LIDE

Ano 13 - Nº 72 | **2018**

Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE

ESPECIAL LIDE 15 ANOS

LEGADOS, CONQUISTAS E OS NOVOS DESAFIOS DA MAIOR INICIATIVA EMPRESARIAL DA AMÉRICA LATINA

Acorde cedo mesmo acordando tarde.

Não falta potência no novo **Audi RS 3**. É o motor Turbo FSI de 5 cilindros mais potente do mundo produzido em série, 400 cavalos e com tração quattro®. Um carro para quem deixa tudo para última hora, mas não gosta de se atrasar.

▸ **Saiba mais em audi.com.br**

Respeito no trânsito. Uma via de mão dupla.

we

Inovação, qualidade e confiança.

Palavras que escrevem a nossa história.

Moderno Centro de Pesquisa e Desenvolvimento. Fábricas e equipamentos de última geração. Investimento constante em pessoas. Há mais de 50 anos, a EMS escreve uma história de inovação, de qualidade e de confiança em seus produtos.

E isso não é a gente que está dizendo: é a nossa liderança no mercado brasileiro que fala por nós.

www.ems.com.br

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

Um novo carro, uma nova Volkswagen.

REVISÃO DE SÉRIE
3 revisões gratuitas.

vw.com.br/Tiguan

Versões com até 7 lugares

Active Info Display

Motor 350 TSI

Sistema Easy Open

With Watson™

Manual Cognitivo com Inteligência Artificial

Tiguan Allspace

Volkswagen

**Mudamos para
você servir melhor.**

DELIVERY

VWD-9170

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

Uma marca da MAN Latin America.
www.vwco.com.br

Chegou a nova família Delivery.
Sob medida para os dias de hoje.

Acesse: NovoDelivery.com.br

Totalmente renovado

- Novo design moderno e robusto
- Novo câmbio de 6 marchas
- Novo chassis modular
- Novos retrovisores modernos e funcionais
- Nova coluna de direção ajustável
- Novo painel com computador de bordo

**Caminhões
Ônibus**

DESCUBRA A LINHA ANTIENVELHECIMENTO DA UNDER SKIN

Um trio de novos produtos premium com ativos inovadores.

U.SK
YOUNG GLOW

Bálsamo hidratante para pele jovem.

U.SK
FIRMNESS

Creme de firmeza preventivo e reparador.

U.SK
TIMELESS MASK

Máscara nutritiva com potente ação antienvelhecimento e hidratante para pele madura.

SOLO

U.sk
under skin
SKINCARE HIGH PERFORMANCE

WISH | FOZ DO IGUAÇU

LIV844P

SERVIÇOS IMPECÁVEIS EM UMA ESTRUTURA SURPREENDENTE.

LOCALIZADO NA DIVISA ENTRE BRASIL, PARAGUAI E ARGENTINA, O WISH FOZ ESTÁ A APENAS 3 KM DO AEROPORTO E AINDA CONTA COM UM DOS MELHORES CAMPOS DE GOLFE PROFISSIONAIS DA AMÉRICA LATINA. COM O COMPROMISSO DE SURPREENDER SEUS CLIENTES, POSSUI AMPLITUDE DE ESPAÇO PARA EVENTOS MEMORÁVEIS: SÃO 19 SALAS ADAPTÁVEIS E COM CAPACIDADE PARA ATÉ 2.350 PESSOAS. DE ELEGANTES JANTARES A COCKTAILS AO PÔR DO SOL, O HOTEL PODE ORGANIZAR EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS EM PERFEITA HARMONIA COM A NATUREZA.

Acesse nosso site e descubra mais **wishfozdoiguacu.com**

BAILARINA DA NATUREZA
MADEIRA DE MANEJO FLORESTAL
262 x 110 x 100 cm

A arte através da sua singularidade agrega valor cultural e emocional nos espaços a serem preenchidos, enobrecendo e diversificando cada conceito.

BIA DORIA

Av. Europa,444
São Paulo - SP
11 3063-0572

www.biadoria.com.br
@atelierbiadoria
biadoriaoficial

HÁ 15 ANOS CONECTANDO LIDERANÇAS DO BRASIL E DO MUNDO. JUNTOS, POR UM PAÍS MELHOR. POR UM MUNDO MELHOR.

O LIDE - Grupo de Líderes Empresariais acredita que grandes oportunidades surgem do debate de grandes temas. Quando os principais líderes se reúnem para compartilhar experiências e discutir ideias, o mundo sai como vencedor.

Por isso, há mais de 15 anos, o LIDE conecta líderes dos setores público e privado em fóruns de negócios, workshops, seminários e atividades voltadas ao desenvolvimento econômico e social. Com a participação de grandes líderes, os resultados são expressivos: presente em 16 países e 5 continentes, o LIDE conta com mais de 1700 membros corporativos, incluindo algumas das maiores corporações mundiais.

Se a sua empresa não faz parte do LIDE, esta é a hora de participar.

LIDE.
Quem é líder, participa.

LIDE®
GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS
www.lideglobal.com

sumário

edição de julho

22 *Carta ao leitor*
Comemoração e compromisso

24 *LIDE 15 anos*
O legado e os novos desafios do grupo empresarial

Linha do **tempo**

Empresários narram suas experiências com a mais qualificada rede de relacionamento da América Latina

Unidades pioneiras no Brasil e no exterior

As grandes **conquistas** do Grupo e o seu poder de transformação

Empreendedores sociais se voltam para a educação

Grandes **questões nacionais** em debate

O papel das **mulheres** nas empresas

Galeria de fotos

52 *Artigo*
A era do consumidor cidadão

56 *Eleições*
Especialistas analisam cenário ainda indefinido da corrida presidencial

62 *Comunicação*
Empresas buscam respostas rápidas e assertivas no combate às fake news

70 *Comércio online*
Clubes de assinaturas crescem com bom custo-benefício

80 *Perfil*
Rosangela Moro aborda sua carreira e como lida com o sucesso do marido

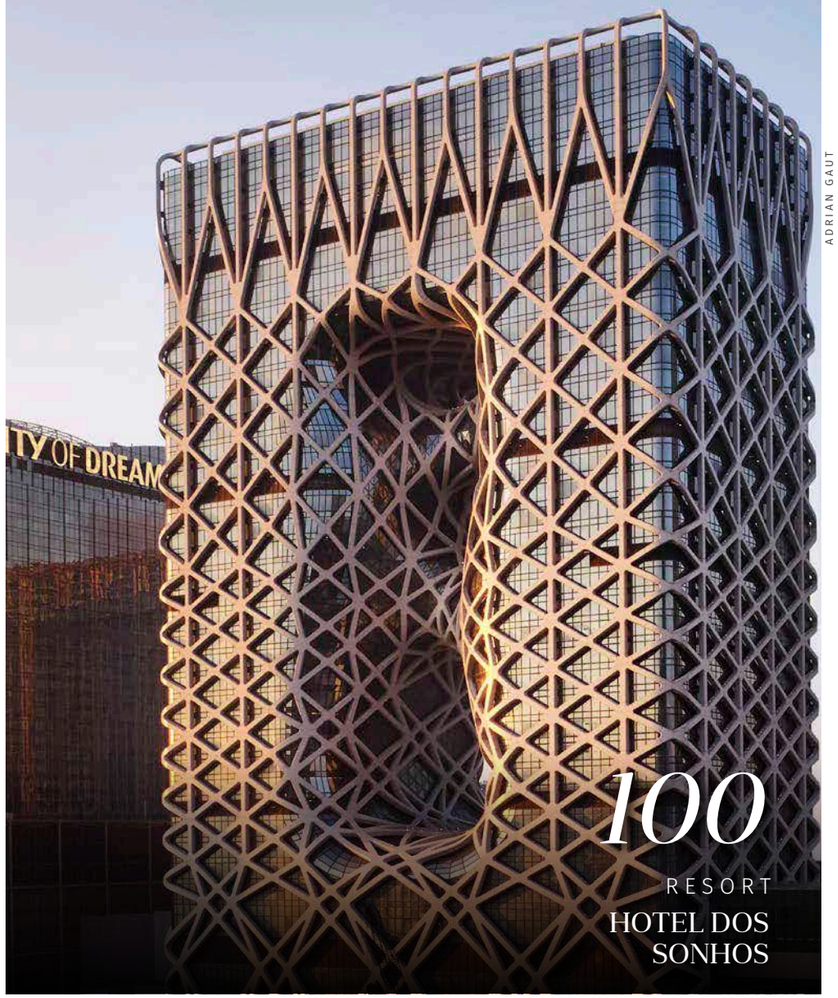
86 *Evento*
Próximo **Meeting Internacional do LIDE** acontecerá em Cusco, no Peru

DIVULGAÇÃO

126
ESTILO
DE ENCHER OS OLHOS

24
CAPA
PRONTOS PARA OS PRÓXIMOS DESAFIOS

GUSTAVO RAMPINI



ADRIAN GAUT

100
RESORT
HOTEL DOS SONHOS

96 *Ambientes corporativos*
IT'S Informov rejuvenesce marca para se aproximar dos clientes

100 *Resort*
O moderno Morpheus, em Macau, cria novo padrão para a hotelaria de luxo

106 *Carro*
O luxuoso BMW Série 8 Coupé ganha destaque em relançamento

114 *Gastronomia*
Restaurante Varanda prepara nova marca: o La Griglia

116 *Turismo*
Romênia tem charmosos vilarejos medievais e vida noturna em Bucareste

122 *Vinhos*
Sugestões de harmonizações e rótulos diferenciados para o inverno

126 *Estilo*
Presentes requintados para todos os gostos

130 *Filiados*
Grupos de atuação global estão entre os recém-chegados

134 *Aconteceu*
Eleições e desafios dos vários setores de mercado são debatidos no país

106
CARRO
RETORNO TRIUNFAL

DIVULGAÇÃO

Robb Report
Brasil

DORIA EDITORA

COMEMORAÇÃO E COMPROMISSO

É com grande satisfação que celebramos nesta edição especial os 15 anos do **LIDE**, com nossas realizações e destaques de nosso crescimento, como a expansão internacional. Dezenas dos maiores líderes empresariais do país relatam sua participação nestes 15 anos e apontam caminhos para o futuro do LIDE. Além disso, personalidades que tiveram um papel fundamental em nosso sucesso ilustram ações que impactaram diretamente o país em áreas como sustentabilidade e esportes, e narram como o LIDE se tornou a maior organização de negócios e relacionamento da América Latina.

FREDY UEHARA/UEHARA FOTOGRAFIA

Com a proximidade das eleições, este é um momento crucial para discutir o futuro do país. Apresentamos as avaliações de pesquisadores e cientistas políticos em relação à indefinição que as pesquisas eleitorais registram neste período. Também abordamos outro tema vital para os tempos atuais: o impacto das fake news no mundo corporativo e como as companhias se prepararam para enfrentar suas consequências.

Apresentamos ainda o Morpheus, resort em Macau, na China, que inaugura um novo conceito de ultraluxo em hotelaria, e o novo BMW série 8, o coupé que reforça o papel da montadora alemã como protagonista em veículos de requinte e alta performance. Boa leitura!

Ana Lúcia Ventorim,
Diretora Editorial

LIDE

PUBLISHER
Celia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim
Celia Pompeia
Píndaro Camarinha

EDITORA
Isabel Lopes

COORDENADORAS DE CONTEÚDO
Cintia Esteves
Pamela Cadamuro

EDIÇÃO, REDAÇÃO E ARTE
Camarinha Comunicação
contato@camarinha.com

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

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

PUBLICIDADE
Cidinha Castro
cidinhacastro@grupodoria.com.br
Debora Leopoldo
deboraleopoldo@grupodoria.com.br
Marco Tornelli
marcotornelli@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
Luiz Fernando Furlan por Gustavo Rampini

Proibida a reprodução parcial ou total sem prévia autorização da Editora

Tiragem 40.000 exemplares

julho 2018

© 2018 Accenture. Todos os direitos reservados.

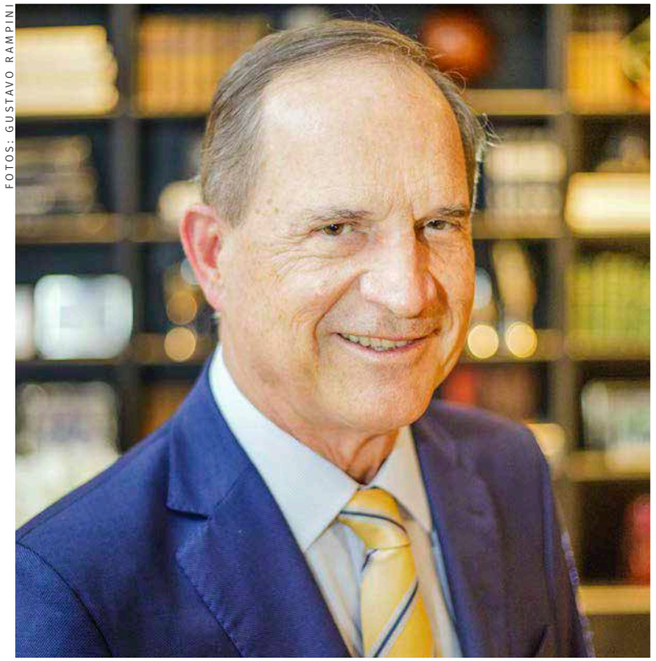
accenture

TECNOLOGIA INTELIGENTE PEDE TALENTOS GENIAIS

Descubra como a Inteligência Aplicada muda a maneira como pessoas e empresas trabalham em **accenture.com.br/techvision2018**

NEW APPLIED NOW

FOTOS: GUSTAVO RAMPINI



Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE

PRONTOS PARA OS PRÓXIMOS DESAFIOS

AO COMPLETAR 15 ANOS, O LIDE SE EXPANDE E SE CONSOLIDA COMO UMA DAS MAIORES INICIATIVAS EMPRESARIAIS E MAIS QUALIFICADA REDE DE RELACIONAMENTOS CORPORATIVOS DA AMÉRICA LATINA

"Mais do que reunir em eventos empresários, executivos e autoridades, os 15 anos do LIDE fortificaram a ideia de que só é possível vencer a crise e avançar rumo a uma nação mais justa e democrática se houver, principalmente, diálogo entre empresas, organizações, entidades privadas e representantes do poder público em busca de proposições positivas e de iniciativas construtivas", diz Luiz Fernando Furlan, chairman do **LIDE**, ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior entre os anos de 2003 a 2007 e um dos primeiros filiados do Grupo, quando ainda era presidente da Sadia. Ele está comemorando o aniversário do Grupo e sua expansão. "É muito bom ver que, aos 15 anos, a organização continua saudável, crescendo, mesmo tendo passado um período bastante delicado da economia brasileira em que todo mundo apertou o cinto. O LIDE conseguiu ultrapassar em boas condições. Prova disso são os eventos que o Grupo continua promovendo com o maior vigor."

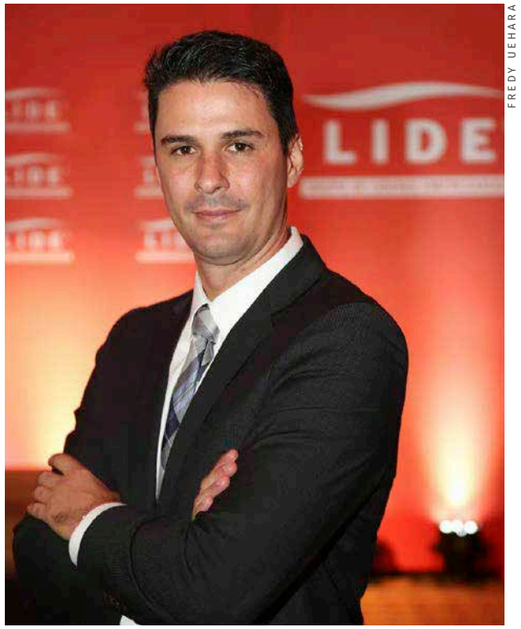
"OS 15 ANOS DO LIDE FORTALECEM A IDEIA DE QUE SÓ É POSSÍVEL VENCER A CRISE E AVANÇAR SE HOUVER DIÁLOGO", DIZ LUIZ FERNANDO FURLAN

Furlan lembra com satisfação o papel que a entidade teve de influenciar grandes debates nacionais e levar à aprovação de normas importantes ligadas ao meio ambiente e ao esporte. Apenas 15 anos depois da fundação, o LIDE já agrupa 1,7 mil empresas. Tem uma estrutura com 29 unidades nacionais, regionais e internacionais e é responsável por mais de 200 eventos anuais. Além de agregar os líderes da economia nacional e todos os segmentos de atividade, o LIDE reuniu os mais diversos interlocutores e personalidades ao longo dos anos em inúmeros debates e encontros no Brasil e no exterior. Executivos, presidentes de empresas, ministros, chefes de Estado e personalidades do país e do exterior participaram das palestras.

Gustavo Ene, CEO do LIDE, lembra o caráter plural, apartidário, aglutinador e transversal em representatividade, por contemplar todos os segmentos da economia, ressaltando a importância de estar em sintonia com o momento político e econômico. "O LIDE já nasceu em 2003 promovendo discussões entre empresários que visavam contribuir para a melhora do ambiente de negócios do Brasil. Naquele momento, assuntos como governança corporativa, sustentabilidade e qualificação da educação começavam a avançar na pauta das empresas." Ene abriu a primeira unidade fora do eixo Rio-São Paulo, o **LIDE Sul** (RS, SC, PR). Hoje, entre suas prioridades está a expansão internacional do grupo. "Lançamos o **LIDE Austrália** em 21 de junho, a operação mais recente, e nesse segundo semestre, teremos mais duas no Brasil", afirma. Com a unidade australiana, a entidade passa a ter presença em todos os continentes.

"A maior contribuição do LIDE é ser um movimento democrático de empresários. Diferente de qualquer tipo de associação, cabem todos os segmentos de empresas", diz Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria, que detém o LIDE. Além do estímulo à troca de experiências entre empresários e autoridades, ela destaca a preocupação de sempre dotar os encontros de conteúdo relevante e de procurar propostas positivas para o país e a economia. O **Fórum Empresarial**, que começou em Comandatuba (BA) e permanece como o principal encontro anual, expandiu-se geograficamente, levando os empresários a conhecerem diferentes pontos do país. O **Meeting Internacional**, também anual, já foi aos Estados Unidos, à Europa, à África e à América Latina – Peru será o destino de 2018.

Para a criação das filiais internacionais e regionais, sempre houve o cuidado de manter os princípios do LIDE, além da busca de líderes e empresários locais que garantissem ressonância na sociedade e o maior diálogo possível. "O LIDE pode crescer e se multiplicar ainda mais. Se hoje há 29 unidades, em 15 anos podemos ter 100. O que interessa é a capacidade de pulverizar e promover as lideranças. O LIDE faz elas surgirem", diz Celia. Entre os temas abordados, a executiva destaca os debates relacionados à ética, educação e ao empreendedorismo. "Espero que o Brasil se recupere e a gente possa se destacar no mercado internacional", afirma. Uma das missões atuais do LIDE, segundo Celia, é ampliar o diálogo sobre a participação das mulheres nas empresas.



FREDY UEHARA

Gustavo Ene: expansão internacional já alcança todos os continentes

GUSTAVO RAMPINI

Para Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria, presença das mulheres nas empresas deve ser mais discutida

Nos 15 anos do LIDE, Gustavo Ene está empenhado em modernizar o modelo dos debates. Afirma que os formatos tradicionais de painéis seguidos de perguntas abertas aos convidados ou de **Almoços-Debate** está em evolução. Segundo ele, uma nova modalidade já começou a ser desenhada no último **Fórum de Empreendedores**, que aconteceu em um auditório no formato de arena, em outubro de 2017, no novo complexo da Cacau Show, em Itapevi (SP) – o espaço é inspirado em startups. A ideia é ter um modelo mais dinâmico, com mais interação. "Estamos desenvolvendo um aplicativo do LIDE que, entre outras funções, vai facilitar a comunicação com filiados, incluindo a moderação dos debates", afirma. Uma outra experiência acontecerá no próximo **Fórum de Marketing**, em agosto, que terá a diversidade como tema. Foi batizada de **LIDE Talks**. Haverá arenas, três espaços diferentes com debates simultâneos, intimistas e interativos de uma hora. "Nesse modelo você começa uma conversa. Ela é livre, não há inscritos. Se você julga que está interessante, permanece. Quem tem mais conteúdo domina a conversa. Quem tem interesse por outros temas pode ir para uma arena diferente. Não é um formato tão rígido."

Entre as conquistas históricas do LIDE estão a Lei do Pagamento por Serviços Ambientais (PSA), que surgiu de um encontro do **LIDE Sustentabilidade**, em 2012, e a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Outra é o "Pacto pelo Esporte", um acordo de autorregulação estimulado pelo **LIDE Esporte**, Atletas pelo Esporte, Instituto Ethos e demais parceiros que definiu as regras e os mecanismos nas relações de investidores com entidades esportivas.

A reforma tributária está entre os grandes temas que devem mobilizar empresários e a sociedade no próximo período, para Furlan. "São muitas as frentes em que estamos trabalhando. São diversos os temas dos quais o LIDE tem obrigação de levantar a bola para que as pessoas possam contribuir e aprender, compartilhando seu conhecimento e suas preocupações. Isso pode influenciar decisões de investimento."

Segundo Furlan, o LIDE "claramente teve um impacto" com a decisão de dois anos atrás de João Doria postular a candidatura política. "Com todo esse sucesso acumulado, criou-se um desafio monumental de como conseguir prosperar sem o criador. Mas o João felizmente criou um colegiado com pessoas de nível internacional. É a soma de tudo isso que faz o LIDE. Temos muito a festejar – os primeiros 15 anos." ■

"LIDE SERÁ PARCEIRO DO FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL EM 2019"

Fundador do **LIDE** e seu principal dirigente até 2016, João Doria diz que tinha certeza de seu crescimento, mas não previa que o Grupo se tornaria em um prazo tão curto uma das maiores iniciativas empresariais e a mais qualificada rede de relacionamentos corporativos da América Latina. "Sabia que poderíamos crescer, e teríamos consistência nessa expansão. Mas não a ponto do reconhecimento internacional, inclusive do Fórum Econômico Mundial", afirma, referindo-se ao mais importante encontro global de líderes e empresários, que acontece anualmente em Davos, na Suíça. "O professor Klaus Schwab [*presidente do fórum suíço*] esteve no Brasil e identificou o LIDE como um parceiro a partir de 2019", diz. A ideia de criar o LIDE ocorreu quando Doria apresentava o programa *Show Business*, na TV Bandeirantes, que está no ar há 25 anos. Partiu da constatação de que os grandes executivos não conheciam os colegas de outros setores. Desde o início, o LIDE organizou debates e propostas para melhorar o Brasil, ativar a economia e gerar empregos. Para crescer, o grupo contou com um comitê de gestão profissionalizado.

CHICO AUDI

João Doria fundou o LIDE em 2003. No detalhe, João Doria Neto

FREDY UEHARA

"O conselho de gestão foi formado há mais de uma década, possui algumas das melhores cabeças do Brasil e também do exterior. Eu talvez tenha sido importante no início, na deflagração e na ideia inicial de formação. Hoje, a capilaridade do LIDE garante sua sustentação, pelo nível das pessoas que dele participam e pelo seu comando." Doria diz que se preocupou com sua saída, mas que a expansão diminuiu a dependência de um único comando. Afirma que atualmente acompanha a distância os eventos, por leitura e informações, e fica feliz ao ouvir os elogios e as referências construtivas das pessoas que participam do LIDE. "Isso se deve também ao Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE Global, ao Gustavo Ene, CEO, ao João Doria Neto, meu filho, que hoje está à frente como diretor executivo, e à Celia Pompeia, vice-presidente executiva."

João Doria Neto reforça que o LIDE tem uma equipe unida e experiente. "Todos assumiram a responsabilidade de continuar o legado do LIDE. Não só eu, todos continuam com o mesmo engajamento e dedicação", diz. Há cinco anos ele participou ativamente da criação do **LIDE Futuro**, braço voltado para jovens executivos e empreendedores. Hoje, já passou de 500 filiados. "O LIDE é o maior grupo de empresários e empresas do Brasil, o maior formador de opinião e fomentador da economia privada. Continuará à frente como uma instituição que promove ações direcionadas ao crescimento e ao desenvolvimento social e econômico do país", diz Doria Neto. ■

LINHA DO TEMPO

FUNDAÇÃO DO LIDE COM 112 EMPRESAS FILIADAS

2003

Nasce o primeiro comitê de gestão: o **LIDE Educação**, em parceria com o **Instituto Ayrton Senna**

2005

Lançamento da **Revista LIDE**

Criação da primeira unidade nacional: **LIDE RJ**

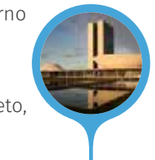
2006

2008

Expansão do processo de nacionalização do LIDE fora do eixo Rio-SP com a criação do **LIDE Sul (PR/SC/RS)**

Início das atividades do **LIDE Mulher**

Surge o **LIDE Jovem (JLIDE)**, posteriormente transformado no **LIDE Futuro**, reunindo mais de 700 jovens em todo o país



2009

LIDE chega a **mais de 500 empresas filiadas**

LIDE reúne mais de 1,7 mil filiados e comitês de gestão para áreas como Agronegócios, Cidadania, Comércio, Comunicação, Conteúdo, Cultura, Economia, Educação, Empreendedor, Empreendedorismo Social, Energia, Esporte, Futuro, Indústria, Infraestrutura, Inovação, Internacional, Justiça, Logística, Master, Mulher, Saúde, Segurança, Solidariedade, Sustentabilidade, Tecnologia, Terceiro Setor e Turismo, totalizando 28 frentes de atuação. **Presente em 20 países**, em todos os continentes, realiza mais de **200 eventos por ano no Brasil e no mundo**.

2010

Início da expansão internacional com o lançamento do **LIDE Argentina**

LIDE reúne empresários para debater com o governo federal a aprovação da **Política Nacional de Resíduos Sólidos**. O projeto, parado há 18 anos no Congresso Nacional, foi aprovado em seis meses

2011

Recorde de participação no tradicional **Fórum Empresarial em Comandatuba**

Apresentação da **Agenda para o Brasil** com um projeto de simplificação da matriz tributária brasileira

2012

Lançamento da primeira unidade regional: **LIDE Interior**, atual **LIDE Ribeirão Preto**

Debate iniciado durante **Encontro LIDE Sustentabilidade**, em outubro daquele ano, contribui para aprovação da **Lei do Pagamento por Serviços Ambientais (PSA)**

2012

Número de empresas filiadas ao **LIDE ultrapassa 1,4 mil**

2013

2014

Lançamento da **TV LIDE**

Luiz Fernando Furlan assume como chairman do **LIDE**

2015

O **LIDE Esporte**, com o **Atletas do Brasil**, **Instituto Ethos** e demais parceiros, criam o **Pacto pelo Esporte**, que se torna referência mundial para a governança no setor

2018

A VOZ DOS LÍDERES

Eles representam grandes companhias responsáveis por setores vitais da economia brasileira. Contribuíram de várias formas nas inúmeras atividades e encontros. "Empresas de todas as áreas da economia têm representantes no **LIDE**. Os eventos permitem estabelecer contato com líderes dos mais diferentes segmentos: empresários, economistas, financistas e políticos", diz Rubens Ometto, fundador e presidente do Conselho de Administração da Cosan. Ao citar os 15 anos do LIDE, Ometto diz que "mais difícil do que chegar ao topo é se manter na liderança". Ele afirma que o maior desafio do Grupo é continuar a ser referência no mercado em que atua, proporcionando um espaço para que esses líderes empresariais tenham a oportunidade de trocar ideias, experiências e conhecimento.

