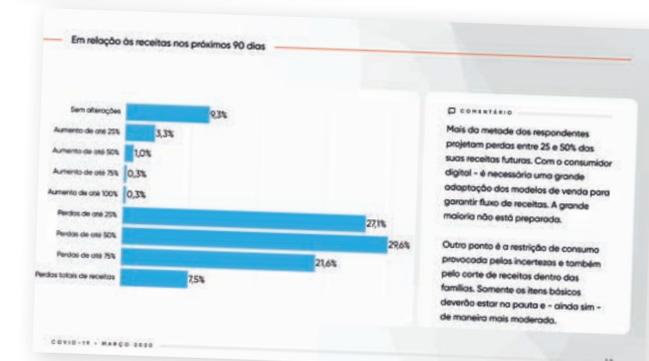
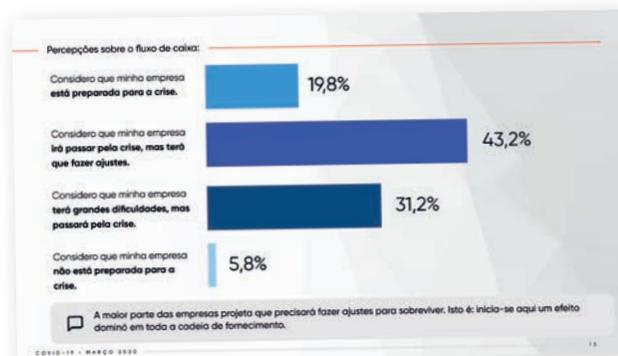
## PESQUISA INÉDITA LIDE REÚNE PANORAMA DOS LÍDERES DIANTE DOS DESAFIOS PROVOCADOS PELA PANDEMIA

De 22 a 25 de março, CEOs e executivos de 398 empresas de quatro regiões do Brasil filiadas ao LIDE responderam formulário on-line sobre suas percepções sobre a crise causada pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19). Para 43,2% deles, a empresa irá passar pela crise, mas precisará fazer ajustes para sobreviver. Apenas um quinto dos líderes afirmam que suas empresas estão preparadas para enfrentar a crise em termos de fluxo de caixa, e 5,8% dizem não ter nenhum preparo face à situação.

Analisadas em tempo real pela equipe durante o período de coleta, de acordo com a pesquisa promovida pelo LIDE, mais da metade dos respondentes projetam perdas entre 25% e 50% das suas receitas futuras. Dentro deste cenário, o estudo aponta que o corte de custos é o primeiro caminho a ser trilhado para mais de 77% das empresas.

### Ações

Sobre as medidas econômicas anunciadas pelo Governo Federal, 57,8% dos líderes empresariais consideram boas, mas que precisam de um pacote mais abrangente. Para 28,9%, as medidas são insuficientes e de pouco impacto e 7,3% consideram ruins e precisam ser revistas. Apenas para 6% as medidas são suficientes para a crise. Em relação às medidas dos governos estaduais, as percepções são parecidas: 44,6% consideram boas; 29,2%



acham insuficientes; 19,1% entendem como ruins e apenas 7,1% acreditam serem suficientes.

“Sabemos que a tarefa dos empresários brasileiros não será fácil. Há um longo caminho à frente. Entender o impacto inicial e as projeções dos líderes brasileiros é um movimento importante para que exista colaboração neste momento tão difícil”, afirma Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, sobre a pesquisa. ■

# HOME OFFICE: DIREITOS E DEVERES

UMA DAS ALTERNATIVAS DURANTE A PANDEMIA,  
TRABALHO REMOTO MERECE ATENÇÃO DO PONTO  
DE VISTA LEGAL E PRÁTICO

Diante da atual pandemia do novo coronavírus (Covid-19), a recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS) é evitar aglomerações para diminuir as chances de contágio. Com as medidas governamentais de paralisação do comércio e redução do transporte público, diversas empresas optaram por liberar seus funcionários para trabalhar em regime de *home office*. O modelo é possível, viável e pode se basear em diversas formas de contrato de trabalho, sem nenhum tipo de prejuízo para empregados e empregadores.

Denis Sarak, sócio-advogado da área trabalhista do BNZ Advogados, explica que, neste momento, não há nenhuma supressão de direitos e garantias trabalhistas por conta da troca de modelo de presencial para remoto. “O rol dos direitos sociais

do trabalho é preservado pela Constituição Federal e o que está sendo debatido e colocado em prática são meios de flexibilização de normas essencialmente direcionadas ao tempo e modo de trabalho e períodos de descanso, como forma de atenuar os impactos econômicos da pandemia nas relações de emprego”, esclarece.

O advogado acredita que o período seja mais propício para solidariedade social, no qual o Estado e as entidades sindicais representativas de classe devam debater alternativas para amenizar os impactos econômicos causados pela disseminação da Covid-19. “O princípio da autonomia privada coletiva conjugado e exercido em consonância e respeito aos preceitos sociais do trabalho valorados pela Constituição pode ser uma alternativa eficiente para o momento de crise. Todo esforço



ERIC ROMERO



123RF

*“Todo esforço deve ser direcionado para a solidariedade social, mas por óbvio a legislação deve ser cumprida. Os excessos e práticas não conformes devem ser corrigidos e reprimidos na forma da lei e da boa prática vigente”*

Denis Sarak, sócio-advogado da área trabalhista do BNZ Advogados

deve ser direcionado para a solidariedade social, mas por óbvio a legislação deve ser cumprida. Os excessos e práticas não conformes devem ser corrigidos e reprimidos na forma da lei e da boa prática vigente”, pondera.

Karolen Gualda Beber, especialista em Direito do Trabalho e coordenadora da área no escritório Natal & Manssur também destaca que os direitos dos trabalhadores são garantidos, seja pela Constitui-

ção de 1988, seja pela CLT e Normas Coletivas. Contudo, em meio à pandemia mundial, muitos desses direitos estão sendo flexibilizados (férias, coletivas, banco de horas, redução de jornada e salário, entre outros), visando assim, garantir a manutenção dos empregos. A advogada aproveita e avalia um dos principais pontos em debate surgido nesta fase de transição e implantação do *home office*: a manutenção do vale-alimentação.

Para Karolen, se a concessão do vale-alimentação for uma obrigação prevista em norma sindical, não poderá ser subtraída ou reduzida, salvo se houver previsão na própria norma neste sentido. Do contrário, o benefício deve ser mantido. “Caso o benefício seja espontâneo pela empresa, sua eliminação ou redução pode ser feita, mas poderá trazer uma injusta diferenciação para quem trabalha em *home office*, sendo necessário que a empresa avalie bem se esta situação seria estratégica”, destaca.

### **Desafios**

Para Marcos de Abreu, presidente da Employer e vice-presidente da Asserttem (Associação Brasileira do Trabalho Temporário), em um cenário de crise é importante que as lideranças fiquem atentas à legislação, e principalmente, foque na preservação

da saúde de seu quadro de colaboradores. “Como em qualquer crise, o papel do empregador no contexto atual de enfrentamento da Covid-19, é desafiador. O empregador deve estar ciente sobre as prevenções e avaliar as prioridades. E, nesse momento, a prioridade é a preservação da vida dos trabalhadores brasileiros”, afirma.

De acordo com Abreu, a empresa deve realizar uma adaptação de forma rápida, os empregadores devem ficar atentos à estrutura tecnológica que a empresa oferece — equipamentos adequados ou até mesmo o acesso à internet no domicílio. Após a empresa combinar com seus funcionários a melhor estratégia de comunicação, é necessário pensar nos canais viáveis que supram as demandas do trabalho. Muitos utilizam Google

Hangouts, Skype, Slack, Zomm ou mesmo o WhatsApp.

“A liderança deve dizer também como funcionará a operação remota, combinando então os detalhes com seus funcionários que estão em *home office*. Um cuidado especial que deve ser tomado é em relação a administração do tempo. “Estar mais tempo on-line são significa necessariamente que a equipe está mais presente ou produtiva”, ressalta Abreu. “A dica para isso é combinar entregas periódicas, seja no dia ou na semana, para cada time, e utilizar das tecnologias disponíveis como softwares de controle de produtividade e plataformas para o registro de ponto com reconhecimento facial para que os funcionários possam realizar trabalho remotamente”, complementa.

## HOME OFFICE: OS DIREITOS DE EMPRESAS E EMPREGADOS

- Notificação ao empregado com 48h de antecedência
- Necessidade de Termo Aditivo ao contrato de trabalho
- Previsão sobre fornecimento de equipamentos e mobiliário
- Ajuda de custo, sem natureza salarial
- Ausência da necessidade de controle de jornada de trabalho
- Possibilidade de aplicação também para estagiários e aprendizes
- Orientações sobre procedimentos de ergonomia do trabalho

FONTE: BNZ Advogados

*“O empregador deve estar ciente sobre as prevenções e avaliar as prioridades. E, nesse momento, a prioridade é a preservação da vida dos trabalhadores brasileiros”*

Marcos de Abreu, presidente da Employer e vice-presidente da Asserttem



---

Embora o trabalho remoto não seja uma novidade, sua implementação em empresas brasileiras tem se tornado necessária e praticamente forçada

---

### Rotina

O coronavírus já transformou as relações de trabalho no Brasil e no mundo, seja em maior ou menor proporção, dependendo do modelo de negócio, e está impactando além da saúde, o mercado de trabalho. A Workana, maior plataforma que conecta *freelancers* a empresas da América Latina, é referência na adoção do modelo de *home office* em empresas, atua com trabalho remoto desde 2012 e preparou um modelo para ajudar profissionais e gestores neste cenário e minimizar possíveis lacunas e impactos na rotina de trabalho.

Embora o trabalho remoto não seja uma novidade, sua implementação em empresas brasileiras tem se tornado necessária e praticamente forçada. “Esse alerta de saúde terá grande impacto na maneira como as empresas compreendem o trabalho remoto. Após a crise, esperamos um aumento notável na implementação de políticas de *home office*, não mais como esforços de contingência inevitável, mas como política regular por-

### NOVA REALIDADE

---

Segundo pesquisa realizada pela consultoria Betania Tanure Associados com 359 companhias que atuam no Brasil, 43% dessas companhias aderiram ao trabalho remoto em casa, colocando assim milhares de profissionais em regime de *home office*. A Randstad, líder global em solução de recursos humanos, passou a realizar as entrevistas por meio de chamada de vídeo em tempo real, levando em conta a proteção de dados e a saúde de candidatos e consultores. Com a ação, candidatos e recrutadores podem se conectar sem precisarem se deslocar à sede da empresa de recrutamento.

Outros exemplos se espalham pelo mercado. Com mais de 2500 colaboradores em oito estados brasileiros, a BRQ Digital Solutions, empresa de tecnologia que apoia a digitalização de bancos, seguradoras e empresas líderes em seus setores implantou uma live com um médico, sendo reproduzido pelo Workplace para 100% dos profissionais, com possibilidade de tirar dúvidas na hora.

A construtora e incorporadora Trisul também adotou o *home office* para os colaboradores do escritório e instituiu regras de convívio nas obras, aumentando o cuidado e aplicando todos os protocolos de segurança sanitária e saúde para seus colaboradores. O efetivo de horários de entrada e saída foram intercalados, com o propósito de evitar aglomerações. A temperatura de todos os trabalhadores é aferida a cada turno, dessa forma é possível identificar previamente qualquer anormalidade. Em relação ao transporte vertical (elevadores), ele foi reduzido ao número de apenas duas pessoas por viagem.

que muitos de seus benefícios ficam evidentes. O trabalho remoto é uma maneira de melhorar a qualidade de vida dos funcionários e mudar a maneira como olhamos para nossas tarefas”, diz Daniel Schwebel, country manager da Workana no Brasil.

