

# LIDE

Ano 14 - nº 80 | 2019

DORIS EDITORA



## **ESPECIAIS**

**EDUCAÇÃO**  
COMO AS NOVAS  
NECESSIDADES  
CORPORATIVAS ESTÃO  
TRANSFORMANDO  
O ENSINO

**MERCADO JURÍDICO**  
O FUTURO DA  
SEGURANÇA DE  
DADOS NO BRASIL

# LEONARDO FRAMIL

**AQUISIÇÕES: PRESIDENTE DA ACCENTURE REVELA  
INVESTIMENTOS NA AMÉRICA LATINA**



Sua saúde merece



## Inovação, qualidade e confiança.

### Palavras que escrevem a nossa história.

São 55 anos cuidando das pessoas.  
Investindo em pesquisa e inovação para descobrir novas fórmulas.  
Oferecendo medicamentos acessíveis e de qualidade em que o Brasil inteiro confia. E fazendo o melhor pelo seu bem-estar, do jeito que sua saúde merece.

Uma história que a EMS tem orgulho de contar e de manter lá no topo, liderando o mercado farmacêutico há 13 anos consecutivos\*.

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

**Chegou o novo  
Delivery Express.  
Venha conhecer.**



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

- Carteira B
- Maior plataforma e capacidade de carga
- Implemento de fábrica (baú ou carga seca)

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



**Caminhões  
sob medida**



# A MOBILIDADE JÁ ATINGIU O MÁXIMO EM TECNOLOGIA E INOVAÇÃO? **SE LOCALIZA.**

11 e 12  
DE JUNHO  
EM SÃO PAULO

Realização: **hsm**

 SingularityUBrazil

Localiza Hertz, a locadora oficial do  
SingularityU Brazil Summit pelo 2º ano consecutivo.

Afinal, uma empresa protagonista no futuro da mobilidade  
não poderia ficar de fora de um dos principais eventos  
de inovação e tecnologia do mundo.

 [localizahertz.com](http://localizahertz.com)

 0800 979 2020

 Alugue pelo app

 **Localiza Hertz**

alugue essa ideia



# 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.

Todos os sábados, às 23h50.





Bailarina da Natureza  
Bronze dourado  
161 x 75 x 50 cm



 BIA  
DORIA

Av. Europa, 444  
São Paulo - Brazil  
+55 11 3063-0572

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

 @artebiadoria

 espacodeartebiadoria

# SUMÁRIO

edição de maio

## 14 Carta ao leitor

Novos rumos

## 16 Entrevista

Fernando Yunes, presidente do Sem Parar, fala sobre construir um futuro sem cancelas

## 26 Mercado

Klabin e Suzano seguem otimistas com resultados alcançados nos últimos anos e planejam expansão no setor de papel e celulose

## 30 Sustentabilidade

Carros elétricos começam a conquistar espaço e chamar a atenção de montadoras no Brasil

## 36 Negócios

A tradicional loja de varejo Mappin retorna ao mercado brasileiro em formato e-commerce

## 40 Gestão

Método de liderança compartilhada ganha força nas empresas

## 44 Tendência

Espaços flexíveis e inovadores, inspirados em coworkings, ajudam grandes empresas a atrair e reter talentos

## 48 Comunicação

Players apostam em tecnologia para atrair consumidores

## 50 Benefícios

Manter os profissionais satisfeitos e engajados hoje vai além dos salários

## 60 Hotel

Descubra o Les Sources de Caudalie, um incrível hotel-spa 5 estrelas localizado em Bordeaux, na França



## 54 Barcos

Mercado náutico brasileiro retoma fôlego e apresenta lançamentos



## ESPECIAL EDUCAÇÃO

### 66 Educação 4.0

Instituições de ensino revolucionam seus métodos para atender a demanda da formação executiva

### 68 Cursos

A aposta das universidades em modelos híbridos

### 72 Férias

Cursos de curta duração são uma ótima opção para executivos que não têm tempo a perder

## ESPECIAL MERCADO JURÍDICO

### 76 Tributos

Especialistas debatem a proposta da reforma tributária que pretende simplificar o sistema brasileiro

### 82 MP

Medida Provisória 881 propõe reduzir o dirigismo estatal e a intervenção judicial na relação com empresas

### 86 Legislação

Lei Geral de Proteção de Dados promete colocar o Brasil em um novo patamar de segurança



### 88 Aconteceu

Brazilian Investment Forum, Almoço-Debate, Fórum de Gastronomia e muito mais

### 94 Filiados

Orlando City SC, Martin Brower e Icon Aviation são os novos associados do LIDE

## 98 Presentes

Acessórios com estampas ousadas e muito estilo



## 20 Capa

Antecipando a demanda, Leonardo Framil, presidente da Accenture para Brasil e América Latina, revela os planos de aquisições da empresa

# NOVOS RUMOS

Para ele, o futuro é agora, sempre se antecipando à demanda. Quem diz isso é Leonardo Framil, presidente da Accenture para Brasil e América Latina desde 2016, que estampa a capa desta edição. Ele fala das aquisições da companhia, dos desafios atuais de seus clientes e das tendências do mundo digital. Novidades também trazemos na matéria sobre carros elétricos e como o mercado brasileiro está entendendo essa transformação mundial na indústria automobilística.



Como nosso entrevistado do mês, Fernando Yunes, presidente do Sem Parar, destaca tendências para o setor de pagamento automático e novidades para facilitar a vida dos clientes. O clima positivo se estende para a reportagem sobre o setor de papel e celulose, que comemora crescimento, conduzido por empresas como Klabin e Suzano.

Esta edição conta, ainda, com um especial sobre educação executiva, com a opinião de especialistas sobre como serão as aulas do futuro, principalmente para quem precisa de conhecimentos adequados às novas exigências de mercado – e, muitas vezes, sem tempo para isso.

O nosso segundo especial é sobre o mercado jurídico, que aborda a pauta do momento, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGDP) e também a respeito da Medida Provisória 881, que pretende reduzir o dirigismo estatal e a intervenção judicial na relação com empresas.

E ainda temos uma matéria sobre os lançamentos do mercado náutico, presentes sofisticados e um modelo de gestão novo e interessante, com copresidentes atuando na liderança das empresas.