DIVULGAÇÃO

Rubens Ometto, fundador e presidente do Conselho de Administração da Cosan

"EMPRESAS DE TODOS OS SETORES DA ECONOMIA TÊM REPRESENTANTES NO LIDE. OS EVENTOS PERMITEM ESTABELECER CONTATO COM LÍDERES DOS MAIS DIFERENTES SEGMENTOS: EMPRESÁRIOS, ECONOMISTAS, FINANCISTAS E POLÍTICOS", DIZ RUBENS OMETTO, DA COSAN

Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, diz que o LIDE "ajudou o empresariado a discutir importantes questões de problemas brasileiros". Ela afirma que sua primeira participação foi durante o **Fórum Empresarial** em Comandatuba, na Bahia. "A organização e a participação de todos me marcaram muito. Depois disso, foram dezenas de palestras e eventos que me proporcionaram grandes aprendizados." Para Elie Horn, fundador e presidente do Conselho de Administração da Cyrela, "o LIDE é importante para a melhora do ambiente comercial. Para o futuro, seu papel deve ser fornecer um norte aos negócios".

GUSTAVO RAMPINI

Claudio Lottenberg, presidente do UnitedHealth Group Brasil

"O LIDE É IMPORTANTE PARA A MELHORA DO AMBIENTE COMERCIAL. PARA O FUTURO, SEU PAPEL DEVE SER FORNECER UM NORTE AOS NEGÓCIOS", DIZ ELIE HORN, DA CYRELLA

"Ao longo dos anos, o LIDE transformou-se numa verdadeira plataforma de relacionamentos, na qual as partes não só encontram respostas para suas demandas como principalmente criam oportunidades que resultam num mundo que evolui e se transforma. Vou além: o Brasil ganhou muito com o LIDE nestes 15 anos", diz Claudio Lottenberg, presidente do UnitedHealth Group Brasil. Outro veterano nos eventos do grupo é Besaliel Botelho, presidente da Bosch América Latina. "Participo do LIDE já há um certo tempo e tive várias gratas surpresas", diz. "A Bosch é uma empresa que tem a inovação no DNA, e houve muitas oportunidades de contribuir com discussões e debates importantes para ajudar o país a se desenvolver com novas tecnologias. O LIDE tem essa característica de promover discussões de temas que são extremamente pertinentes para o futuro. Isso abre o leque de atividades a que uma empresa pode se dedicar."

A mesma opinião é compartilhada por Antônio Lacerda, vice-presidente sênior de Químicos, Produtos de Performance e Sustentabilidade da BASF para a América do Sul. "Também funciona como uma importante alavanca para a geração de negócios ou para a abertura de mercados. O LIDE preza por promover, de forma ética, respeitosa e profissional, as relações entre pessoas, empresas e setor público", afirma Lacerda.

"Um momento marcante no LIDE foi o evento no Uruguai, quando Edson de Godoy Bueno (fundador da Amil e um ativo participante do LIDE, falecido em 2017) solicitou ao Luiz Fernando Furlan não permitir que o LIDE se tornasse uma ferramenta política", lembra José Luiz Gandini, presidente da Kia Motors do Brasil.

Luiz Henrique Teixeira, head of Commercial & Institutional Affairs da Delta Airlines, afirma que a

DIVULGAÇÃO

Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza

companhia participa das atividades do Grupo há muito tempo, pois é um parceiro valioso para seus negócios no Brasil. "O LIDE é uma organização única no Brasil, que exportou para o mundo a tecnologia de relacionamento corporativo, reunindo empresas, setores e governo para um único propósito de crescimento e maturidade globalizados. Oferece uma importante plataforma para promover e compartilhar informações úteis sobre negócios", diz Teixeira.

MARCIO BRUNO

Julio Fontana, presidente da Rumo Logística

DIVULGAÇÃO

Luis Henrique Guimarães, CEO da Raízen

"Durante esse período, fizemos muitos negócios por intermédio do LIDE. Vários contratos foram iniciados e firmados. Além disso, promovemos a marca Delta nos corredores dos eventos e na mente dos participantes."

Julio Fontana, presidente da Rumo Logística, ressalta a importância dos debates setoriais, como o próximo **Fórum LIDE de Infraestrutura e Logística**, que acontecerá em agosto. "Na área ferroviária estamos vivendo um momento muito especial no país. Ficou clara a necessidade de contar com esse modal de forma mais eficiente. A greve dos caminhoneiros mostrou a fragilidade que o país tem." Fontana aponta que sua empresa tem investimentos bilionários pendentes e que a renovação de concessões está entre os temas que podem ser desenvolvidos pelo setor. "O empresariado precisa colocar seus pontos para que o país consiga sair dessa situação em que se encontra. Todo mundo sabe o que tem de ser feito. O empresariado precisa se motivar a usar sua força para que as coisas aconteçam." Mais do que negócios, o LIDE discute boas ideias, segundo Fernando Bomfiglio, diretor de Relações Institucionais da Souza Cruz. "Tirando as especificidades de cada negócio, temas como tributos, burocracia e regulação unem seus participantes de maneira que possam cooperar em prol de soluções comuns", diz.

"O LIDE PODE CONTRIBUIR PARA O ENFRENTAMENTO DE UM DOS MAIORES DESAFIOS QUE O BRASIL TEM PELA FRENTE: O COMBATE À CORRUPÇÃO NAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS", DIZ LUIS HENRIQUE GUIMARÃES, DA RAÍZEN

A discussão da legislação e de todos os fatores que influenciam as decisões de negócios também é lembrada pelos empresários e

DIVULGAÇÃO

José Efromovich, presidente da Avianca Brasil

FABIO NUNES

LEONARDO FRAMIL,
CEO DA ACCENTURE PARA BRASIL E AMÉRICA LATINA

"O LIDE é uma importante plataforma para desenvolvimento de relacionamentos pessoais – fundamentais para a concretização de bons negócios. Os diferentes fóruns permitem apresentar pontos de vista e conteúdo sobre temas que influenciam a performance das empresas. A Accenture vem, ao longo destes 15 anos, se beneficiando nessas duas dimensões. Desenvolvemos e cultivamos boas relações e, em paralelo, apresentamos conteúdo de relevância. Isso proporciona a geração de bons negócios"

GABO MORALES

JOÃO CARLOS BREGA,
CEO DA WHIRLPOOL

"O LIDE tem o compromisso de contribuir para a geração de valor no setor produtivo, estabelecendo condições favoráveis para relações, competitividade, troca de experiências e engajamento empresarial, de maneira que as companhias participem ativamente dos rumos da economia, da educação e da sustentabilidade do Brasil"

DU AMORIM

THIAGO ALONSO DE OLIVEIRA,
CEO DA JHSF

"A importância do LIDE é, sem dúvida, ser o principal fórum para lideranças empresariais no Brasil. O LIDE está sempre atualizado com temas nacionais e tem a habilidade de catalisar as grandes discussões pensadas em prol do progresso do Brasil. Para o futuro, o LIDE deve aprofundar seu papel de incentivar o pensamento empresarial brasileiro e traduzi-lo em ações práticas para a implementação de melhorias para o país"

DIVULGAÇÃO

BESALIEL BOTELHO,
PRESIDENTE DA BOSCH AMÉRICA LATINA

"No LIDE, tenho me colocado próximo a várias pessoas importantes – isso ajuda no networking e no desenvolvimento dos negócios. Não se trata de uma questão de fazer eventos – mas de garantir que o país tenha oportunidade de debates na sociedade entre empresários, líderes e formadores de opinião. Minha atividade profissional, infelizmente, não permite que eu tenha tempo para participar de todos os eventos. Mas sempre tem sido prazeroso estar presente com os empresários. Então, parabéns ao LIDE pelos 15 anos"

FABIO GONZALEZ

ROBERTO CORTES,
PRESIDENTE E CEO DA MAN AMÉRICA LATINA

"O LIDE deve se manter politicamente neutro, mas apoiar as causas que visem ao crescimento do país. Foi assim que o grupo se tornou referência internacional, um dos símbolos do Brasil que se desenvolve, emprega e gera renda"

DIVULGAÇÃO

LIRIO A. PARISOTTO,
PRESIDENTE DA INNOVA

"A importância do LIDE está em sua própria essência, como espaço de reflexão conjunta e busca de soluções para essa missão quase impossível que é levar adiante uma empresa no Brasil, seja ela do tamanho que for. Cada um dos encontros teve sua representatividade. Tornou-se evidente o amadurecimento do LIDE e de suas iniciativas. Destacamos o belíssimo trabalho com o Instituto Ayrton Senna, entre tantos outros"

GUSTAVO RAMPINI

IVO WOHNRATH,
SÓCIO-DIRETOR DA ATHIÉ|WOHNRATH

"O LIDE lidera debates, troca de conhecimento e reflexões sobre transformações que estão acontecendo e devem ocorrer nas empresas e suas gestões, por causa das inovações incrementais e disruptivas que todos terão de passar em razão da Quarta Revolução Industrial"

investidores nos 15 anos do Grupo. Luis Henrique Guimarães, CEO da Raízen, diz que o LIDE tem um papel essencial na evolução do ambiente de negócios no país. "Além de continuar promovendo as relações empresariais e discutindo os temas econômicos e políticos que afetam os mercados e o ambiente de negócios, o LIDE pode contribuir para o enfrentamento de um dos maiores desafios que o Brasil tem pela frente: o combate à corrupção nas instituições públicas e privadas", afirma. "Promover ambientes em que prevaleçam a ética, os princípios democráticos e a eficiência de gestão é um dos pilares que já fazem parte da missão da instituição e podem ajudar a evitar práticas anticompetitivas de players que sonegam bilhões de reais aos cofres públicos e concorrem de forma desleal com os que pagam os tributos em dia e seguem à risca a legislação."

Empresários também lembram a importância do **Prêmio Líderes do Brasil**. É o caso de Marcus Sanchez, vice-presidente Institucional da EMS. "A companhia teve a honra de receber importantes premiações, como o Prêmio Líderes do Brasil nas categorias Indústria Farmacêutica e Pesquisa e Desenvolvimento. Todos os momentos foram, com certeza, marcantes e especiais para nós e fazem parte das conquistas de relevância de nossa história", afirma.

DIVULGAÇÃO

Guilherme Paulus, fundador da CVC e chairman do Grupo GJP Hotels & Resorts

"SÃO MUITOS OS MOMENTOS E AS CONQUISTAS RELEVANTES DO LIDE NESTES 15 ANOS. QUERO DESTACAR O CRESCIMENTO EXPONENCIAL", DIZ JOSÉ EFROMOVICH, DA AVIANCA BRASIL

DIVULGAÇÃO

Paula Bellizia, presidente da Microsoft Brasil

DIVULGAÇÃO

Marcus Sanchez, vice-presidente Institucional da EMS

"Ao longo destes 15 anos, pude participar de importantes decisões nos grupos do LIDE, que impactaram diretamente e positivamente o desenvolvimento do turismo, segmento que movimenta mais de 50 setores da economia e é um dos principais geradores de emprego e renda no Brasil", diz Guilherme Paulus, fundador da CVC Viagens e chairman do Grupo GIP Hotels & Resorts.

José Efromovich, presidente da Avianca Brasil, afirma que são muitos os momentos e as conquistas relevantes do LIDE nestes 15 anos. "Quero destacar o crescimento exponencial da base de associados, a expansão, a capilarização e a atuação regional, muito além do eixo Rio-São Paulo, e no exterior, incluindo a diversificação dos Grupos LIDE, como o **LIDE Mulher** e o **LIDE Futuro**", diz.

Presidente da Microsoft Brasil, Paula Bellizia destaca o espaço para discussão de novos negócios, uma das propostas do LIDE desde o seu início. "Já tive a oportunidade de desenvolver relacionamentos em eventos que culminaram em negócios. Mas tão importante quanto fazer novos negócios é a capacidade que o LIDE tem de proporcionar momentos nos quais líderes de empresas e organizações têm a chance de conversar sobre desafios comuns e específicos e contribuir para as estratégias de negócios, o que é enriquecedor para todos." Segundo Paula, o LIDE hoje tem voz para reunir líderes dos setores privado e público e para debater uma agenda de grandes temas nacionais e globais, aqueles que realmente podem contribuir para a construção e o desenvolvimento de um projeto de país. "Essa é a grande contribuição que o LIDE pode oferecer", resume a executiva. ■

UNIDADES PIONEIRAS NO PAÍS E NO EXTERIOR

Nestes 15 anos de atuação, o **LIDE** cresceu e deu frutos. Atualmente, o grupo conta com 29 unidades, entre nacionais e internacionais, e 28 áreas de atuação.

Presidido desde 2012 pela empresária especialista em mercado de feiras, congressos e eventos corporativos Andréia Repsold, o **LIDE Rio de Janeiro** foi a primeira unidade nacional do grupo fora de São Paulo. Andréia tem papel fundamental na aglutinação dos empresários cariocas. "Trabalhamos com uma agenda positiva, porque acreditamos na força da união dos executivos e no potencial de negócios do nosso estado", afirma. Segundo ela, o relacionamento entre as unidades do LIDE também é muito interessante. "Reforçar essa rede de relacionamento aproxima ainda mais os empresários qualificados."

Fábio Fernandes, que é presidente de uma importadora de alimentos ultracongelados, comanda o **LIDE Ribeirão Preto**, a primeira unidade regional do grupo. "O LIDE mudou minha vida. Eu me dediquei a mapear as empresas e os empresários em potencial e fiz um trabalho para transformar isso no LIDE Ribeirão Preto em 2012. A região é economicamente muito forte. É do tamanho do Uruguai!", afirma. De lá para cá, a regional reuniu 110 empresas filiadas e os principais empresários locais. "Sou tão empolgado que nas minhas viagens internacionais tento marcar reuniões com os cônsules e adidos comerciais para abrir frentes para o LIDE, e a receptividade é incrível", garante.

O LIDE abriu sua primeira unidade internacional, na Argentina, em 2010. Ela é presidida por Rodolfo de Felipe, que comanda a Compañía Argentina de Servicios Portuarios. "O LIDE Argentina significou uma grande aposta de João Doria para internacionalizar a ideia. No começo foi difícil, ainda mais em razão das permanentes crises econômicas e políticas do país. Mas hoje somos reconhecidos e respeitados. Estamos com 150 membros e mais de 30 ações ao longo do ano e queremos continuar crescendo. Nosso objetivo de médio prazo é, após a abertura do **LIDE Uruguai**, criar o LIDE Mercosul e oferecê-lo como uma rede e plataforma no âmbito regional", afirma. ■

DIVULGAÇÃO

Andréia Repsold, presidente do LIDE Rio de Janeiro, a precursora das unidades nacionais

DIVULGAÇÃO

Fábio Fernandes é presidente do LIDE Ribeirão Preto, pioneiro entre as regionais no estado de São Paulo

OSCAR TUMA

Rodolfo de Felipe comanda o LIDE Argentina, a primeira unidade internacional

CAPACIDADE DE MOBILIZAÇÃO

Um dos mais emblemáticos cases de sucesso do **LIDE** envolve o empresário Paulo Nigro, ex-presidente da Aché e da Tetra Pak, atual CEO da InterCement. Ele lembra que, em 2007, ao retornar ao Brasil depois de passar dez anos fora, para assumir a presidência da Tetra Pak, conheceu João Doria e o convidou para visitar a fábrica da empresa na Suécia. Convite aceito, na viagem Nigro conheceu o LIDE. Voltando ao país, além de entrar no time, comprometeu-se a apresentar aos empresários brasileiros novos conceitos de sustentabilidade com foco em negócios. Daí surgiu o **LIDE Sustentabilidade**, que logo tomou um vulto impressionante. Com o apoio do LIDE e de outras entidades, como a SOS Mata Atlântica, o grupo conseguiu desengavetar o projeto que deu origem à Lei de Resíduos Sólidos, que estava há 18 anos parado no Congresso. A lei que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos foi a última a ser aprovada pelo governo Lula em 2010. "Saímos da era medieval. Foi uma conquista para o Brasil e mostrou a força de mobilização do LIDE e sua vocação para inovar, procurar caminhos e soluções para os grandes temas da sociedade brasileira", conta. Outra iniciativa do LIDE Sustentabilidade culminou na aprovação da Lei do Pagamento por Serviços Ambientais (PSA).

MARIO HENRIQUE

Paulo Nigro, CEO da InterCement e presidente do LIDE Esporte

Além dessas conquistas, Paulo Nigro percebeu que era hora de novos desafios. Em 2010, ajudou a criar o **LIDE Esporte** para esclarecer e aproximar empresários interessados em incentivar o segmento. Em 2011, o LIDE realizou o bem-sucedido **Fórum do Esporte**. Com dirigentes, políticos, esportistas de ponta do Brasil, ONGs como a Atletas pelo Brasil, do craque Raí, e o Instituto Esporte & Educação, da ex-atleta de vôlei Ana Mozer, foram propostas mudanças no artigo da Lei Pelé que

trata da governança, da autonomia política e da transparência nos balanços. O resultado foi a aprovação da Lei de Incentivo ao Esporte, sancionada por Dilma Rousseff. "Foi um marco histórico para o esporte brasileiro e da atuação do LIDE. A capacidade de mobilização do Grupo é uma realidade", afirma. Atualmente, Nigro está engajado em novos projetos. "O perfil do empresário do LIDE é de um vencedor nos negócios, mas também na vida. Ele quer deixar um legado maior para a sociedade. Por isso acho que o futuro do LIDE é fomentar discussões sobre os grandes temas nacionais, como as reformas política, tributária e da Previdência. Estamos prontos para isso."

"A contribuição do LIDE Sustentabilidade foi muito importante no ambiente do LIDE de construção de ideias e iniciativas para um Brasil mais moderno", diz seu presidente Roberto Klabin. Fundador da SOS Mata Atlântica, Klabin afirma que

FREDY UEHARA

Roberto Klabin, presidente do LIDE Sustentabilidade

GUILHERME GONGRA

Sonia Hess, ex-CEO da Dudalina e ex-presidente do LIDE Mulher

> O LIDE TEVE PAPEL FUNDAMENTAL NA APROVAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS, DA LEI DO PAGAMENTO POR SERVIÇOS AMBIENTAIS (PSA) E DA LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE, ALÉM DE ARRECADAR FUNDOS PARA OBRAS SOCIAIS

inúmeros Fóruns de Sustentabilidade foram realizados, reunindo ambientalistas nacionais e internacionais em torno de temas de interesse global, mas sempre em busca de soluções para os desafios brasileiros, como a conservação e o desenvolvimento sustentável da Amazônia, Mata Atlântica, Pantanal e do ambiente urbano, além da criação de áreas marinhas protegidas. "O LIDE Sustentabilidade nunca fugiu do debate, de aproximar os contrários, entender o que os separa e tentar construir um entendimento."

Outro exemplo do poder de transformação do LIDE envolve Sonia Hess, executiva responsável pela expansão da grife de roupas Dudalina. Em 2010, o Grupo Doria abriu um espaço para a Dudalina entrar no Shopping Market Plaza, em Campos do Jordão, onde só havia grandes grifes. Foi um divisor de águas para a empresa e para a marca, que passou a ser vista de outra forma

DIVULGAÇÃO

Osmar Zogbi, presidente do LIDE Educação

pelo mercado. "O LIDE transformou minha carreira de empresária e executiva. Abriu muitas portas de uma qualidade surpreendente. Foi o momento mais importante da minha vida", conta. Ela passou a ter contato direto com as melhores empresas do Brasil e fechou vários bons negócios. "Dali em diante, minha história com o LIDE foi excepcional. Tornei-me presidente do braço feminino do LIDE e só trago grandes lembranças dessa época." Atualmente, Sonia divide seu tempo dedicando 30% à vida empresarial e 70% ao terceiro setor. "Essa configuração se deve muito à minha atuação no LIDE. Só tenho a agradecer e desejar vida longa para esse grupo maravilhoso."

Outro integrante do LIDE que tem ótimas lembranças desses 15 anos é o empresário Sérgio De Nadai, da De Nadai Alimentação. Com seu bom-humor característico, ele se autodenomina o "contraponto" dos eventos do grupo. "Eu sempre agito e faço o pessoal rir", afirma. Sérgio De Nadai conta que, em um evento em Comandatuba, mandou fazer 700 máscaras com o rosto de João Doria, além de 700 apitos, e distribuiu para os CEOs presentes sem que o fundador do LIDE soubesse. "Quando João entrou no palco, todo mundo estava caracterizado como ele e apitou... O João desmoronou com aquela alegria toda", lembra, aos risos. Por outro lado, Sérgio De Nadai tem uma atuação bastante séria nos eventos do **LIDE Solidariedade**, que preside. "Arrecadamos algo em torno de 30 milhões de reais no último evento, em 12 de dezembro, no Natal do Bem, no Hotel Tangará, em São Paulo. Imagine quantas entidades, jovens, idosos e crianças foram contemplados. O LIDE Solidariedade é emocionante", afirma.

MARCAL NETO

ARMANDO FERRENTINI
DIRETOR-PRESIDENTE DA EDITORA REFERÊNCIA

"Diante do momento que vivemos, a sociedade civil brasileira precisa mais do que nunca de movimentos como o LIDE, que reúne vozes em defesa do país"

DIVULGAÇÃO

CHIEKO AOKI
CEO DA REDE DE HOTÉIS BLUE TREE

"Parabéns ao LIDE pelos 15 anos de realizações e por tudo que tem pavimentado e disseminado para construirmos um país melhor, mais consciente, realizador e feliz. Gratidão em fazer parte dessa história"

DIVULGAÇÃO

MARCOS ARBAITMAN
CEO DA MARINGÁ TURISMO

"Tenho a felicidade de participar desde o primeiro Fórum LIDE, com menos de dez empresas, Uma iniciativa de valor incomensurável para o mercado e para o Brasil"

Osmar Zogbi, ex-dono da empresa de papel Ripasa e presidente da EAZ Participações também está desde o começo no LIDE e enfatiza esse caráter de fazer acontecer. "João Doria é um empresário de visão. Quando criou o LIDE, reuniu um grupo de empresas de diferentes setores da economia não só para fazer networking e negócios, mas também para trocar ideias sobre o que é melhor para o Brasil." Na mesma linha, a empresária Chieko Aoki, CEO da rede de hotéis Blue Tree, reafirma esse lado visionário do LIDE. "É um privilégio participar dos encontros do Grupo, que são importantes para nos reciclarmos e aprendermos com sua visão de um futuro que já está perto. Aproxima-nos de líderes que contribuem para o país com perspectivas muito amplas, desde educação até empreendedorismo", afirma.

Essa opinião é compartilhada por Armando Ferrentini, diretor-presidente da Editora Referência. Segundo ele, no LIDE são discutidos temas de interesse para o país. "Nos eventos, além dos empresários, há participação de autoridades de governo, que têm a oportunidade de debater, esclarecer dúvidas e levar para discussão com seus pares nos diversos escalões oficiais as preocupações do empresariado brasileiro, além de ideias sobre a solução dos graves problemas nacionais." E finaliza: "Há ainda muito que se debater". ■

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E EDUCAÇÃO

Outras importantes frentes de atuação do **LIDE** são educação e empreendedorismo social. Viviane Senna, que criou o Instituto Ayrton Senna (IAS) em 1994, voltado para o ensino, destaca a contribuição do **LIDE Educação**, hoje presidido por Mario Anseloni, para que o segmento não seja visto apenas como responsabilidade do governo. "Inclui governo, mas, para enfrentar uma questão pública, é necessário o esforço de todos. Dessa maneira, o LIDE teve e continua tendo papel fundamental no engajamento de toda a sociedade, principalmente dos empresários", observa.

Para Viviane Senna, a melhor contribuição para a questão educacional é o engajamento – o IAS, por exemplo, hoje soma 22 milhões de crianças beneficiadas, 220 mil educadores formados e 2 mil cidades parceiras. "Determinado produto ou serviço só vai para o mercado depois de muita pesquisa, testes, avaliações de especialistas, para que tempo e dinheiro não sejam desperdiçados. No campo social, temos de ser ainda mais eficientes e estratégicos, com metas e objetivos claros, e foco em resultados. Quando se engajam e executam essa lógica no dia a dia, os empresários contribuem de forma mais efetiva. No caso da educação, por exemplo, não precisa pintar parede de escola ou virar professor de fim de semana. É muito mais eficiente contribuir com sua expertise, fazer parcerias com organizações sérias e cobrar resultados de seu investimento."

ROBERTO SETTON

Viviane Senna criou o Instituto Ayrton Senna, voltado para educação, em 1994, seguindo o desejo do irmão, tricampeão de Fórmula 1

"O LIDE TEVE E CONTINUA TENDO PAPEL FUNDAMENTAL NO ENGAJAMENTO DE TODA A SOCIEDADE", DIZ VIVIANE SENNA, DO INSTITUTO AYRTON SENNA

Criador da ONG Gerando Falcões na periferia de São Paulo, com foco em esporte e educação, qualificação profissional e geração de empregos, Eduardo Lyra é o presidente do **LIDE Empreendedorismo Social**. Ele conta que a parceria com o LIDE tem três anos e foi essencial para o crescimento dessa organização não governamental com apoio de empresas como Fundação Lemann, GiveMe5, Wise Up e Aloha Life (patrocinadoras máster). "O networking é demais. O LIDE é uma potência, reunindo empresários em fóruns, sensibilizando líderes em torno de mudanças. Sempre dá para fazer algo. Meu papel, como líder social e empreendedor, é mostrar a realidade. Os empresários, além da lucratividade, precisam ter metas de impacto social. Os líderes devem ser convocados para algo sério, como unir cérebros que empurram o país com talentos que existem nas favelas. O LIDE tem esse papel de chamar a classe empresarial para a guerra." ■

DIVULGAÇÃO

Eduardo Lyra, criador da ONG Gerando Falcões, é presidente do LIDE Empreendedorismo Social

LIDE FUTURO PREPARA NOVA GERAÇÃO

CEO na Inovalli Real Estate & Banco de Ideias, Rafael Cosentino é o presidente do **LIDE Futuro** e de seu Comitê de Gestão. "Nosso objetivo é fomentar a vontade de empreender e abrir portas, para transformar a economia e fazer do Brasil um país melhor", afirma o empresário. "O LIDE Futuro, utilizando ferramentas de inteligência artificial e de realidade aumentada, quer trazer o jovem para o mercado sem que ele perca a ousadia e a capacidade de inovação. Temos grandes desafios. O que mudou nos últimos dez anos não havia se modificado em 100", afirma Cosentino.