Graças à tecnologia atual, o trabalho remoto pode ser ativado de uma maneira relativamente simples. Schwebel recomenda que se um programa de trabalho remoto formal não foi implementado em sua empresa, não é hora de projetá-lo em profundi-

dade. Segundo o manager, você deve ser ágil e imediato, e ter é um plano de emergência focado em cuidar de seu pessoal, da comunidade e para dar continuidade à sua operação. “É importante alinhar os esforços da empresa e tomar decisões rápidas. Idealmente, deve haver um especialista nos processos da empresa, alguém que conheça o escopo técnico e os recursos tecnológicos disponíveis; e alguém com conhecimento de pessoas, linhas de comando, liderança formal e informal”, sugere. ■



123RF

# SUPORTE TECNOLÓGICO

APLICATIVOS, REDES SOCIAIS E NOVAS FERRAMENTAS  
AJUDAM A SOCIEDADE A DRIBLAR OS MAIS DIFERENTES  
PROBLEMAS OCACIONADOS DURANTE A PANDEMIA

Em meio à crise causada pelo novo coronavírus (Covid-19) em todo o mundo, os avanços tecnológicos têm sido colocados à prova como ferramentas verdadeiramente úteis para a humanidade. Neste sentido, com a proposta de agilizar o estudo e monitoramento de informações para combater a Covid-19, a plataforma de engajamento para a cidadania Colab e a EpiTrack, startup de inteligência de dados para o monitoramento e controle de doenças, se uniram para ajudar na identificação antecipada de risco de casos da doença no Brasil.

Qualquer cidadão pode baixar o aplicativo Colab gratuitamente em seu celular e fornecer informações sobre o seu estado de saúde, contribuindo para um grande mapa nacional de risco, que está disponível na plataforma Brasil Sem Corona ([www.brasilsemcorona.com.br/](http://www.brasilsemcorona.com.br/)).

“Há uma grande lacuna entre o número de brasileiros infectados pela Covid-19 e os casos notificados. Isso ocorre porque o paciente é contabilizado pelo sistema de saúde só quando procura assistência médica. Mas naquele período de tempo entre o surgimento dos sintomas e a notificação o indivíduo pode ter transmitido o vírus para outras pessoas”, afirma Onicio Leal, cofundador da EpiTrack, que é epidemiologista, PhD em Saúde Pública e pesquisador sênior do departamento de Economia da Universidade de Zurich.

O mapa gerado pela plataforma fornece dois tipos de indicadores: a estimativa de casos de coronavírus por território, atualizada em tempo real, e uma previsão do que pode acontecer em até sete dias. A equi-



NICK OTTO

*“Há uma grande lacuna entre o número de brasileiros infectados pela Covid-19 e os casos notificados. Isso ocorre porque o paciente é contabilizado pelo sistema de saúde só quando procura assistência médica”*

Onicio Leal, cofundador da EpiTrack

pe do Colab também fornece gratuitamente planilhas para gestores públicos que quiserem ter acesso às informações detalhadas do território em que atuam. A ação ajudará os órgãos de saúde a ter previsibilidade sobre os riscos de contágio em todo o Brasil e a planejar e antecipar ações para combater a propagação do novo coronavírus, com a oportunidade de priorizar regiões mais vulneráveis. “Como já trabalhamos com cidadania e colaboração junto com governos, que são nossos clientes, resolve-

mos focar esforços nessa ação, para que a plataforma do Colab seja um meio de vigilância participativa e que a população possa contribuir para gerar dados que serão de extrema importância para a gestão pública”, diz Gustavo Maia, CEO do Colab.

### **Precisão**

Como informação checada e apurada nunca teve tanto valor como nesse momento, o WhatsApp, uma das ferramentas de comunicação mais utilizadas pelos brasileiros,

criou o Hub de Informações sobre o coronavírus em parceria com a Organização Mundial da Saúde, UNICEF e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O Hub abrigado no endereço [whatsapp.com/coronavirus](https://whatsapp.com/coronavirus) serve para fornecer orientações simples e úteis para profissionais da saúde, educadores, líderes comunitários, organizações sem fins lucrativos, governos e empresas locais. O site também oferece diversas dicas e recursos para usuários de todo o mundo com o objetivo de diminuir a disseminação de rumores e disponibilizar informações oficiais de saúde.

“Sabemos que nossos usuários estão usando o WhatsApp mais do que nunca neste momento de crise, seja para se conectar a amigos e entes queridos, médicos e pacientes ou professores e estudantes. Queríamos fornecer um recurso simples que possa ajudar a conectar pessoas”, afirma Will Cathcart, CEO do WhatsApp.



LEO ORESTES

*“Resolvemos focar esforços nessa ação, para que a plataforma do Colab seja um meio de vigilância participativa e que a população possa contribuir para gerar dados que serão de extrema importância para a gestão pública”*

Gustavo Maia, CEO do Colab

## PREPARE-SE

A tecnologia também pode ajudar gestores no processo de gerenciamento de dados que terão grande valor no futuro. “Em algum momento a situação voltará à normalidade, porém, teremos que ficar mais preparados do que nunca com os dados e indicadores atuais de nossas empresas”, ressalta Carlos Eduardo Colenet, diretor da X-Bits Software – companhia que desenvolve programas de inteligência artificial – e criador da plataforma Mentor BI.

Para o especialista, todos os empresários devem ficar de olho em alguns números e gráficos que ajudam a compreender a situação do momento e podem facilitar as tomadas de decisões. “Com os históricos de vendas, faturamento e despesas em mãos, é hora de projetar ações diante de cada cenário. Quando a situação da Covid-19 melhorar, terei equipe suficiente para atender a demanda? Eles já terão recebido seus salários? Terei quais despesas? Nada melhorar do que usar tabelas para saber o momento de tomar cada decisão”, destaca.



DIVULGAÇÃO

## Compras virtuais

Com a repentina pandemia que se espalhou pelo mundo, a compra de diversos itens pelas lojas on-line aumentou exponencialmente. Além de ser uma forma mais segura, pois evita o contato entre pessoas, o comércio eletrônico poderá ser uma das principais saídas para estimular a economia nos próximos meses.

A Cashback World, uma das maiores Comunidades de Compras do mundo, registrou um aumento de 9% na procura e compra de itens de farmácia, dentro da plataforma, desde o início de março até agora, na comparação com fevereiro. “Estamos passando por um momento duro e de reeducação de alguns hábitos. Com as recomendações das organizações de saúde, o e-commerce tem a missão de suprir as necessidades de consumo da população e estimular a economia”, explica o CEO Américas da myWorld, operadora da Cashback World no Brasil, Roberto Freire.

## Na palma da mão

A opção pelo delivery e o uso de aplicativos de alimentação também se tornou a principal saída para muitos negócios depois do anúncio das recomendações de isolamento da população e a determinação do fechamento de grande parte do comércio em muitas capitais brasileiras. Diante dessa realidade, o Sebrae buscou sensibilizar as empresas responsáveis pelas principais plataformas de entrega do país para minimizar os efeitos da crise.

O Uber Eats anunciou que vai possibilitar aos donos de pequenos restaurantes que recebam pagamentos diários pelas vendas realizadas, em vez de receberem semanalmente. A ideia é gerar maior fluxo de caixa para garan-

## SOLIDARIEDADE

A OLX, plataforma de compra e venda que conta com um tráfego de cerca de sete milhões de pessoas por dia, lançou o manifesto #QuarentenaDoBem para ajudar os brasileiros a atravessar o momento de incertezas. A empresa propôs um movimento para estimular a doação de produtos para as famílias mais impactadas economicamente com a evolução da Covid-19 no país e a redução da atividade econômica local.

tir a manutenção dos negócios, permitindo o pagamento de fornecedores e funcionários. Já o IFood antecipará os recebimentos dos restaurantes para melhorar o fluxo de caixa, sem custo adicional. Dessa forma, todo restaurante que optar por fazer parte dessa iniciativa, receberá seu pagamento em sete dias após a venda nos meses de abril e maio. A expectativa é injetar até R\$ 600 milhões no mercado brasileiro.

De acordo o especialista do Sebrae, Flávio Petry, as iniciativas dos aplicativos representam um passo importante para os pequenos negócios neste momento. “As medidas anunciadas pelas empresas de aplicativos representam uma conquista inicial para o segmento, pois, aos poucos, pela livre concorrência, as plataformas devem oferecer cada vez mais benefícios”, analisa. ■

*“Com as recomendações das organizações de saúde, o e-commerce tem a missão de suprir as necessidades de consumo da população e estimular a economia”*

Roberto Freire, CEO Américas da myWorld



# GUINADA

A proposta de distanciamento social provocada pela Covid-19 alterou os métodos e rotinas de trabalho das mais diferentes companhias em todo o mundo. No Brasil, a Vitacon, referência no desenvolvimento de tecnologias para moradia inteligente, estabeleceu algumas medidas para mitigar o impacto do isolamento em seus negócios. Pela primeira vez na história, a empresa lançará, digitalmente, mais de mil unidades habitacionais em São Paulo.

A incorporada também reforçará sua plataforma de *tour* virtual, já existente, para que os potenciais clientes possam navegar pela versão decorada dos apartamentos, substituindo os tradicionais estandes de venda. No período, cerca de 150 corretores estarão de plantão pelo site da Vitacon (via e-mail) e celular. “Estou participando de diversos comitês com empresários do ramo para viabilizarmos alternativas que minimizem o impacto dessa crise de saúde no setor imobiliário, sem colocar ninguém em risco”, afirma Alexandre Frankel, CEO da Vitacon.

## Cautela

A Conta Azul, fintech de gestão B2B mais inovadora do Brasil, adotou o trabalho remoto para 100% da equipe durante a pandemia da Covid-19. A medida foi uma das primeiras ações tomadas pela fintech com o avanço exponencial dos casos no País. Para Vinícius Roveda, CEO da Conta Azul, foi necessário preservar inicialmente a saúde do time e de

suas famílias com parte dos colaboradores atuando em home office. “A interação social potencializa a transmissão do vírus e sobrecarrega o sistema de saúde. Tomamos a medida de forma rápida para evitar interação social e, com isso, garantir a segurança dos colaboradores”, reforça Vinícius.

Já a gigante do varejo Lojas Renner S.A anunciou o fechamento temporário de todas as lojas físicas das marcas Renner, Camicado, Youcom e Ashua. As equipes administrativas da empresa também estão, em quase sua totalidade, atuando em regime de home office. Os centros de distribuição e as centrais de atendimento funcionarão com equipe reduzida, seguindo as medidas de segurança a fim de preservar a saúde e o bem-estar de todos.

“Esta foi uma decisão difícil, mas necessária. É o momento de atuarmos para preservar a integridade de todos diante da disseminação da Covid-19 e acreditamos que, com estas medidas, estamos contribuindo para a contenção e enfrentamento da pandemia. Atuamos com senso de urgência para reduzir a velocidade do avanço da doença e achatar sua curva”, afirma Fabio Faccio, diretor-presidente da Lojas Renner S.A.

Do ponto de vista da continuidade dos negócios, estão sendo implementadas diversas iniciativas para minimizar os impactos negativos deste período, garantindo a sustentabilidade das operações. “Esperamos que esta fase seja breve. Até lá, todo o nosso time segue mobilizado pelo bem-estar coletivo”, afirma Faccio.

# RADICAL

EMPRESAS MUDAM  
OPERAÇÕES COMERCIAIS,  
ADEQUAM PLANEJAMENTOS  
E EFETIVAM AÇÕES DE  
COMBATE À PANDEMIA  
DO NOVO CORONAVÍRUS



DIVULGAÇÃO

*“Estou participando de diversos comitês com empresários do ramo para viabilizarmos alternativas que minimizem o impacto dessa crise de saúde no setor imobiliário, sem colocar ninguém em risco”*

Alexandre Frankel, CEO da Vitacon

## Luta coletiva

Os três maiores bancos privados do Brasil – Bradesco, Itaú e Santander – uniram esforços para apoiar as autoridades de saúde no combate à propagação do vírus no País. As instituições assumiram a responsabilidade de importar e doar 5 milhões de testes rápidos de detecção da doença, além de equipamentos médicos, como tomógrafos e respiradores, observando as orientações do Ministério da Saúde e a disponibilidade no mercado.