Aproveite a leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM  
DIRETORA EDITORIAL

## L I D E

**PUBLISHER**  
Célia Pompeia

**DIRETORA EDITORIAL**  
Ana Lúcia Ventorim

**CONSELHO EDITORIAL**  
Ana Lúcia Ventorim  
Célia Pompeia  
João Dória Neto

**EDITORA**  
Isabel Lopes

**COORDENADORES DE CONTEÚDO**  
Alan Cruz  
Cintia Esteves

**EDIÇÃO, REDAÇÃO E ARTE**  
PROS People Relations Agency  
www.pros.com.br - Tel.: (11) 3585-0100

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

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

**PUBLICIDADE**  
Adriana Sgrignoli  
adrianasgrignoli@grupodoria.com.br

Debora Leopoldo  
deboraleopoldo@grupodoria.com.br

Patrícia Rozzino  
patriciarozzino@grupodoria.com.br

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

**VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA**  
Célia 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) 3039-60511  
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**  
Leonardo Framil por Gustavo Rampini

# NÓS SOMOS A FIT.

A distribuidora de combustíveis para quem faz escolhas inteligentes.

Desde a produção até o transporte, nosso compromisso é levar até você a eficiência, a segurança e a qualidade da REFIT, primeira refinaria privada de petróleo do Brasil.

Abastecemos os principais postos **BANDEIRA BRANCA** do Rio de Janeiro e São Paulo.

Somos a melhor alternativa para quem busca combustível de **QUALIDADE** com **PREÇO JUSTO**.



#AGORAEUSOUFIT  
#EUMEREÇOPREÇOJUSTO  
#VEMPRAFITVOCÉTAMBÉM



O combustível preciso que toda gente precisa!

www.combustivelfit.com.br

*entrevista*

# QUEM NÃO QUER MAIS TEMPO?

SEM PARAR EXPLORA NOVAS FRONTEIRAS PARA CONSTRUIR UM FUTURO SEM CANCELAS E PARADAS. À FRENTE DAS INICIATIVAS ESTÁ O PAULISTA FERNANDO YUNES, QUE ACREDITA NO INVESTIMENTO EM PESSOAS PARA APOIAR TIMES MAIS FORTES

Nos últimos 19 anos, o fluxo de veículos nas estradas pedagiadas aumentou 50,4%, segundo a Associação Brasileira de Concessionários de Rodovias (ABCR). Nesse mesmo período, o Sem Parar escreveu uma história de muitos capítulos, desde a sua criação pelas primeiras concessionárias de São Paulo até se tornar a líder do segmento com números superlativos.

São cinco milhões de clientes, R\$ 1 bilhão de faturamento anual e crescimento médio superior a 20% a cada ano, além da presença em 100% das estradas pedagiadas do País e em 1.050 estacionamentos – eram cerca de 400 há menos de um ano. Tem mais: pagar um lanche no drive-thru do McDonald's ou abastecer o carro com o Sem Parar já é uma realidade.

No entanto, falar do passado e do presente é pouco. Para Fernando Yunes, presidente da companhia, há muitas páginas em branco nesta obra. “Vamos investir cerca de R\$ 20 milhões a mais do que em 2018, principalmente para melhorar os nossos serviços e o atendimento aos clientes, além de criarmos novas razões de uso no futuro próximo”, diz o executivo nesta entrevista, em que destaca tendências do setor, novos caminhos do negócio e novidades que facilitam a vida dos clientes.



*REVISTA LIDE - Como foi abrir um novo mercado no Brasil?*

FERNANDO YUNES – O Sem Parar começou em 2000, quando o então governador de São Paulo, Mario Covas, liderou a concessão das rodovias estaduais. Uma das condições desse processo foi a criação de um sistema de pagamento automático. Na época, o Sem Parar foi concebido para que as concessionárias não tivessem que abrir, cada uma, uma empresa de pagamento, o que poderia gerar problemas de portabilidade. Começamos com aquelas caixinhas que eram instaladas no carro, mas que foram evoluindo até se transformarem nas tags [adesivos] de hoje em dia, que podem ser coladas também em caminhões para fazer a nossa vida ficar mais fácil.

*Na época, então, foi feito algo como um “consórcio” para a criação do Sem Parar. Esse modelo continua até hoje?*

Não. Em 2016, o Sem Parar foi comprado pela FleetCor, especializada em meios de pagamento. Embora muita gente lembre mais da empresa quando pensa nos pedágios, elas estão se acostumando com a nossa mágica de abrir as cancelas também nos estacionamentos. Hoje, 70% dos nossos clientes utilizam estacionamento. E a nossa visão de criar um mundo sem filas, quando as pessoas querem estar em movimento, não para por aí. Trouxemos duas inovações: o

pagamento de combustível nos postos da Shell e BR e de refeições no drive-thru do McDonald's. Ou seja, você faz o pedido, pega o lanche e vai embora. No exterior, a FleetCor tem uma atuação ainda maior. Ela está presente, por exemplo, no mercado de combustíveis, agilizando o pagamento de reabastecimentos para as empresas e permitindo pagamentos por meio eletrônico.

*Como eram os resultados da empresa neste período inicial, quando oferecia apenas um serviço?*

O Sem Parar é um negócio de assinatura. É interessante o fato de que não recebemos uma taxa, por exemplo, quando o carro passa pela cancela. Nossa receita vem da assinatura pelo serviço. Hoje, o Sem Parar é uma empresa que dá lucro. Mas, para montá-la no início, foi preciso contratar e levantar a estrutura, sem ter clientes pagando mensalidade.

*E como veem a concorrência atualmente?*

Olhamos para o cliente, que nos dá um sentido de urgência muito grande para melhorar as suas vidas. A concorrência pela concorrência não passa de um comparativo. Nosso ângulo preferido é o do cliente. Por isso, fazemos pesquisas regulares com os atuais, com os que ainda não são e até com consumidores que nunca tiveram relacionamento com o Sem Parar. Justamente por isso, entendemos cada vez mais os hábitos e as necessidades das pessoas, motivo pelo qual aumentamos a nossa oferta de planos.