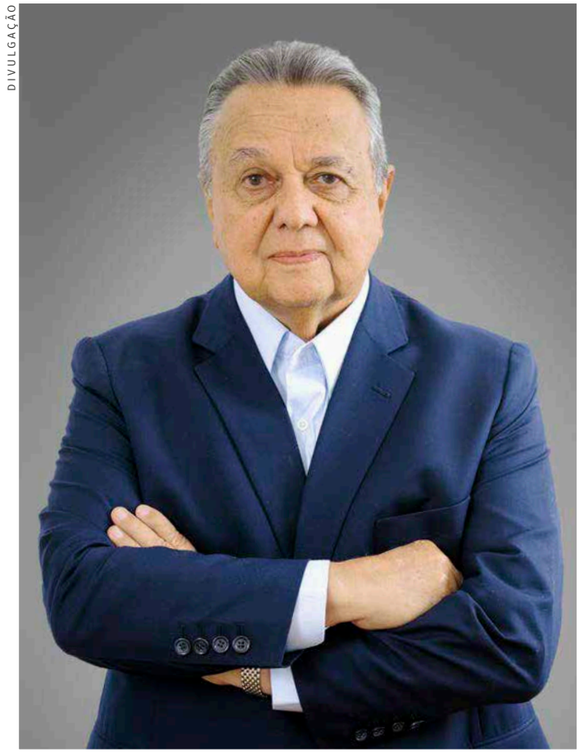
O trabalho é voltado para jovens líderes, que lidam com o dia a dia real de ser empresário; intraempreendedores, com posição de liderança em uma grande empresa e atitude empreendedora, bem como sucessores de empresas familiares.

"Há cinco anos identificamos essa demanda dos jovens. O **LIDE Futuro** foi fundado com o protagonismo da Patricia Meirelles e do Fábio da Fonseca. Participamos ativamente na constituição do grupo", afirma João Doria Neto, diretor executivo do Grupo Doria.

GUSTAVO RAMPINI

Rafael Cosentino, presidente do LIDE Futuro

QUESTÕES NACIONAIS EM PERSPECTIVA


DIVULGAÇÃO

O ex-ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Roberto Rodrigues é presidente do LIDE Agronegócios

O agronegócio, um dos setores mais dinâmicos da economia e vetor do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), mobilizou intensos debates no **LIDE** ao longo de sua história. Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, embaixador especial da FAO para o Cooperativismo e presidente do **LIDE Agronegócios**, diz que o Grupo de Líderes Empresariais foi fundamental para mudar a percepção que o país tinha da importância dos negócios no campo. Uma das maiores autoridades do país em agronegócio, Rodrigues lembra que o setor não tinha o mesmo status e destaque que recebe hoje. "Sempre houve queixa em relação a certo desprezo do empresariado urbano pelas questões do campo. A criação do LIDE Agronegócios, há sete anos, colocou o setor em igualdade com as questões-chave do país. Foi essencial para reduzir a distância entre o rural e o urbano." Rodrigues considera o LIDE um ambiente de debate das principais questões nacionais, sobretudo as que envolvem o desenvolvimento sustentável. "Ouvindo os diversos setores, foi possível ao empresariado compreender melhor os problemas e buscar soluções", diz.

Professor na Fundação Getulio Vargas, Fernando Meirelles é o presidente do **LIDE Conteúdo**. Ele recorda o surgimento do LIDE, em 2003: "Havia Fiesp, CNN... mas não uma entidade que representasse todos os setores da economia. O LIDE se consolidou por sua representatividade isenta, totalmente empresarial." Meirelles conta que os **Almoços-Debate** se tornaram "uma ferramenta que sinaliza as tendências, antecipa as pesquisas". Como o LIDE cobre todos os setores da economia, observa, é possível ver que a indefinição do momento político está influenciando as decisões empresariais. "Representamos parcela significativa do PIB, e a tendência é crescer. Em São Paulo estamos bem, mas há espaço em outras regiões do Brasil e no exterior."

O LIDE é "a maior e melhor organização de networking entre empresários", de acordo com o empresário Afonso Celso Santos, presidente do **LIDE Master**. Segundo ele, o grupo contribui com proposições de marcos regulatórios e para o terceiro setor. "O LIDE sempre promoveu debates entre setores, incluindo o governo, independentemente da orientação ideológica, e a sociedade civil. A troca de informações e pontos de vista é fundamental para a evolução da economia. Talvez tenha chegado o momento de o LIDE acompanhar mais de perto, junto a órgãos governamentais, a evolução dos assuntos e sua real implementação. Certamente isso trará um ganho significativo para a sociedade em geral." ■

PITI REALI

FERNANDO MEIRELLES
PRESIDENTE DO LIDE CONTEÚDO

"Representamos parcela significativa do PIB, e a tendência é crescer. Em São Paulo estamos bem, mas há espaço em outras regiões do Brasil e no exterior"

DIVULGAÇÃO

AFONSO CELSO SANTOS
PRESIDENTE DO LIDE MASTER

"Talvez tenha chegado o momento de o LIDE acompanhar mais de perto, junto a órgãos governamentais, a evolução dos assuntos e sua real implementação"

"A CRIAÇÃO DO LIDE AGRONEGÓCIOS, HÁ SETE ANOS, COLOCOU O SETOR EM IGUALDADE COM AS QUESTÕES-CHAVE DO PAÍS. FOI ESSENCIAL PARA REDUZIR A DISTÂNCIA ENTRE O RURAL E O URBANO", DIZ ROBERTO RODRIGUES

MAIS FORÇA PARA AS MULHERES

O **LIDE Mulher** trabalha desde a sua origem para contribuir com o aumento da liderança feminina nas empresas brasileiras. Hoje é comandado por Nadir Moreno, presidente da UPS Brasil. "O LIDE Mulher inspira aquelas que buscam crescer na carreira e assumir posições de gestão e liderança em suas empresas", afirma. A executiva ressalta o papel de sensibilizar e conscientizar os homens sobre as características próprias da liderança feminina. Na UPS, há o programa Women's Leadership Development, com recursos para educação e promoção dentro da companhia. "Desde que assumi a presidência da UPS Brasil, a quantidade de mulheres na empresa subiu 40%", diz Nadir, para quem as características femininas são um diferencial. "Mulheres sabem trabalhar muito bem em equipe, fazer planejamentos de longo prazo e preocupam-se com detalhes ao mesmo tempo em que olham o todo. São multitarefas. E diversidade de ideias ajuda uma empresa a ser inovadora e estar à frente em seus negócios."

Sylvia Brasil Coutinho é presidente do UBS Brasil e também está à frente da gestão de patrimônio (*wealth management*) desse grupo suíço de bancos na América Latina. "O número de mulheres em posição de liderança tem crescido mais devagar do que gostaríamos, mas não há como negar avanços", afirma. "O LIDE Mulher tem trabalhado efetivamente para aumentar as lideranças femininas nas empresas brasileiras", diz Sylvia, que também já foi presidente do LIDE Mulher. Como existem distorções de longa data, a executiva defende atitudes que desarmem barreiras quanto à contratação ou à permanência de profissionais que mostrem bom desempenho. "Hoje, quando há uma vaga, muitas empresas obrigam que se reserve certo número para mulheres entre os candidatos potenciais – e que o cargo fique com o melhor ou a melhor." Generalizar é um risco, ressalva, mas, por sua vivência – chegou a liderar até 30 mil pessoas em determinado momento da carreira –, diz que "as mulheres parecem ter uma visão mais holística dos problemas e das soluções, preocupam-se mais com o todo e com as pessoas, que são chave na maioria dos nossos negócios". Para Sylvia, são também mais movidas pela possibilidade de influenciar mudanças do que por uma agenda própria de poder ou dinheiro.

Andreia Dutra, presidente da Sodexo On-site, cita o relatório do Fórum Econômico Mundial, segundo o qual ainda faltam 217 anos para se alcançar a completa igualdade entre homens e mulheres no mercado de trabalho. "O LIDE Mulher e empresas como a Sodexo contribuem para acelerar o processo. Estamos na fase em que saímos do discurso para ações práticas", diz. Segundo ela, troca de experiências, promoção de debates e apoio no desenvolvimento de iniciativas ajudam empresas que ainda não trabalham o tema. Mas muitas já sabem que o equilíbrio de gênero traz melhores resultados. "Um estudo de cinco anos da Sodexo concluiu que equipes com essas características têm performance melhor. Margens operacionais, satisfação do cliente e retenção de colaboradores, entre outros indicadores, apresentaram um aumento de 8 a 14 pontos percentuais em comparação com equipes sem equilíbrio de gênero", observa Andreia. ■

LEONARDO RODRIGUES

Presidente da UPS Brasil, Nadir Moreno vê horizonte positivo para as mulheres em cargos de liderança

A PRESENÇA FEMININA EM ALTOS CARGOS DE LIDERANÇA VEM CRESCENDO NOS ÚLTIMOS ANOS, MAS AINDA ASSIM EM RITMO MAIS LENTO DO QUE O IDEAL

MARCUS STEINMEYER

Andreia Dutra, presidente da Sodexo On-site, diz que o LIDE Mulher contribui para acelerar a igualdade

JULIO VILELA

Sylvia Coutinho, presidente do UBS Brasil, afirma que ainda há poucas mulheres em posição de liderança

TROCA DE EXPERIÊNCIAS E PROMOÇÃO DE DEBATES AJUDAM EMPRESAS A PERCEBER QUE O EQUILÍBRIO DE GÊNERO EM SUAS LIDERANÇAS TRAZ MELHORES RESULTADOS

HISTÓRIA EM IMAGENS

1

2

3

4

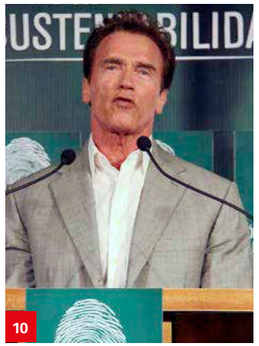
5

6

7

8

9


10

11

12

13

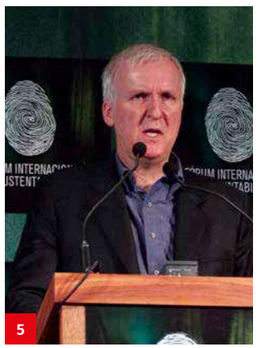
1. Integrantes do LIDE e o presidente Michel Temer com a chanceler alemã, Angela Merkel, na Alemanha. **2.** Bill Clinton no 2º Fórum Mundial de Sustentabilidade. **3.** Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, e o juiz federal Sergio Moro. **4.** Horacio Cartes, presidente do Paraguai, com Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria. **5.** João Doria no Fórum Empresarial de Comandatuba com Edson de Godoy Bueno, fundador da Amil. **6.** Almoço-Debate. **7 e 8.** Comitê de Gestão. **9.** Tony Blair participa do Seminars. **10.** Arnold Schwarzenegger durante 2º Fórum Mundial de Sustentabilidade. **11.** João Doria e Shimon Peres, em Israel, durante Business Trip. **12.** Fórum Empresarial de Comandatuba. **13.** O ex-presidente da Espanha José Maria Aznar e João Doria.

1

2

3

4


5

6

7

8

9

10

11

12

13

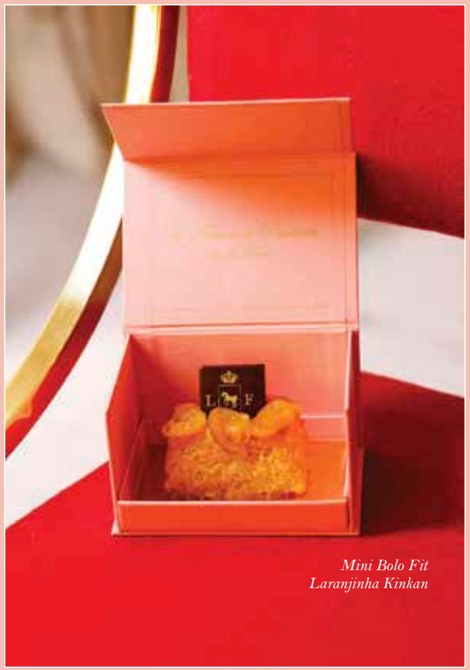
1. O empresário Abilio Diniz e João Doria. **2.** Presidente da África do Sul, Thabo Mbeki, com Pelé, durante Meeting Internacional. **3.** Ex-presidente Fernando Henrique Cardoso durante evento do LIDE. **4.** Fórum Empresarial de Comandatuba. **5.** Palestra de James Cameron, no Fórum Mundial de Sustentabilidade. **6.** Luiz Fernando Furlan durante Almoço-Debate. **7.** Integrantes do LIDE com o Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Maktoum durante Business Trip. **8.** 18º Meeting Internacional Miami, com Rick Scott, governador da Flórida, e João Doria. **9.** Kofi Annan no Seminário Internacional. **10.** Prêmio Líderes do Brasil. **11.** Gustavo Ene, CEO do LIDE, e Chen Zhou, vice-chairman do China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT). **12.** O ex-presidente da Bolívia Jorge Quiroga e o ex-presidente do Uruguai Luis Alberto Lacalle. **13.** Roberto Justus, no Fórum de Marketing Empresarial.

O Início: Uma Fusão de Paixões

A história da Fazenda Floresta Chocolates

Nascida no Brasil, a empresária Luciana Fasano saboreava chocolate todas as noites, era uma tradição de família.
Assim, Luciana desenvolveu seu paladar, aprendeu a ver, sentir e provar entre o comum e o divino. Sua paixão a levou a um ritual durante suas viagens pelo mundo – ela provaria os melhores chocolates de cada país que visitasse.

Em 2010, um de seus sonhos se tornou realidade " um cavalo árabe muito especial mudou minha vida" - Luciana explica. Elishhah seu cavalo cujo nome em árabe significa o "Escolhido", foi Campeão Nacional Americano.
O que aumentou ainda mais sua paixão por cavalos árabes, e neste momento suas paixões de infância se uniram.



Mini Bolo Fit
Laranjinha Kinkan

Macadâmia Salgada

A LOGOMARCA

Depois deste processo e como forma de expressar a sua gratidão – já que todos os seus outros cavalos também foram campeões pelo Mundo - Luciana criou um logotipo baseado em uma escultura de madeira que lhe foi presenteada. Naquele momento ela decidiu usar esse logo em chocolates para ofertar a criadores de cavalo próximos, como símbolo de seu afeto. Assim foram concebidos os Chocolates, cuja matéria prima orgânica, colhida nos antigos pomares da Fazenda Floresta, fundada em 1790. De lá, são aproveitadas todas as frutas e a mão de obra da equipe capacitada.

O PROCESSO

Luciana conta que todas as receitas foram criadas do início, com cada recheio, exigindo tempo e repetidos testes de paladar, para se aperfeiçoarem.
Em eventos do Mundo eles foram delicadamente apresentados e apreciados. Da Monarquia Europeia à criadores dos Emirados, familiares, amigos, empresários americanos e grandes Chefes de cozinha, recebem com privilégio as belas caixas de chocolate e pão de mel que Luciana faz chegar até eles!

Além dos chocolates, os gelatos produzidos diariamente, e os bolos caseiros, fiéis a receitas de familia, com ingredientes orgânicos e naturais.

O FUTURO

Lojas em todo o Brasil, depois lojas ao redor do mundo, todas com a missão de ensinar as pessoas a usar, aproveitar e transformar o que está sendo desperdiçado em algo verdadeiramente maravilhoso.

It's very simple... Dream, Have a Clear Goal, and Combine this ingredientes with Gratitude and Love !! By Lu Fasano

Special Thanks
Equipe Fazenda Floresta
Grupo Dória

www.lufasano.com
www.instagram/fazendafloresta

A ERA DO CONSUMIDOR CIDADÃO

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E REPUTAÇÃO DA MARCA EXIGEM COERÊNCIA E TRANSPARÊNCIA DAS EMPRESAS, QUE DEVEM LIDAR COM QUESTÕES COMO DIVERSIDADE E COMPLIANCE

MANUK MASSEREDJIAN*

Quinze anos atrás, quando o **LIDE** iniciava e o termo "comunicação corporativa" era pouco conhecido, para ser respeitada e vender bem, uma marca investia basicamente em mídia paga através de uma agência de publicidade e mantinha um bom relacionamento com a imprensa, principal formador de opinião, por meio de uma assessoria de imprensa, que municiava jornalistas com informações sobre seus resultados e produtos. Se uma empresa preferisse não aparecer, até conseguiria sem muita dificuldade passar despercebida por longos períodos.

Quinze anos depois, o cenário mudou drasticamente. Hoje, a comunicação das empresas e marcas acontece quase independentemente de sua vontade e vai além de consumidores e empregados. É possível que alguma empresa ainda prefira não se comunicar, mas é provável que terá muita dificuldade e o resultado poderá ser ruim. Isso porque estamos convivendo com uma nova postura do consumidor cidadão em relação a sua experiência com as marcas.

Com o acesso à informação, imediato e universalizado, as empresas e suas marcas têm sido cobradas por transparência e coerência.

ANDRE STEPHAN

Qualidade e preço ainda têm peso na decisão de compra, mas questões como diversidade, sustentabilidade, governança, compliance, serviços, tecnologia, talentos, performance, gestão e cadeia produtiva podem ser decisivas para o consumidor "fechar negócio".

É crescente a importância da experiência do consumidor com a marca, não apenas no sentido de consumo do produto, mas de sua reputação. O cidadão conectado não quer apenas ser informado, quer também participar e influenciar. Esse cidadão consumidor verifica a veracidade das informações, cobra coerência e atitude, cria conteúdos e os divulga, tanto os positivos como os negativos para as marcas. Um estudo da Interbrand apontou que 96% dos clientes recomendam fortemente marcas com as quais tiveram boa experiência.

Por outro lado, uma pessoa, mesmo sem nunca consumir um produto, pode ser impactada por sua existência, divulgada por publicidade, marketing, exposição em pontos de venda, projetos, patrocínios, presença nas comunidades, relacionamento com empregados, ações sociais, exposição na mídia e nas redes sociais e, principalmente, por opiniões de pessoas em quem confia na vida privada ou nas redes sociais. O novo consumidor cidadão desafia a comunicação a ir além do B2C, porque a relação de consumo se estabelece com base em suas percepções sobre as marcas, ou seja, o C2B.

Nesse contexto, a comunicação corporativa ganha novo significado: ajudar a construir reputação, zelando pela coerência das condutas, pela transparência das informações e pelos relacionamentos e atitudes das companhias. Além disso, deve estar sempre conectada às redes sociais, varrendo dados, definindo estratégias que reflitam as reais crenças da marca, abrindo canais de relacionamento com stakeholders e influenciadores e mantendo-os próximos da empresa e de seus propósitos.

> EM 15 ANOS, O CENÁRIO MUDOU DRASTICAMENTE. HOJE, A COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS É QUASE INDEPENDENTE DE SUA VONTADE. ESTAMOS CONVIVENDO COM UMA NOVA POSTURA DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A SUA EXPERIÊNCIA COM AS MARCAS

O desafio é constante e para todos os públicos. As reações são intensas tanto à boa experiência quanto à ruim. Reputações são destruídas muito rapidamente se não houver consistência nos posicionamentos e nas atitudes das marcas. Já a construção demanda tempo, constância, monitoramento, posicionamento firme e, mais uma vez, transparência e coerência.

Quinze anos atrás, os planejamentos estratégicos mapeavam as diversas situações de crise e propunham estratégias. Hoje, temos de lidar com turbulências que surgem e somem muito rapidamente, difíceis de prever, assim como suas consequências. E ninguém está livre. Recentemente vimos o gigante Facebook tendo sua reputação seriamente abalada no escândalo da Cambridge Analytica.

Ou seja, ter estratégia para enfrentar crises é fundamental. Mas, nesse novo ambiente com esse novo consumidor, só empresas que têm coerência entre o que fazem e o que dizem conseguirão resistir às turbulências imediatas, grandes ou pequenas, com agilidade e credibilidade. ■

**Manuk Masseredjian, CEO e presidente da CDN Comunicação*

DE FRENTE PARA O MAR:
O LUGAR PERFEITO
PARA EXPANDIR
SEUS HORIZONTES.

Diversificar para ir além.
Esse é o nosso tema.

Junte-se aos principais anunciantes, agências de publicidade e lideranças empresariais no debate sobre a diversidade nos modelos de negócio, como manter a relevância no mercado e gerar valor para a sua marca.

_ 24.08 / 26.08

_ Hotel Sofitel Jequitimar

_ Guarujá / SP

9º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL®

_ PARTICIPAÇÕES CONFIRMADAS /

_ Mário D'Andrea /
ABAP e DENTSU

_ Othon Vela /
VIA VAREJO

_ Paula Lindenberg /
AMBEV

LIDE® GRUPO DE LIDERES EMPRESARIAIS

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

APOIO INSTITUCIONAL
PROPMARK

REALIZAÇÃO
GRUPO DORIA®

CENÁRIO INDEFINIDO

PARA ESPECIALISTAS, ELEITORES INDECISOS SERÃO DETERMINANTES NA ESCOLHA DO NOVO PRESIDENTE, E O DESEJO DE MUDANÇAS PODERÁ SE FRUSTRAR

THINKSTOCKPHOTOS

A menos de três meses das eleições presidenciais, o cenário ainda permanece indefinido e falta interesse pelo próximo pleito. Para Daniel Aarão Reis, professor titular de História Contemporânea na Universidade Federal Fluminense (UFF), os nomes mais citados têm muito a ver com o fenômeno do recall, "mas é impossível não constatar os fenômenos Lula e Bolsonaro". Segundo ele, essa indefinição ocorre a despeito de um desejo claro de mudança. "Existe uma demanda por renovação esbarrando num sistema político que se esclerosa cada vez mais, 'um cadáver insepulto a céu aberto', insensível a mudanças e a reformas. O resultado mais provável é que tenhamos um grande contingente de votos nulos, em branco e abstenções, contribuindo para aumentar a fragilização de nossas instituições democráticas", afirma.

Para Marcus Melo, cientista político da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), o que produziu incerteza nas eleições presidenciais foi o fato de os tradicionais postulantes tornarem-se inviáveis. "Com isso, abriu-se o caminho para um fato inédito: candidaturas de *outsiders*, como Bolsonaro." Para o professor da UFPE, uma variável que eleva a incerteza é a estratégia do PT de deixar a definição de candidaturas para a última hora na expectativa de manter a mobilização em torno do nome de Lula e de transferência de votos para um candidato do partido. Mas ele acha que isso não será suficiente para viabilizar uma candidatura como a de Fernando Haddad ou Jacques Wagner. "A taxa de indecisos ou que anularão o voto ainda é muito elevada. Desse grupo, uma parcela muito pequena tenderá a votar em Bolsonaro, cujo eleitor típico já definiu seu voto. Os indecisos serão decisivos. Candidaturas como a da Marina Silva e de Geraldo Alckmin tenderão a beneficiar-se disso, embora no caso de Alckmin possa não ser suficiente para alavancá-lo ao segundo turno", acredita.

Como Aarão Reis, Melo concorda que existe uma demanda muito intensa e inédita por renovação política, mas acha que há pouco espaço concreto para isso. Para ele, as regras aprovadas recentemente fortalecem quem já está no jogo. A mais importante delas refere-se ao financiamento eleitoral. "O fundo de campanha beneficia partidos como o PT e o MDB, que são rejeitados pela população. O resultado líquido dessas forças que operam em direção contrária é difícil de prever. A imagem de um queijo suíço representa bem o que pode surgir: ficam os partidos, mas muitos atores com forte visibilidade não serão eleitos. Saem nomes e ficam as estruturas." Para o cientista político, além da oposição esquerda-direita, o que marcará essas eleições será a contraposição entre probidade e improbidade. "Esses dois eixos não mantêm correlação entre si. Então, o novo será uma candidatura de centro no contínuo ideológico e que também não esteja marcada por acusações de corrupção. Bolsonaro beneficia-se nesta última dimensão por não estar envolvido em corrupção, mas é extremista no *continuum* ideológico por sua apologia à tortura e por sua história de oposição a políticas liberais na economia."

"EXISTE UMA DEMANDA POR RENOVAÇÃO ESBARRANDO NUM SISTEMA POLÍTICO QUE SE ESCLEROSA CADA VEZ MAIS, 'UM CADÁVER INSEPULTO A CÉU ABERTO', INSENSÍVEL A MUDANÇAS E A REFORMAS", AFIRMA DANIEL AARÃO REIS

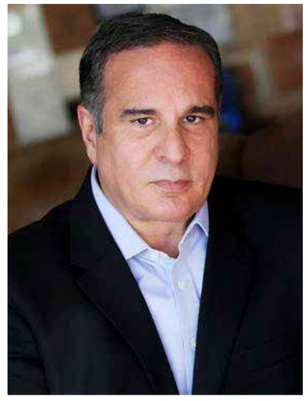
DIVULGAÇÃO

Segundo Aarão Reis, não há um espaço garantido para a vitória de uma agenda reformista. "A agenda liberal empolga setores de elite, mas contraria as sólidas tradições nacional-estatistas. Esse é um limite que os liberais não podem subestimar. Quanto à pauta reformista, ainda permanece muito genérica e inconsistente", afirma. Opinião divergente tem o cientista político Murillo de Aragão, da empresa de consultoria política Arko Advice. De acordo com ele, a crise econômica abriu uma "janela de oportunidades" para uma agenda de cunho liberal, que necessariamente passa pela adoção de reformas. "Nos últimos anos, com a emergência de uma militância ativa de movimentos liberais, sobretudo via redes sociais, ampliou-se o ambiente favorável a essa agenda." Aragão ressalta, porém, que embora o Estado exerça historicamente um protagonismo importante no país, uma parcela significativa da sociedade ainda enxerga a agenda liberal ou reformista como relacionada às elites. Para ele, a forma como partidos e candidatos vão se comunicar com a opinião pública terá um peso fundamental, "pois a população percebe cada vez mais no seu dia a dia a ineficiência das respostas dadas pelo Estado a essas demandas". O cientista político considera que a tendência da eleição presidencial é ter o segundo turno disputado por um representante de centro-direita contra um de centro-esquerda.