A doação tem como objetivo apoiar os esforços de profissionais de saúde neste momento desafiador na luta contra a disseminação do novo coronavírus, quando, de acordo com especialistas, a testagem em massa da parcela da população com suspeita de contágio será decisiva para a superação da crise. Da mesma forma, os tomógrafos permitem identificar a gravidade dos casos e os respiradores salvam as vidas dos doentes com complicações pulmonares.

A decisão de iniciar a ação conjunta foi tomada pelos presidentes dos três bancos – Octavio de Lazari Jr., do Bradesco, Candido Bracher, do Itaú, e Sérgio Rial, do Santander Brasil –, que conversaram sobre a melhor maneira de contribuir para mitigar os efeitos da pandemia.

“Este é um momento excepcional, que exige sacrifícios e também ações propositivas, capazes de fazer diferença para toda a sociedade. É o que



DIVULGAÇÃO

*“Este é o momento de usarmos todas as armas que temos contra este vírus e a GM fará tudo o que está ao seu alcance para ajudar o Brasil e o mundo a passarem por este momento difícil”*

Carlos Zarlenga, presidente da GM América do Sul

se espera de nós, instituições financeiras, e é o que queremos entregar ao somar os esforços dos maiores bancos privados do País”, analisa Sérgio Rial, presidente do Santander Brasil.

## Liderança

A General Motors também está engajada na luta contra a Covid-19. A empresa está liderando esforços conjuntos com o ministério da Economia, SENAI, Associação Brasileira de Engenharia Clínica (Abeclin) e outras montadoras para unir uma força-tarefa no conserto de todos os respiradores que não estão funcionando no Brasil, por meio da Iniciativa + Manutenção de Respiradores. A ação tem o intuito de aumentar o número de aparelhos disponíveis para atender pacientes graves infectados pela Covid-19.

*“Esperamos que esta fase seja breve. Até lá, todo o nosso time segue mobilizado pelo bem-estar coletivo”*

Fabio Faccio, diretor-presidente da Lojas Renner S.A



JULIO BITTENCOURT

## TODOS JUNTOS

### DELIVERY

Em meio ao momento delicado que o Brasil enfrenta na luta contra a Covid-19, a Havanna, rede argentina de cafeterias, adotou algumas medidas para priorizar a segurança e a saúde de seus clientes. A rede passou a realizar vendas por meio do serviço de delivery como forma de evitar que os consumidores saiam de casa para ter acesso aos produtos da marca, principalmente no período de Páscoa.

### PLURALIDADE

A AMARO, fashiontech brasileira, estabeleceu algumas medidas para proteger seu time de colaboradores e também suas clientes diante da pandemia da Covid-19. Internamente, além do home office, a companhia antecipou a campanha de vacinação da gripe, que será gratuita para os funcionários, além da criação de um canal direto com o RH para orientações sobre o vírus.

### BOAS PERSPECTIVAS

Líder no setor de alimentos e bebidas e ciente da sua responsabilidade com a sociedade, a PepsiCo tem reforçado as medidas de segurança e amparo aos seus funcionários, consumidores e clientes. No Brasil, a empresa anunciou ainda a abertura de 500 vagas temporárias, para operações, vendas e finanças. O objetivo é ampliar as equipes para continuar cumprindo com a sua missão.

### CUIDADOS

A Diageo, líder mundial em bebidas alcoólicas premium e proprietária de marcas como Johnnie Walker, Smirnoff, Ypióca e Tanqueray, vai produzir e envasar álcool 70% para fornecimento ao Governo do Estado do Ceará. O produto pode ser utilizado na limpeza e desinfecção de superfícies, demonstrando-se eficaz contra o vírus, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS).

### DOAÇÃO

As famílias Trajano e Garcia, controladoras do Magazine Luiza, maior plataforma digital de varejo do país, anunciaram que vão doar 10 milhões de reais em equipamentos e outros itens que serão usados no tratamento das vítimas brasileiras da pandemia. O valor está sendo destinado à compra de respiradores artificiais, leitos, colchões e travesseiros para equipar hospitais públicos e filantrópicos de todo o país.

### ÁLCOOL

A Companhia de Bebidas das Américas (Ambev) anunciou a produção de álcool em gel para distribuir 500 mil garrafas aos hospitais públicos municipais das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. A empresa também fará a logística para entrega do álcool. Serão entregues cerca de 5 mil unidades em cada hospital público dessas capitais.

“Colocamos a nossa expertise, instalações e força de trabalho voluntário técnico à disposição das autoridades. Este é o momento de usarmos todas as armas que temos contra este vírus e a GM fará tudo o que está ao seu alcance para ajudar o Brasil e o mundo a passarem por este momento difícil”, declarou Carlos Zarlenga, presidente da GM América do Sul.

### Planejamento

O Grupo Doria, diante do novo contexto desafiador, conseguiu se adaptar em menos de uma semana para permitir que todo o seu time fosse operacionalizado no trabalho home office. Os colaboradores foram submetidos a uma capacitação

e, remotamente, deram continuidade às atividades a partir das respectivas residências.

Para João Bosco Silva, consultor sênior da Cambridge Family Enterprise Group Brasil, nada é para sempre, por isso é preciso tomar as decisões que permitam as pessoas saírem mais fortes lá na frente. “Essa ideia de proteção é um dos pontos principais da gerência em tempos de crise”, aponta. Para ele, manter a flexibilidade, criatividade e bom senso são exemplos de liderança e gestão. “A manutenção do futuro depende, exatamente, de tais características. Além disso, a ideia de não tomar decisões precipitadas e manter o critério sobre certos hábitos, também demonstram preocupação com o longo prazo”, enfatiza. ■

# A ELEGÂNCIA DA MODERNIDADE



POR TRÁS DE SEU VISUAL  
DISCRETO, NOVO AUDI S8 POSSUI  
MOTOR V8 BITURBO E UM INÉDITO  
SISTEMA DE SUSPENSÃO



No final de 2019, a Audi revelou ao mercado o S8, a versão esportiva do venerado A8 – principal versão da gama. O carro, que é o maior da categoria, manteve sua elegância e visual discretos, receita que faz com que tenha grande sucesso entre os amantes da Audi, porém chega agora com uma pitada de agressividade em alguns componentes.

Seu motor é simplesmente um V8 TFSI 4l, que gera 581 cv e rende torque de 800 Nm. A configuração permite que o modelo vá de 0 a 100 km/h em apenas 3,8 segundos, o que é de surpreender, pois o carro pesa mais de duas toneladas. A velocidade máxima do S8 é limitada eletronicamente a 250 km/h e o carro ainda é equipado com transmissão automática de oito velocidades, com sistema de tração Quattro e conversor de torque.

O V8 também conta com um mecanismo de desativação de cilindros para economizar combustível. Seu sistema elétrico é de 48 volts. Com ele, o motor pode ser desligado antes da parada completa do carro e até mesmo em velocidades constantes.

As dimensões do modelo permitem muito conforto aos passageiros: o entre-eixos possui 2,99 m, o comprimento 5,18 e a largura de 2,13 (contando com os retrovisores).

Discreto, o modelo tem apenas emblemas S8 na traseira e na grade frontal. As saias laterais são ligeiramente mais pronunciadas e as rodas contam com braços mais abertos. Alguns detalhes pintados de cinza fosco também denunciam de que se trata da versão mais forte do A8.

### **Suspensão diferenciada**

O sistema de suspensão do S8 – novidade na Audi – possui um dispositivo preventivo para controlar a rotação e a inclinação da carroceria. Nas barras anti-roll estão instalados dois atuadores eletromecânicos que permitem variar a resposta e a performance de cada roda, modificando dinamicamente a atitude do carro durante o movimento, ou seja, o veículo atua de forma personalizada para cada situação de asfalto.

Esse sistema faz com que o carro atinja níveis de conforto nunca antes vistos, pois ele se adapta a cada percurso de maneira única e transmite isso aos ocupantes.

A suspensão do novo S8 ainda oferece ferramentas que facilitam o acesso ao modelo. Ao detectar que o ocupante se aproxima do carro a carroceria se levanta até 5 cm para ajudá-lo a embarcar, e retorna assim que o motor é ligado.

Para completar essa estrutura incrível, há um sistema de direção nas quatro rodas e um diferencial traseiro de deslizamento limitado com controle eletrônico. Há vários modos de direção e no Comfort+. Por exemplo, a carroçaria é inclinada para dentro para combater a força centrífuga, até valor máximo de 3°. O sistema é todo controlado por meio de câmeras instaladas na parte frontal do carro, que analisam o percurso e preparam a direção para se adaptar.

O interior do novo Audi S8 apresenta um lembrete singelo de esportividade ao usar materiais de alta tecnologia, entre eles inserções Carbon Vector e alumínio escovado mate. A personalização principal também oferece soluções como freios de carbono-cerâmica (um bom 9,6 kg mais leve que o sistema de ferro fundido) e rodas de até 21 polegadas de diâmetro.



Alertas de perigo e vagas de estacionamento compõem a lista de serviços ligados à mobilidade do carro

### Interatividade e conectividade

O Audi S8 chega com uma grande oferta de novos serviços digitais e conectividade de ponta. Há no interior do modelo dois grandes monitores equipados com o sistema MMI, que é totalmente digital e permite ao condutor o controle de todas as funções por meio do toque. O motorista também pode usar o controle por voz, que proporciona liberdade praticamente ilimitada ao formular perguntas e comandos.

O modelo tem como possibilidade o uso da assistente virtual Alexa, da Amazon, e outras interatividades como a comunicação com a infraestrutura das cidades. Em algumas

cidades europeias a Audi está investindo no desenvolvimento de uma comunicação com os semáforos. Dessa forma, os sistemas de conectividade avaliam a velocidade que o carro deve manter para não precisar parar no sinal vermelho.

Graças à interconexão com a infraestrutura da cidade, o veículo recebe informações do computador central de semáforos por meio de um servidor. O cockpit virtual da Audi exibe, então, uma recomendação de velocidade individual e o tempo restante até a próxima fase da luz verde, se o motorista já estiver esperando no sinal vermelho. O sistema contribui, assim, para um estilo de direção pre-





## FICHA TÉCNICA

### AUDI S8 TFSI QUATTRO TIPTRONIC

- Motor – V8, 4L
- Combustível – Gasolina
- Velocidade máxima – 250 km/h limitada eletronicamente
- Torque máximo – 800 Nm a 2.000 - 4.500 rpm
- Potência máxima – 420 cv - 6.000 rpm
- Aceleração de 0 a 100 km/h – 3,8 segundos
- Transmissão – automática de 8 velocidades
- Tração – Quattro (integral)

#### Dimensões

- Número de lugares – 5
- Comprimento – 5,18 m
- Largura – 1,95 (sem os retrovisores)
- Distância entreeixos – 2,99 m
- Altura – 1,47 m

---

Com alguns detalhes pintados de cinza fosco, o modelo tem discretos emblemas S8 na traseira e na grade frontal. As saias laterais são ligeiramente mais pronunciadas e as rodas contam com braços mais abertos

---

ventivo e eficiente, o que facilita um fluxo constante de tráfego.

Informações on-line de sinalização de trânsito, alertas de perigo e vagas de estacionamento compõe a lista de serviços ligados à mobilidade do carro.

Já o aplicativo myAudi conecta o veículo ao smartphone do usuário para que ele possa enviar e programar facilmente destinos para o carro de onde ele estiver. A interface do smartphone Audi traz o Android Auto e o Apple Car Play sem fio. Componentes de última geração, como o sistema de som avançado

Bang & Olufsen 3D e a cabine telefônica da Audi, completam a linha de informações e entretenimento no novo modelo.

Além disso, o S8 é capaz de estacionar sozinho por aplicativo de celular, possui massageadores não apenas nos quatro bancos individuais, mas também nos pés de quem viaja no banco de passageiros.