*“Vamos investir cerca de R\$ 20 milhões a mais do que em 2018, principalmente para melhorar os nossos serviços e o atendimento aos clientes”*

*Hoje, a conveniência está diretamente atrelada à melhor experiência do consumidor. Pagar a gasolina e o lanche no drive-thru com o Sem Parar compete com a comodidade dos apps?*

Não, porque é melhor. Você paga falando. Com os apps, sempre é necessário instalar o aplicativo, tirar o smartphone do bolso, liberar o telefone, abrir o programa, autenticar a sua senha e realizar a transação. Com o Sem Parar, a antena que instalamos no estabelecimento identifica o veículo pela tag e o pagamento é concluído. Para o nosso cliente, fica tudo bem mais simples. Nos postos, você só precisa dizer ao frentista que quer pagar com Sem Parar, ele autoriza a operação e está pago. No McDonald's, é a mesma coisa: você diz que quer pagar do nosso jeito e pode ir embora. Estamos eliminando as filas. Dizemos que é a nossa ‘tecnologia do sorriso’, porque essa é a reação predominante das pessoas quando simplesmente pegam o lanche e deixam o local.

*Se estamos falando de economia de tempo, quais são os próximos nichos em que veremos o Sem Parar?*

Acabamos de fechar uma parceria muito interessante com a Movida. É o primeiro serviço de aluguel de carros que agrega a tecnologia de pagamento contactless em pedágios e estacionamentos. Nosso plano é implantar a solução nos 96 mil veículos do nosso parceiro, que estão em mais de 99 cidades de todo o Brasil. Quando isso acontecer, e queremos que seja até o final do ano, devem ser geradas cerca de 250 mil transações por mês. Para as empresas, as vantagens são ainda maiores, pois elas podem centralizar os gastos das suas frotas com pedágios, estacionamentos e, eventualmente, até combustível. Além de agregar mais valor para nossos clientes, essa parceria aumenta a conveniência, que é a principal meta de ambas as marcas. E estamos de olho em outros segmentos de drive-thru, além do setor de alimentação, como os supermercados.

*Vocês, no futuro, vão oferecer soluções ligadas ao mercado financeiro?*

É uma possibilidade, porque o nosso principal objetivo é ser uma empresa que economiza tempo para as pessoas. Por isso, toda utilização nova nos anima. Pensamos continuamente em como facilitar ainda mais a vida dos nossos 5 milhões de clientes. E sempre precisamos fazer isso de maneira simples, com fluidez.

*Nesse sentido de expandir ainda mais os horizontes, qual é a estratégia de investimentos para este ano?*

Vamos investir cerca de R\$ 20 milhões a mais do que em 2018, principalmente para melhorar os nossos serviços e o atendimento aos clientes, além de criarmos novas razões de uso no futuro próximo. Na prática, queremos dar continuidade ao nosso crescimento nos estacionamentos, postos e pagamentos em drive-thru. Nesse caso, por exemplo, queremos estar em 300 restaurantes do McDonald's até o final de 2019. Já nos postos, o objetivo é ultrapassar dos 800 estabelecimentos, além de superar a marca de 1.500 estacionamentos. A ideia, portanto, é ampliar o que já oferecemos e desenvolver novidades.

*E como vocês investem em pessoas e na inovação?*

A atração de talentos é muito importante. Nossa cultura visa estimular a autonomia e a capacidade de cada um de lidar com os riscos. Do mesmo jeito, precisamos reconhecer e ser capazes de deixar para trás o modelo de trabalho em que as pessoas se sentem sem liberdade para administrar o seu tempo e produtividade. Ter um propósito inspirador e dar autonomia é o que faz o Sem Parar ser um lugar bom para trabalhar. ■

# JOGAR NO ATAQUE

LEONARDO FRAMIL LIDERA A ACCENTURE  
PARA BRASIL E AMÉRICA LATINA COM  
FOME POR AQUISIÇÕES QUE ALIMENTAM A  
TRANSFORMAÇÃO DA COMPANHIA

O futuro é palpável na Accenture, de tão presente. Ele não assusta, tampouco causa estranheza. É de casa, em bom português. Motivo pelo qual Leonardo Framil, presidente da companhia para Brasil e América Latina desde 2016, não parece falar de outra época quando diz que o momento é de investir – e “jogando no ataque”. Parece mesmo, pelo histórico recente de saídas ao mercado desta que já foi uma empresa de consultoria e hoje oferece serviços digitais: foram sete aquisições em todo o mundo no ano passado, e cinco apenas no Brasil nos últimos quatro anos (Vivere Brasil, Gapso, AD.Dialeto, Croncrete e New Content).

É muita coisa. Mas como não se vive de passado, é o futuro que – sempre ele – mostra ao executivo outras possibilidades de investimento, que somaram U\$S 658 milhões no mundo entre março de 2018 e o mesmo mês deste ano. “Não se trata de oportunidade, mas de trazer novos talentos e habilidades. É parte da nossa estratégia. Na verdade, sou cobrado por isso. Vamos fazer, no mínimo, quatro aquisições por ano na América Latina. É investir antes da demanda”, diz sem hesitar.

Framil tem um perfil claro de empresas de interesse. Devem se destacar no que fazem, não importa o tamanho. Um exemplo recente é a Droga5, agência de publicidade de Nova York de projeção internacional adquirida pela Accenture Interactive, hoje um gigante em consultoria de serviços de marketing. Além da comunicação e da publicidade, os setores na mira são de novas tecnologias, cyber security e inteligência artificial.



### Aquisições para crescer

Não por acaso, 20 organizações no Brasil e 40 na América Latina estão no radar, um indicador adicional de que a tática é de fato jogar para ganhar. “Nas próximas semanas, inclusive, vamos anunciar outra aquisição de alcance regional”, adianta. Mas como manter esse fôlego em uma região marcada pela imprevisibilidade? Desde que assumiu o cargo, por exemplo, Framil viu três presidentes ocuparem o Palácio do Planalto. Para ele, tudo é questão de resiliência e de saber quando parar, inteligência emocional que desenvolveu com o jiu-jitsu, uma de suas paixões.

Framil também está acostumado a lidar com a transformação, palavra que define perfeitamente o momento da sua presidência. Se no passado o executivo se dedicou a ajudar companhias do setor financeiro a se adaptarem à digitalização que marcou esta indústria nas últimas décadas, hoje é o condutor da evolução da própria Accenture. Um processo que não se limita às aquisições, mas se alimenta delas. É com a compra de empresas com mentes brilhantes que a Accenture se nutre e se fortalece para estar, ela mesma, cada vez mais à frente do futuro.