"De certa forma, o presidente eleito terá de fazer reformas", afirma

DIVULGAÇÃO

"A TAXA DE INDECISOS AINDA É MUITO ELEVADA. DESSE GRUPO, UMA PARCELA MUITO PEQUENA TENDERÁ A VOTAR EM BOLSONARO, CUJO ELEITOR TÍPICO JÁ DEFINIU SEU VOTO. OS INDEFINIDOS SERÃO DECISIVOS", DIZ MARCUS MELO



DIVULGAÇÃO

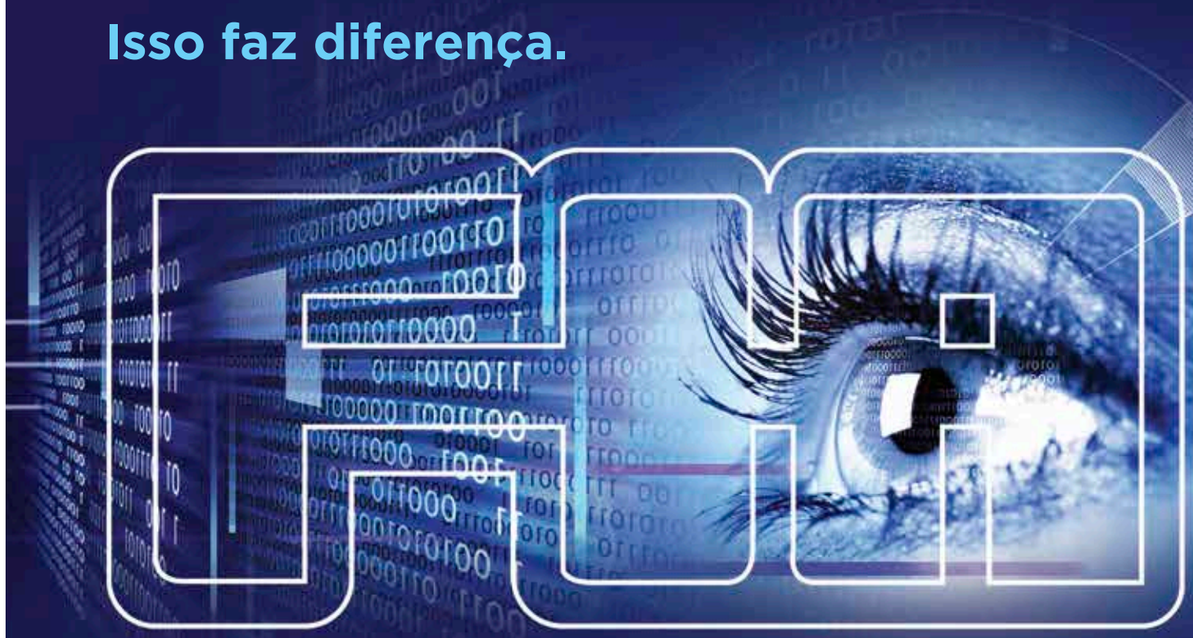
"NOS ÚLTIMOS ANOS, COM A EMERGÊNCIA DE UMA MILITÂNCIA ATIVA DE MOVIMENTOS LIBERAIS, SOBRETUDO VIA REDES SOCIAIS, AMPLIOU-SE O AMBIENTE FAVORÁVEL À AGENDA REFORMISTA", DIZ MURILLO DE ARAGÃO

Melo. "Mesmo se for o candidato do PT, o grau de 'aventura' será menor do que se pode esperar com base no programa e nas declarações públicas." Para ele, a experiência de Lula no primeiro mandato e Dilma Rousseff no segundo mandato são ilustrativas. "O PT repudiou o programa macroeconômico do [*Joaquim*] Levy de forma contundente e tem combatido frontalmente as reformas fundamentais aprovadas pela atual equipe econômica. Não há espaço, portanto, para uma nova Carta aos Brasileiros", afirma. Para o professor Melo, da UFPE, há uma narrativa incorreta de que a baixa popularidade do governo Michel Temer resulte de sua política macroeconômica. Sua impopularidade é produto dos escândalos de corrupção. "A hecatombe econômica que se abateu sobre o país está associada ao PT, embora essa ligação tenha sido mais forte há dois anos", assevera. A questão do programa eleitoral nem é a mais determinante, segundo Melo, pois o eleitor médio escolhe o candidato antes de conhecer seu programa. "Em contexto de grande fragmentação entre as candidaturas, as eleições são definidas pela menor taxa de rejeição. Isso se tornará ainda mais claro no segundo turno, uma vez que os eleitores escolherão o candidato que considerarem menos indesejável. O eleitor médio rejeita inflação e desemprego", afirma.

Já para o cientista político Luciano Dias, da consultoria CAC, de análise e estratégias políticas, "o eleitor quer é inflação baixa" e começa a estar mais desconfiado da estatização e da intervenção do Estado na economia. "Mas a abertura comercial é uma coisa mais distante da realidade do eleitor. Acho que depende muito da habilidade dos candidatos que estão aí de formular essas demandas numa linguagem aceitável." Ele afirma que não se surpreende com o cenário eleitoral incerto neste momento. Ao contrário, considera natural haver um grande número de indecisos nesta época do ano, pois julho é um mês em que os nomes se consolidam e não deve haver mudanças com o início da propaganda obrigatória. "A história de que o horário eleitoral define uma eleição não corresponde à realidade das séries históricas." Para Aragão, da Arko, por outro lado, o cenário de imprevisibilidade tende a se manter pelo menos até o início do horário eleitoral, no dia 31 de agosto ("salvo a ocorrência de algum fato novo de grande repercussão"). "Contribuem também para esse cenário a ausência dos programas partidários, que em eleições anteriores eram utilizados pelas legendas para testar seus presidenciáveis, e o fato de as campanhas terem agora somente 45 dias de duração." ■

A FIA é muito mais que uma escola de negócios.
É Graduação, Pós-Graduação, MBA, Mestrado e Consultoria para empresas.

Isso faz diferença.



Nascemos em 1980 com a ambição de ser a melhor escola de negócios do Brasil. 38 anos depois descobrimos que fomos além. Na área do ensino construímos o curso de Graduação em Administração mais bem avaliado do País. Trouxemos o primeiro MBA Executivo para o Brasil e hoje nossos cursos são reconhecidos nacional e internacionalmente, formando profissionais com visão global e competência prática. Formamos parcerias com Universidades renomadas na Europa, América Latina, Estados Unidos e Ásia, o que nos colocou entre as melhores escolas de negócios do mundo. Nossa busca pela inovação nos levou a criar uma das consultorias nacionais mais respeitadas do mercado, que já realizou mais de 5000 projetos para empresas públicas e privadas, sempre através do desenvolvimento de metodologia própria.

Tudo isso e muito mais faz a FIA. Isso faz diferença.

www.fia.com.br

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO

4barra12

NO COMBATE ÀS MENTIRAS

PARA SE PROTEGER DAS NOTÍCIAS FALSAS, EMPRESAS MONTAM NOVAS ESTRATÉGIAS DE RESPOSTAS RÁPIDAS E FIRMES

Com o avanço da tecnologia, está cada vez mais fácil montar fotos, vídeos e áudios para produzir notícias falsas, as fake news. Espalhadas pela internet, elas atingem de imediato a reputação de políticos, personalidades e organizações e, por isso, têm despertado cada vez mais a atenção para seu impacto nos negócios. Elas são motivo de preocupação para 85% dos representantes de 52 empresas nacionais e internacionais ouvidos pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) entre fevereiro e abril de 2018. Ainda assim, a reação é lenta. O mesmo levantamento revelou que 67% das empresas ainda não montaram estratégias contra esse risco.

THINKSTOCKPHOTOS

Davi Tuffi, CEO da Microcamp, diz que a rede de escolas de informática já foi atacada: "Fomos vítimas de criminosos digitais que difamaram e denegriram a imagem da empresa e de seu fundador na internet". Na Microcamp, os departamentos de TI e de Comunicação recorrem a ferramentas de busca para verificar notícias e o Departamento de Inteligência Estratégica é acionado para identificar autores de fake news. Segundo o CEO, os resultados têm sido bons em razão do trabalho minucioso de pesquisa e investigação, mas não se descarta a contratação de um serviço externo, se necessário. "Infelizmente, as fake news não vão parar. As pessoas sentem uma necessidade quase doentia de dar opinião sobre tudo, de se exporem e espalharem boatos."

O perigo maior das fake news, de acordo com Hamilton dos Santos, diretor-geral da Aberje, é a facilidade atual para divulgar o material falso. "O que apenas grandes grupos de comunicação tinham condições de fazer há 30 ou 40 anos, hoje qualquer um monta no celular: insere a imagem de uma pessoa, por exemplo, em um contexto em que não esteja. A tecnologia permite essa mágica, e a qualidade da produção aumenta a dificuldade de distinguir o falso do verdadeiro. As fake news são usadas como arma para espionagem industrial, guerra comercial e campanha política. Até que se produza a defesa contra a mentira, o estrago já está feito." Todos os segmentos do mercado são vulneráveis a esse fenômeno. "Mas alguns podem sofrer consequências mais danosas e muito rapidamente, como a indústria alimentícia e a farmacêutica", afirma. Se um boato diz que determinado produto está contaminado, o prejuízo pode ser enorme. Se é sobre um remédio, o cliente fica com medo de tomá-lo, pelo risco, e também de não tomar e ter problemas posteriormente.

Pesquisadores internacionais classificam as fake news como *misinformation* (repassadas por

"INFELIZMENTE, AS FAKE NEWS NÃO VÃO PARAR. AS PESSOAS SENTEM UMA NECESSIDADE QUASE DOENTIA DE DAR OPINIÃO SOBRE TUDO, DE SE EXPOREM E ESPALHAREM BOATOS", AFIRMA DAVI TUFFI, CEO DA MICROCAMP

CELSO DE MENEZES

O futuro não é o que você sonha, mas o que você realiza.

Nossas inovações ajudam as cidades a usar menos energia, deixar o ar que respiramos mais limpo e transformar o transporte elétrico em uma realidade prática. Por isso, na BASF, somos otimistas com relação ao futuro.

Saiba mais em wecreatechemistry.com

BASF
We create chemistry

negligência), *disinformation* (quando se usa uma notícia com base real para prejudicar alguém) e *mal-information* (quando se cria uma notícia deliberadamente para causar danos). As *deep* fake news são ainda mais elaboradas, pois se valem de tecnologia, por exemplo, para o mapeamento de rostos e para a produção de fotos e vídeos, assim como de áudios com trechos de gravações linkados para resultados mentirosos. É cada vez mais difícil separar a realidade da manipulação digital, e é enorme o risco de perder a própria percepção do que é ou não real.

Estudo realizado por pesquisadores do Massachusetts Institute of Technology (MIT), nos Estados Unidos, intitulado *The Spread of True and False News Online*, revelou que notícias falsas correm com maior rapidez e alcançam mais longe do que as verdadeiras, na proporção de 70% para 30%. São "aceitas" porque usam linguagem simples e apelam para sentimentos como medo e ódio – espalhando-se principalmente via Twitter. Na maior parte das vezes, segundo o estudo, os retuítes são de pessoas que não checam informações, e não de *bots* (programas que imitam ações humanas). No Brasil, o Monitor do Debate Político no Meio Digital, grupo de pesquisa da Universidade de São Paulo, detectou que as notícias falsas se espalham a partir de grupos de família.

Atualmente, as empresas estão com uma visão diferente, afirma Santos, da Aberj. "Antes era questão de relações públicas, de gestão de crise, relações institucionais, aquelas correntes de 'melhor não falar' e esperar passar. Hoje, estão mais firmes na contratação de serviços de checagem de fatos e aprendem a reagir." Segundo ele, as companhias criaram uma cultura de responder pontualmente a cada ataque sofrido, de maneira rápida, assertiva e transparente. "Uma empresa que resolva 'dourar a pílula' [*falseando informações a seu favor*] também está condenada, porque sua mentira não vai se sustentar por mais de dois ou três segundos", reitera.

DIVULGAÇÃO

"AS FAKE NEWS SÃO USADAS COMO ARMA PARA ESPIONAGEM INDUSTRIAL E GUERRA COMERCIAL. ALGUNS SEGMENTOS PODEM SOFRER CONSEQUÊNCIAS MAIS DANOSAS, COMO A INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA E A FARMACÊUTICA", DIZ HAMILTON DOS SANTOS, DA ABERJE

Vice-presidente de Comunicação e Responsabilidade Social Corporativa e líder do Comitê LGBT+ da AccorHotels, Antonietta Varlese observa que as notícias falsas se tornaram mais agressivas. "Nós não sofremos especificamente com as fake news, mas no geral os boatos podem, sim, causar prejuízo a empresas e a produtos", afirma. "Os departamentos de comunicação estão mais sintonizados com as mídias sociais, porque existem veículos especializados em criar alvoroço, e qualquer nota pode prejudicar compras, vendas, valores de mercado. O monitoramento é intensificado nos *quiet periods* da comunidade financeira, quando investidores e analistas estão mais ansiosos", diz Antonietta. Ela se refere ao período obrigatório de silêncio que antecede as divulgações de balanços das empresas listadas na Bolsa. Como tudo corre muito rápido, segundo a executiva, a resposta às notas especulativas precisa ser imediata, como uma gestão de crise. Dependendo da força dos boatos, a empresa mobiliza todo um time para mitigar os prejuízos. "Rapidez é a chave contra as notícias falsas." ■

UM PEDAÇO DA ITÁLIA

O PISELLI SUD É UMA EXCELENTE OPÇÃO GASTRONÔMICA NO SHOPPING IGUATEMI

ROMULO FIALDINI

Piselli Sud: clássicos italianos em instalações luxuosas. No detalhe, o *restaurateur* Juscelino Pereira

Quem visita o Shopping Iguatemi São Paulo e busca uma ótima opção de almoço, jantar ou happy hour certamente se surpreenderá com o Piselli Sud. O restaurante surgiu em 2015 graças a um convite do próprio Carlos Jereissati, do Grupo Iguatemi, ao *restaurateur* Juscelino Pereira. Localizado no piso térreo do shopping, tem fácil acesso e visualização de suas luxuosas instalações, de arquitetura assinada pelo renomado escritório Carbondale. Mas a grande estrela do Piselli Sud é sua gastronomia, baseada em receitas clássicas italianas e outras inspiradas no sul da Itália. As massas são feitas diariamente na própria casa e a carta de vinhos tem 130 rótulos, incluindo alguns exclusivos de importação própria, tanto europeus quanto do Novo Mundo. Seja para almoço de negócios ou café à tarde, seja para happy hour com amigos ou jantar em família, o Piselli Sud é sempre uma ótima opção, já que não há intervalo no serviço nem redução de cardápio.

Entre os pratos clássicos italianos estão tortelli di zucca con fonduta di pecorino (massa recheada de abóbora coberta com molho de queijo pecorino e chia) e ravioli di fontina alla crema di tartufo nero (ravioles recheados de queijo fontina cobertos com creme de trufa negra e cogumelos frescos). Nas opções da culinária do sul da Itália, destaque para calamaretti alla griglia con l'insalatina (lulas grelhadas com salada de folhas verdes e molica), de entrada, e grigliata mista con tagliolini neri alle erbe (camarões, lulas, polvo e peixe fresco grelhados com tagliolini negro ao azeite e ervas). Quanto aos pratos de carnes, destaque para saltimbocca alla romana (escalopes de filé mignon grelhados com presunto de Parma, molho demi-glace e nhoque com manteiga e sálvia) e ossobuco alla milanese com polenta. E, para finalizar, há sobremesas tradicionais, como tiramisù e cannoli siciliani (doce típico da Sicília, recheado com ricota, frutas cristalizadas e pistache).

Especialmente para happy hour, o Sud oferece, de terça a sexta-feira, das 17 às 20 horas, a *ora felice*, com delícias exclusivas, como espetinho caprese, focaccia e uma sugestão do chef a cada dia. "Parabéns ao LIDE pelos 15 anos. Em julho, o Piselli completou 14 anos juntamente com meu aniversário e há alguns anos temos uma boa parceria. Desejo mais sucesso e que possamos continuar juntos por muitos anos mais!", finaliza Juscelino. ■

SERVIÇO

Piselli Sud

Av. Faria Lima, 2.232 / piso térreo / Shopping Iguatemi São Paulo

www.piselli.com.br

P·I·S·E·L·L·I SUD

BEM-VINDO AO CLUBE

COM FOCO EM CONSUMIDORES QUE BUSCAM CURADORIA E BOA RELAÇÃO CUSTO-BENEFÍCIO, GRUPOS DE ASSINATURA SE EXPANDEM NO PAÍS

THINKSTOCKPHOTOS

Mais do que uma simples compra, uma experiência de consumo única pela internet. O cliente recebe em casa ou no trabalho uma caixa com uma seleção de determinado produto ou linha de certa marca por meio de uma assinatura online. Essa é a proposta dos clubes de assinatura, modalidade de e-commerce que se multiplica no país. Entre os setores que já possuem esse serviço estão livros infantis e adultos, bebidas, alimentos e produtos de beleza. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o faturamento desse modelo de negócios em 2017 foi de R$ 725 milhões, com um número aproximado de 735 clubes – alta de 5% em comparação com 2016, cuja receita foi de R$ 690 milhões para 700 clubes. Em 2018, a expectativa do setor é faturar R$ 782 milhões, crescimento de 8%.

O FATURAMENTO DESSE MODELO DE NEGÓCIOS EM 2017 FOI DE R$ 725 MILHÕES, COM UM NÚMERO APROXIMADO DE 735 CLUBES. PARA 2018, A EXPECTATIVA DO SETOR É FATURAR R$ 782 MILHÕES, CRESCIMENTO DE 8%

Há duas divisões no segmento de clubes de assinatura: as empresas de entrega de itens de uso recorrente, como produtos de beleza, e aquelas que propõem artigos com curadoria, como caixas com vinhos, cervejas e livros. Entre as principais vantagens para o cliente estão o melhor custo-benefício em relação às lojas físicas e a comodidade de receber em seu endereço. Os contratos são de diferentes periodicidades, de mensais a anuais, e poupam o consumidor de compras online passo a passo. Para as empresas desse setor, é uma forma de fidelizar os clientes e garantir pagamentos recorrentes. Comparado com o modelo convencional de e-commerce, os clubes de assinatura permitem opções dirigidas a diferentes perfis de consumidores e um mix de produtos que ainda não foram descobertos pelo mercado.

A TAG oferece dois tipos de assinatura: a de livros indicados por personalidades e a que traz best-sellers

Pioneira no segmento de clubes de assinatura de vinhos, a Wine.com.br se lançou há oito anos com o propósito de ir além da venda de vinhos. Com 140 mil assinantes, a plataforma oferece uma experiência personalizada. "Temos um time motivado a entregar grandes vivências, cuidamos dos nossos clientes e nos preocupamos com cada detalhe da experiência deles", diz Marcela Ulian, diretora de Marketing da Wine.com.br. No ano passado, foram 11 milhões de garrafas vendidas e R$ 400 milhões em faturamento – valor que inclui o clube de vinhos, o clube de cerveja e as vendas avulsas online. Para este ano, a projeção da empresa é que esse montante fique entre R$ 550 milhões e R$ 600 milhões. "Queremos ir além de entregar produtos de qualidade. Focamos o relacionamento", comenta Marcela. "Também temos experiências exclusivas para nossos assinantes fiéis, como jantares harmonizados e encontros para lançamentos."

O comércio eletrônico é um canal que se transforma rapidamente, de acordo com o comportamento dos consumidores de diversos produtos. "Fazer assinatura é mais do que enfiar produtos dentro de uma caixa e despachar pelos Correios. Há uma lógica de valor diferente. Sempre fomos muito cuidadosos

FOTOS: NATALIA PEGORERR

Arthur Dambros, diretor de Marketing e sócio-fundador da TAG: 35 mil assinantes e R$ 14,7 milhões de faturamento em 2017

tudo

Realização:
JHSF

RESIDÊNCIAS DE CAMPO INTEGRADAS AO PRIMEIRO CIRCUITO PRIVADO DE **TRIATHLON** DO BRASIL.

ARQUITETURA TRIPTYQUE
CIRCUITO ININTERRUPTO

Localizado no melhor empreendimento de campo do Brasil, **Sports House** é um projeto de vanguarda que une um completo parque esportivo e casas com arquitetura assinada pela **Triptyque.** Suas residências de **531 e 576m², em terrenos individuais a partir de 2.000m², de frente aos lagos e jardins da região, têm acabamento de alto padrão** e são integradas a um **circuito de triathlon ininterrupto**, com **lago para treino e Sports Club House com equipamentos de última geração**, únicos na América Latina.

A partir de R$ 4.700.000.

PROJETO ESPORTIVO
BOY SIQUEIRA

SPORTS HOUSE

Fazenda Boa Vista

Intermediação:
COELHO DA FONSECA
PRIVATE BROKERS
Creci J-961

Vendas 11 3702 2121 | boavista.com.br | @fazendaboavista
atendimento@centraldevendasfbv.com.br | Showroom no km 102,5 Rod. Castello Branco

Lançamento Fazenda Boa Vista. Ofício de Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Boituva - SP. Matrícula 7.573 – Loteamento registrado sob R.07 de 07/06/2013. Em conformidade com a legislação vigente, as fotos, perspectivas e plantas deste material são meramente ilustrativas e podem sofrer alterações sem aviso prévio. Não há garantia de prazo ou consecução da totalidade das amenities ou de qualquer outro elemento constantes deste material, em virtude da dependência de aprovação por órgãos públicos e entidades administrativas. Este material foi preparado com finalidade exclusivamente informativa, e não deve ser interpretado como uma recomendação de investimento. Os valores indicados são válidos para pagamento à vista, nesta data, e sujeitos à disponibilidade do produto e às especificações contidas no memorial descritivo.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Henrique Zanuzzo, da OneMarket, focou a dieta saudável e pretende aumentar o faturamento em 79% neste ano

Molhos, snacks, sucos, bolos e barrinhas estão entre os produtos que podem ser encontrados nas caixas da OneMarket para quem tem restrição alimentar

com essa questão e por isso seguimos fortalecidos", afirma Arthur Dambros, sócio-fundador e diretor de Marketing da TAG. Com 35 mil assinantes ativos, a plataforma, criada em 2014, disponibiliza dois tipos de plano de assinatura para livros: numa, grandes nomes da literatura indicam uma leitura para cada edição mensal de box; em outra, são selecionados best-sellers internacionais, traduzidos em primeira mão. No ano passado, a TAG faturou R$ 14,7 milhões e para este ano a expectativa é de R$ 25 milhões a R$ 30 milhões. "Queremos espalhar a leitura cada vez mais. É sempre um desafio num país de poucos leitores em uma época de 280 caracteres", afirma Dambros.

Democratizar o acesso à dieta saudável é o objetivo da OneMarket, que também se preocupa com quem tem restrição a certos alimentos, como glúten e lactose. "Vimos que supermercados e outros varejistas não atendiam esse público com uma variedade de produtos e preços acessíveis. Com o tempo, fomos ganhando mais expertise na área de alimentação restritiva e percebemos que conseguiríamos ampliar nosso público", relata Henrique Zanuzzo, CEO da OneMarket. A plataforma opera nacionalmente, faturou R$ 7 milhões em 2017 e pretende alcançar R$ 12,5 milhões neste ano. Com 5,65 mil clientes assinantes, reúne sete clubes de assinatura. No GlutenFreeBox, responsável por 50% do faturamento da empresa, os boxes são recheados com produtos que vão de snacks a sucos. Para a empresa, é fundamental conhecer o fornecedor e o processo de fabricação de cada alimento. "Os fornecedores nos enviam os produtos para investigarmos, testarmos e provarmos. Assim, sabemos como são feitos e se há possibilidade de contaminação cruzada, por exemplo", revela Henrique. ■

FOBBRASIL

QUALIDADE DE VIDA E BEM-ESTAR

SERVIÇOS INTEGRADOS GARANTEM MAIS PRODUTIVIDADE ÀS EMPRESAS E DEIXAM OS COLABORADORES MAIS DISPOSTOS E MOTIVADOS

Oferecer um ambiente limpo, funcional e confortável é fundamental para os colaboradores desempenharem melhor seu trabalho. Quando as condições estão adequadas, eles executam as tarefas de maneira mais efetiva. Boa iluminação e climatização adequada impactam na produtividade de modo positivo. Baixa luminosidade e ruídos, ao contrário, provocam cansaço e insatisfação, prejudicando a atuação. A má qualidade do ar pode inclusive causar doenças e problemas de saúde, o que indiretamente resulta em prejuízos.

Já limpeza eficaz, serviços adequados de manutenção de ar-condicionado e outros equipamentos, além de espaços de conveniência bem cuidados, levam as pessoas a trabalhar dispostas e motivadas, com poucas faltas devido a problemas de saúde.

As organizações enfrentam no dia a dia o desafio de proporcionar um ambiente de trabalho ideal e melhorar sua produtividade. Isso pode ser alcançado por meio de um parceiro especialista que cuide de tudo que esteja fora do escopo de negócio da empresa.

Especialista em cuidar de pessoas, a Sodexo conta com equipes especializadas para levar as melhores soluções a todos a quem serve. A empresa está há 40 anos no Brasil oferecendo serviços integrados de excelência com o objetivo de promover saúde, conforto e bem-estar a seus clientes e consumidores.

A Sodexo atua de forma estratégica na execução de uma ampla gama de serviços nos segmentos Corporativo, Saúde, Educação e Energia & Recursos. Os serviços de alimentação e facilities incluem desde restaurantes, cafeterias e gastronomia clínica até limpeza e conservação, manutenção, recepção, jardinagem e gestão de ativos, sempre visando mais conforto e qualidade no dia a dia das pessoas.

Com soluções específicas para cada cliente, do desenho da solução ao gerenciamento e à execução dos serviços, a Sodexo é a parceira ideal para propiciar tranquilidade e foco no desenvolvimento dos negócios. ■

Equipe especializada para fornecer serviços de facilities e alimentação

sodexo
SERVIÇOS DE QUALIDADE DE VIDA

EFICIÊNCIA É A NOSSA FÓRMULA.

Há 63 anos a **Refit** faz parte da história do petróleo no Brasil e trabalha dia e noite para levar mais opção para o consumidor.

Sempre focada na produção de gasolina com qualidade a preço justo.

ESSE É O NOSSO COMPROMISSO.

#CONTECOMAREFIT
#QUALIDADEEPREÇOJUSTO

Refit
EFICIÊNCIA É A FÓRMULA
www.refit.com.br
/RefitRefinaria /Refit.refinaria

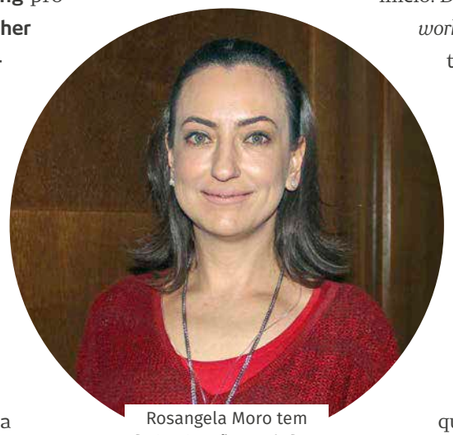
CORAGEM E COERÊNCIA

A ADVOGADA ROSANGELA MORO FALA EM EVENTO DO LIDE MULHER SOBRE OS DESAFIOS NA CARREIRA E COMO LIDA COM A FAMA DO MARIDO, O JUIZ SERGIO MORO

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Nadir Moreno, presidente do LIDE Mulher; Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria; Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna; e Rosangela Moro

A advogada tributarista Rosangela Wolff Moro tem aparência delicada. Não falta, no entanto, robustez de atitude a essa mulher, que, nos últimos anos, viu sua vida – e a de sua família – passar por uma revolução. Rosangela foi a convidada especial do **Mentoring** promovido em junho pelo **LIDE Mulher – Grupo de Mulheres Líderes Empresariais**. Durante o almoço realizado em São Paulo, ela falou sobre os desafios que surgiram à sua frente, inesperadamente, e como tem superado um a um – sem perder a coerência com suas convicções, princípios e personalidade. Nadir Moreno, presidente do LIDE Mulher, comandou o Mentoring, que teve a participação de executivas e empresárias de peso, como Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, Angela Hirata, presidente da Japan House, Sonia Hess, empresária da Warburg Pincus, e Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria. Casada com um dos homens mais comentados, aclamados e, algumas vezes, criticados, em razão da polarização em torno da Lava Jato, o juiz federal Sergio Moro, Rosangela desnuda de forma corajosa o turbilhão visceral que transformou sua vida a partir daquele março de 2014, quando a operação teve início. De uma forma bastante serena, ela, *workaholic* assumida, classificou os obstáculos a transpor, que vão de fake news, segurança da família, constrangimentos sociais, críticas, ofensas, perda da liberdade a abordagens indelicadas. "Deve ter um monte de mulher no pé dele, né?", escutou certa vez de uma autoridade. Fibra, equilíbrio e, em especial, determinação têm sido fundamentais na nova rotina, exatamente para que continue a ter a vida profissional, familiar e social que sempre defendeu.