Esse supercarro ainda não está disponível para o mercado brasileiro. Por enquanto, será comercializado apenas na Europa e nos Estados Unidos e os valores devem ficar entre 100 e 150 mil euros. ■





# DNA EMPREENDEDOR

AGRONEGÓCIO E A SÓLIDA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS VÃO AJUDAR NA MANUTENÇÃO DO EMPREGO E RENDA DO PARANÁ EM 2020

A crise global provocada pela pandemia do coronavírus (Covid-19) impactou de forma agressiva inúmeros segmentos da economia. No entanto, setores estratégicos como a produção de alimentos e o próprio agrobusiness – essenciais nesse momento – deverão ser a base para uma

futura retomada. Vale destacar que o Paraná é um dos maiores produtores de alimentos por metro quadrado do mundo: setor responsável por quase 78% das exportações do Estado em 2019, alcançando valor de US\$ 12,6 bilhões em produtos do segmento.

Este resultado mantém o agronegócio paranaense na 3ª posição no

ranking nacional das exportações, o que corresponde a aproximadamente 13% do volume nacional. Segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IparDES), o segmento também é responsável por 33,9% do PIB do Estado.

Com papel estratégico no avanço da economia estadual, o Banco



Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), investiu mais de R\$ 200 milhões na indústria local, sendo que apenas no setor da agroindústria foram injetados cerca de R\$ 147 milhões. A C.Vale, de Palotina, recebeu mais de R\$ 40 milhões, a Frimesa, de Medianeira, teve aporte de mais de R\$ 36 milhões, além da Coopertradição, de Pato Branco, que pode fortalecer os negócios por meio do montante de R\$ 20 milhões.

“Entendemos que o setor agro tem grande responsabilidade pelo crescimento do País. Investimos em diversas cooperativas durante o ano de 2019, fortalecendo não só o cooperativismo, mas o ecossistema agroindustrial, visto que os investimentos possibilitaram expansão de unidades, melhorias em infraestrutura e incentivos aos cooperados, o que melhora toda a cadeia produtiva”, diz Wilson Bley Lipski, diretor do BRDE.

### Agroindústria

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a produção da indústria de alimentos do Paraná cresceu 8,8% no ano passado em comparação com 2018. O desempenho é o maior da série histórica, iniciada em 2002, e o melhor do País. A taxa nacional do setor foi de 1,6%. O desempenho foi puxado pela ampla oferta e a presença de empresas e cooperativas do setor agro no Estado.

Ao completar 95 anos de atividades, a Frísia, uma das maiores cooperativas agroindustriais do Paraná, concluiu 2019 com faturamento de R\$ 2,9 bilhões, superando em 9% o período anterior, quando alcançou R\$ 2,6 bilhões. “A industrialização teve forte participação no faturamento das cooperativas, puxado pelo crescimento, expansão e consolidação da Unium, modelo exemplar de intercooperação. Ali-

ás, união por propósitos faz parte da filosofia da Frísia, que completa aniversário orientada para um futuro sustentável, sem deixar de seguir os valores cooperativistas dos pioneiros”, destaca a mensagem do Conselho de Administração, que tem como diretor-presidente Renato Greidanus.

A cooperativa investiu em 2019 cerca de R\$ 105 milhões, acima do realizado em 2018, que foi de R\$ 100 milhões. Os investimentos, em sua maioria, foram voltados à Unium, marca do sistema de intercooperação que envolve também as cooperativas Castrolanda e Capal, ambas localizadas no estado paranaense.

### Ambiente de negócios

O Paraná encerrou 2019 como um dos quatro Estados que mais geraram emprego no País. Com saldo de 51.441 vagas abertas, o índice foi o melhor dos últimos seis anos, com crescimento de 24,28% em relação

a 2018. O Estado também fechou o ano com o quarto maior estoque de carteiras assinadas do País, com 2.655.253 de pessoas empregadas.

Os bons números na geração de emprego se devem a diversos fatores: o desempenho positivo do comércio, a criação de novas empresas e o investimento de grandes grupos, proporcionando crescimento da atividade econômica na ordem de 2,45%.

Este cenário propício para o crescimento e para o empreendedorismo inspira empresários como Andreas Gohringer, CEO da GEMÜ do Brasil. Para o executivo, a capacitação da mão de obra paranaense, aliada à excelente infraestrutura de portos e aeroportos, representa um ponto positivo para a atração de empresas ao Estado. “Aqui é relativamente fácil fazer negócios, existe muita abertura e poucos empecilhos ao empreendedor, diz.

Há quase 40 anos no Brasil, a GEMÜ é líder mundial na fabricação de válvulas, sistemas de medição e controle que oferecem cuidado e precisão a diversos setores da indústria, como siderurgia, fertilizantes, setor automobilístico, petróleo & gás, farmacêutico, alimentos, cosméticos e biotecnologia. A partir de sua unidade brasileira, instalada em São José dos Pinhais, a GEMÜ oferece aos clientes da América Latina inúmeras versões de produtos e possibilidades de customização.

Sylvio Calixto, CEO da Pumatronix, destaca que no Paraná deparou-se com boa infraestrutura rodoviária, que ainda deve melhorar com as novas concessões previstas a curto prazo. “O Estado nos proporciona alguns benefícios fiscais destinados a empresas da área de tecnologia e inovação”, diz. Instalada em Curitiba, a Pumatronix é uma empresa

brasileira de alta tecnologia que fabrica e desenvolve soluções para ITS (Intelligent Transportation Systems) de alta precisão na captação e processamento de imagens.

## Potencial

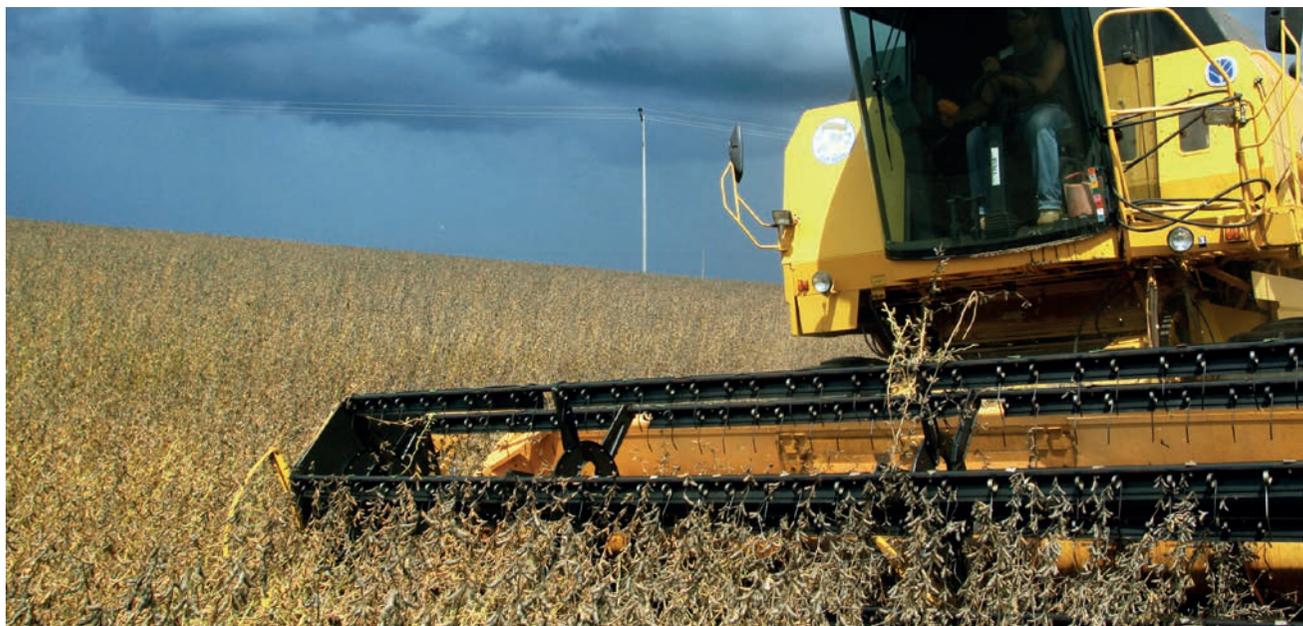
Com a previsão de receber aproximadamente R\$ 8,7 bilhões em investimentos públicos ao longo de 2020, o mercado já se movimenta. Em março deste ano, o Grupo Heineken no Brasil, segunda maior cervejaria do País, anunciou investimento de R\$ 865 milhões em sua unidade de Ponta Grossa com o objetivo de ampliar a produção de cervejas *premium*, principalmente da marca Heineken®.

Com o aporte, que será realizado entre 2020 e 2021, a capacidade de produção da cervejaria será ampliada em 75%. Atualmente, mais de um terço do segmento *premium* brasileiro é representado pela marca, o

---

O agronegócio foi responsável por quase 78% das exportações do Estado do Paraná em 2019, alcançando a marca de US\$ 12,6 bilhões em produtos de diferentes tipos

---



CLEVERSON BEJE/FAEP/ARQUIVO ANPR



Planta da Heineken em Ponta Grossa

que tornou o país o maior mercado consumidor da cerveja no mundo no ano passado. Segundo Maurício Giamellaro, presidente do grupo, este movimento reforça o compromisso de longo prazo da companhia com a demanda nacional. “Investimos constantemente na ampliação e modernização de nossas cervejarias para suprir o mercado consumidor. Nós acreditamos no potencial de crescimento do Grupo Heineken, o que se confirma pelos ótimos resultados da companhia no país nos últimos anos. Nossos investimentos são proporcionais à essa confiança”, reforça.

A partir dessa expansão, Ponta Grossa se tornará a 3ª maior operação da cervejaria no Brasil. Fundado há mais de duas décadas, o grupo recebeu grandes investimentos nos últimos anos. Localizada em um entroncamento rodoviário, a cidade favorece o escoamento da produção para mercados-chave no País como as regiões Sul e Sudeste, especialmente relevantes para o consumidor do segmento *premium*. “Em parceria com a prefeitura e o Governo do Estado, queremos continuar crescendo com a comunidade local, geran-

do empregos e contribuindo para o avanço econômico da região”, enfatiza Giamellaro.

O aporte na Cervejaria de Ponta Grossa vai gerar 600 novos empregos, entre diretos e indiretos. As obras têm previsão de conclusão para 2021 e o aumento de capacidade acontecerá gradualmente, com parte do novo volume sendo produzido ainda em 2020.

### Setores

Empresas que atuam com força no Estado são ótimo termômetro da economia paranaense para 2020. Primeira instituição financeira cooperativa do País, o Sicredi está presente em 314 municípios, com 418 agências, formando a maior rede bancária do Estado. Em 2020, a empresa prevê inaugurar mais 70 agências, consolidando seu plano de expansão.

Na capital paranaense, o Sicredi dobrou a rede de atendimento de quatro para oito agências. Em 2019, foram inauguradas as unidades nos bairros Novo Mundo, Batel, Champagnat e no Jockey Plaza Shopping. “Estamos ampliando nossa rede física no Paraná e em todas as regi-



Sylvio Calixto, CEO da Pumatronix

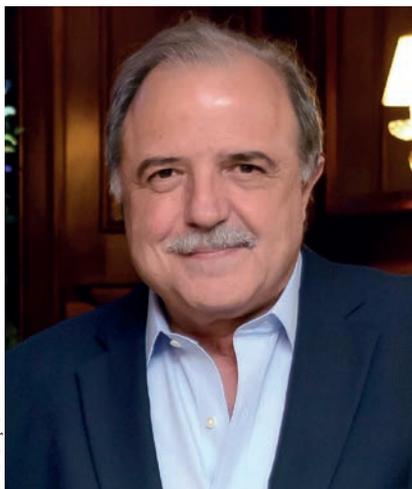


Manfred Dasenbrock, presidente nacional do Sicredi e da Central Sicredi PR/SP/RJ

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Aníbal Tacla, do Grupo Tacla

ões onde atuamos para oferecer um atendimento ainda mais próximo aos nossos associados. Trabalhamos para promover a inclusão financeira nos pequenos municípios sem esquecer de levar para as grandes cidades o modelo de gestão cooperativa do Sicredi, que fomenta o desenvolvimento regional e da sociedade como um todo”, detalha Manfred Dasenbrock, presidente nacional do Sicredi e da Central Sicredi PR/SP/RJ.