Cerca de 20 empresas no Brasil e 40 na América Latina estão no radar da Accenture



### O SEGREDO DO SUCESSO

Leonardo Framil tem a sua própria receita para conciliar os desafios do cargo, a atenção à família e o cuidado com a qualidade de vida. Spoiler: está ao seu alcance!

BONS TIMES (no trabalho e no casamento)



BOA ATITUDE (saber vencer e perder)

E se não funcionar...



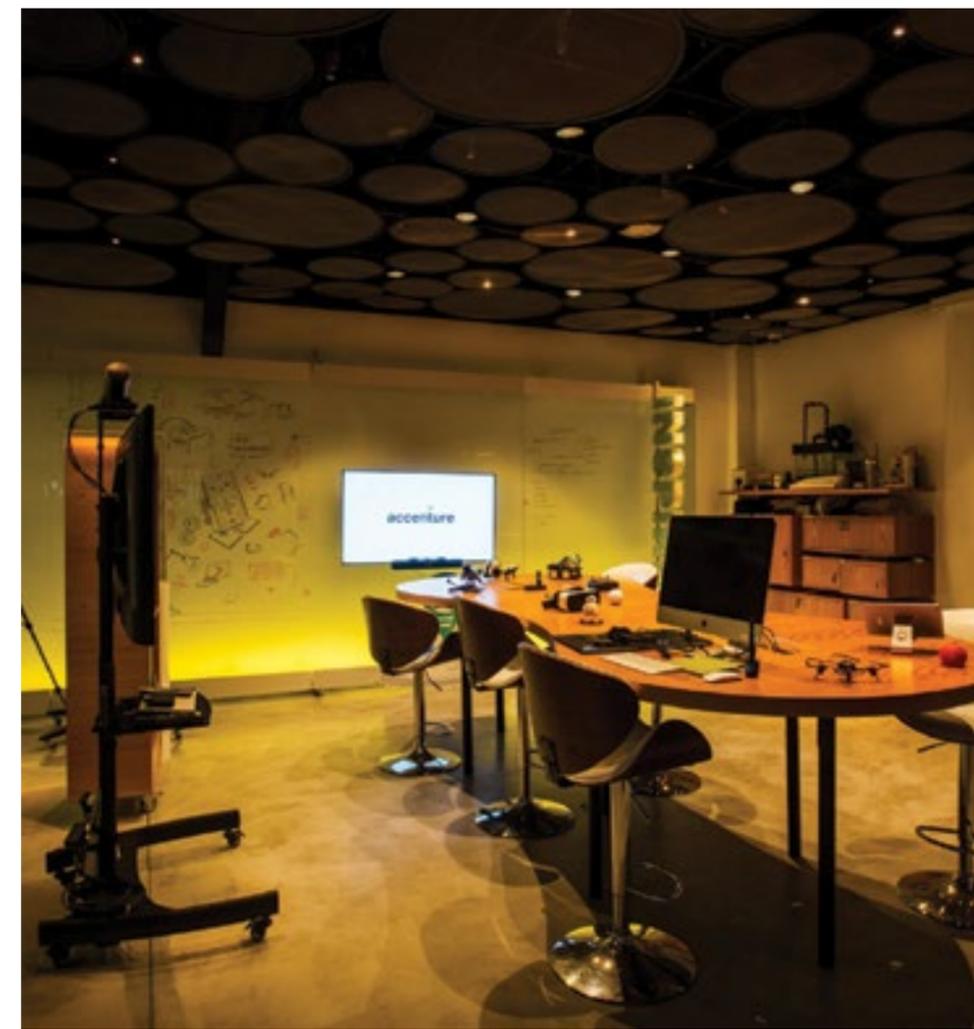
VINHO (sugere, como bom amante da bebida)

GUSTAVO RAMPINI

Sala de Design Thinking do Centro de Inovação do Recife. Ao centro, a sala de controle e à direita a de inovação



FOTOS DIVULGAÇÃO



Afinal, só assim será possível ajudar os clientes nos seus desafios mais atuais. Como o digital trust, ou seja, o cuidado autêntico com os dados dos clientes. No Brasil, por exemplo, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) impõe questões para diversos setores. “Esse é um dos três assuntos do momento. Não dá mais para fazer uma promessa e não entregar”, sugere o executivo.

Já a inteligência artificial causa uma mistura de ansiedade com desinformação. Por isso, na Accenture, os clientes escutam o que não é óbvio: não crie uma solução que procura o problema. Ou seja, de nada adianta investir em plataformas sem antes saber se a inteligência artificial é útil para o negócio, orienta o time de Framil. Em vez disso, o conselho é concentrar esforços em descobrir como melhorar a experiência do cliente, quando só então a tecnologia terá sentido para a estratégia.

A transformação de modelos de negócio completa a tríade de desafios. “Estamos trabalhando com um grande banco para reinventar a maneira como eles ofertam, administram e concedem empréstimos de



GUSTAVO RAMPINI

*“Vamos fazer, no mínimo, quatro aquisições por ano na América Latina”*

veículos. A experiência tem que ser outra. Nós entregamos transformação, com tecnologia”, resume. Isso inclui os governos, em todas as esferas. Cresce entre eles o interesse em saber como criar serviços cada vez mais digitais e conectados às reais necessidades das pessoas.

Apaixonado pela música e baterista nos momentos de lazer, o executivo sabe que o ritmo é fundamental. Na Accenture, atualmente as ofertas de serviços e soluções estão associa-

das aos resultados do cliente, e não apenas aos custos de cada projeto. Ou seja, a transformação, inovação e o êxito acontecem a quatro mãos. “Isso passa pela necessidade de termos talentos conectados às necessidades do mercado. O que explica, por exemplo, o nosso objetivo de dobrar o nosso centro de inovação, em Recife, nos próximos dois anos”, contextualiza.