Rosangela Moro tem forte atuação na defesa de causas sociais

A advogada curitibana reconhece que não há como desvincular os últimos quatro anos da Lava Jato e seus efeitos em todos os aspectos de sua vida. "De repente meu marido passa a ser chamado de herói nacional. Foi aí, em agosto de 2015, que caiu a ficha sobre a dimensão do que nos cercava", afirmou Rosangela. "Temos clara consciência de que a solução para um Brasil melhor não virá só do Judiciário. Os empresários e toda a sociedade têm sua responsabilidade."

O primeiro dos desafios pessoais da advogada foi justamente o de "perder a identidade" diante da popularização em torno do nome do marido, o que ela aceita de forma humilde. Mas soube transformar em solução o que seria um problema: mergulhou ainda mais no trabalho para ocupar seu próprio espaço e hoje tem forte atuação na defesa de causas sociais. "Nunca trabalhei tanto na minha vida como nos últimos quatro anos. Minha equipe de três pessoas passou para nove profissionais. Achei meu espaço."

Viviane Senna, que tem um importante trabalho à frente do Instituto Ayrton Senna, reforçou quanto o imponderável transforma vidas – lembrando a morte precoce do irmão, também considerado um herói nacional – e quanto a atitude, e não o fato, determina a superação. "Temos sempre uma escolha: amargurar no mal ou definir o que podemos fazer com o inesperado. A decisão ética de transformar algo potencialmente ruim em uma situação positiva. E isso, inclusive, a partir de pequenas escolhas do dia a dia", reforçou Viviane.

Mas é justamente a inclusão social, um assunto no qual ela acabou entrando de cabeça, que faz brilhar os olhos de Rosangela. "Empresas que investem na inclusão social ganham mais. As companhias têm de entender que é mais barato obedecer à legislação do que se submeter às multas. Além do mais, a diversidade melhora a qualidade de trabalho de forma geral. É uma bandeira que defendo."

Questionada sobre a interferência da Lava Jato em seu trabalho, Rosangela é categórica ao dizer que

"TEMOS CLARA CONSCIÊNCIA DE QUE A SOLUÇÃO PARA UM BRASIL MELHOR NÃO VIRÁ SÓ DO JUDICIÁRIO. OS EMPRESÁRIOS E A SOCIEDADE TÊM SUA RESPONSABILIDADE", DIZ ROSANGELA WOLFF MORO

Mentoring promovido pelo LIDE Mulher em São Paulo com a presença de Rosangela Moro

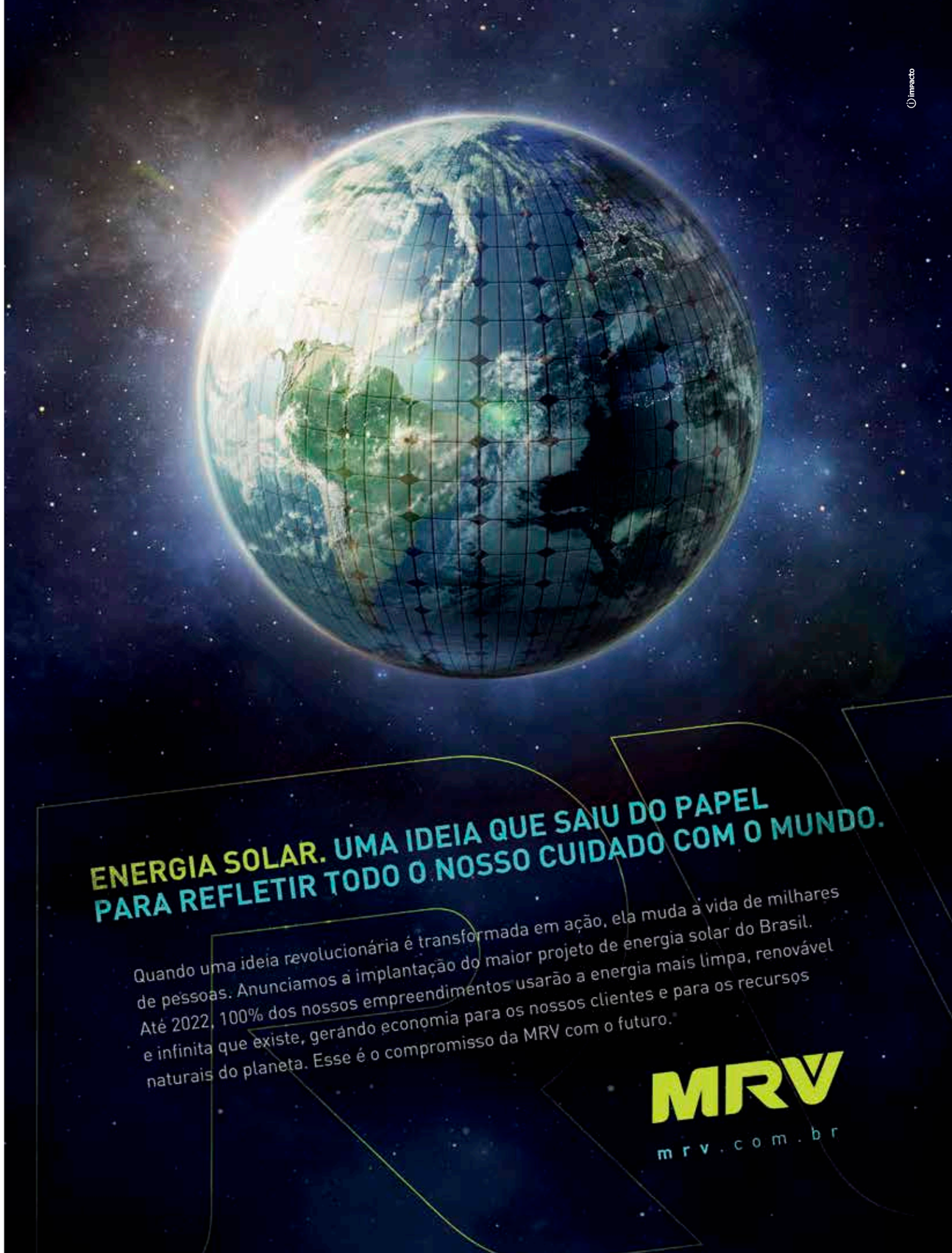
Da esquerda para a direita, as integrantes do comitê do LIDE Mulher: Nadir Moreno, Celia Pompeia, Bia Cruz e Geovana Quadros

Viviane Senna falou sobre superação no evento em São Paulo que teve Rosangela Moro como convidada especial

não tem ligação alguma com a Terceira Vara – onde estão os processos da operação. "A Justiça faz o que tem de fazer. É preciso o cumprimento de pena. A pessoa tem livre arbítrio para decidir fazer ou não algo errado, sabendo que toda causa tem uma consequência. Mesmo assim, não comemoro nenhuma prisão. Ao contrário, acho muito triste para o país."

Entre todas as atividades, há uma coisa da qual realmente ela não abre mão: a agenda com os filhos. "Foi libertador aprender a dizer não. Dessa forma consigo ter mais tempo para meus filhos, especialmente nos fins de semana." Além de não ter a consciência culpada por recusar o que não considera prioritário, Rosangela também faz referência à atitude de delegar. "Delegue e empodere sua equipe. Não só nas palavras, mas dê possibilidade real de comando."

Rosangela concluiu a apresentação com uma frase bastante usada pela avó, sabedoria popular que faz o maior sentido em relação ao momento que vive: você quer ser feliz ou ter razão? "Escolho a felicidade", declarou, sorrindo. ■



SOLUÇÕES JURÍDICAS PERSONALIZADAS

O MDT ADVOGADOS ASSOCIADOS ATUA NAS DIVERSAS ÁREAS DO DIREITO, COM ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA

DIVULGAÇÃO

Os sócios Paulo Iasz de Morais, Celina Toshiyuki e Domenico Donnangelo Filho

Paulo Iasz de Morais, Domenico Donnangelo Filho e Celina Toshiyuki são os sócios do MDT Advogados Associados, escritório com sede em São Paulo e atuação nas principais áreas do Direito. Um dos diferenciais do MDT é a oferta de uma assessoria personalizada no trato com cada um de seus clientes, que em sua maioria são empresas, do Brasil e do exterior. O atendimento de excelência é cada vez mais exigido hoje, em um cenário competitivo e globalizado, e esse é outro aspecto que se destaca como fundamental para os sócios e associados do MDT.

O escritório busca soluções adequadas e objetivas para as questões de natureza legal mediante análise criteriosa de cada problema. Além do rigor analítico, elabora propostas de forma integrada. Considerados os diversos aspectos jurídicos aplicáveis a casos concretos ou a questões analisadas, o MDT ainda avalia riscos de cada demanda nas propostas que apresenta a clientes, com quem mantém mesmo uma relação pessoal.

Além da atuação direta dos sócios, o escritório é formado por profissionais especializados em Direito Criminal, Civil, do Trabalho, Tributário, Empresarial, da Família e Sucessões. ■

MORAIS DONNANGELO TOSHIYUKI
ADVOGADOS ASSOCIADOS

PRÓXIMO DESTINO: PERU

CUSCO SEDIARÁ O PRÓXIMO MEETING INTERNACIONAL DO LIDE, UMA OPORTUNIDADE PARA NOVOS NEGÓCIOS E EXPERIÊNCIAS ÚNICAS

FOTOS: THINKSTOCKPHOTOS

Praça de Armas em Cusco. A cidade é repleta de referências à mistura das culturas inca, espanhola e andina

A cidade de Cusco foi escolhida para sediar, no segundo semestre deste ano, o **23º Meeting Internacional do LIDE**. O evento reúne há duas décadas líderes do setor privado e público com o objetivo de fortalecer relacionamentos e promover intercâmbio cultural e negócios bilaterais. A escolha é bastante oportuna. O Peru está em um ótimo momento econômico e merece o olhar atento do empresariado brasileiro.

O governo peruano vem implantando uma política de investimentos – que atingiram 21,4% do PIB em 2017 –, além de medidas de estímulo comercial. Entre elas está a redução a 0% da taxa de impostos de importação de produtos brasileiros a partir de janeiro de 2019, regra que também valerá no Brasil para as importações de artigos peruanos. Além disso, como o país mantém acordos de livre comércio com mercados-chave, como os Estados Unidos e a China, será possível a um empresário brasileiro, por exemplo, montar uma fábrica em território peruano e exportar a produção para essas localidades e para o próprio Brasil sem pagar imposto. "O Peru precisa crescer e queremos atrair parceiros fundamentais, como o Brasil, que também deseja ampliar seus negócios com novos mercados e ter uma saída para o Pacífico", assegura o cônsul comercial do Peru no Brasil, Antonio Castillo. Em abril de 2016, Brasil e Peru já haviam assinado um acordo de livre comércio para o setor automotivo, além de tratados de compras governamentais, de serviços e de facilitação de investimento.

A capital Lima reflete o dinamismo da economia peruana. Segundo o FMI, o PIB do país crescerá 3,7% neste ano, com uma taxa de inflação de 2,3% e desemprego de 6,7% da população

O COMÉRCIO COM O BRASIL TERÁ IMPOSTOS ZERADOS A PARTIR DE 2019. O PERU IMPORTA PRINCIPALMENTE VEÍCULOS E EXPORTA MINÉRIOS NAS TRANSAÇÕES BILATERAIS

O Peru mantém fortes laços comerciais com o Brasil. Grandes empresas, como Gerdau, Tigre, Randon e Votorantim Metais, fazem parte dos bons números da economia peruana. Entretanto, segundo Castillo, há muito espaço para médias e pequenas empresas investirem no país, principalmente nos setores agrícola, de alimentos, cosmético, de tecnologia, hotelaria, turismo e vestuário. "Estamos empenhados em assessorar empresários dos dois países para fomentar cada vez mais o comércio bilateral", afirma. O balanço comercial é favorável ao Brasil, que em 2017 movimentou US$ 2,3 bilhões em exportações para o Peru e US$ 1,6 bilhão em importações, segundo o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. O Brasil exporta para o vizinho principalmente veículos de carga (7,9%), automóveis de passageiros (7,7%), autopeças (6,6%), máquinas, ferro e aço (5,6%), produtos petroquímicos (5,4%) e manufaturados (4,6%). Importa em especial minério de cobre (21%), zinco (21%) e nafta (20%).

O Peru emplacou nos últimos seis anos um crescimento econômico acima da média em relação a seus vizinhos sul-americanos. No mundo, o país ocupa o 32º lugar nesse quesito no levantamento feito neste ano pela agência classificadora de crédito brasileira Austin Rating, ultrapassando, inclusive, o Brasil, em 45º lugar. A alta do Produto Interno Bruto (PIB) chegou a 6% em 2012 e, de lá para cá, nunca esteve abaixo de 2,4% (número registrado em 2014). De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), o PIB peruano crescerá 3,7% neste ano, com uma taxa de inflação de 2,3% e desemprego de 6,7% da população.

Ainda assim, o avanço econômico foi turvado por instabilidade política, com denúncias de vínculos entre a Odebrecht e o presidente Pedro Pablo Kuczynski, culminando em sua renúncia em março passado. Seu sucessor, o vice-presidente Martín Vizcarra, assumiu a Presidência em 23 de março, com um discurso focado em desenvolvimento para os 31,8 milhões de habitantes.

A economia peruana é baseada na agricultura (café, cacau, coca,

thenest.com.br

COMOLATTI

MAIS DE 60 ANOS DE TRADIÇÃO E LIDERANÇA.

QUINZE DELES AO LADO DO LIDE.

Parabéns **LIDE**, por seus 15 anos de sucesso. O **Grupo Comolatti** tem a satisfação de estar presente desde o início, apoiando a visão de liderança e empreendedorismo que o LIDE trouxe ao mercado. Estamos orgulhosos em fazer parte dessa história.

DASA Distribuidora Automotiva · Pellegrino · CAR · Pit Stop · MAN TIETÊ Caminhões e Ônibus · COFIPE IVECO · BERNINA · TERRAÇO ITÁLIA

www.comolatti.com.br

GASTRONOMIA PREMIADA INTERNACIONALMENTE

O Peru é conhecido como um dos melhores destinos culinários do mundo. Três restaurantes peruanos estão na lista dos 50 melhores no ranking da revista *Restaurant*, a mais importante em gastronomia (Central, em 6º; Maido, em 7º; e Astrid y Gastón, em 39º). O país é a terra de chefs como Virgílio Martinez, Mitsuharu "Micha" Tsumura e Gastón Acurio (*foto*) – este último um dos mais badalados e bem-sucedidos da gastronomia mundial. Acurio tem restaurantes no Peru e filiais espalhadas pelo mundo (Astrid y Gastón, Tanta, Yakumanka, Panchita, La Mar, El Bodegón, Chicha, Melate, Papachós, Madam Tusan e Barra Chalaca), é autor de livros, dono de escolas de gastronomia, estrela de programas de TV, além de dirigir franquias ao redor do globo.

DIVULGAÇÃO

Muito do sucesso da gastronomia peruana se deve à base multicultural do país e à fusão das culinárias indígena e espanhola com toques asiáticos, que constitui sua essência. Os ingredientes básicos são peixes e frutos do mar, milho, arroz, batata e frango, além de plantas como quinoa, kiwicha e amaranto – tudo temperado com *ajís*, as famosas pimentas peruanas. O *cuy* – a carne do porquinho-da-índia – é usado desde os tempos antigos por povos da região em festas ou datas especiais. Também é apreciado por ser uma carne rica em proteínas (21%) e possuir baixo teor de gordura (7%).

O cuychactado é um prato feito com *cuy* frito, acompanhado de batatas cozidas, milho e bastante tempero. O mais famoso, no entanto, é o ceviche. Preparado principalmente com peixe branco cozido (hoje é feito até com atum) apenas no sumo de limão, com milho, coentro, *ají* e cebola roxa. Mas há outras opções tão interessantes (e gostosas), como o lomo saltado (fatias de filé, legumes e batatas fritas, cobertos por um molho à base de shoyu e arroz) e a causa limeña (que leva batatas, alface, milho, ovo cozido, palta – que é um abacate –, queijo e azeitona, e é acompanhada de frango, atum ou mariscos). São muitas opções. Em todos os restaurantes é servida uma sopa de entrada – e para acompanhá-la é bastante usual acrescentar algum tipo de batata. Para ter uma ideia, no mundo existem em torno de 5 mil variedades de batata, sendo 3 mil peruanas. Tudo vai bem com dois drinks tipicamente peruanos: o pisco sour, "caipirinha" de aguardente de uva com limão, e a chicha morada, refresco de milho roxo fervido com especiarias e frutas, servido gelado.

PROMPERU

Lomo saltado (fatias de filé, legumes e batatas fritas, cobertos por um molho à base de shoyu e arroz)

MUITO DO SUCESSO DA GASTRONOMIA PERUANA SE DEVE À FUSÃO DAS CULINÁRIAS INDÍGENA E ESPANHOLA COM TOQUES ASIÁTICOS

Inteligência de Mídia para fortalecer sua Marca

Receba análises e indicadores de exposição em mídia espontânea dos assuntos que interessam à sua empresa, com o Relatório de Imagem da PR Newswire.

Acompanhe o desempenho de marcas, produtos, o mercado e personalidades.

Obtenha comparativos de performance dos seus concorrentes, a evolução do setor e da audiência.

Fique por dentro dos nossos produtos:

Distribuição

Envie suas notícias por meio da maior rede de distribuição do mundo.

Monitoramento

Monitore notícias sobre a sua empresa e informações relevantes para o seu negócio.

Análise

Ferramentas de análise para mensurar a exposição da sua marca em todas as mídias online, offline e social.

Mensuração

Avalie suas métricas para se certificar de que a campanha está performando.

PR Newswire
a CISION company

Entre em contato:
comunicacao@prnewswire.com.br
11 2504-5100
www.prnewswire.com.br

CUSCO E MACHU PICCHU SÃO DESTAQUES NO TURISMO

O Peru é um país de contrastes. Abriga um dos mais áridos desertos do mundo – o Atacama –, cumes nevados da cordilheira dos Andes, o lago Titicaca – a 3,81 mil metros de altitude, na fronteira com a Bolívia –, selvas tropicais da Amazônia e belas praias do oceano Pacífico. Foi berço de notáveis civilizações pré-colombianas e representava a joia colonial da coroa espanhola, por causa das minas de ouro e prata, produtivas até hoje. Suas cidades exibem construções históricas e ótima estrutura hoteleira, capitaneada por um povo hospitaleiro. Cada região do país tem uma identidade. Por tudo isso, o Peru é um destino notável. Lidera, pelo sexto ano consecutivo, o ranking do World Travel Awards, um dos principais prêmios do turismo mundial.

Cusco é o principal destino turístico do Peru. Fica 3,4 mil metros acima do nível do mar, é símbolo do apogeu do Império Inca e da miscigenação entre a cultura espanhola e a andina. A cidade oferece atrações como o Qoricancha, a gigante catedral da cidade, a bela Praça de Armas e o Parque de Saqsaywaman, onde estão estruturas de pedras gigantes de origem pré-colombiana. Vale também caminhar pelas ruelas, ver lojinhas e, no final, parar em um dos charmosos restaurantes. Já as ruínas de Machu Picchu (*foto abaixo*), que ficam a cerca de 3 horas de distância em um percurso de trem partindo de Cusco, mostram como a civilização inca foi capaz de edificar estruturas complexas – templos, palácios, plataformas e canais de água – com grandes blocos de pedra e sem nenhum tipo de cimento. Fez isso adotando um estilo de vida totalmente voltado para a harmonia com a natureza e para a religiosidade.

Há muitos outros atrativos no Peru. Museus como o Mali, em Lima, com uma bela coleção de arte pré-colombiana; o monastério de Santa Catalina, em Arequipa, rico pela arquitetura andina; e o Museu Tumbas Reais del Señor de Sipán, em Lambayeque, com reproduções cenográficas dos costumes dos povos pré-incas. O acesso é fácil. "Lima está a quatro horas e meia de voo de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Foz de Iguaçu. Há mais de 55 voos semanais", diz Milagros Ochoa, diretora de Turismo do Escritório Comercial do Peru no Brasil.

[TEMPLE]

UMA TRADIÇÃO RECONHECIDA PELO MUNDO

Há 30 anos, a Ecomar construiu um legado ao aliar a tradicional arte pesqueira do município de Vigia, no Pará, à tecnologia e qualidade na transformação do pescado em produtos prontos para o consumidor no Brasil, na América do Norte e Europa.

Para manter a força dessa tradição, é preciso respeitar e valorizar a comunidade. Hoje, cerca de 1.500 pescadores artesanais fornecem parte do pescado beneficiado pela empresa, e quase todos os seus empregados são da região, garantindo trabalho e renda à população local.

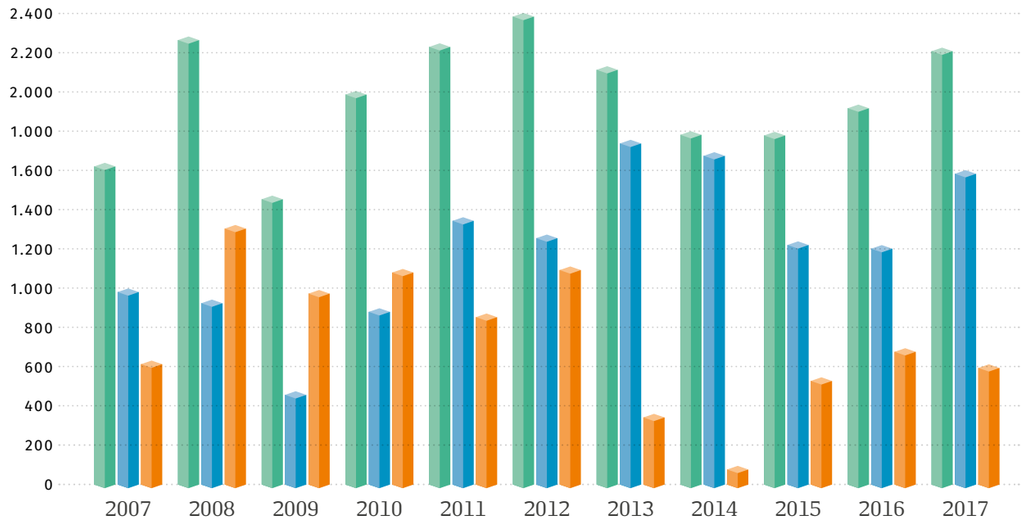
É com grande orgulho que levaremos esse legado adiante, oferecendo pescado de altíssima qualidade à mesa dos paraenses, brasileiros e do mundo todo.

ECOMAR®
INDÚSTRIA DE PESCA S/A

COMÉRCIO DO BRASIL COM O PAÍS ANDINO

O Peru representa 1,03% das exportações brasileiras (*em milhões de dólares*)

Exportações	Importações	Saldo
2.245* (2016/2017)	1.618* (2016/2017)	628 (Superávit 2017)



*Variações em relação ao ano anterior

Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

A ECONOMIA PERUANA É BASEADA NA AGRICULTURA E NA MINERAÇÃO. HÁ MUITO AINDA A FAZER PARA CRIAR EMPREGOS E ALAVANCAR O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS

cana-de-açúcar, algodão, aspargo, arroz, milho e batata) e mineração. O país é o segundo maior produtor mundial de prata e o terceiro maior de cobre. Sua indústria ainda é tímida e produz basicamente tecidos, aço, cimento, derivados de pesca e alimentos processados. Exporta minérios e petróleo, mas importa seus derivados, além de produtos químicos, máquinas, veículos e aparelhos eletrônicos. Seus principais parceiros econômicos são Estados Unidos, China, Suíça e Canadá (exportação) e Estados Unidos, China, Brasil e Equador (importação). O país fechou o ano de 2017 com US$ 44,2 bilhões em exportações e US$ 39,8 bilhões em importações, de acordo com o FMI e a base de dados da Organização das Nações Unidas (ONU). O saldo comercial foi positivo em US$ 4,5 bilhões.

No entanto, o Peru vive ainda a realidade terceiro-mundista. A população abaixo da linha de pobreza alcança 25%. Sua dívida pública consumiu 25,7% do PIB no ano passado para estabilizar a moeda – chamada novo sol, que equivale a 1,4 real. O PIB em 2017 foi de US$ 192,6 bilhões, com PIB *per capita* de US$ 6,1 mil. Há muito ainda a fazer para criar empregos e alavancar o desenvolvimento do país. O meeting do LIDE em Cusco é, portanto, uma boa oportunidade para os empresários brasileiros avaliarem o potencial de negócios do Peru. ■

easyway do brasil
Excelência em Sistemas Tributários

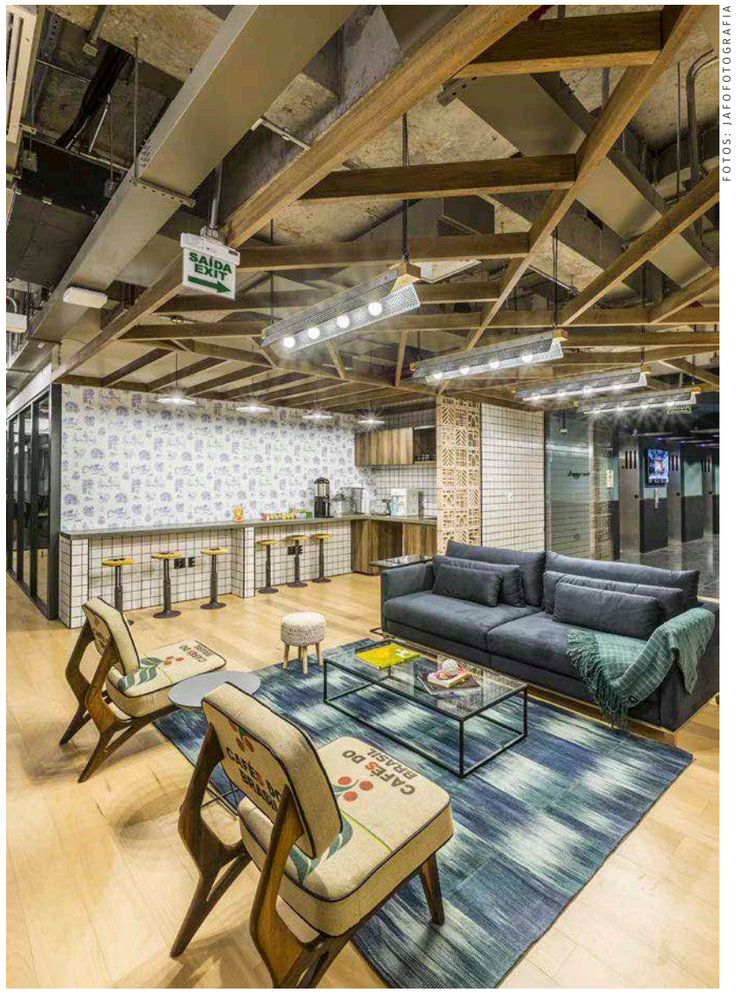
Total adaptação à legislação vigente, com atualizações garantidas em tempo hábil!