Outro segmento que evolui no Estado é o próprio varejo, que impacta na criação de novos empreendimentos comerciais como shoppings e outlets. Neste contexto, o Grupo Tacla decidiu investir em um novo projeto: o Citycenter Shopping & Outlet, localizado em Campo Largo, no Paraná. Com 74 mil m<sup>2</sup> de área construída e espaço para mais de 200 lojas, o empreendimento reunirá shopping center, outlet e power center, que engloba lojas de materiais de construção, decoração e um hotel. “Seremos o primeiro outlet a reunir em um só lugar esses três segmentos comerciais e traremos grandes oportunidades de negócio e desenvolvi-

mento para quem mora em Campo Largo e região”, afirma Aníbal Tacla.

### Educação e capacitação

Há décadas, o Paraná é um modelo para o país no que tange o desenvolvimento de novas tecnologias, formação acadêmica e capacitação profissional. Em fevereiro deste ano, por exemplo, o Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar) e a Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Fundetec) assinaram um termo de cooperação para apoiar o empreendedorismo tecnológico. O foco principal da parceria é na área de agroindústria e de energia.

Uma das ações previstas no termo é o apoio a empreendedores que buscam desenvolver seus negócios em incubadoras tecnológicas. A parceria prevê a coincubação de empresas na Incubadora Tecnológica do Tecpar (Intec) e no Centro Incubador Tecnológico da Fundetec. Com isso, em-

Mario Henrique Thomé da Cruz, diretor de Captação da Uninter



DIVULGAÇÃO

presários podem compartilhar experiências, incentivos e infraestrutura das duas instituições.

Para Mario Henrique Thomé da Cruz, diretor de Captação da Uninter, o Estado abre possibilidades de investimentos e está sempre buscando fomentar a tecnologia não somente no campo e nas indústrias, como também na educação. O Grupo Uninter está entre os maiores players do segmento educacional. Sediado em Curitiba, já formou mais de 500 mil alunos e, atualmente, tem mais de 210 mil alunos ativos. “O Estado ganha a confiança do empresariado que acredita na retomada da economia paranaense em ritmo mais acelerado que o nacional. E acredito também que a agilidade na regulamentação de processos seja mais rápida que em outras regiões”, enfatiza.

Classificada entre as 100 instituições mais bem colocadas no ranking mundial de sustentabilidade da UI GreenMetric em 2019, a Universidade Positivo passou a contar este ano com o maior Centro de Treinamento Cirúrgico (CTC) do País. O espaço vai receber estudantes de pós-graduação em Cirurgia Minimamente Invasiva, curso oferecido há 15 anos pela universidade e o Instituto Jacques Perissat. O projeto também conta com a parceria da Medtronic, maior empresa de material médico do mundo.

Com investimento de R\$ 5 milhões, o espaço dispõe de 10 torres de vídeo completas, 10 geradores de energia e materiais descartáveis para o treinamento em diversas especialidades. O CTC permite a realização simultânea de 10 cirurgias de qualquer complexidade, como procedimentos no aparelho digesti-



---

Há décadas, o Paraná é um modelo para o país no que tange o desenvolvimento de novas tecnologias, formação acadêmica e capacitação

---

## SOLIDARIEDADE

Empreendedores de inovação se uniram no movimento #StartupsVs-Covid19, que conta com apoio do Governo do Estado. A ideia é compartilhar soluções que ajudem a minimizar o impacto econômico e social da epidemia do novo coronavírus, além de facilitar o acesso à informação para o cidadão.

A iniciativa é paranaense, do grupo de empreendedores Comunidade Governança & Nova Economia (Gonew.co), em parceria, também, com a Associação Brasileira de Startups (ABStartups). O movimento está ambientado no LinkedIn, rede social voltada para os negócios.

vo, ginecológicos, urológicos e tórax, por exemplo.

Marcelo Loureiro, médico responsável pelo curso de pós-graduação, diz que o novo centro torna Curitiba uma referência para o treinamento cirúrgico no Brasil e na América Latina. “A cidade foi escolhida para receber este espaço devido à experiência acadêmica que reunimos em 15 anos de curso, com estudantes brasileiros e de outros países. O Centro de Treinamento Cirúrgico desenvolvido nos coloca no patamar dos melhores e mais modernos centros experimentais do mundo, como referência no treinamento de cirurgias minimamente invasivas”, destaca. Segundo Loureiro, a tecnologia e modernidade do espaço se assemelha aos melhores centros referências internacionais em pesquisa e treinamento em cirurgias laparoscópicas e robóticas. ■

# ESTÍMULO AO INVESTIMENTO

## FORTALECIMENTO DO POLO AUTOMOTIVO CONTRIBUI PARA O DESEMPENHO INDUSTRIAL PARANAENSE

Com crescimento de 25,7%, o segundo maior polo de produção automotiva do Brasil responde por aproximadamente 14% da produção nacional de veículos e teve o melhor desempenho do País em 2019. Carros, caminhões, ônibus, vans, tratores e colheitadeiras, além de motores, cabines, acessórios e peças, formam o rol de produtos originados por quase 600 indústrias.

O Paraná abriga montadoras globais de veículos como a Renault-Nissan, Volkswagen-Audi, Volvo e DAF; de maquinário, como New

Holland e Caterpillar; de motores, FCA Fiat Chrysler e Paccar; e de pneus, Dunlop. A produção deste grupo abastece o mercado doméstico e também países da América do Sul, Europa, Ásia e Estados Unidos. Mesmo com a redução de produção em 2020, que deverá ser mensurada apenas após o fim da crise provocada pelo coronavírus (Covid-19), a ótima infraestrutura e demanda futura podem garantir ótimos resultados em 2021.

No geral, a produção industrial paranaense aumentou 5,7% em 2019, o maior índice do País.

O resultado é o melhor do Estado desde 2011 e foi impulsionado especialmente pelo segmento de veículos automotores, reboques e carrocerias. “A manufatura do Paraná pode ser dividida em antes e depois da indústria automotiva”, ressalta Julio Suzuki Júnior, economista e pesquisador do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes).

Suzuki avalia que a indústria automotiva do Paraná se fortaleceu ao longo dos anos, contribuindo para o adensamento de cadeias, e multiplicou o valor gerado pelo parque industrial do Estado. A fabricação de automóveis, camionetas e utilitários responde por 8,7% do Valor da Transformação Industrial (VTI), enquanto a produção de autopeças significa 2,4%, de caminhões e ônibus (1,3%), e a de cabines, carrocerias e reboques atinge 0,3%. “Uma área com diversificação de produtos e um mix grande de vendas”, explica o economista, ressaltando também a geração de emprego qualificado. A cadeia produtiva completa, considerando ônibus, caminhões, peças, acessórios e demais itens, emprega aproximadamente 39 mil pessoas.



Planta da Volkswagen

JOSE FERNANDO OGURA / AEN



JOSÉ FERNANDO OGURA / AEN

Planta da Volkswagen, em São José dos Pinhais

---

## A produção industrial paranaense aumentou 5,7% em 2019, o maior índice do País

---

### Evolução

De acordo com Wilson José Andersen Ballão, sócio-fundador da Andersen Ballão Advocacia, renomado escritório com sedes em Curitiba e Paranaguá, a partir do fim dos anos de 1990, a chegada das montadoras transformou a base econômica estadual. “De uma economia predominantemente agrícola, passamos a ter também uma forte base industrial. Tive a honra de participar das negociações para a vinda de uma dessas

grandes empresas. Hoje, quando vejo uma das centenas de conduções que transportam esses funcionários para a planta da montadora, sinto uma grande alegria, pois sei que tive participação direta na conquista de milhares de empregos para o Estado”, relata o advogado.

Ballão lembra que cada montadora trouxe toda a sua cadeia de fornecedores próprios. Além disso, dezenas de novas empresas estrangeiras aportaram pela região metro-



FERNANDO DIAS

Wilson José Andersen Ballão, sócio-fundador da Andersen Ballão Advocacia



RODOLFO BUHRER



DIVULGAÇÃO

Duster, modelo da Renault produzido no Paraná

politana de Curitiba, o que forçou a profunda mudança nos escritórios de advocacia existentes no Estado.

Para Carlos Valter Martins Pedro, presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), o setor automotivo foi e é importante no processo de diversificação da economia paranaense, sendo um dos segmentos mais representativos da indústria estadual. “É um setor que investe muito em inovação”, avalia.

O dirigente destaca que o segmento tem peso relevante no desempenho da indústria local e na geração de empregos. “Foi o que mais influenciou positivamente para que a indústria do Paraná tivesse o maior crescimento na produção industrial entre todos os estados brasileiros, ajudando no processo de recuperação das perdas causadas pela crise dos últimos anos”, diz.

### Produção intensa

Carros, ônibus e caminhões montados no Paraná ganham diferentes destinos. Ao todo, as montadoras instaladas no Estado mantêm comércio com 21 diferentes países. O setor fechou 2019 como o quinto principal produto exportado pelo Estado, representando 4,1% de tudo o que foi negociado com o exterior. Foram US\$ 660 milhões (cerca de R\$ 2,9 bilhões) em vendas, atrás apenas das exportações do setor agropecuário (soja, frango, farelo de soja e cereais).

Argentina (39,4%), México (24,5%) e Colômbia (19,9%) são os principais destinos dos carros paranaenses. Cerca de 12% das autopeças fabricadas no Estado têm como destino a Alemanha; 19,3% são negociados com o Peru; 60% dos motores seguem para a Colômbia; e 9% das carrocerias e chassis vão

*“O Paraná, que consideramos nossa casa, estimula o investimento e a atividade das empresas”*

Luiz Fernando Pedrucci, presidente da Renault para a América Latina

para o Chile, entre outras negociações com o exterior.

No final de 2019, a Curitiba Motores (CMO), fábrica de motores da Renault do Brasil, completou 20 anos de produção no Complexo Ayrton Senna. Desde sua inauguração, em 1999, a unidade já produziu mais de 4 milhões de motores, com cerca de 40% destinados à exportação. Atualmente, a fábrica pro-

duz três famílias de motores e tem capacidade produtiva de 600 mil unidades por ano, além de exportar produtos para a Colômbia e Argentina e componentes para Turquia.

A Renault do Brasil ampliou recentemente a atuação no Paraná com a abertura de uma fábrica de alumínios para blocos e cabeçotes de motores. O investimento, de R\$ 350 milhões, tem o apoio do programa de incentivo do Governo do Estado. “O Paraná, que consideramos nossa casa, estimula o investimento e a atividade das empresas”, ressalta Luiz Fernando Pedrucci, presidente da Renault para a América Latina. Ao longo de duas décadas, além dos motores, a marca já produziu cerca de 3 milhões veículos.



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

## MERCADO ESTRATÉGICO

A Audi do Brasil inaugurou em 2019 sua segunda concessionária em Curitiba. A capital paranaense é a terceira cidade brasileira a ter duas concessionárias da marca. O novo espaço, batizado de Audi Center Alto da XV, segue os padrões de arquitetura e design internacionais da montadora. “Curitiba é um ponto estratégico para o nosso crescimento na região Sul do País. Além da proximidade com a nossa fábrica, é uma das regiões mais representativas para o mercado de luxo. Esta inauguração faz parte do objetivo de tornar a Audi mais desejada do mercado premium no Brasil”, afirma o presidente e CEO da Audi do Brasil, Johannes Roscheck.

*“A planta de São José dos Pinhais é uma das fábricas mais modernas do Grupo Volkswagen no mundo. Ela foi inaugurada em 1999 e, desde então, já produziu mais de 2,7 milhões de veículos”*

Pablo Di Si, CEO da Volkswagen América Latina

Referência de eficiência e sustentabilidade nos processos produtivos, a fábrica da Volkswagen em São José dos Pinhais também completou 20 anos de atividades e acelera a produção do SUV TCross. A estrutura foi inaugurada em 18 de janeiro de 1999, sendo uma das mais modernas fábricas do Grupo Volkswagen.