Em outras palavras: investir, investir e investir. Sem medo do futuro. ■

## PREPARE-SE PARA O PÓS-DIGITAL

A transformação digital é uma onda de oportunidades, mas vem acompanhada de muitas expectativas. E diante disso os executivos das grandes empresas se perguntam qual será o diferencial. A resposta, segundo o Accenture Technology Vision 2019, estudo realizado com base em pesquisas com mais de 6.600 profissionais de TI e Negócios, é estar atento a cinco tendências:

- **DARQ Power (entenda o DNA das novas tecnologias)**
- **Prazer em conhecer (conquiste novos clientes e oportunidades únicas)**
- **O profissional+ (mude o ambiente de trabalho ou prejudicará seus times)**
- **Segurança para NÓS, segurança para MIM (as empresas não são vítimas, são vetores)**
- **Meus mercados (atenda às demandas dos consumidores em um piscar de olhos)**

# LIMEIRA, CIDADE PERFEITA PARA SEU EMPREENDIMENTO

INOVAÇÃO, GERAÇÃO DE CONHECIMENTO E VOCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

## CONSULTE AS VANTAGENS DE INSTALAR SUA EMPRESA EM LIMEIRA

As informações e o suporte técnico aos empresários são prioridades em Limeira. A Prefeitura possui um receptivo moderno na Secretaria de Desenvolvimento, um departamento especializado que dispõe de infraestrutura adequada e representantes das Secretarias

envolvidas na abertura de empresas. Todos estão prontos para orientar os usuários interessados em investir no Município. Neste departamento, são fornecidas ao empreendedor todas as informações necessárias para a implantação ou ampliação de sua empresa.



**PROGRAMA PERMANENTE DE DESENVOLVIMENTO**

O Programa Permanente de Desenvolvimento apoia e otimiza os processos para empresas, em sua abertura, instalação e manutenção.



**MÊS DA EMPREGABILIDADE**

Evento que promove palestras e workshops sobre liderança, mercado de trabalho e empregabilidade.



**MÊS GLOBAL DO EMPREENDEDORISMO**

Voltado para empresários, futuros empreendedores e estudantes. Trocando experiências com o objetivo de fortalecer a economia local e a geração de emprego.



[www.limeira.sp.gov.br](http://www.limeira.sp.gov.br)

Consulte todos os benefícios oferecidos:

Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação

19 3404.9811 / 19 3404.9725 / 19 3404.9600

R. Dr. Alberto Ferreira 179 - Centro - 13.481-900 - Limeira- SP

[f /prefeitalimeira](https://www.facebook.com/prefeitalimeira) [i /prefeitalimeira](https://www.instagram.com/prefeitalimeira) [in /company/prefeitura-de-limeira](https://www.linkedin.com/company/prefeitura-de-limeira)



Unindo forças por uma cidade melhor

# POSITIVISMO E CRESCIMENTO

PAPEL E CELULOSE VIVE CLIMA DE OTIMISMO E COMPANHIAS COMO KLABIN E SUZANO PLANEJAM EXPANSÃO DE OLHO NOS PRÓXIMOS ANOS

O segmento de papel e celulose no Brasil se comportou bem nos últimos anos e conseguiu alcançar resultados expressivos. Hoje, o País se consolida como o segundo maior produtor mundial de celulose, tendo atingido no ano passado o recorde de 21,1 milhões de toneladas. Em 2019, o cenário continua positivo, de acordo com Marcelo Schmid, sócio-diretor do Grupo Index, um conjunto de empresas de consultoria que atua junto ao setor de base florestal nacional e internacional.

“Globalmente vem se observando um aumento anual do consumo de celulose, liderado principalmente pelos países asiáticos”, afirma

Schmid. “Nos últimos dez anos, as exportações brasileiras de celulose cresceram 113%, ou 8% ao ano, em valor e também em volume, atingindo um patamar histórico de exportações desse produto. Este desempenho deve permanecer, em função do crescimento na demanda dos mercados chinês, norte-americano e europeu”, ressalta.

Empresa brasileira fundada em 1899, a Klabin reforça este cenário e anunciou recentemente o maior investimento de sua história, que consiste em um novo ciclo de expansão através da construção de duas máquinas de papel para embalagens, com produção de celulose integrada, que serão instaladas na unidade de Ortigueira (PR).

O aporte previsto é de R\$ 9,1 bilhões e a empresa estima que a capacidade total das novas máquinas será de 920 mil toneladas anuais de papéis. O projeto é dividido em duas fases, sendo que cada uma tem previsão de 24 meses de duração.

“Este é o maior investimento da Klabin em seus 120 anos e um importante marco que reforça a competitividade e capacidade de transformação da companhia. Com esse anúncio, reforçamos nossa vocação para o futuro biodegradável, alinhado às tendências globais de consumo sustentável”, declara Cristiano Teixeira, diretor-geral da Klabin.



O impacto da ampliação da Klabin já começa a ser sentido de acordo com Marcelo Schmid, com o aumento do preço da matéria-prima na região de Ortigueira. “A área onde a Klabin está localizada enfrenta um movimento de queda na oferta e alta na demanda por toras de madeira. Estamos em constante contato com produtores e consumidores na região, que reportam um aumento gradual nos preços da tora para celulose”, analisa o sócio-diretor do Grupo Index.

“Em um momento como este pelo qual o país passa, de baixo dinamismo da economia, o anúncio de um investimento desta ordem demonstra a força econômica do setor de base florestal. Além da Klabin, também realizarão grandes aportes a Bracell, com R\$ 7 bilhões, e a Duratex, com R\$ 3,5 bilhões”, afirma Paulo Hartung, presidente executivo da Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ).

Outra grande movimentação do setor de papel e celulose foi a fusão entre Suzano e Fibria, concluída em

janeiro de 2019, criando uma gigante global. “A Suzano terá capacidade de produção de 11 milhões de toneladas de celulose e 1,4 milhão de toneladas de papel por ano. E contará com aproximadamente 37 mil colaboradores diretos e indiretos e 11 unidades fabris, capazes de abastecer mais de 90 países”, informou a companhia em comunicado.

O impacto já foi sentido pelo mercado e pelas empresas do setor. “Com a fusão, a Suzano passou a ser a líder mundial na produção de celulose de fibra curta. Há bastante demanda por celulose em escala global. Sem dúvida, é um momento para as empresas nacionais pensarem em expansão”, avalia Schmid.

Outra expansão relevante é a planejada pela Bracell. “A companhia aumentará a capacidade produtiva da fábrica de celulose no Estado de São Paulo de 250 mil toneladas por ano para 1,25 milhão de toneladas, com conclusão prevista para 2021”, destaca Schmid.