As soluções da Easy-Way são homologadas e aprovadas por empresas de grande porte. Conte com interfaces flexíveis, compatíveis com todos os ERPs de mercado, além de completa assessoria de implantação e suporte permanente, realizados por consultores tributários.

www.ewb.com.br | 55 11 5180-5400

PARA ENTRAR E TRABALHAR

IT'S INFORMOV, DE AMBIENTES EMPRESARIAIS, REJUVENESCE MARCA PARA SE APROXIMAR DO CLIENTE



A IT'S Informov criou ambientes para clientes como Bradesco (*página ao lado*) e WeWork (*abaixo*), no sistema de *turnkey* (pronto para entrar e trabalhar)

FOTOS: JAFOTOGRAFIA

Em um mundo onde a versatilidade se tornou fundamental, a IT'S Informov conquista o mercado de espaços de trabalho, como diz seu diretor comercial, Murilo Toporcov. "Partimos da necessidade do cliente. Pode ser um projeto que englobe toda a operação: do conceito arquitetônico, de orçamentos e execução da obra, até a entrega da chave, com tudo pronto para ser ocupado. Mas também executamos reestruturação, reorganização de espaços, retrofit e adequações podendo englobar até um edifício inteiro por fora e por dentro. "É todo um processo *turnkey*, ou chave na mão", explica. "Ou 'porteira fechada' – como bem definiu um cliente", brinca o diretor, para quem o humor é essencial. São 550 funcionários, entre eles arquitetos, engenheiros, designers, técnicos, instaladores, eletricistas, pedreiros, pintores e gesseiros, para o trabalho limpo, controlado e rápido. As operações se estendem de espaços de coworking mais divertidos a escritórios de advocacia sóbrios ou hospitais, áreas educacionais e comerciais, como o inovaBra lab, o WeWork e o Teatro Renascença.

O executivo conta que a Informov iniciou com equipamentos de informática e móveis. Em 26 anos, evoluiu para tudo que é relacionado a espaços de trabalho. "Hoje esses locais se parecem com microcidades, pensados com acessibilidade, modularidade, áreas de lazer e até mercadinhos com sorvetes e cervejas. Na nossa cliente OLX se desce de um andar a outro por escorregador, caindo em piscina de bolinhas... Muitos escritórios já adotam mesas 100% flexíveis, porque com a tecnologia é possível essa mobilidade", comenta o diretor.

"Espaços são compartilhados, para trocar experiências. Muitas vezes encontramos soluções na conversa do cafezinho. A velocidade de tudo, com o avanço da tecnologia, é tão grande que o ser humano pode pifar. Por isso se fala tanto em bem-estar. É questão de segurar talentos. Mas fora áreas comuns e de lazer, mais divertidas, também temos o que chamamos de cabines de foco, que são salas pequenas, com portas, para maior privacidade", diz.

O diretor lembra que a IT'S Informov ainda opera com escritórios clássicos e reestruturações de grandes áreas, como hotéis. "Há culturas mais formais, exigências diferenciadas. Reformamos uma antiga escola desativada atrás do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, e a transformamos em uma das unidades administrativas da Universidade do Grupo Fleury. No hotel InterContinental, também na capital paulista, fizemos por andares, com o hotel em operação, situação em que limpeza e controle do barulho são fatores primordiais."

Toporcov, sócio com Plinio Noronha, Marcelo Breda, Fernando Pessoa e Ismar Diniz, diz que a empresa é pioneira, no Brasil, em *turnkey*. "Havia dificuldade em se entender tudo o que a Informov oferece – porque o nome vinha apenas de informática e móveis. Por isso, passamos para IT'S Informov. IT'S, de Informov Turnkey System, é mais abrangente para arquitetura, engenharia e design, com uma linguagem colorida, moderna. Foi a sacada de futuro, de novas etapas a encarar para que a marca se torne mais desejada."

CASA NOVA

A IT'S Informov inaugura sua nova sede em agosto. Um escritório conceito com show-room que mostrará as maiores tendências de espaços de trabalho, tecnologia e sustentabilidade para os próximos dez anos. Ali o cliente poderá ver, em cada sala, pisos diferentes, forros, materiais e acabamentos, com modelos diferentes do que pode ser utilizado em seu espaço – e até mesmo usar óculos de realidade virtual, para "ver" como o local ficaria, quando pronto. "Será a 'Disneyland' dos espaços corporativos, onde o cliente vai se divertir com a variedade de soluções e tomar a decisão com muita segurança." ■

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.

BAND

GRUPO DORIA

SHOW BUSINESS COM SONIA RACY

F&Q BRASIL

O HOTEL DOS SONHOS

RECÉM-INAUGURADO EM MACAU, NA CHINA, O MORPHEUS ESTABELECE NOVO PADRÃO DE HOSPITALIDADE DE ULTRALUXO

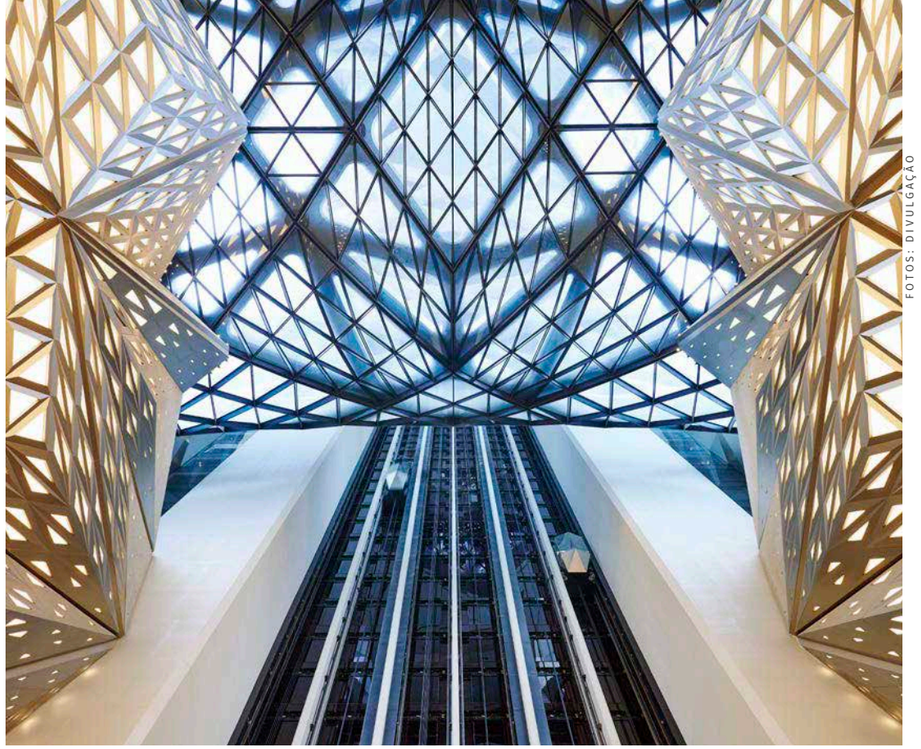
Se você tem negócios e pretende visitar a China, considere vivenciar uma experiência única esticando sua viagem até Macau para hospedar-se no recém-inaugurado Hotel Morpheus. Esse empreendimento superlativo consumiu US$ 1,1 bilhão para agradar ao "deus dos sonhos", significado inspirador de seu nome. O Morpheus é uma obra-prima arquitetônica de 40 andares projetada pela renomada arquiteta iraquiano-britânica Dame Zaha Hadid, ganhadora em 2004 do Prêmio Pritzker (considerado o mais importante da arquitetura mundial), que morreu em 2016. É o primeiro arranha-céu do mundo apoiado por um exoesqueleto de aço. Além da função estética, a estrutura permite que o interior do prédio não tenha colunas. Mais que um hotel de luxo, o Morpheus é considerado um ícone da arquitetura moderna e símbolo da "Nova Macau".

Macau já foi uma colônia portuguesa, mas hoje é uma cidade autônoma – tecnicamente é uma região administrativa especial da China –, que vive uma nova era de prosperidade alavancada pelos cassinos. Virou uma espécie de "Las Vegas do Oriente". O Morpheus fica dentro da City of Dreams (Cidade dos

ADRIAN GAUT

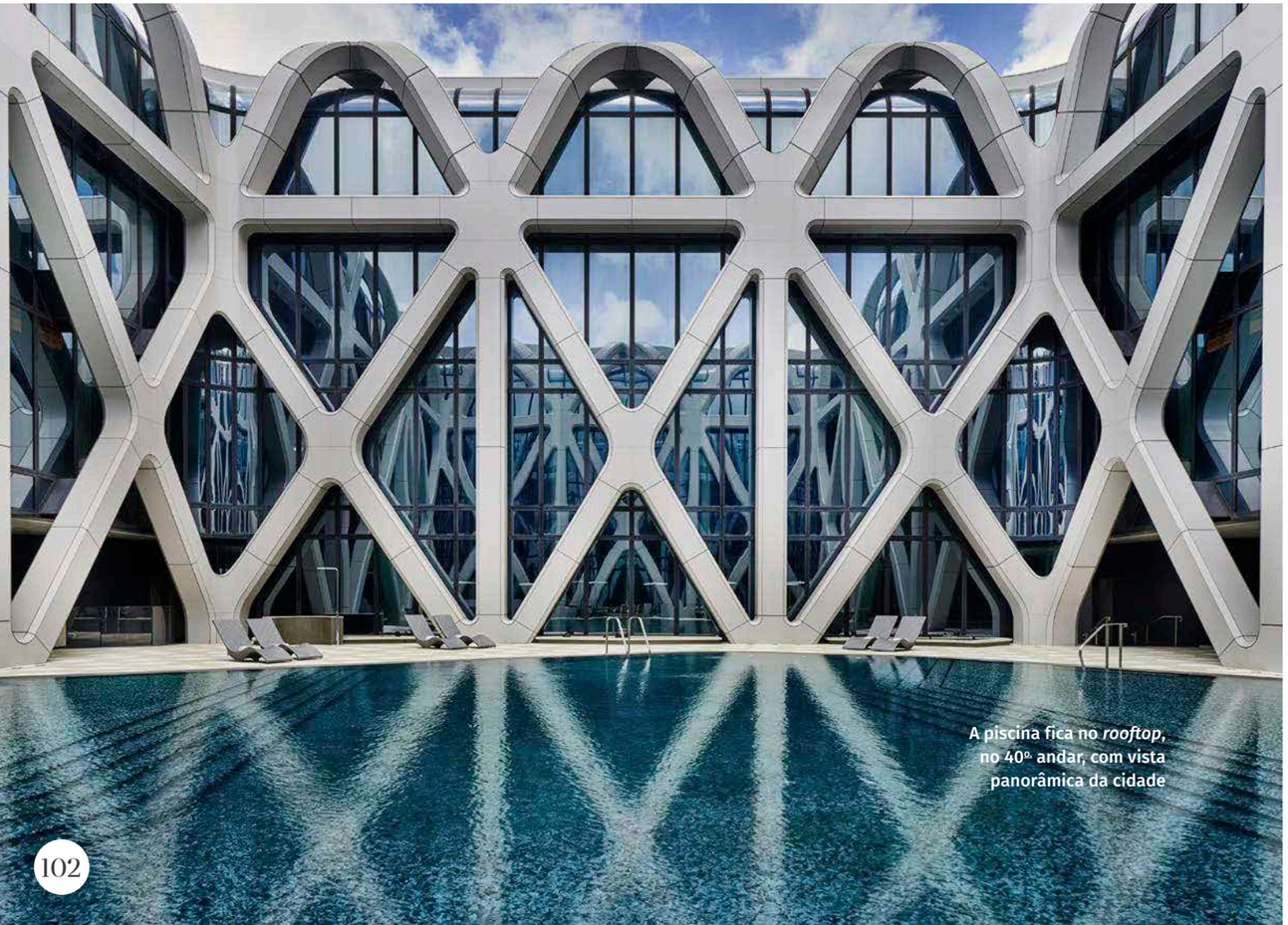
Sonhos), um moderno complexo urbano de luxo localizado em Cotai, um istmo construído artificialmente que faz a ligação entre as ilhas de Taipa e Coloane. O centro reúne outros hotéis (Nüwa, The Countdown e o Grand Hyatt Macau), mais de 20 restaurantes, dezenas de lojas de grife, dois teatros e um cassino de 39 mil m², com 475 mesas de jogos e 670 máquinas caça-níqueis. Assim como em Vegas, há ainda uma House of Dancing Water, onde ocorre um espetáculo de águas dançantes.

O Morpheus é um empreendimento da Melco Resorts & Entertainment, empresa capitaneada pelo magnata chinês Lawrence Ho. Foi construído não só para ser um marco arquitetônico e tecnológico como também para estabelecer um novo padrão de hospitalidade de ultraluxo no mundo. O hotel tem visual futurista, com paredes de estruturas metálicas trançadas com vidro que parecem um caleidoscópio, um belo átrio de 35 m de pé-direito, 12 elevadores panorâmicos e duas torres de 40 andares com 770 acomodações, distribuídas em seis categorias de suítes de diferentes tamanhos – de 58 a 152 m² –, além de quatro quartos tipo *clubs*, para membros de clubes de fidelidade – de 58 a 106 m², com acesso privado ao Sky Bridge Club Lounge –, e nove



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Os 12 elevadores panorâmicos deslizam verticalmente sob a estrutura caleidoscópica do hotel



A piscina fica no *rooftop*, no 40º andar, com vista panorâmica da cidade

O MORPHEUS É CONSIDERADO UM ÍCONE DA "NOVA MACAU". A EX-COLÔNIA PORTUGUESA RECEBEU 32 MILHÕES DE TURISTAS EM 2017

MACAU, A "LAS VEGAS DO ORIENTE"

Ponto de encontro entre a cultura oriental e a ocidental, Macau fica em um arquipélago na costa meridional chinesa. A cidade é famosa por ter sido uma colônia portuguesa e até hoje ostenta marcas da influência lusitana, como nas antigas construções, nos nomes das ruas e na gastronomia (muitos lugares servem o pastel de bacalhau e o de Belém). No entanto, dificilmente se encontra hoje quem fale português por lá. Os idiomas comuns são o cantonês e o inglês.

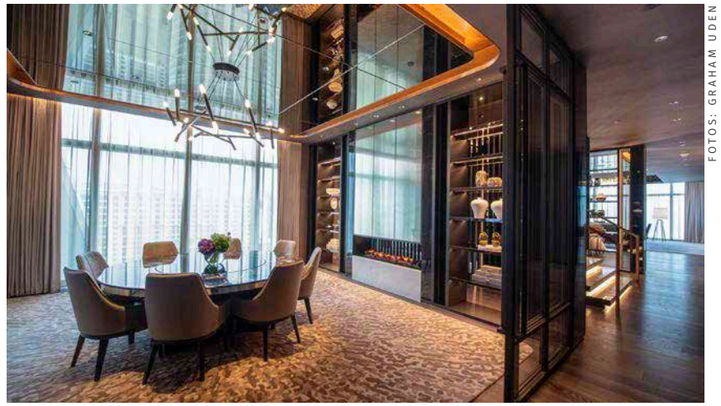
Desde que se reintegrou à China em 1999, Macau tornou-se uma região administrativa especial autônoma – mesmo status de Hong Kong –, atraindo investidores chineses e grandes grupos internacionais interessados em explorar seu potencial como centro de negócios e turismo baseado no jogo. Macau ficou conhecida como a "Las Vegas do Oriente", com muitos arranha-céus modernos, hotéis-cassinos e toda uma infraestrutura de entretenimento agregada, com restaurantes famosos, espetáculos, shows internacionais, festivais, feiras e convenções. Exatamente como ocorre em Las Vegas. Macau não tem a magnitude da cidade americana nem o ritmo frenético multicultural da vizinha Hong Kong, porém o sucesso dos cassinos é tamanho que a cidade recebeu 32 milhões de turistas no ano passado, ultrapassando Vegas em faturamento.

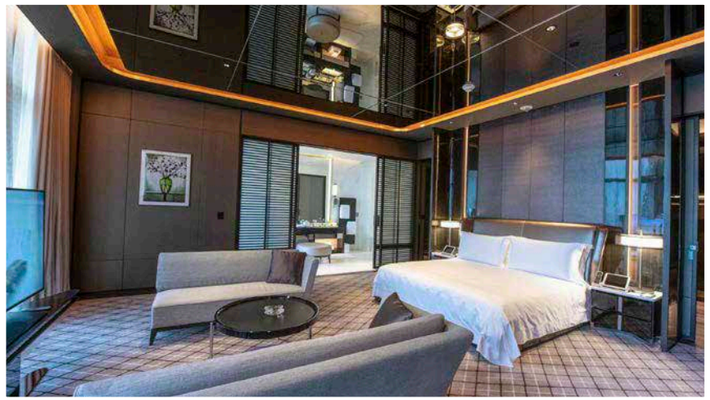
Mas Macau não se restringe aos cassinos. Oferece outras opções de passeios interessantes, como as ilhas de Taipa e Coloane, a envidraçada Torre de Macau, com 340 m de altura e vista para toda a cidade, a Venetian Macau, com seus canais e gôndolas, o interessante Museu de Macau e o centro histórico, com suas construções barrocas, como o Largo do Senado e as ruínas de São Paulo, declarado Patrimônio da Humanidade pela Unesco.

THINKSTOCKPHOTOS

exclusivíssimas villas. Estas últimas se dividem em seis unidades dúplex de 582 m², com sauna a vapor, academia, sala de massagem e obras de arte na decoração, e três de 510 m², com todos esses itens mais uma piscina privativa. A sofisticação do projeto do designer de interiores Peter Remedios inclui móveis e peças de design, equipamentos high-end, serviço luxuoso de louças Bernardaud e utensílios Alessi, roupa de cama de algodão egípcio de mil fios da Frette e Mühldorfer, roupa de banho da Madison Collection e amenities Hermès e Acqua di Parma. É possível abrir ou fechar as torneiras do banheiro ou as cortinas pelo iPad. Os hóspedes das villas contam com um mordomo 24 horas por dia.

Quem se hospeda no Morpheus tem a seu dispor opções gastronômicas





FOTOS: GRAHAM UDEN

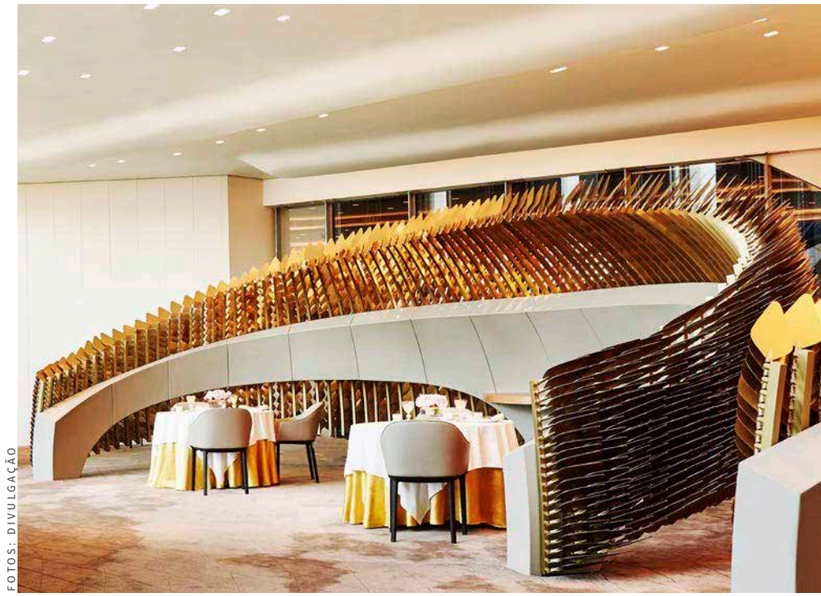
DIVULGAÇÃO

A sofisticação das nove villas dúplex em três imagens: espaços amplos, móveis e peças de design arrojado e muito luxo

únicas, que incluem dois restaurantes de um dos mais influentes chefs da atualidade: o Alain Ducasse no Morpheus é dedicado à alta gastronomia contemporânea francesa; e o Voyages por Alain Ducasse traz reinterpretações da cozinha asiática. Outro destaque é o Lounge de Pierre Hermé, que oferece delícias (inclusive no café da manhã) desse que é considerado o melhor chef pâtissier do mundo. O restaurante Yí, que fica na Sky Bridge – uma ponte suspensa envidraçada no 21º andar que liga as duas torres do hotel –, é o único na Ásia a apresentar uma mistura de cozinhas chinesas regionais servidas no estilo japonês denominado *omakase*, ou seja, o chef escolhe uma sequência de pratos para levar ao cliente.

Além de acomodações e gastronomia AAA, o Morpheus oferece inúmeras amenidades. O spa de altíssimo padrão tem seis suítes, um jardim climatizado que usa neve real e diferentes tratamentos, como a máscara de platina by Margy's Monte Carlo. A Sky Pool, piscina localizada no *rooftop*, no 40º andar, conta com uma vista privilegiada da cidade.

Para completar a experiência, o Morpheus reservou seu 23º andar inteiro para abrigar a Galeria Arton 23, que expõe dezenas de obras contemporâneas, como a *Good Intentions*, uma enorme escultura de pai e filho do artista americano Kaws, ursos-polares rosa-choque de Paola Pivie e uma escultura de carros de Erwin Wurm, além de trabalhos de Jean-Michel Othoniel e Thilo Heinzmann. Aliás, para os amantes das artes, na Cidade dos Sonhos há instalações marcantes, que incluem a *200 Litofairhour* (200 m³ de ar por hora), criada pelo artista francês Charles Pétillon, na qual bolhas de tecido de 6 m de altura criam uma nuvem flutuante, e a *Echoes-Infinity*, da japonesa Shinji Ohmaki, que se traduz em um corredor de belos painéis florais. Realmente, um hotel dos sonhos. ■



FOTOS: DIVULGAÇÃO

O mestre Alain Ducasse (*no alto*) assina dois dos restaurantes do Morpheus. Acima, a decoração minimalista do restaurante Yí, de cozinha asiática

SERVIÇO

melco-resorts.com

cityofdreamsmacau.com/en/stay/morpheus/index.html

RETORNO TRIUNFAL

BMW SÉRIE 8 COUPÉ É RELANÇADO PARA RETOMAR SEU POSTO DE DESTAQUE ENTRE OS VEÍCULOS DE ALTA PERFORMANCE DE LUXO

DANIEL KRAUS

Quem tem mais de 40 anos se lembra do sucesso do Série 8, o topo de linha da BMW nos anos 1990. Ele encantava jovens executivos que desejavam um veículo que oferecesse luxo, elegância, conforto, design e alta tecnologia, mas tivesse também um visual moderno, esportivo e com motor potente. O Série 8 deixou de integrar o portfólio da montadora alemã em 1997, preterido por versões mais compactas e adequadas ao que pedia o mercado na virada dos anos 2000. Porém os tempos são outros. O cliente da marca e o próprio mercado estão abertos ao requinte extremo, a um perfil de carro que tenha exatamente as qualidades do Série 8. E a concorrência nesse nicho – vide os casos do Mercedes-Benz Classe S Coupé, do Aston Martin DB11 e do Porsche Panamera Coupé – só tende a crescer. A BMW tratou de ressuscitar o Série 8 e não economizou no projeto.

O BMW Série 8 Coupé é construído sobre a mesma plataforma que equipa os modelos da Série 5 à Série 7. Porém o Série 8 é bem maior: são 4,84 m de comprimento, 1,90 m de largura, 1,34 m de altura e 2,82 m de distância entre-eixos. Por isso, ele pesa 1,96 mil kg, o que não diminui a força de um carro que tem tração integral, câmbio automático de oito marchas e um motor de respeito. São duas versões a escolher. Na mais potente, a M850i xDrive, um motor V8 4.4 biturbo com 530 cv e 76,5 mkgf de torque, o automóvel atinge 100 km/h em apenas 3,7 s. Na outra, a 840d xDrive, o motor é a diesel: um seis cilindros em linha 3.0 com 320 cv e 69,3 mkgf. Ele permite ao carro uma aceleração de 0 a 100 km/h em apenas 4,9 s. Por segurança, em ambas as versões a velocidade é limitada eletronicamente em 250 km/h. Além de contar com essa potência incrível, o motorista pode escolher entre os modos de direção predeterminados para extrair do carro exatamente o que precisa de acordo com a situação: Adaptative, Comfort, Eco, Sport e Sport+. Essas opções mudam a maneira pela qual o

M850i xDRIVE

MOTOR
V8 4.4 biturbo

POTÊNCIA
530 cv

TRAÇÃO
Nas quatro rodas

ACELERAÇÃO
De 0 a 100 km/h em 3,7 s

VELOCIDADE MÁXIMA
250 km/h

FOTOS: DANIEL KRAUS

O BMW Série 8 Coupé tem linhas esportivas, janela traseira que se estende até o teto e escapamento duplo

FOTOS: FABIAN KIRCHBAUER

motor, a transmissão e a suspensão respondem e permitem outros recursos, como ouvir um ronco maior do propulsor nos modos esportivos.

A BMW também ousou no visual. O BMW Série 8 Coupé tem grade dianteira mais estreita, bipartida, que foi deslocada um pouco para cima para dar ao carro um ar agressivo. Completam essa ideia as tomadas de ar encorpadas e os faróis afilados como olhos de um felino, principalmente se as luzes forem a laser (opcionais). Para diminuir a resistência do vento, as aletas da grade se ajustam automaticamente. A preocupação com a aerodinâmica pode ser vista também nos vincos das laterais, no design dos retrovisores,

840d xDRIVE

MOTOR
3.0 de seis cilindros a diesel

POTÊNCIA
320 cv

TRAÇÃO
Nas quatro rodas

ACELERAÇÃO
De 0 a 100 km/h em 4,9 s

VELOCIDADE MÁXIMA
250 km/h

O design aerodinâmico pode ser notado nos retrovisores e nas tomadas de ar sobre as rodas, e a esportividade e o conforto imperam no interior

DIVULGAÇÃO

ARTICON
NEGÓCIOS E PARTICIPAÇÕES

Sinônimo de sucesso em empreendimentos

Rua Ezequiel Freire, 192 - Santana - São Paulo - SP
+55 (11) 2979-4000 | articon@articon.com.br
www.articon.com.br

DANIEL KRAUS

FOTOS: FABIAN KIRCHBAUER

Para facilitar o controle, o Série 8 traz um console elevado com botões ao redor da alavanca do câmbio (*em cima, à esq.*). O painel multimídia de 10,25 polegadas é acionado por toque, voz ou gestos. As aletas da grade se ajustam automaticamente ao vento

no teto de fibra de carbono e na parte inferior do veículo, que é toda vedada. Na traseira há mais reentrâncias aerodinâmicas, lanternas que seguem o design dos faróis e duplo escapamento. Resumindo: o carro "fura" o vento e cola no chão em altas velocidades.