Atualmente, a unidade fabril emprega cerca de 2.600 pessoas, produ-

zindo os modelos TCross, Fox, Golf, Audi Q3 e Audi A3 Sedan. A empresa alemã soma cerca de R\$ 4 bilhões de investimentos locais. “A planta de São José dos Pinhais é uma das fábricas mais modernas do Grupo Volkswagen no mundo. Ela foi inaugurada em 1999 e, desde então, já produziu mais de 2,7 milhões de veículos”, destaca o presidente e CEO da Volkswagen América Latina, Pablo Di Si. ■



DIVULGAÇÃO

# DO PARANÁ PARA O MUNDO

MOVIMENTAÇÃO DE CARGAS NOS PORTOS CRESCE E DEVE IMPACTAR POSITIVAMENTE A ECONOMIA DO ESTADO MESMO EM PERÍODO DE INSTABILIDADE

Mesmo diante das restrições em decorrência do novo coronavírus (Covid-19) e dos reflexos na economia, os portos do Paraná continuam em operação 24 horas por dia. Essencial para cadeia de distribuição de alimentos, os complexos portuários também serão res-

ponsáveis pelo trânsito de insumos e equipamentos médicos.

“O porto é por onde chegam itens essenciais de alimentação, combustíveis e produtos de saúde. Além disso, a atividade portuária segura os efeitos devastadores das crises econômicas, mantendo a geração de emprego e renda nas cidades portuá-

rias e contribuindo com o pagamento de impostos, que são usados pelas prefeituras em cuidados com a população”, explica Luiz Fernando Garcia da Silva, diretor-presidente do Porto de Paranaguá e Antonina (APPA).

Desde janeiro, antes mesmo da Covid-19 ser considerada uma pandemia, a Portos do Paraná já



CLAUDIO NEVES/APPA

## PREPARADOS PARA O FUTURO

adotavam medidas de segurança e contingenciamento. “Nossa preocupação principal sempre será em colocar as pessoas em primeiro lugar, cumprindo nosso papel de alimentar o sistema global, com segurança e responsabilidade”, lembra o gestor.

Cerca de 7,3 milhões de toneladas de produtos entraram e saíram do país pelos terminais do Estado do Paraná apenas no primeiro bimestre deste ano — volume 1% maior que o registrado nos dois primeiros meses do período anterior. Em 2019, o Porto de Paranaguá ultrapassou a marca

No final do ano passado, o Paraná passou a ter o maior terminal portuário em capacidade de movimentação de contêineres do País. Com as obras de ampliação do Terminal de Contêineres de Paranaguá (TCP), foi possível aumentar o potencial de operação em 66%, passando das atuais 1,5 milhão TEU (unidade de medida equivalente a um contêiner de 20 pés) por ano para 2,5 milhões. O investimento de R\$ 550 milhões, feito pelo TCP, é o maior do Brasil no setor portuário dos últimos cinco anos e garante capacidade para atender a demanda de mercado brasileiro pelas próximas três décadas. O contrato prevê outros R\$ 548 milhões em melhorias até 2048. Juarez Moraes e Silva, diretor institucional do TCP, resalta que Paranaguá é o segundo porto em movimentação do País. “Isso acontece porque a iniciativa privada acredita no Estado. Temos uma cadeia produtiva que sinaliza novos investimentos nesse setor”, diz.



CLAUDIO NEVES/APPA

de 53 milhões de toneladas de produtos movimentados. Em Antonina, as foram mais de 900 mil toneladas — 17% acima que o registrado em 2018. Com isso, ambos complexos tiveram o melhor ano da história.

## Tendência

Seguindo o cenário de janeiro deste ano, os segmentos que mais cresceram em volume foram granel líquido e carga geral. De cargas líquidas, registra-se 1,14 milhão de toneladas, na importação e exportação. O volume é 21% maior que as 946,5 mil toneladas do igual bimestre de 2019. Na carga geral, o aumento foi de 13%, comparando 1,8 milhão de toneladas de carga e descarga deste ano com 1,6 milhão de toneladas operadas em 2019.

Alguns carregamentos registram crescimento significativo, entre eles

o açúcar à granel, que teve aumento de 32% registrado na soma do volume exportado em janeiro e fevereiro. Este ano, 183.300 toneladas foram embarcadas. Em 2019, 138,7 mil toneladas no mesmo período. Em saca, a movimentação foi 47% maior. No bimestre de 2020, 233.457 toneladas. Em 2019, 158,8 mil. No total, nos primeiros meses deste ano, 233.457 toneladas de açúcar foram exportadas pelos portos paranaenses. Os principais destinos foram Argélia, Malásia e Guiné.

## Mercado

A principal operadora do açúcar a granel no Porto de Paranaguá é a empresa Pasa. Segundo Osvaldo Inácio da Silva Junior, executivo administrativo e financeiro da companhia, o aumento pode estar ligado a questões comerciais. “Provavelmente, se deu

por questões como tarifas, cotação do dólar, disponibilidade navios”, diz.

De acordo com a Pasa, mais de 90% do volume de açúcar recebido pela empresa — principal exportadora do açúcar no Porto de Paranaguá — chega em trens da região Norte do Estado, principalmente de Maringá e de Londrina.

Como a colheita da safra da soja 2020 já começou e a previsão é que seja recorde, o Pátio de Triagem do Porto de Paranaguá teve o pavimento recuperado. O investimento foi de R\$ 1,9 milhão. Outras melhorias são constantes para garantir agilidade aos deslocamentos, além de segurança e comodidade aos motoristas.

Em 2019, 14,7 milhões de toneladas de carga chegaram ao cais via caminhões — o equivalente a 67% do total de graneis movimentados no ano.

## Crescimento

O Porto de Antonina registrou o quinto maior crescimento entre 19 complexos brasileiros em 2019. Segundo o Ministério da Infraestrutura, o volume de carga movimentado foi 17,3% maior que o registrado no ano anterior. A média nacional de crescimento entre os portos públicos do país foi de 10,3%.

Segundo Gilberto Birkhan, Diretor-Presidente do Terminais Portuários Ponta do Félix (TPPF), empresa responsável pelas operações no porto, a meta para 2020 é manter índices elevados de expansão. “O fundamental é reconhecer essa nova etapa dentro do TPPF, com mais consistência na prestação de serviços, principalmente na armazenagem de

produto e no trabalho especializado com cargas diferenciadas”, ressalta.

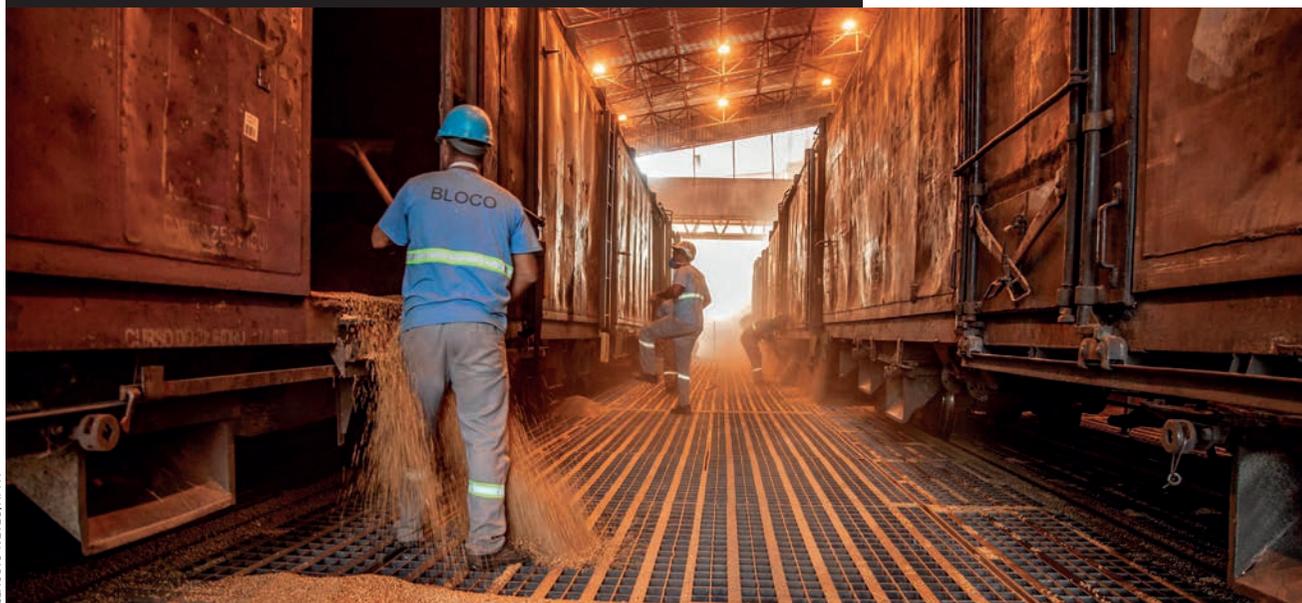
De acordo com Birkhan, o TPPF espera crescer 70% e movimentar cerca de 1,5 milhão de toneladas de produtos neste ano, principalmente farelo de soja não transgênico e fertilizantes — os carros-chefe do Porto de Antonina.

Uma das principais vantagens do TPPF para quem comercializa estes produtos, segundo Birkhan, é o terminal alfandegado com entreposto aduaneiro — que contabilizou crescimento de 47% de fertilizantes entrepostado. “O produto quando chega em nossos armazéns permanece em propriedade do exportador lá de fora. O produto pode ficar no Paraná ou ser nacionalizado para Goiás, por exemplo, sem o pagamento do ICMS interestadual”, explica.

O TPPF conta, atualmente, com 60 mil metros quadrados de infraestrutura de armazenagem, com capacidade estimada de 200 mil toneladas estática. Este número será elevado com as obras de expansão, já em andamento. ■

## FONTE DE EMPREGO E RENDA

O Porto de Paranaguá completa 85 anos redefinindo a relação da atividade portuária com a cidade. Dados do Ministério do Trabalho apontam que cerca de 44% dos postos de trabalho criados em Paranaguá são na área de transporte e armazenagem de carga. Todos os dias, em média, mais de quatro mil pessoas chegam para trabalhar no complexo. São funcionários da empresa pública, servidores das empresas operadoras portuárias, motoristas, prestadores de serviços e trabalhadores portuários avulsos, os chamados TPAs. O ministério estima que a atividade portuária seja responsável por cerca de 9 mil empregos, somente no setor de armazenamento e transporte. O número é equivalente a 20% de todos os postos de trabalho registrados no município e o impacto na economia chega a R\$ 33 milhões mensais, em salários.



*energia*

# FORÇA ALÉM DE ITAIPU

EXPANSÃO ENERGÉTICA GARANTE BASE  
SÓLIDA PARA O CRESCIMENTO E A  
MANUTENÇÃO DAS EMPRESAS NO ESTADO



Analistas de mercado indicam que o custo com energia pode comprometer fortemente a receita de uma indústria, inviabilizando a abertura de novos empreendimentos e polos produtivos. Por isso, para manter a trajetória ascendente do setor industrial paranaense, que cresceu 2,6% só em janeiro na comparação com o mesmo mês do ano anterior, os investimentos em energia têm sido vitais.

Em 2019, a Compagas (Companhia Paranaense de Gás) aumentou a sua distribuição em 20%. O volume de gás comercializado no Paraná alcançou a média anual de 1,4 milhões de metros cúbicos por dia. “O gás natural canalizado, insumo de grande importância para o setor, teve uma alta considerável puxada por esse movimento”, afirma Rafael Lamas-

tra, diretor-presidente da Compagas. “O mérito é das medidas que estão sendo tomadas pelo Governo do Paraná para melhorar a economia e a infraestrutura do Estado”, afirma.

Do volume total distribuído pela companhia, 85% foram destinados à indústria. Entre aquelas que iniciaram o consumo em 2019 estão a Copo do Brasil, a Rochesa, a Isogama e a BO Paper. Empresa de economia mista, a Compagas tem como acionista majoritária a Companhia Paranaense de Energia - Copel, com 51% das ações, a Gaspetro, com 24,5%, e a Mitsui Gás e Energia do Brasil, com 24,5%.