Já a WestRock, localizada em Três Barras (SC), anunciou no final do ano passado investimento de US\$ 345 milhões para ampliação de sua fábrica, com conclusão também para 2021. “A partir dessa expansão, a WestRock passará a produzir diariamente duas mil toneladas de papel, o que absorverá cerca de oito mil toneladas de madeira. Segundo diretores da empresa, os projetos não deverão parar por aí, pois a WestRock deseja ampliar sua atuação no Brasil”, avalia Schmid, do Grupo Index.

Enquanto isso, a Duratex, em parceria com o grupo austríaco Lenzing, irá produzir celulose solúvel no Triângulo Mineiro. “A nova fábrica terá capacidade de produção de 450 mil toneladas e celulose por ano, um investimento de US\$ 1 bilhão para o país”, lembra Schmid.

De acordo com dados da IBÁ, o ano de 2018 foi de recorde na produção de celulose, com 21,1 milhões de toneladas. Houve também avanço nas exportações em um período em

que o valor negociado de celulose avançou 31,5% (US\$8,3 bilhões) e para papel a alta foi de 8,3% (US\$ 2,1 milhões).

### Competitividade e preservação ambiental

Se os horizontes são positivos, muito disso passa pela capacidade produtiva do País. O Brasil possui o menor custo do mundo de produção de celulose. De acordo com dados da IBÁ, para produzir 1,5 milhão de toneladas de celulose, o Brasil utiliza apenas 140 mil hectares de madeira, enquanto na Escandinávia são necessários 720 mil e na China, 300 mil.

A produtividade elevada está relacionada ao clima tropical, que é favorável ao cultivo dos produtos de base florestal, e à tecnologia. Empresas brasileiras, junto com a Embrapa e universidades, dedicaram anos de pesquisas que causam impacto positivo na produção desde o início dos anos 1990. Exemplos disso são o uso da biotecnologia, engenharia genética e domínio total da técnica de clonagem de mudas.

### Desafios

O setor também tem seus percalços a superar. “Um desafio importante a ser enfrentado, que não é exclusivo do setor florestal, é a logística. As condições de transporte e escoamento no Brasil afetam o custo final da matéria-prima”, avalia Schmid.

Outro fator é o alto custo dos novos projetos. Segundo um relatório do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), são necessários entre R\$ 8 bilhões e R\$ 10 bilhões para construir uma unidade industrial, que tenha uma mínima eficiência produtiva.



DIVULGAÇÃO

*“O avanço no Licenciamento Ambiental trará benefícios ao Brasil, inclusive para o cumprimento de suas metas no Acordo de Paris”*

Paulo Hartung, presidente executivo da Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ)

Algo também primordial é a implementação do Código Florestal. “A lei é resultado de cinco anos de conversa entre setor privado, academia e ambientalistas. Talvez um dos maiores debates em torno de uma legislação já conduzida no Congresso Nacional. Mas ainda não houve implementação completa”, ressalta o presidente da IBÁ.

O Código Florestal pode ser uma excelente oportunidade para o agronegócio, já que estabelece regras de conservação e beneficia os produtores que seguem as normas, aliando avanço na produção com respeito ao meio ambiente.

Além disso, vale destacar a importância do Licenciamento Ambiental. “Queremos dialogar com as esferas federal e estadual para demonstrar que o cultivo de árvores para fins industriais traz benefícios ambientais,

e econômicos e sociais. O processo ainda é muito burocrático. A conversa em torno do tema e o avanço no Licenciamento trarão benefícios ao Brasil, inclusive para o cumprimento de suas metas no Acordo de Paris”, analisa Hartung.

O setor também pleiteia mudança na lei 5709/71, que proíbe a aquisição de terras brasileiras por empresas com capital de maioria estrangeira, o que dificulta investimentos. “Essa é uma questão que precisa ser trabalhada pelo governo e será fundamental para o setor de celulose e o florestal como um todo. Um grande exemplo disso é a Cenibra, empresa japonesa de celulose localizada em Minas Gerais, que está segurando seus planos de expansão, no aguardo dessa reforma da legislação. Atualmente, a fábrica opera em capacidade máxima”, diz Schmid. ■



*“Globalmente vem se observando um aumento anual do consumo de celulose, liderado principalmente pelos países asiáticos”*

Marcelo Schmid, sócio-diretor do Grupo Index

sustentabilidade

# O FUTURO É ELÉTRICO

A CORRIDA DAS MONTADORAS NO MERCADO DE VEÍCULOS SUSTENTÁVEIS



FOTOS DIVULGAÇÃO

Novo BMW i8 Roadster e Coupé

Atualmente, os Estados Unidos e a China são os países que mais investem em veículos sustentáveis. Em 2009, os norte-americanos desembolsaram cerca de R\$ 6 bilhões para pesquisas, e a China, R\$ 31 bilhões. Não é à toa que as montadoras líderes do mercado de carros elétricos são a BYD (China) com 13,2% do market share global e a Tesla (EUA), com 10,2%.

No Brasil são poucos os carros elétricos que circulam pelas capitais e mínimos os pontos de recarga. Mas isso vai mudar. No final do ano passado, o governo aprovou o programa de incentivos fiscais Rota 2030 para a aquisição de veículos híbridos e elétricos e um investimento de aproximadamente R\$ 1,5 bilhão ao setor para os próximos cinco anos.

Seguindo a onda sustentável, a Toyota anunciou a chegada do primeiro veículo do mundo equipado com propulsão híbrida flex e, o melhor, totalmente brasileiro. O novo Corolla será movido a etanol, além de eletricidade, o que significa baixíssimos níveis de CO<sub>2</sub>.

“Tivemos a oportunidade de desenvolver uma tecnologia nova e aplicada aqui, no Brasil, porque o país é uma economia bem dinâmica, que tem as suas especificidades, por exemplo, a produção do etanol. Então, a Toyota viu a oportunidade de eletrificar esse combustível”, conta Miguel Fonseca, COO regional da América Latina e Caribe da Toyota.