O interior é um caso à parte. A BMW manteve o esmero no design, no acabamento de couro e no conforto interno, mas saiu um pouco de seu script tradicional. Para atender ao apelo esportivo, o console central foi elevado. Ficou mais próximo do volante, com a maioria dos botões ao redor da alavanca de câmbio e sob as saídas de ar centrais. O velocímetro e o conta-giros têm sinalização digital. O painel multimídia, com tela de 10,25 polegadas, controla várias funções do automóvel. Ele tem as opções de controle de toque, voz ou gestos. Também oferece 20 GB de armazenamento em disco rígido, além de conexão Bluetooth e Wi-Fi. O sistema de som é da Bowers & Wilkins e permite a execução de playlists do smartphone. Aliás, o celular pode substituir a chave, sendo possível criar nele menus de interação com itens do carro, como os vidros e o ar-condicionado. O primeiro BMW Série 8 Coupé chegará ao mercado mundial em novembro. A montadora não informa sobre o lançamento no Brasil, mas circulam informações no mercado de que, para cá, virão as versões Gran Coupé, de quatro portas, e conversível. ■

O BMW SÉRIE 8 COUPÉ É UM CARRO PARA QUEM DESEJA CONFORTO, DESIGN DIFERENCIADO E DESEMPENHO DE UM SUPERESPORTIVO

BERGTOLEDO

UMA OCASIÃO ESPECIAL MERECE UM AMBIENTE INESQUECÍVEL

SÃO PAULO
RUBAIYAT ALAMEDA SANTOS
ALAMEDA SANTOS, 86
CERQUEIRA CÉSAR
11 3170 5100

SÃO PAULO
RUBAIYAT FARIA LIMA
AV. BRIG. FARIA LIMA, 2954
JARDIM PAULISTANO
11 3165 8888

SÃO PAULO
A FIGUEIRA RUBAIYAT
R. HADDOCK LOBO, 1738
JARDIM PAULISTA
11 3087 1399

BRASÍLIA
RUBAIYAT BRASÍLIA
ST. DE CLUBES ESPORTIVOS SUL 1
ESPORTIVO SUL
61 3443 5000

RIO DE JANEIRO
RUBAIYAT RIO
R. JARDIM BOTÂNICO, 971
JARDIM BOTÂNICO
21 3204 9999

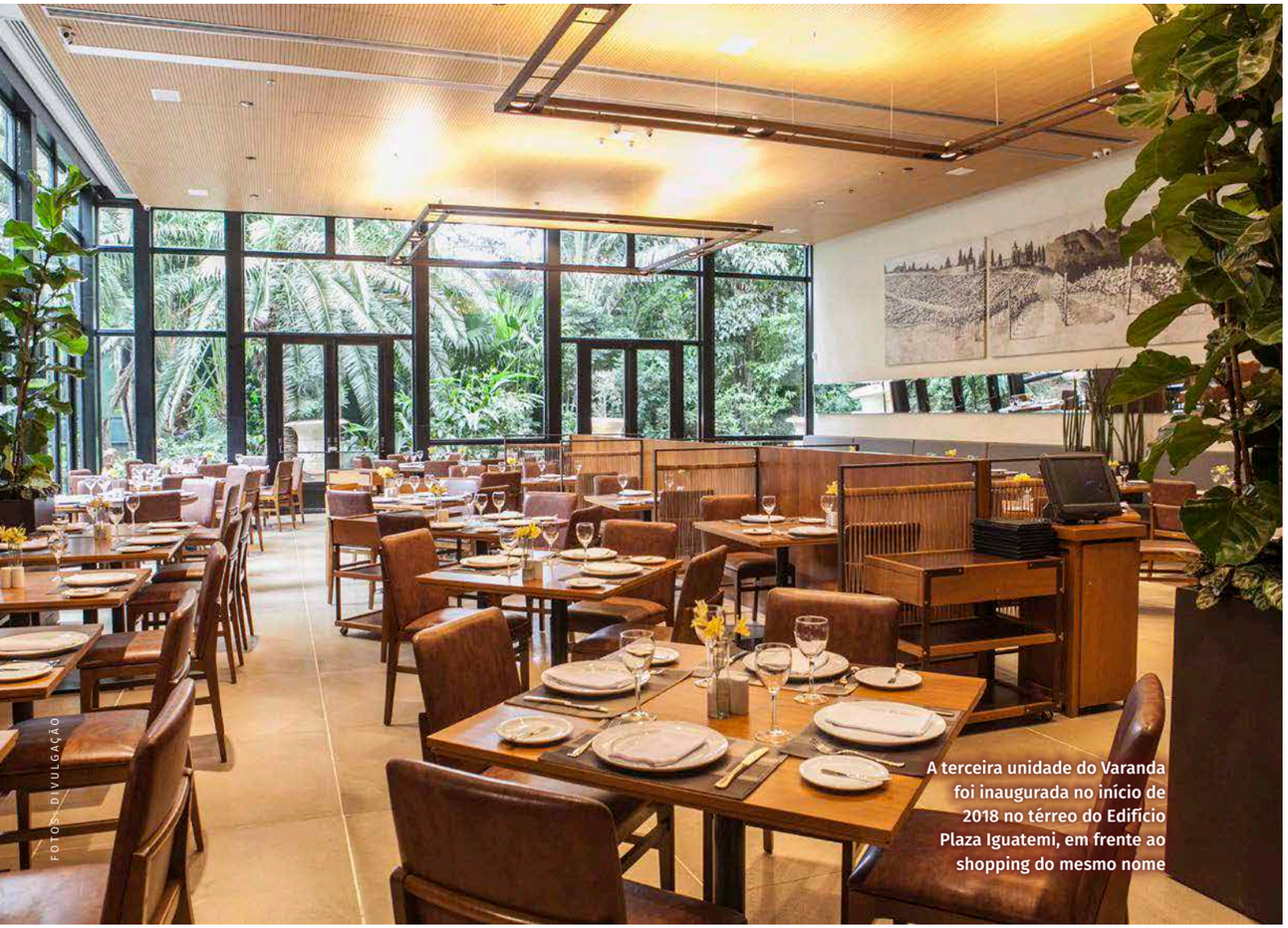
SÃO PAULO • RIO DE JANEIRO • BRASÍLIA • ARGENTINA • CHILE • MADRID • MÉXICO

RUBAIYAT

WWW.RUBAIYAT.COM.BR

PAIXÃO POR CARNES

UM DOS PRINCIPAIS RESTAURANTES DA CIDADE, O VARANDA INAUGURA A TERCEIRA UNIDADE E PREPARA O LANÇAMENTO DA MARCA LA GRIGLIA



FOTOS: DIVULGAÇÃO

A terceira unidade do Varanda foi inaugurada no início de 2018 no térreo do Edifício Plaza Iguatemi, em frente ao shopping do mesmo nome

Considerado um dos melhores restaurantes especializados em carne do país, o Varanda abriu sua terceira unidade em São Paulo, no térreo do Edifício Plaza Iguatemi, um dos locais icônicos da cidade. O primeiro Varanda, no Jardim Paulista, foi inaugurado em 1996, e o segundo, no Shopping JK, em 2012. "A rede nasceu pela paixão da família por carnes", afirma o proprietário Sylvio Lazzarini. "No início, a ideia era ter apenas um Varanda – nos Jardins. Mas, com o sucesso do restaurante e a procura dos clientes, as oportunidades empresariais surgiram e decidimos expandir." Lazzarini conta que em breve será aberto um Varanda "mais enxuto, mais leve e barato", sob a marca La Griglia, by Varanda.

Pecuarista e especialista em administração rural, Lazzarini destaca que o Varanda trabalha apenas com matérias-primas selecionadas. Ex-diretor do Sindicato Nacional dos Pecuaristas de Gado de Corte (Sindipec), o empresário também é autor de livros que tratam de temas como criação animal e preparo de churrasco. "Queremos manter as origens do Varanda. O carro-chefe são carnes de alta qualidade", afirma. O menu apresenta carnes ao estilo de três grandes escolas de churrasco (a americana, a argentina e a brasileira), com cortes encontrados apenas no Varanda. Mas há outras opções, explica: "É o caso dos pescados, que conquistaram o paladar de nossos clientes".

Hoje, o cardápio é responsabilidade do chef executivo Fábio Lazzarini, filho de Sylvio. Formado em gastronomia com especialização na escola Italian Culinary for Foreigners (Icif), em Costigliole d'Asti, na Itália, Fábio trabalhou no Le Calandre, em Pádova, e no Quadri, em Veneza, ambos restaurantes de Massimiliano Alajmo – o chef mais jovem na história a receber três estrelas do *Guia Michelin*. No Varanda, Fábio procura inovar sempre – incluiu, por exemplo, os menus-degustação de carnes e de peixes, e promete mais novidades ainda neste ano. ■

FOTOS: HENRIQUE PERON

O cardápio do Varanda inclui cortes de carne ao estilo argentino, como o bife de chorizo (*no alto, acompanhado de creme de milho*) e o porterhouse, corte nobre do contra-filé

O CARDÁPIO ATUAL É DE RESPONSABILIDADE DO CHEF FÁBIO LAZZARINI, QUE TRABALHOU COM MASSIMILIANO ALAJMO NA ITÁLIA

Sylvio Lazzarini, que fundou o restaurante Varanda em 1996

UNIDADES SÃO PAULO

Varanda Jardins
Rua General Mena Barreto, 793
(11) 3887-8870

Varanda JK
Shopping Center JK Iguatemi
(11) 3152-6777

Varanda Faria Lima
Rua Prudente Correia, 432
(11) 3039-6500

Com 2 milhões de habitantes, Bucareste é a capital cuja vida noturna é a mais agitada na região dos Balcãs, por seus restaurantes, baladas e cassinos

FOTOS: THINKSTOCKPHOTOS

ENTRE SECULAR E CONTEMPORÂNEO

A ROMÊNIA ABRIGA CASTELOS, MOSTEIROS E MUSEUS. BUCARESTE É A CAPITAL MAIS AGITADA DOS BALCÃS E SIGHISOARA, ONDE NASCEU O CONDE DRÁCULA, ESPANTA O CLIMA GÓTICO COM CASINHAS MULTICOLORIDAS

Se a Romênia emerge no Leste Europeu com suas cidades medievais e charmosas em meio a montanhas, Bucareste reúne edifícios de outras épocas com traços de arquitetura francesa neoclássica que abrigam hotéis sofisticados, galerias e shopping centers. A Cidade Velha da capital romena foi revitalizada depois da queda do Muro de Berlim, em 1989, e conta com ruas fechadas exclusivamente para pedestres, que circulam entre seus bares, como a icônica cervejaria Caru' cu Bere, com vitrais do século 19. Bucareste tem perto de 2 milhões de habitantes, com inúmeros museus, salas de concerto, centros comerciais, mercados de rua, lojas de antiguidades e boutiques em suas vielas. É considerada a capital de vida noturna mais agitada da região dos Balcãs por seus restaurantes, baladas e cassinos.

Bucareste tem hotéis como o Epoque, em uma rua tranquila ao lado do parque Cismigiu, o mais antigo da cidade. São apenas 45 acomodações, a maior parte delas com 110 m², dois quartos, living e terraço. O restaurante, em que o chef prepara as refeições à vista dos hóspedes, tem especialidades da culinária francesa. Para o transporte, os hotéis mais luxuosos oferecem serviço de aluguel de limusines, mas bicicletas também ficam à disposição para circular pela cidade. Cortando o centro histórico, a Strada Lipscani é conhecida como a rua onde ferve a vida noturna. Nela também está a livraria que é considerada uma das mais belas do mundo: a Carturesti Carusel.

BUCARESTE MESCLA OCIDENTE E ORIENTE MÉDIO EM SEUS CAFÉS, QUARTEIRÕES MEDIEVAIS ENTREMEADOS POR RESTAURANTES, BOUTIQUES, LOJAS DE ANTIGUIDADES E JOALHERIAS

O Palácio do Parlamento (*ao lado*), herança da época do comunismo, tem 1,1 mil quartos e bunker subterrâneo. A Carturesti Carusel (*abaixo*), em Bucareste, é considerada uma das mais belas livrarias do mundo

COSMIN DRAGOMIR

Entre a Lipscani e a ruela Victoriei, fica a passagem Macca-Vilacrosse, onde cafés reúnem fumadores de narguilés e também se veem boutiques, lojas de antiguidades e joalherias. Próximo ficam os restaurantes The Artist, do chef holandês Paul Oppenkamp, e o Lacrimi si Sfinti. Este último tem receitas seculares da culinária romena reinterpretadas e preparadas com ingredientes orgânicos (porcos, bezerros e peixes vêm de pequenas propriedades perto de Bucareste). Os utensílios de cozinha são de artesãos e toda a madeira do estabelecimento, das vigas de sustentação às janelas e prateleiras, foi recuperada de antigas construções.

Um marco da capital é o Palácio do Parlamento (Casa Poporului ou Casa do Povo), construído pelo antigo ditador Nicolae Ceausescu: são 12 andares (quatro abaixo da rua, um deles para funcionar como bunker), 1,1 mil quartos – alguns superextravagantes – e 4,5 mil candelabros. Do alto se avista o Boulevard Unirii, uma das avenidas mais movimentadas da cidade. Há ainda em Bucareste mercados a céu aberto e conceituadas clínicas de beleza. São inúmeros teatros, óperas e museus, assim como cassinos.

GÓTICO MULTICOLORIDO

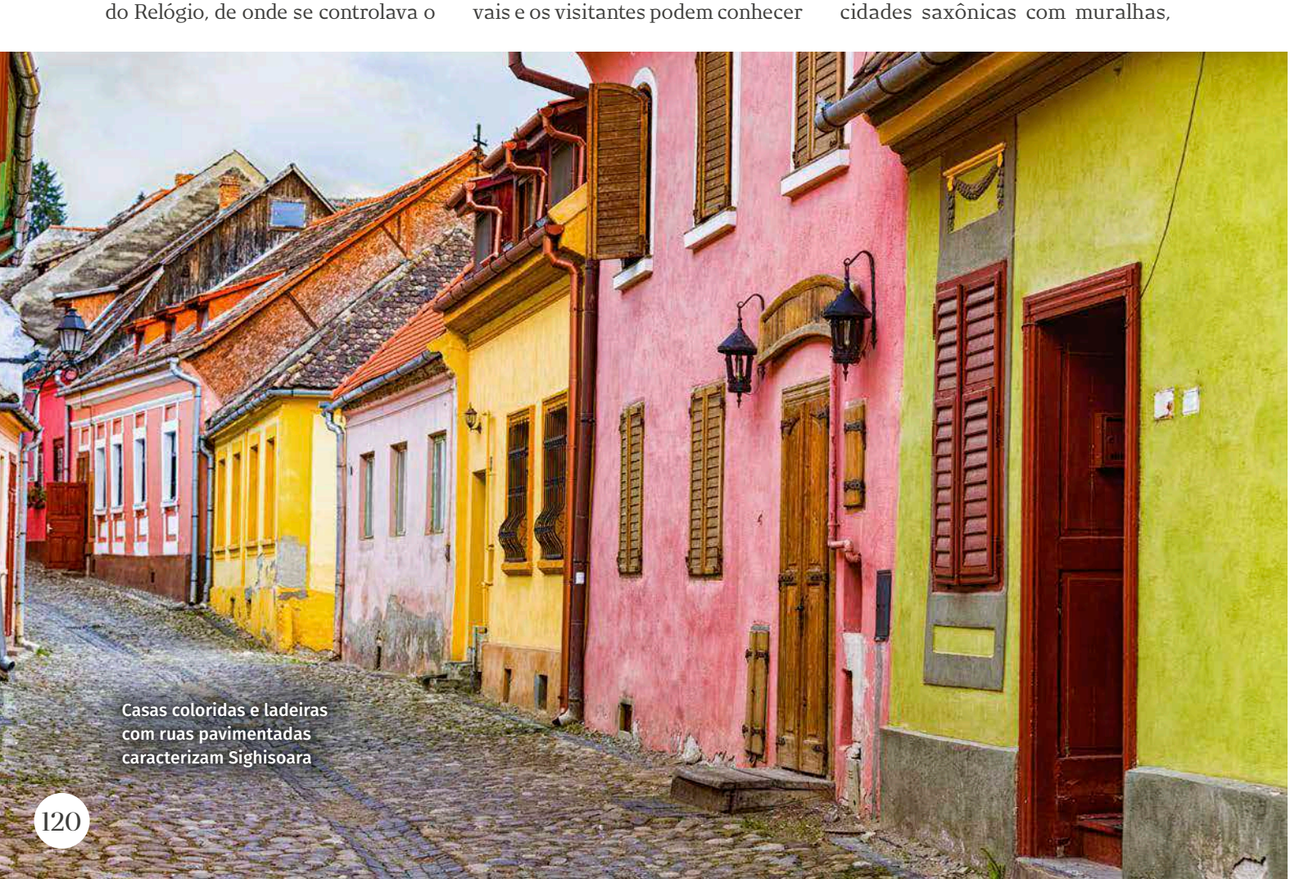
Essa mistura do secular com o contemporâneo também é observada no interior do país. A 300 km de Bucareste, já na Transilvânia, fica Sighisoara, uma das cidades medievais mais charmosas e conservadas da Europa. Com 30 mil habitantes,

foi declarada Patrimônio da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco). Lá nasceu Vlad III Tepes, famoso como inspiração do personagem conde Drácula, do escritor irlandês Bram Stocker. Sighisoara remonta ao século 13 e é uma das poucas cidades na Europa cercadas por muralhas que também são habitadas. O esperado clima gótico e misterioso é quebrado pelo multicolorido das casas medievais nas ladeiras, das lojas e das torres preservadas que abrigam galerias de arte. Há também cafés, bares e restaurantes, que oferecem o tradicional brandy de ameixa. A muralha que cerca a cidade ainda conta com nove das 15 torres originais. Uma delas é a Torre do Relógio, de onde se controlava o portão principal da cidadela. Hoje, abriga um museu com coleções de medicamentos antigos, instrumentos médicos, armas e relógios, e também a Câmara de Tortura, onde se arrancavam confissões de prisioneiros. Do alto, vê-se o conjunto de telhados vermelhos da Cidade Antiga, com as casas saxônicas do século 16.

PATRIMÔNIO DA HUMANIDADE POR SUAS EDIFICAÇÕES MEDIEVAIS, SIGHISOARA É UMA DAS RARAS CIDADES FORTIFICADAS AINDA HABITADAS NA EUROPA

A chamada Casa do Drácula abriga o restaurante mais visitado da cidade, com pratos romenos. Conta com uma coleção de armas medievais e os visitantes podem conhecer o quarto onde nasceu Vlad Dracula. Um local interessante de Sighisoara é a galeria no porão da Casa na Pedra, que apresenta esculturas de madeira, pinturas, cerâmicas e bordados, além de peças de Mark Tudose, especialista nas colheres de madeira entalhadas, de longa tradição no país.

Além de Sighisoara, outro local é associado ao personagem Drácula: o Castelo de Bran, que ficou conhecido como o Castelo de Drácula. Bran é uma comuna de Brasov, outra das cidades saxônicas com muralhas, que fica a 118 km de Sighisoara. É uma das mais populares das sete cidades amuralhadas que passaram pelo domínio dos saxões na região, a partir do século 12 – as outras são Bistrita, Brasov, Cluj, Medias, Sebes e Sibiu. O castelo foi construído em torno de 1212, como fortificação e posto aduaneiro entre a Transilvânia e a Valáquia, na floresta situada no sopé dos Montes Cárpatos. Em 1377, começou a ser erguida a muralha de pedra. Entre 1448 e 1476, Vlad Dracula utilizou o castelo para fins militares e esconderijo (teria ficado nas masmorras durante os dias de ocupação da Transilvânia pelos otomanos). Hoje está aberto aos curiosos. ■



Casas coloridas e ladeiras com ruas pavimentadas caracterizam Sighisoara

A Torre do Relógio, de onde se pode apreciar toda a arquitetura medieval de Sighisoara (*no alto*), e o Castelo de Bran, na cidade de Brasov, conhecido como o Castelo de Drácula

SERVIÇO

romaniatourism.com

FOTOS: THINKSTOCKPHOTOS

PARA APROVEITAR O INVERNO

ESPECIALISTAS RECOMENDAM RÓTULOS E SUGEREM HARMONIZAÇÕES PARA A ESTAÇÃO

O inverno é uma época propícia para beber vinho, e a escolha dos rótulos mais indicados invariavelmente depende das opções do cardápio a ser servido. Entre as várias possibilidades, uma sugestão dos especialistas é harmonizar os vinhos com pratos da culinária do seu país, como um tortellini di Bologna com rótulos italianos, um bouillabaisse com um vinho francês ou ainda um polvo à lagareiro com um bom português, por exemplo. Para os tintos encorpados portugueses, uma dica é harmonizar com arroz de pato, cabrito assado, cozido à portuguesa e perdiz estufada com couve-lombarda. Para os vinhos italianos, boas opções são os tournedos Rossini, o risotto alla milanese ou o ossobuco con polenta. Mas os tintos pedem uma harmonização muito mais entregue às sutilezas do que às regras. Um prato francês como o carré d'agneau

FOTOS: THINKSTOCKPHOTOS

"INDICO AS REGIÕES DE COLCHAGUA E MAIPO, NO CHILE; E MENDOZA E VALLE DO UCO, NA ARGENTINA. DO VELHO MUNDO, DÃO, PORTO E ALENTEJO, EM PORTUGAL; PUGLIA, NA ITÁLIA; E RIOJA, NA ESPANHA", DIZ RAPHAEL CARDOSO EVANGELISTI, SOMMELIER DA IMPORTADORA LA PASTINA

tourangelle ou o internacional beef Wellington harmonizam bem com rótulos de todos os continentes. Já os vinhos do Porto crescem muito quando associados às sobremesas mais elaboradas, como torta de frutas com chocolate, crème brûlée, crêpe suzette e o clássico tiramisù. Na hora de escolher os rótulos, há boas regiões produtoras indicadas dentro do universo dos vinhos do Velho e do Novo Mundo. "Em relação ao Novo Mundo, indico as regiões de Colchagua e Maipo, no Chile; Mendoza e Valle do Uco, na Argentina; e San José e Canelones, no Uruguai. Já para o Velho Mundo indico as regiões do Dão, Porto e Alentejo, em Portugal; Puglia, na Itália; e Rioja, na Espanha", diz Raphael Cardoso Evangelisti, sommelier da importadora La Pastina.

O português Antonio Bravo, sommelier da importadora Qualimpor, também sugere os vinhos lusitanos. "Os vinhos do Douro, a mais antiga região demarcada do mundo [*desde 1756*], têm personalidade e complexidade únicas. Também recomendo vinhos da região sul de Portugal [*Alentejo*] pelo caráter, robustez e envolvência", afirma. Rodrigo Mainardi, diretor de Marketing da importadora Mistral, prefere concentrar suas indicações nos rótulos das regiões tradicionais europeias. "A Itália tem os maravilhosos vinhos do Piemonte: Barolo, Barbaresco, Barbera e os Brunello di Montalcino, que são estrelas em qualquer jantar. E também o excepcional Amarone della Valpolicella, um vinho para cuja produção as uvas permanecem em esteiras de palha secando por quatro meses, o que faz o açúcar concentrar-se, e são esmagadas só depois de perder 35% de seu peso", conta. Fora os italianos, Mainardi recomenda os espanhóis da região da Ribera del Duero e os portugueses do Douro e da Ilha da Madeira. "Estes últimos são um pouco mais alcoólicos e uma ótima dica para sair do óbvio", recomenda.

Para quem já está em um patamar avançado na escolha, vale ir mais fundo no portfólio das vinícolas símbolo de cada região e prestar atenção na safra. "Para não ter erro, a dica é optar pelas regiões tradicionais de excelência, pois as vinícolas dessas áreas mantêm um controle de qualidade exigente. Se a safra não foi a esperada, elas selecionam as uvas e só as melhores vão para a garrafa", afirma Mainardi. Outra dica dos especialistas é na escolha do vinho do Porto. "Dê preferência aos vintages, envelhecidos de dez a 50 anos. Devem ser servidos não totalmente gelados, entre 13° C e 14° C", ensina Mainardi.

Por falar em servir, os especialistas recomendam alguns cuidados com os vinhos mais encorpados. Nos casos dos rótulos muito jovens ou muito antigos, deve-se fazer uma decantação para que o vinho "se abra". Além disso, é importante observar a temperatura. Os vinhos brancos devem ser apreciados em temperaturas baixas, assim como os espumantes e os rosés (10° C), já os tintos, em temperatura amena (16° C a 18° C), que é essencial para uma boa harmonização. ■

DIVULGAÇÃO

TINTOS DO NOVO MUNDO

Nicolas Catena Zapata 2011
(Mistral – R$ 3.035)

Produzido em Mendoza, na Argentina, esse grande ícone é sem dúvida um dos melhores vinhos do mundo e talvez o melhor da América do Sul. É elaborado com um corte de Cabernet Sauvignon e Malbec. Sua primeira safra causou sensação no universo do vinho em cinco provas distintas, às cegas, com vinhos da magnitude de Château Latour, Château Haut-Brion e Opus One, ficando quatro vezes em primeiro lugar e uma vez em segundo. Esse vinho é uma ótima opção para harmonizar com o **tournedos Rossini**, centenário prato francês criado pelo chef Marie-Antoine Carême – um dos inventores da *haute cuisine* – em homenagem ao compositor italiano Gioachino Rossini. Um filé mignon alto servido com uma generosa fatia de *foie gras* por cima e regado com um molho feito de vinho, demi-glace e lascas de trufas.

DIVULGAÇÃO

PORTO

Taylor's Single Harvest 1968
(Qualimpor - R$ 1.742)

Colhida em 1968 na região do Douro, em Portugal, essa edição limitada foi envelhecida durante 50 anos em barris de madeira antes de ser engarrafada. É a quinta versão de uma série de vintages que a vinícola lança anualmente. A deste ano mostra uma cor âmbar brilhante e estrutura mais licorosa de frutas vermelhas com um amadeirado intenso. Impressiona pelo frescor, não parecendo ter 50 anos. Tem ainda acidez e um final longo e persistente, com toques de figos, tâmaras, mel, caramelo, pistache e tabaco. Tem 94 pontos no ranking Robert Parker.

O **tiramisù** é uma ótima opção de harmonização. Essa clássica sobremesa italiana leva biscoitos champagne (ou pão de ló) embebidos em café, entremeados por um creme à base de queijo mascarpone, creme de leite fresco, ovos, açúcar, vinho do tipo Marsala e polvilhados com cacau em pó.