## Em casa

Além do incremento na distribuição, mais consumidores passaram a contar com o gás canalizado. No período, foram ligados mais de 3,3 mil

novos clientes. Para manter o ritmo de crescimento, a Compagas investiu R\$ 14 milhões em obras de ampliação e de integridade de rede.

“Crescemos 8% em número de clientes e alcançamos mais de 47 mil unidades nos segmentos residencial, comercial, veicular e industrial, onde queremos gerar maior produtividade em 2020”, afirma Lamastra. Neste ano, o diretor presidente da Compagas explica que o objetivo é otimizar os investimentos já realizados e apostar em estudos para a expansão e ampliação da participação do gás natural na matriz energética do Estado.

## Eletricidade

A extensão das redes que levam energia no Paraná para movimentar a economia e proporcionar conforto na cidade e no campo acaba de completar 200 mil quilômetros. Este é o ativo que a Copel mantém e opera para atender quase 4,8 milhões de ligações em sua área de concessão.

A marca foi atingida no início do ano, com uma obra de melhoria na área urbana do município de Almirante Tamandaré, na Região Metropolitana de Curitiba. Foram 33 quilômetros de rede construída para reforçar o atendimento aos bairros Abranches e Cachoeira. O próximo passo naquela região será a instalação de um religador monofásico, possibilitando a automação de parte rede.

De acordo com Andrea Brotto Bertolin, superintendente de Engenharia da Expansão, os esforços são direcionados para a execução das obras que possibilitem melhoria da qualidade do fornecimento de energia, buscando aumentar a robustez e a confiabilidade da rede.



Para este ano, o programa de investimentos da Copel Distribuição prevê a aplicação de R\$ 1,07 bilhão em obras. “Estamos priorizando a utilização de cabos protegidos também nas áreas rurais, por meio do programa Paraná Trifásico”, comenta.

Em 2019, foram conectadas 75 mil novas unidades consumidoras de energia, o que representou aumento de 1,6% no número de ligações. Para possibilitar o atendimento aos novos domicílios e também ao crescimento da demanda por carga, foram construídos 1.597 quilômetros de novas redes de média e alta tensão.

### Poder das águas

Outra marca da produção energética do Paraná, a usina de Itaipu é a única do mundo com uma produção acumulada acima de 2 bilhões de Megawatts-hora (MWh), chegando em fevereiro a 2,7 bilhões de MWh produzidos desde 1984. Com isso, a binacional estabelece uma dianteira de mais de 1 bilhão de MWh sobre a segunda colocada, a usina de Guri (Venezuela), que gerou 1,6 bilhão de MWh. A chinesa Três Gargantas e a norte-americana Grand Coulee vêm na terceira e quarta posições, com 1,3 bilhão e 1,1 bilhão de MWh, respectivamente.

Mais do que estabelecer recordes, a conquista reforça ainda mais a importância estratégica de Itaipu para as infraestruturas do Brasil e do Paraguai. “O que significa essa quantidade de energia nos surpreende. Mas o principal é saber que isso é um potencial que está à disposição do Brasil e do Paraguai e ainda tem muito a contribuir para o bem-estar e o desenvolvimento



DIVULGAÇÃO SANEPAR

### ENERGIA LIMPA

O Paraná deu um passo significativo em busca de se tornar cada vez mais sustentável. O Governo do Estado, por meio da Invest Paraná, firmou convênio com a empresa Mele Biogás, de origem alemã, e com a paranaense Compostec para a instalação de duas usinas para a produção de biometano em Toledo. A prefeitura da cidade também apoia os projetos que vão transformar dejetos em energia limpa.

O investimento inicial na unidade será de R\$ 60 milhões e a produção utilizará como matéria-prima dejetos suínos. A capacidade de produção é estimada em 3,3 Megawatt-hora (MW/h), com a geração de 17 mil metros cúbicos de biometano por dia. Serão usadas 300 toneladas de dejetos diariamente, de 20 granjas vizinhas à futura sede da usina que será instalada próximo ao aterro sanitário da cidade.

de nossos povos”, afirma o general Joaquim Silva e Luna, diretor-geral da Usina no Brasil.

Com elevados índices de produtividade e disponibilidade das unidades geradoras (índices que também atingiram recordes no ano passado), a empresa foca no processo de atualização tecnológica da usina, para

seguir produzindo com máxima eficiência. Ao todo, serão necessários cerca de 14 anos para a atualização das unidades geradoras, com investimento de US\$ 650 milhões. Lançado em dezembro do ano passado, o processo licitatório deverá selecionar o consórcio vencedor no segundo semestre deste ano. ■

# MOMENTO DE DEFINIR PLANOS E ESTRATÉGIAS

## EVENTOS PROMOVIDOS PELO LIDE DEBATEM O ATUAL PANORAMA SOCIOECONÔMICO BRASILEIRO DE OLHO NO FUTURO

### RODRIGO MAIA DEFENDE RETOMADA DA ECONOMIA COM 'AÇÕES EFETIVAS'

O **LIDE** promoveu, pela primeira vez, o **LIDE Live**, evento on-line com o presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia. Ao longo de uma hora, Maia palestrou sobre “Os impactos da atual crise no avanço das reformas e cenário político-econômico do país” e respondeu aos questionamentos de dez grandes empresários e lideranças de diversos setores da economia, como saúde, finanças e varejo, entre outros. O evento remoto ocorreu em virtude da pandemia de Covid-19, o novo coronavírus, em medida alinhada às recomendações do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde (OMS).

“Diante de um cenário desafiador e que muda a cada momento, é preciso acompanhar semana a semana para que o país adote as melhores medidas”, disse Maia. Depois deste período, segundo ele, há necessidade de retomar a economia, com soluções e ações efetivas, como obras de infraestrutura. E, com isso, atender às necessidades da população, em especial as camadas mais vulneráveis e impactadas com as iniciativas tomadas para combater a Covid-19.

Segundo o presidente da Câmara, os investimentos esperados para o segundo semestre devem se traduzir em empregos para os brasileiros. “Em tempo de guerra, não há linha econômica. Outros países adotaram políticas compensatórias setoriais, como a aviação. Se não nos organizarmos para os próximos dois meses, cada semana poderá ser pior que a outra, com custos enormes para o Brasil”, defendeu.



FOTOS: REPRODUÇÃO

“Todos torcemos pelo Brasil, estamos todos sob a mesma bandeira, e Maia tem cumprido um papel fundamental neste período de atribulações”, frisou Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, que mediou o encontro virtual com o diretor-executivo do Grupo Doria, João Dória Neto.



FOTOS: GUSTAVO RAMPINI

## PATRICIA ELLEN APRESENTA POLOS DE INVESTIMENTOS EM SP

A Secretária de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo, Patrícia Ellen, apresentou no dia 11 de março, no Palácio dos Bandeirantes, um panorama geral de seu trabalho no Estado e a importância das missões externas, que já estão contribuindo para que São Paulo seja efetivamente foco de investimentos, além de melhorar a imagem do Estado como destino – saltando para o segundo mais desejado do mundo.

Idealizado pelo **LIDE Mulher**, o evento serviu para que Patrícia também falasse dos polos de investimentos e a importância da iniciativa privada para ajudar no crescimento destes centros. “Saúde é uma das áreas em que o Estado aposta muito. São 40 centros de inovação no Projeto CITI. Estamos trazendo laboratórios com plataformas de hard ciência”.

Sobre liderança feminina, a secretária de Estado disse que é preciso falar sobre esta questão abertamente. “Precisamos ter um choque de realidade para enfrentar os desafios”. Patrícia salientou que o LIDE pode contribuir para ampliar o número de mulheres em posição de liderança.

Nadir Moreno, presidente do LIDE Mulher, enfatizou que o País passa por um momento crítico, assim como os demais, devido o coronavírus e a bolsa em queda, cenário que o coloca em uma posição desafiadora, e que torna ainda mais importante a questão da diversidade. “Pensamentos diferentes são fundamentais”, enfatizou.

Participaram da apresentação Nadir Moreno, presidente do LIDE Mulher, Celia Pompeia, vice-presidente Executiva do Grupo Doria, Tânia Cosentino, presidente



da Microsoft, Alessandra Restaino, presidente da da Le Postiche, Claudia Cohn, diretora-executiva da Dasa, além da empresária Sônia Hess.

## EXECUTIVOS DO RIO GRANDE DO SUL DEBATEM DESENVOLVIMENTO DO PAÍS

Mais do que ideias e conceitos, a realização do **Fórum de Desenvolvimento LIDE Bento Gonçalves**, ocorrido em 7 de março, trouxe ações em curso nas mais diferentes áreas da economia e que estão modificando o panorama público e privado do País. “O LIDE tem sido bastante atuante em suas reivindicações junto à administração pública. Queremos um ambiente mais saudável para quem investe e empreende no Estado, com desburocratização e diminuição da



carga tributária. Quanto mais estivermos alinhados, mais rápido o Estado voltará a crescer”, pontuou um dos anfitriões do encontro, o presidente do LIDE RS, Eduardo Fernandez.

Em outro evento importante, o Chefe da Casa Civil, Otomar Vivian e o líder do governo na Assembleia Legislativa, Frederico Antunes, falaram aos empresários do **LIDE RS**, durante almoço realizado no dia 13 de março, no Hotel Sheraton Porto Alegre. As duas palestras trataram das medidas da Reforma RS e seu impacto sobre a economia do Estado a médio e longo prazos.

## SECRETÁRIO ESPECIAL DE DESBUROCRATIZAÇÃO ANUNCIA PRIORIDADES EM RIO PRETO



As ações adotadas pelo Governo Federal para acelerar o processo de abertura de empresas e para reduzir as burocracias foram os assuntos principais tratados pelo secretário Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia, Paulo Uebel, durante o **Jantar-Debate** “Prioridades do Ministério da Economia e seus impactos nos negócios”, que reuniu os filiados do **LIDE Rio Preto** – cerca de 200 empresários do Noroeste Paulista – no Espaço Montelena by Tarraf, em 3 de março.

“A burocracia toma muito tempo das pessoas e das empresas. O Governo Federal vem fazendo a transformação digital de mais de 570 serviços. Queremos que as pessoas abram rapidamente suas empresas e resolvam muitas questões sem sair de casa”, afirmou.

Para Marcos Scaldelai, presidente do LIDE Rio Preto, o encontro trouxe informações essenciais aos empresários sobre as decisões e caminhos adotados pelo Governo Federal para alavancar o crescimento do país.

## EMPREENDEDORES RENOMADOS PARTICIPAM DE MENTORINGS NO PARANÁ



FOTOS: RUBENS NEMITZ JR

O engenheiro Ricardo Cansian recebeu os filiados do **LIDE Futuro Paraná** para um mentoring sobre a vivência da empresa no mercado, em 19 de fevereiro, na sede da RAC Engenharia em Curitiba. De forma descontraída Ricardo compartilhou a trajetória da RAC Engenharia até se tornar o que é agora, um exemplo de inovação e sustentabilidade.

O engenheiro e sócio da companhia contou também sobre uma das principais metas da empresa, de melhorar a vida das pessoas fazendo com que um ambiente construído seja mais eficiente e sustentável.

Já em 20 de fevereiro, as filiadas do **LIDE Mulher Paraná** participaram do mentoring com a Dra. Carla Góes – uma das mais conceituadas dermatologistas do País. Empreendedora na área da medicina, a médica falou sobre o tema “O poder é seu – Histórias de mulheres inspiradoras”, e contou um pouco sobre a sua trajetória como cirurgiã especializada em dermatologia, desde o vestibular até o lançamento do projeto “Um Novo Olhar”. O evento aconteceu no Lady&Lord Ecoville, atualmente patrocinadora do LIDE Mulher Paraná.