O etanol, inclusive, produzido a partir da cana-de-açúcar, é classificado por órgãos internacionais como o biocombustível com o menor impacto ambiental e emissão de gases de efeito estufa. “A Toyota traz para as ruas brasileiras um carro que co-



Novo Corolla terá motor híbrido e flex



Primeiro veículo totalmente elétrico da Audi, o e-tron SUV está previsto para ser lançado ainda este ano no Brasil

loca em prática o respeito ao meio ambiente e à sustentabilidade”, diz Evandro Gussi, diretor presidente da União da Indústria de Cana-de-Açúcar – UNICA.

Assim como a Toyota, outras montadoras estão desenvolvendo carros elétricos. A Audi, por exemplo, iniciou testes para a chegada do e-tron SUV no país.

“O e-tron é um novo marco na história da Audi no mundo todo, pois é o primeiro veículo 100% elétrico produzido em série e comercializado para diversos mercados. Iniciar os testes do e-tron em território brasileiro é uma etapa muito importante no

nosso planejamento de trazê-lo para o país”, afirma Johannes Roscheck, presidente e CEO da Audi do Brasil.

O carro é equipado com dois motores elétricos de emissões neutras de CO<sub>2</sub> silenciosos, além de possuir uma capacidade de carga de até 150 kW em estações de recarga rápida. Em suas desacelerações é possível recarregar 90% de sua energia por meio de seus motores elétricos.

Da mesma maneira, o novo Jaguar I-PACE também tem recarga por meio das frenagens e desacelerações. O modelo é o primeiro carro elétrico da marca e possui uma autonomia de até 470 km com uma carga cheia.



Jaguar I-PACE se destaca pela recarga por meio das frenagens e desacelerações



FOTOS DIVULGAÇÃO



Modelo apresenta tração nas quatro rodas e motores elétricos com 400cv de potência



BMW i8 Coupé possui tecnologia BMW eDrive com propulsor elétrico sincronizado ao motor

FOTOS DIVULGAÇÃO

Tal qual, a gigante alemã BMW prepara três lançamentos: o BMW i3 120Ah, BMW i8 Roadster e Coupé. Uma característica marcante do primeiro modelo é o seu interior com madeira originária de eucaliptos cultivados e plásticos recicláveis que contribuem para a redução das emissões de CO2 e para a conservação dos recursos naturais.

“O BMW i3 continua sendo uma referência no país em termos de inovação tecnológica e mobilidade premium sustentável. E, com essa nova versão dotada de baterias capazes de proporcionar autonomia amplificada, o modelo segue repleto de atributos aptos a conquistar consumidores que buscam uma dirigibilidade prazerosa, tipicamente urbana e livre de emissões”, salienta Roberto Carvalho, diretor comercial da BMW do Brasil. Já o BMW i8 Roadster e Coupé são

exemplos de carros que combinam sustentabilidade e esportividade. Ambas versões apresentam a última geração da tecnologia BMW eDrive com propulsor elétrico sincronizado ao motor a combustão de três cilindros e o sistema BMW TwinPower Turbo - o motor elétrico é o responsável por mover as rodas dianteiras enquanto o motor a gasolina as rodas traseiras. ■

### HÍBRIDO X ELÉTRICO

O carro elétrico – também conhecido pela sigla EV, de Electric Vehicles – pode ser dividido em quatro categorias: Plug-in Hybrid Electric Vehicles (PHEV), híbridos que operam com motor a combustão e elétrico; Fuel Cell Electric Vehicles (FCEV), veículos com motor elétrico que utilizam reservas de hidrogênio para energia de recarga; Battery Electric Vehicles (BEV) automóveis com apenas motor elétrico e Hybrid Electric Vehicles (HEV), híbridos com motor elétrico e a combustão sem recarga externa.



BMW i3 com autonomia de até 440 quilômetros

# CHEGOU A HORA,

# Mappin

A FAMOSA REDE TEM  
SEU RELANÇAMENTO PREVISTO  
PARA JUNHO DE 2019.  
INICIALMENTE, O MAPPIN  
RETORNA AO VAREJO  
BRASILEIRO APENAS COMO  
LOJA ONLINE

ILUSTRAÇÃO SOBRE FOTO DE LUIZ COELHO

Mappin é pura nostalgia. Se você nasceu em São Paulo e tem mais de 30 anos, certamente irá cantarolar o famoso jingle assim que ouvir o nome Mappin, além de lembrar dos andares – interligados por elevadores e escadas rolantes – dessa que foi uma das mais famosas lojas de departamento da cidade.

O Mappin terá sua reestrea em forma de e-commerce muito em breve. “Estamos ansiosos para o lançamento eletrônico do Mappin. Sabemos que essa é uma marca muito querida e, por isso, todos os nossos esforços estão focados para atender às expectativas do público”, afirma Abdul Fares, sócio-diretor da Marabraz, detentora da marca desde 2010. Segundo ele, a ideia é tornar possível que as pessoas encontrem tudo o que procuram, sem precisar sair do conforto do lar.

*“O desafio, geralmente, é operacional e logístico, atrelado a uma grande diversidade de culturas e públicos. Se estruturada adequadamente, a operação tende a ser muito bem-sucedida”*

Patricia Cotti, pesquisadora do Provar/Fundação Instituto de Administração (FIA)

Inicialmente, o portfólio do Mappin contará com itens de cama, mesa e banho, além de decoração. O objetivo é ampliar o leque de produtos, oferecendo a maior variedade possível aos clientes. Entre as novidades, vale destacar que a plataforma contará com itens exclusivos da marca. O projeto é administrado pelos sócios e primos, Abdul Fares e Nader Fares.

Para Patricia Cotti, pesquisadora do Provar/Fundação Instituto de Administração (FIA), a volta do Mappin precisa ser muito bem elaborada para superar a acirrada competição no mercado digital. “O desafio, geralmente, é operacional e logístico, atrelado a uma grande diversidade de culturas e públicos. Se estruturada adequadamente, a operação tende a ser muito bem-sucedida, pela dinâmica do consumidor e carinho pela marca. Sua estruturação de maneira errada, entretanto, tende a quebrar a confiança e alto valor de engajamento.”