A Studio Bag, novo modelo de Salvatore Ferragamo, é produzida manualmente por artesãos com couro natural italiano. R$ 10.500

DE ENCHER OS OLHOS

UMA SELEÇÃO DE PRESENTES EXCLUSIVOS PARA TODOS OS GOSTOS

Relógio feminino com pulseira revestida de vermelho-carmim e mostrador de ouro rosa salpicado de diamantes. Edição limitada a 100 peças da coleção Rendez-Vous Night & Day, da Jaeger-LeCoultre. R$ R$ 87.500

Os óculos de sol femininos da Marni têm armação de acetato que sustenta as linhas suaves das lentes arredondadas de policarbonato. R$ 2.650

A bolsa da Miu Miu é feita de couro com acabamento em matelassê e alça de corrente de 115 cm. R$ 5.200

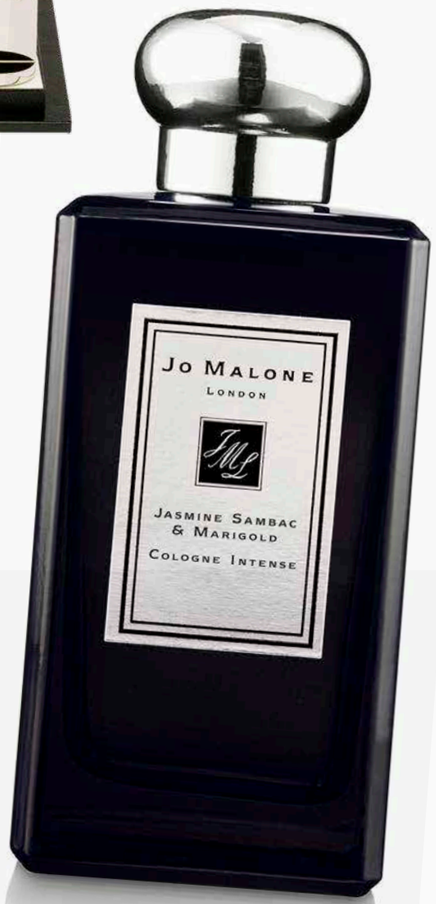
O long necklace Alhambra da Van Cleef & Arpels é de ouro branco e tem os célebres trevos de quatro folhas de ônix e diamantes. R$ 304.000

O Bee Glow da Guerlain hidrata e fortalece a epiderme criando uma barreira protetora, além de uniformizar e iluminar a pele. Disponível na Sephora. R$ 505

Sapato Bottega Veneta com bico redondo feito de couro macio com acabamento envernizado. R$ 2.630

FOTOS: DIVULGAÇÃO PREÇOS CONSULTADOS EM JUNHO E JULHO DE 2018 E SUJEITOS A ALTERAÇÃO

O Prada Chess, tabuleiro em edição limitada, possui detalhes de metal e couro saffiano, material icônico da marca. R$ 14.670



O Jasmine Sambac & Marigold Cologne Intense (100 ml), da Jo Malone, é unissex e elaborado com o jasmim sambac e traz notas de ylang ylang. R$ 860

A Montblanc Heritage Rouge & Noir Spider Metamorphosis Special Edition vem com revestimento dourado em tom champagne e clipe com aranha. R$ 4.000

O relógio Luminor Due 3 Days Automatic Acciaio possui mostrador de marfim, reserva de marcha de três dias e pulseira de couro azul. Da Panerai. R$ 28.500

O canivete Victorinox Deluxe Tinker Damast possui 15 funções e lâmina que permanece afiada por um longo período, pois é fabricada com o mesmo aço usado nas espadas persas desde 1884. Edição limitada (apenas 30 unidades no Brasil). R$ 1.760

O tênis masculino Giorgio Armani tem solado emborrachado. R$ 4.300

GRUPOS DE ATUAÇÃO GLOBAL ENTRE OS RECÉM-CHEGADOS

COMPANHIAS DE SEGMENTOS COMO TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO DE SHOPPING CENTERS E INDÚSTRIA CIMENTEIRA ADEREM AO LIDE

Três das novas companhias filiadas ao **LIDE** atuam no mercado internacional e representam setores tão diversos como digital, administração de grandes centros de compras e indústria de base. A Accenture atua na área de serviços de estratégia empresarial, consultoria, digital, tecnologia e operações. Globalmente, atende clientes em mais de 120 países e busca soluções para unir negócios a tecnologias. No Brasil, tem escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, São José dos Campos, Campina Grande e Vitória. Conta com Operations Delivery Centers em Barueri (SP), Rio de Janeiro e Nova Lima (MG); tem Innovation Center em Recife, Centros de Excelência e Inovação (em agronegócio e automotivo em São Paulo e em energia, comunicações e analytics no Rio de Janeiro) e Centro de Serviços Compartilhados em Curitiba. Atende 35 das 50 maiores empresas do país.

A Gazit Brasil é subsidiária do Grupo Gazit, que opera, administra e desenvolve shopping centers. É um dos líderes do segmento imobiliário internacional, com cerca de 500 empreendimentos em mais de 20 países. Chegou ao Brasil em 2008 e atualmente está em São Paulo e Campinas, no estado de São Paulo, além de Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul. Na capital paulista, a Gazit tem participação de 100% no Shopping Light, Top Center, Mais Shopping, Prado Boulevard e Morumbi Town; de 33% no Shopping Cidade Jardim; e de 4,3% no Shopping Eldorado. Em 2018, também fechou a compra de 70% do International Shopping, próximo ao Aeroporto de Guarulhos, na Grande São Paulo.

A InterCement está entre as dez maiores do mundo em seu segmento, com capacidade de produção de 48 milhões de toneladas de cimento em 40 unidades distribuídas por oito países na América Latina, Europa e África. Empresa brasileira de capital privado, a InterCement é líder do mercado de cimento na Argentina, em Portugal, Moçambique e Cabo Verde, vice-líder no Brasil e Paraguai e tem atuação relevante na África do Sul e no Egito. Comercializa cimento, cal e argamassas especiais. Como estratégia de crescimento, a InterCement incorporou, no Brasil, a Cimento Cauê em 1997; na Argentina, a Loma Negra em 2005; e em Portugal, a Cimpor em 2012. ■

LIDE São Paulo

ALPHA CHANNEL
PRESIDENTE: **FERNANDO FIORESE**

CONFIANÇA CONSOLIDADORA
DIRETOR: **GUSTAVO ADAMS**

GAZIT BRASIL
CEO: **MIA STARK**
DIRETOR: **IAN ANDRADE**

INTERCEMENT
PRESIDENTE: **PAULO EDUARDO NIGRO**
VICE-PRESIDENTE: **CIBELE CASTRO**

INTERSYSTEMS DO BRASIL
DIRETOR: **ALEXANDRE TUNES**
DIRETORA: **GISELE IANUCK PANEGASSI**

NEOGRID
CEO: **MIGUEL ABUHAB**
VICE-PRESIDENTE: **JOSÉ LUIZ ALVARENGA**

Ô INSURANCE
PRESIDENTE: **JOSÉ CARLOS MACEDO**

REGUS
CEO: **TIAGO ANGELO ALVES**
DIRETOR: **OTAVIO AUGUSTO CAVALCANTI**

VINÍCOLA GALVÃO BUENO
PRESIDENTE: **LETICIA F. C. GALVÃO BUENO**
DIRETOR: **DOUGLAS DELAMAR ALVES**

LIDE Bahia

BAHIA NOTÍCIAS
PRESIDENTE: **RICARDO LUZBEL**
VICE-PRESIDENTE: **MAISA LUZBEL**

BAHIA PARTNERS
PRESIDENTE: **ANDRE LUZBEL MONTEIRO OLIVEIRA**

LIDE Campinas

QUIRÓS GOURMET
PRESIDENTE: **PRISCILA QUIRÓS**
VICE-PRESIDENTE: **AUGUSTO QUIRÓS**

LIDE Ceará

VEGA
PRESIDENTE: **FRANCISCO FEITOSA DE A. LIMA**
DIRETOR: **MARIO JATAHY DE A. JUNIOR**

LIDE Ribeirão Preto

SANTA EMÍLIA CAMINHÕES E ÔNIBUS
PRESIDENTE: **JANAINA DE BARROS CRUZ E RANGEL**
VICE-PRESIDENTE: **LEANDRO SESTINI DE BARROS CRUZ**

LIDE Rio de Janeiro

ASSURE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: **HENRIQUE JORGE D. BRANDÃO JÚNIOR**
VICE-PRESIDENTE: **ERIKA CRISTINA A. BRANDÃO GLEICHER**

CEPEM
PRESIDENTE: **HENRIQUE ALBERTO PORTELLA PASQUALETTE**

LIDE Rio Preto

AROMASIL
PRESIDENTE: **MAURIVON BORGES DA SILVA**
VICE-PRESIDENTE: **IDIVANIA ALVES DE GODOI**

DISMED
PRESIDENTE: **RONALD REMONDY JÚNIOR**

FOR BUSINESS
PRESIDENTE: **LUCIO FLORINDO JÚNIOR**
VICE-PRESIDENTE: **EVALDO LUCIO LUNARDI**

QUALYCON ALIMENTOS
PRESIDENTE: **MARCELO RAMIRES SIMÕES DE LIMA**
VICE-PRESIDENTE: **CRISTIANO FAZIO**

LIDE Educação Pernambuco

FACIG
DIRETOR ACADÊMICO: **MANOEL ALDO DA SILVA**

FACULDADE EXCELSIOR
DIRETOR: **LUCIANO DE PETRIBÚ BIVAR**

LIDE Mulher

ACCENTURE
DIRETORA: **PRISCILA DE PINHO HAWTHORNE**
DIRETORA: **CINTHIA MATOS ANDRADE**

HONEST CONSULTORIA
SÓCIA: **SIBELE BENITES**
SÓCIA: **SIMONE SCANDELAI**

REGUS
DIRETORA: **TANIA COSTA**
DIRETORA: **CECILIA VODOPIVIC**

LIDE Mulher Campinas

AJOUR CENTRO DE BELEZA
DIRETORA: **DANIELA COSTA ZANOTTA**

AMV-ARQDESIGN
SÓCIA: **ANA LUCIA CASTRO**
SÓCIA: **MARIANA ANDRADE**

INSTITUTO ENEAGRAMA
DIRETORA: **ANNA FREITAS**
DIRETORA: **IZABEL CAROLINA DE MELO**

RENATA FRANCO ADVOCACIA E CONSULTORIA AMBIENTAL E REGULATÓRIA
SÓCIA: **RENATA FRANCO**

STOFFEL ADVOCACIA E CONSULTORIA
SÓCIA-FUNDADORA: **MICHELE VELOSO STOFFEL BARBIERI**

LIDE Mulher Pernambuco

PACÍFICO FERREIRA EMPREENDIMENTOS
SÓCIA: **MARINA MORAIS PACÍFICO REBELO**

LIDE Mulher Santa Catarina

BIOART BIOCOSMETICS
CEO: **SORAIA GOMES ZONTA**

LIDE Justiça

BRUGNARA ADVOGADOS
PRESIDENTE: **WANDER BRUGNARA**
VICE-PRESIDENTE: **MAGNUS BRUGNARA**

LIDE
GRUPO DE LÍDERES EMPRESARIAIS

CHAIRMAN
Luiz Fernando Furlan lufurlan@lidebr.com.br

CEO DO LIDE
Gustavo Ene gustavoene@lidebr.com.br

COMITÊ DE GESTÃO

Roberto Rodrigues
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

José Goldemberg
presidente do LIDE Energia

Paulo Nigro
presidente do LIDE Esporte

Rafael Cosentino
presidente do LIDE Futuro

Renato Vale
presidente do LIDE Infraestrutura

Roger Ingold
presidente do LIDE Inovação

Luiz Fernando Furlan
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

Sérgio de Nadai
presidente do LIDE Solidariedade

Roberto Klabin
presidente do LIDE Sustentabilidade

Silvio Genesini
presidente do LIDE Tecnologia

Arnoldo Wald
presidente do LIDE Terceiro Setor

Guilherme Paulus
presidente do LIDE Turismo

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
Silvia Quirós presidencia@lidecampinas.com.br
PRESIDENTE DO LIDE CEARÁ
Emilia Buarque presidencia@lideceara.com.br
PRESIDENTE DO LIDE GOIÁS
André Luiz Rocha andrerocha@lidego.com.br

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO
Pedro Neves pedroneves@grifort.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
Fabrício de Macedo fabriciodemacedo@lideparana.com.br
PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO
Drayton Nejaim drayton@lidepe.com.br

PRESIDENTE DO LIDE RIBEIRÃO PRETO
Fábio Fernandes fabiofernandes@lideribeiraopreto.com.br
PRESIDENTE DO LIDE RIO DE JANEIRO
Andréia Repsold arepsold@lideriodejaneiro.com.br
PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO SUL
Eduardo Fernandez eduardofernandez@liders.com.br
PRESIDENTE DO LIDE RIO PRETO
Marcos Scaldelai marcosscaldelai@lideriopreto.com.br
PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA
Wilfredo Gomes wilfredo@lidesc.com.br
PRESIDENTE DO LIDE 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 muriloarruda@lidechile.com
PRESIDENTE DO LIDE CHINA
José Marcelo Braga Nascimento braga@bnz.com.br

PRESIDENTE DO LIDE COLÔMBIA
Felipe Castro felipe@bodybrite.co
LIDE ESPANHA
Eduardo Bredarioli
PRESIDENTE DO LIDE EUA
Alessandra Moraes lideflorida@caseamericas.com
PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA
Juan Barberis juanbarberis@lideitalia.org
PRESIDENTE DO LIDE MARROCOS
Hassan Aitali hassanaway@yahoo.fr

PRESIDENTE DO LIDE MÔNACO
Gian Luca Braggiotti glbraggiotti@lidemonaco.com
PRESIDENTE DO LIDE ORIENTE MÉDIO
Raul Silva raulgs@yahoo.com
PRESIDENTE DO LIDE PARAGUAI
Rodrigo Maia r.maia@lideparaguay.com
PRESIDENTE DO LIDE PORTUGAL
Luis Flores luis_flores@me.com
PRESIDENTE DO LIDE URUGUAI
Guillermo de Felipe guillermodefelipe@lideargentina.com

DO MOMENTO POLÍTICO AO MERCADO DE LUXO, LIDE GERA DEBATES PELO PAÍS

DESAFIOS NAS ÁREAS DE SAÚDE, INDÚSTRIA TÊXTIL, EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA TAMBÉM ESTIVERAM EM PAUTA

PARA MINISTRO DA SAÚDE, A PRIORIDADE É INCENTIVAR A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Em sua participação no **7º Fórum LIDE da Saúde e Bem-Estar**, no hotel Grand Hyatt, em São Paulo, o ministro da Saúde, Gilberto Occhi, destacou a alimentação saudável como prioridade de sua pasta e citou duas ações que incentivam essa abordagem: as regras impostas para a publicidade de alimentos com alto teor de sódio e açúcar e a restrição de venda desses produtos em escolas. Occhi também falou do programa de informatização das unidades de saúde e explicou: "Vamos ampliar o acesso ao registro de histórico da saúde das pessoas. A meta é que um dia o cidadão possa receber mensagens no celular para lembrar de tomar remédio ou de fazer um exame".

Além do ministro, participaram do evento, realizado em 26 de junho, o diretor-presidente substituto da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Fernando Mendes Garcia Neto; o então secretário municipal de Saúde, Wilson Pollara; o secretário municipal de Inovação e Tecnologia, Daniel Annenberg; e o presidente do **LIDE Saúde**, Claudio Lottenberg. Outros convidados falaram sobre modelos de gestão e futuro de hospitais, como Daniel Coudry, diretor executivo da Amil, e Fernando Torelly, diretor executivo do Hospital Sírio-Libanês. A importância de um estilo de vida saudável foi destaque do diretor-geral do Centro de Cardiologia do Sírio, Roberto Kalil. A interação

GUSTAVO RAMPINI

O ministro Gilberto Occhi participou do 7º Fórum LIDE da Saúde e Bem-Estar, realizado no hotel Grand Hyatt, em São Paulo

cérebro-máquina foi o tema de Edgard Morya, diretor de Pesquisa do Instituto Internacional de Neurociência.

Sidney Klajner, presidente da Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein, e Martha Oliveira, diretora executiva da Associação Nacional de Hospitais Privados (ANAHP), falaram sobre evitar desperdícios para reduzir custos. A respeito da regulação dos planos de saúde, falou o diretor da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Leandro Fonseca. Já o ex-presidente da Anvisa Dirceu Barbano explanou sobre a regulação de medicamentos. A americana Margaret Wilson contou sua experiência internacional como vice-presidente da UnitedHealthcare Global.

NA ALEMANHA, INVESTIDORES DEBATEM NEGÓCIOS NO BRASIL

A embaixada brasileira em Berlim, na Alemanha, em 6 de julho, foi sede do fórum **Investment in the Global Markets – Brazil in the Focus of Investors**, no qual se promoveu um debate sobre negócios no Brasil, tendo em conta o panorama político e econômico deste ano. Cenário global, oportunidades concretas e como os alemães diversificam investimentos no Brasil e minimizam riscos foram alguns dos pontos abordados. O evento teve como convidado de honra Frank Sportolari, da UPS Alemanha, e foi aberto pelo ministro-conselheiro Roberto Teixeira de Avellar, que representou o embaixador do Brasil, Mario Vilalva. O presidente do **LIDE Alemanha**, Christian Hirmer, falou sobre os investimentos feitos no Brasil, como o projeto do hotel Campo Bahia, que foi o centro de treinamento da Seleção Alemã de Futebol na Copa do Mundo de 2014. Estrategista global de mercado de capitais da Allianz Global Investors, Stefan Scheurer apresentou o tema *Investimento Inteligente em Tempos de Aumento das Taxas de Juros*. Foi seguido por palestra de Sportolari sobre o foco da UPS no Brasil e a respeito da importância de criar uma comunidade global por meio de uma rede inteligente de logística.

DIVULGAÇÃO

Embaixada do Brasil em Berlim recebeu investidores alemães interessados no cenário político-econômico brasileiro

OPORTUNIDADES NO SETOR TÊXTIL ATRAEM DELEGAÇÃO CHINESA A SÃO PAULO

Em parceria com o Conselho Chinês de Promoção do Comércio Internacional (CCPIT), o Eastern Silk Market China e o escritório Braga Nascimento e Zilio Advogados Associados, o **LIDE China** realizou, em 12 de junho, o seminário *Oportunidades de Negócios no Setor Têxtil*, que atraiu a São Paulo uma delegação empresarial vinda especialmente daquele país. Com faturamento de R$ 144 bilhões no Brasil em 2017, a área têxtil reúne interesses de indústrias brasileiras e chinesas em busca de oportunidades. Além dos empresários chineses, o encontro contou com autoridades e profissionais especialistas no setor, como Yu Yong, cônsul conselheiro econômico e comercial do Consulado da República Popular da China; José Marcelo Braga Nascimento, chairman do LIDE China; Fan Jianlong, membro do Comitê do Partido Comunista da cidade de Suzhou, na região de Wujiang, na China; Hu Weibiao, diretor do Bureau de Promoção Comercial da Wujiang Hi-Tech Zone; Wu Jianhua, presidente da Suzhou Saint Joy Silk Technical Culture Co.; Farid Murad, diretor da Associação Comercial de São Paulo (ACSP); Denilson Correa, vice-presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Acessórios para a Indústria Têxtil e de Confecção (CSMAT/Abimaq). O seminário foi seguido de rodada de negócios.

FELIPE MAIROWSKI

Delegação chinesa veio a São Paulo especialmente para encontro relacionado à indústria têxtil

LIDE CAMPINAS CONVIDA PRÉ-CANDIDATOS PARA EXPOREM SUAS IDEIAS

Em 14 de junho, o **LIDE Campinas** iniciou sua série de encontros com pré-candidatos à Presidência da República e ao Governo do Estado de São Paulo, que prosseguirá até as eleições. O primeiro a apresentar suas ideias e debater com filiados e convidados foi o ex-ministro Henrique Meirelles, que falou no evento sobre o cenário brasileiro de 2018. Silvia Quirós, presidente do LIDE Campinas, comentou que Meirelles, do MDB, discorreu sobre o cenário econômico do país na última década e respondeu às perguntas de algumas das 130 pessoas que compareceram ao Royal Palm Hall. Meirelles comandou o Banco Central de 2003 a 2011 e foi ministro da Fazenda de 2016 até abril deste ano. No setor privado, entre outros cargos, presidiu o BankBoston Corporation, foi chairman do banco de investimentos Lazard Americas e senior advisor da Kohlberg Kravis and Roberts.

Alvaro Dias, líder do Podemos, foi o convidado de 28 de junho para apresentar o tema *Conjuntura Política Nacional*. O público acompanhou a visão dele sobre as reformas política, tributária e trabalhista. Dias está no quarto mandato de senador – foi vereador, deputado estadual, deputado federal e governador do Paraná. Em 5 de julho, o então pré-candidato pelo PRB, Flávio Rocha, debateu o tema *Prosperidade e Inclusão,* com propostas políticas voltadas para a maioria da população brasileira. Também destacou o apoio recebido, o que configurava sua candidatura como plural. Mas em 13 de julho o empresário anunciou que não iria mais concorrer às eleições. À imprensa, ele disse no mesmo dia que retomaria o trabalho na Riachuelo, presidindo o Conselho de Administração. Durante dez anos, Rocha foi o CEO do Grupo Guararapes, que integra a Rede de Lojas Riachuelo, Confecções Guararapes, Midway Financeira, Transportadora Casa Verde e Shopping Midway Mall.

Até as eleições, o LIDE Campinas pretende promover encontros com todos os presidenciáveis e candidatos ao governo estadual, entre eles Geraldo Alckmin, João Doria Jr. e Paulo Skaf.

FOTOS: GUILHERME GONGRA

O ex-ministro Henrique Meirelles abriu a série de apresentações de presidenciáveis promovida pelo LIDE Campinas

O senador Alvaro Dias, com Silvia Quirós, presidente do LIDE Campinas, foi o segundo pré-candidato a apresentar suas propostas

Flávio Rocha apresentou propostas de sua candidatura à Presidência da República, mas desistiu de concorrer às eleições dias depois e voltaria ao trabalho na Riachuelo

PRESIDENTE DO TCU PARTICIPA DE EVENTO NO RECIFE

Raimundo Carreiro, presidente do Tribunal de Contas da União (TCU), e o vice-presidente da instituição, José Múcio Monteiro, participaram do seminário promovido pelo **LIDE Pernambuco** em 29 de junho, no MV Empresarial do Recife, com o tema *Nordeste: o Presente e o Futuro. Desafios e Oportunidades*. Carreiro destacou que o TCU, nos últimos dez anos, teve 55% de suas recomendações atendidas.

RODRIGO VERÍSSIMO

Em Recife, Raimundo Carreiro e José Múcio Monteiro, ambos do TCU, participaram de seminário sobre o Nordeste

NO CEARÁ, EMPRESÁRIOS VISITAM PORTO DO PECÉM

ANDRE LIMA

Líderes estiveram na Zona de Processamento de Exportações do Complexo Industrial e Portuário

Promovido em 21 de junho pelo **LIDE Ceará**, o *Seminário de Desenvolvimento e Competitividade* contou com uma visita ao Complexo Industrial e Portuário do Pecém (Cipp) e outra ao Banco do Nordeste do Brasil (BNB), onde empresários participaram de palestras de César Ribeiro, secretário de Desenvolvimento Econômico, e de Romildo Carneiro Rolim, presidente do BNB.

BRANDING NA EDUCAÇÃO É TEMA DE SEMINÁRIO EM PERNAMBUCO

O tema do **Encontro Análise** promovido pelo **LIDE Educação Pernambuco**, sob a presidência de Júlio Borba, foi *Branding na Educação – Estratégias para Captação e Fidelização de Alunos*. Gestores e empresários se reuniram em Recife em 13 de junho para a apresentação de Cézar Cavalcanti, estrategista de Marcas e Inovação e diretor da Orbe Laboratório de Inovação.

MAÍRA ACIOLI

Júlio Borba, do LIDE Educação, com Cézar Cavalcanti e Arnaldo Mendonça

LIKE THE FUTURE RECEBE LÍDERES DA 99 E DA IBM

RODRIGO VERÍSSIMO

Caio Poli, da 99, e Rodrigo Giaffredo, da IBM, estiveram no Like The Future, promoção do LIDE Futuro Pernambuco

O **LIDE Futuro Pernambuco** convidou o diretor de Experiência do Consumidor da 99, Caio Poli, e o líder de Transformação da IBM na América Latina, Rodrigo Giaffredo, para falarem de tendências no **Like The Future** de 28 de junho, realizado em Recife. Poli sugeriu vivenciar as experiências de consumidores, e Giaffredo destacou a necessidade de se reinventar para garantir uma boa experiência ao cliente.

PARQUE TECNOLÓGICO E AGRONEGÓCIO GANHAM ESPAÇO EM RIO PRETO (SP)

No *Café da Manhã com o LIDE*, promovido em 4 de julho, o prefeito de São José do Rio Preto, Edinho Araújo, destacou o potencial da cidade para cerca de 100 empresários. Geração de empregos, obras de mobilidade urbana, planos e ações para incrementar a economia foram alguns dos pontos abordados, com destaque para o Parque Tecnológico, que reunirá 31 companhias no Centro Empresarial e no Centro Incubador de Empresas. Israel Cestari, secretário municipal de Planejamento de Rio Preto, falou que o ambiente será "de interação e novas ideias". Marcos Scaldelai, presidente do **LIDE Rio Preto**, comentou a oportunidade de aproximação de companhias com a prefeitura. Em 21 de junho, foi realizado o **1º Encontro do Agronegócio LIDE Rio Preto**, com cerca de 300 empresários, que acompanharam palestras de Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura; Jaime Stupiello, do Grupo Tereos; Victor Campanelli, da Agro Pastoril Paschoal Campanelli; Fábio Girardi, da Totvs; Alessandra Nishimura, do Grupo Jacto; e Alberto Matias, da Inepad Consulting.

JEAN MORELLI

Marcos Scaldelai, presidente do LIDE Rio Preto, comandou um Café da Manhã com Empresários

IVAN FEITOSA/SMCS

O prefeito Edinho Araújo falou sobre ações para incrementar a economia de Rio Preto

GESTÃO DO LUXO É DESTAQUE EM RIBEIRÃO PRETO (SP)

IVAN FEITOSA/SMCS

Fábio Fernandes, presidente do LIDE Ribeirão Preto, promoveu dois eventos em julho

RAFAEL CAUTELLA

Expert em luxo, Carlos Ferreirinha falou a empresários da cidade

Carlos Ferreirinha, especialista em luxo e presidente da MCF Consultoria, compareceu ao **LIDE Business Dinner** promovido em Ribeirão Preto para falar sobre *A Gestão do Luxo como Diferenciação Competitiva*. No evento de 4 de julho, realizado no Audi Center, Ferreirinha observou: "As marcas mais consolidadas e tradicionais estão entendendo que o mercado mudou. O mundo e o Brasil que tínhamos como referência não existe mais. Temos de rever a forma de diálogo das empresas e produtos com o consumidor".

O **LIDE Ribeirão Preto**, presidido por Fábio Fernandes, ainda promoveu, em 13 de junho, o evento *Next Solutions*, que reuniu para o debate *Marcas Globais e o DNA Digital* René Abe, CEO da Rakuten Brasil; Caio Monteiro, cofundador de mídia da Contramestre Digital; e Fábio Tambosi, fundador da consultoria Tambosi Creative.

Prepare-se para usufruir da cabine mais espaçosa, mais alta e mais larga da aviação executiva. O Falcon 6X possui um alcance de 5.500 nm (10.186 km) e velocidade máxima de mach 0,90. Ao estabelecer um padrão mais elevado e mais amplo, destaca-se por si só. **Apresentando o Falcon 6X: as 5.500 nm mais espaçosas e produtivas que você percorrerá.**

Falcon 6X
CLASSE INCOMPARÁVEL

WWW.DASSAULTFALCON.COM | RODRIGO PESOA: +55 11 3521 7201 | RODRIGO.PESOA@FALCONJET.COM

DASSAULT AVIATION
ENGINEERED WITH PASSION

/Lenovobr @Lenovobr Lenovo Lenovobr @Lenovobrasil Lenovo.com ThinkStories.com Baixe o catálogo

Lenovo realiza todos os esforços para garantir a precisão das informações, mas não é responsável por qualquer conteúdo editorial, fotográfico ou por erros tipográficos. Todas as imagens são apenas para fins ilustrativos. Para especificações completas de produto,informações de serviços e garantias Lenovo, visite www.lenovo.com. Logotipo da Lenovo é marca registrada. A Lenovo não faz nenhuma representação ou dá garantia em relação a produtos ou serviços de terceiros. Outros nomes de empresas, produtos e serviços podem ser marcas registradas de terceiros. Lenovo 2018. Todos os direitos reservados