## TALK MARCA A ABERTURA DA AGENDA DE EVENTOS EM PERNAMBUCO

O **LIDE Futuro Pernambuco** abriu, oficialmente, em 18 de fevereiro, sua agenda de eventos de 2020 realizando um **TALK**. Guilherme Junqueira, CEO da Gama Academy, indicado pela Forbes como um dos 30 jovens mais promissores do Brasil, e Luiz Candreva, palestrante internacional, fundador da CoLab e ezPark, head de inovação do Hub/SP e professor do Disruptive.MBA, conversaram com mais de 80 filiados sobre “O futuro do negócio e o negócio dos futuros”.



CARIUS PONTES

Descontraído e com toques de humor, Candreva ressaltou a importância de se reinventar, tanto na vida pessoal, quanto na profissional, e deixou o público com a seguinte reflexão: “quem está preparado para o seu segmento sumir daqui a 6 meses?”.

Junqueira aproveitou a oportunidade para falar sobre o futuro do trabalho, citando as mudanças do mercado e das profissões. O evento foi realizado na Jump Brasil, localizada no Porto Digital, um dos principais parques tecnológicos e ambientes de inovação do Brasil.

# EMPRESAS DE MÚLTIPLOS SETORES AGREGAM O LIDE

## GETNET, FIDEBANK, FEBRABAN E REDETV SÃO DESTAQUES ENTRE OS NOVOS MEMBROS DO GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS

Mais empresas de peso chegam ao LIDE - Grupo de Líderes Empresariais neste mês. Uma delas é a Federação Brasileira de Bancos (Febraban). Com um quadro associativo composto por 119 instituições financeiras, o que representa 98% dos ativos totais e 97% do patrimônio líquido das empresas do setor no país, a Febraban tem como objetivo principal aperfeiçoar o sistema normativo e favorecer o acesso da população aos produtos e serviços financeiros.

Empresa de tecnologia do grupo Santander, a Getnet está entre três as maiores

do setor de pagamentos eletrônicos do Brasil. Com atuação nacional, a Getnet possui mais de 700 mil clientes ativos e oferece soluções de pagamento em múltiplos meios de captura para pessoas físicas e empresas. Possui base de 1,4 milhão de máquinas instaladas e terminou 2019 com crescimento de 11%, alcançando o valor de 2,5 bilhões em transações.

Fundada em 1993, a Fidebank Garantidora é uma instituição que oferece Fianças Fidejussórias aos seus clientes, viabilizando, a partir de lastro sólido e diversificado, a cobertura de eventuais perdas indenizáveis, decorrentes da ma-

terialização de contingências ocorridas durante a execução de contratos nos mais diversos segmentos e ramos de atuação.

No ar desde 1999, a RedeTV! se consolidou como uma das mais importantes emissoras de televisão do Brasil e a única do mundo a exibir seus programas 100% HD. É também a primeira a transmitir em 3D em TV aberta. A empresa conta com 40 emissoras transmitindo uma programação versátil para diferentes públicos no País. Em 2019, seu canal no YouTube bateu a marca de 5 bilhões de visualizações, fato inédito para uma emissora brasileira. ■

### LIDE

#### AEGEA

PRESIDENTE: **RADAMÉS CASSEB**

#### CONSULADO GERAL DO CANADÁ

DIRETORA: **ELISE RACICOT**

#### COAPH SAÚDE

PRESIDENTE: **JOSE NEWTON CARNEIRO**

#### COTTON LINE

PRESIDENTE: **CLAUDINEI DE CAMPOS**

#### EMTEP ENGENHARIA

PRESIDENTE: **GILBERTO VITNISKI**

#### FEBRABAN

PRESIDENTE: **MURILO PORTUGAL FILHO**

#### FEDERAL CONSULTORIA

PRESIDENTE: **SAULO BATISTA**

#### FIDEBANK GARANTIDORA

CEO: **PAULO BUENO**

#### GETNET

VICE-PRESIDENTE: **VANESSA GORDILHO**

#### REDETV!

SUPERINTENDENTE: **AMILCARE NETO**

#### WAPPA

CEO: **ARMINDO MOTA JUNIOR**

#### WEBNETS

CEO: **CELSO GARCIA JÚNIOR**

#### WSO2 BRASIL

CEO: **FERNANDO ARDITTI**

## LIDE Bahia

**LEX TAX**  
PRESIDENTE: **LUCIANO DE SOUSA**

## LIDE Brasília

**BLUE SOLUTIONS**  
PRESIDENTE: **ROSILENE JUCÁ**

## LIDE Campinas

**CASSIA ADALA NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS**  
PRESIDENTE: **CASSIA ADALA**

**LP DO BRASIL**  
PRESIDENTE: **VALDIR DE OLIVEIRA**

## LIDE Goiás

**UNIALFA**  
PRESIDENTE: **JOSÉ ALVES FILHO**

## LIDE Mato Grosso

**BRITO, LECHUGA E VILALBA  
ADV. ASSOCIADOS**  
PRESIDENTE: **NAYRA VILALBA**

## LIDE Ribeirão Preto

**DELTRONIX**  
PRESIDENTE: **CARLOS PAULIN**

## LIDE Rio Grande do Sul

**CARPENA ADVOGADOS**  
DIRETOR: **MÁRCIO CARPENA**

## LIDE Santa Catarina

**SB+ EVENTOS**  
PRESIDENTE: **ALISSON SANTOS**

## LIDE Rio Grande do Norte

**AGRÍCOLA FAMOSA**  
PRESIDENTE: **LUIZ BARCELOS**

**AXIOS INVESTIMENTOS**  
PRESIDENTE: **PAULO HENRIQUE DE SOUSA**

**CABO TELECOM**  
PRESIDENTE: **CLAUDIO ALVAREZ**

**COMPANHIA DO MÁRMORE**  
PRESIDENTE: **UELINTON RIBEIRO**

**CONSTEL**  
PRESIDENTE: **FRANCISCO RAMOS JÚNIOR**

**GENTIL NEGÓCIOS**  
PRESIDENTE: **ANTONIO GENTIL DE SOUZA**

**GRUPO INTERFORT**  
PRESIDENTE: **EDMILSON DE ASSIS**

**PRONTOCLÍNICA DR PAULO GURGEL**  
PRES. DO CONSELHO: **EMERSON MEDEIROS**

**SCR BRASIL PARTICIPAÇÕES**  
PRESIDENTE: **ANDRÉ ELALI**

## LIDE Rio Preto

**BELLA CAPRI FRANCHISING**  
PRESIDENTE: **AUGUSTO COVIZZI**

**GRUPO DLV**  
PRESIDENTE: **VINICIUS FERREIRA**

## LIDE Santos

**CIDE – CENTRO DE INTEGRAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL**  
PRESIDENTE: **RICARDO SALGADO E SILVA**

**LITORAL PLAZA SHOPPING**  
PRESIDENTE: **JULIO PERALTA**

## LIDE Vale do Paraíba

**WFLOW INVESTIMENTOS**  
PRESIDENTE: **BRENO ANDRADE**

## LIDE Flórida

**AMERICAN INSURANCE POINT, LLC**  
CEO: **ANA REGINA MYRRHA**

**AMP GROUP**  
CEO: **ALEJANDRO PEZZINI**

## LIDE Itália

**INTESA SAN PAOLO**  
DIRETORA: **ANNA MARIA ROSCIO**

## LIDE Mulher

**HOTEL UNIQUE**  
DIRETORA: **MELISSA OLIVEIRA**

## LIDE Ribeirão Preto

**ESPAÇO NEW BELLA**  
SÓCIA: **CLAUDIA COLLETTI**

## LIDE Mulher Rio Preto

**EMTEC**  
SÓCIA-DIRETORA: **MALULI AMARAL**

**FIBRA ÓPTICA RIO PRETO**  
DIRETORA: **KARINA LONGHI**

**FOZ DO MARINHEIRO**  
PRESIDENTE: **VALÉRIA MINHOS**

## LIDE Mulher Santa Catarina

**COOL2WORK**  
SÓCIA: **AMANDA LIMA**

**KEUNE HAIRCOSMETICS**  
DIRETORA: **AMÉLIA BELLE**

## LIDE Mulher Santos

**GRUPO M&S**  
SÓCIA-DIRETORA: **SANDRA RIBEIRO**

**CHAIRMAN**  
Luiz Fernando Furlan  
lufurlan@lidebr.com.br



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

Mario Anseloni  
**presidente do LIDE Educação**

Daniel Mendez  
**presidente do LIDE Empreendedor**

Eduardo Lyra  
**presidente do LIDE Empreendedorismo Social**

Roberto Giannetti da Fonseca  
**Presidente do LIDE Energia**

Lars Grael  
**Presidente do LIDE Esporte**

Rafael Cosentino  
**presidente do LIDE Futuro**

Paulo Nigro  
**presidente do LIDE Indústria**

Roger Ingold  
**presidente do LIDE Inovação**

Juan Barberis  
**presidente do LIDE Internacional**

Luiz Flávio Borges D'Urso  
**presidente do LIDE Justiça**

Afonso Celso Santos  
**presidente do LIDE Master**

Nadir Moreno  
**presidente do LIDE Mulher**

Claudio Lottenberg  
**presidente do LIDE Saúde**

Washington Cinel  
**presidente do LIDE Segurança**

Cláudio Carvalho  
**presidente do LIDE Solidariedade**

Roberto Klabin  
**presidente do LIDE Sustentabilidade**

Leonardo Framil  
**presidente do LIDE Tecnologia**

Arnoldo Wald  
**presidente do LIDE Terceiro Setor**

## UNIDADES NACIONAIS

**PRESIDENTE DO LIDE AMAZONAS**  
Eliana Pinheiro  
eliana.souza@lideamazonas.com.br

**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**  
Sílvia 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 MATO GROSSO**  
Evandro César Alexandre dos Santos  
evandro.cesar@ernestoborges.com.br

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

**PRESIDENTE DO LIDE MINAS GERAIS**  
Gustavo César Oliveira  
gco@vbcomunicacao.com.br

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

**PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO E PARAÍBA**  
Drayton Neajim  
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@lidere.com.br

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

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE**  
Victor Rollemberg  
victor@lideser.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 ANGOLA**  
Filipe Lemos  
filipelemos@lideangola.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  
murioloarruda@lidechile.com

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

**PRESIDENTE DO LIDE COLÔMBIA**  
Felipe Castro  
felipe@bodybrite.co

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA**  
Juan Barberis  
juanbarberis@lideitalia.org

**PRESIDENTE DO LIDE MARROCOS**  
Hassan Aitali  
hassanaway@yahoo.fr

**PRESIDENTE DO LIDE MÔNACO**  
Gian Luca Braggiotti  
gbraggiotti@lidedemonaco.com

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE PORTUGAL**  
Luis Flores  
luis\_flores@me.com



# MOTIVOS PARA VOCÊ SER NOSSO CLIENTE

- Atendimento técnico personalizado • Impressoras de última geração • Alta qualidade na execução dos trabalhos
- Setup mais rápido do mercado • Impressos em suportes diferenciados (LED UV) • Todo processo num só lugar
- Impressão certificada norma ISO 12647 • Alta qualidade com o melhor custo-benefício
- Pré Impressão integrada com parque gráfico • 30 anos de experiência à sua disposição.



Tel.: 55 11 2238 4200

# BTG Pactual: Pelo segundo ano consecutivo, o Melhor Private Banking do Brasil...



Brazil  
Best Private  
Banking  
Services

... e vencedor de TODAS as categorias especializadas.

★ Super Affluent Clients  
(US\$ 1 million to  
US\$ 5 million)

★ Philanthropic  
Advice

★ ESG/  
Impact Investing

★ Ultra High Net Worth  
Clients (>US\$30m -  
US\$250m)

★ Serving Business  
Owners

★ International  
Clients

★ Capital Markets  
and Advisory

★ Innovative or  
Emerging Technology  
Adoption

★ Next  
Generation

★ Family  
Office Services

★ High Net Worth Clients  
(US\$ 5 million to  
US\$ 30 million)

★ Research and  
Asset Allocation Advice

★ Investment  
Management

★ Mega High Net Worth  
Clients (US\$250m+)

★ Data Management and  
Security in PB and WM

Dê um BTG nos  
seus investimentos.