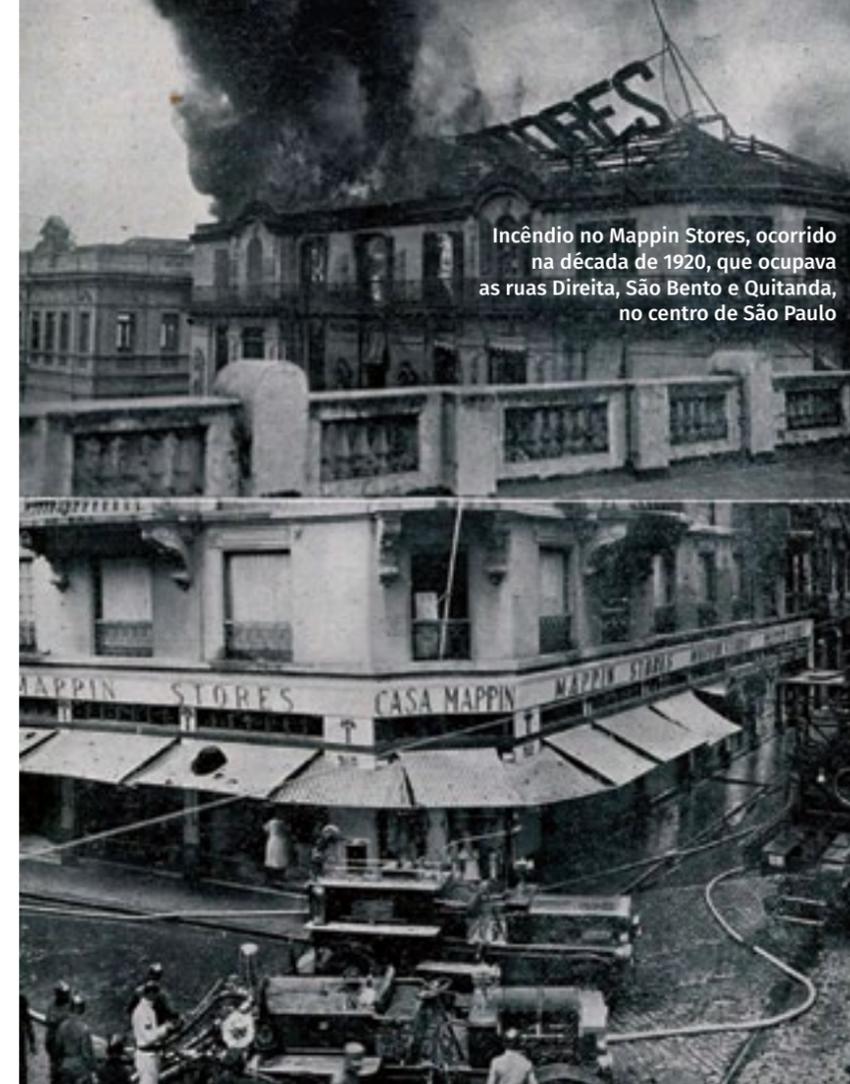
Já para Jean Paul Rebetez, sócio-diretor da GS&Consult, resgatar marcas que foram um sucesso no passado não é algo tão simples. “É um projeto que se aproveita de um recall da marca. Imagino que esse investimento vai ser bem baixo, com uma estrutura de marketplace para os produtos que eles não quiserem comercializar diretamente. Também será importante criar uma sinergia com a Marabraz, usando a plataforma do e-commerce. Essa soma de esforços será importante”.

### Tudo começou em 1913

O Mappin foi trazido para o Brasil pelos irmãos ingleses Walter John Mappin e Herbert Joseph Mappin. A sede inaugural ficava localizada na Rua Quinze de Novembro, atendendo à alta sociedade paulistana com louças, porcelanas e objetos sofisticados para uma seleta clientela.

Depois de comprar os produtos importados, como pratarias e cristais ingleses, as famílias endinheiradas seguiam para o restaurante com orquestra ou para o salão de chá para colocar a conversa em dia. Em 1919, o Mappin Stores foi transferido para a Praça do Patriarca, já com 34 departamentos e mais de 200 funcionários. Lá foi realizado o primeiro desfile de moda de São Paulo. Contudo, o estabelecimento com características de alta classe, perdeu seu prestígio com a quebra da bolsa de valores de Nova York em 1929, passando a ter a necessidade de se reinventar.

Assim, a marca se popularizou e foi a precursora do crediário, oferecendo a vantagem de comprar a prazo. O Mappin também inovou



Incêndio no Mappin Stores, ocorrido na década de 1920, que ocupava as ruas Direita, São Bento e Quitanda, no centro de São Paulo

REPRODUÇÃO



REPRODUÇÃO

A esquina mais conhecida do Mappin, na Praça Ramos, em São Paulo (à esq.) e anúncio da loja veiculado em 1929

na forma de se comunicar, colocando etiquetas com preços nos produtos expostos em suas vitrines – atitude bastante inovadora para a época.

Nas décadas de 40 e 50, já na Praça Ramos de Azevedo, o Mappin antecipou o que viria a ser o conceito dos shoppings centers, colocando à disposição grande variedade de produtos nacionais, como roupas, móveis, tapetes, brinquedos, utilidades domésticas e objetos de decoração.

### “Te espero na porta do Mappin!”

O Mappin tornou-se não só um paraíso de compras, mas também um ponto de encontro na cidade. Durante décadas, essa era a maneira de marcar um compromisso no centro de São Paulo. Quem queria encon-

trar alguém na “cidade”, jeito que os paulistanos se referiam ao centro, marcava na porta do Mappin. A movimentação de pessoas nas calçadas da loja reafirmava que essas vitrines eram mesmo referência e um verdadeiro hábito dos paulistanos.

O Mappin teve anos de glória nas décadas de 1970 e 1980, até o início de 1990, usando suas campanhas memoráveis e atraindo multidões para as lojas. O encerramento das atividades se deu em 1999, sob comando da família Mansur.

Mesmo sem a definição para abertura de lojas físicas, fica a expectativa de ouvir, de alguma forma, o jingle que custa a sair da cabeça: “Venha correndo, Mappin, é a liquidação!”. ■

# DIVIDIR PARA MULTIPLICAR

MÉTODO DE GESTÃO COM BASE EM DUAS LIDERANÇAS DESCENTRALIZA O PODER E TRAZ RESULTADOS POSITIVOS A COMPANHIAS DE DIFERENTES SETORES



DIVULGAÇÃO

— ugingo dos modelos hierárquicos tradicionais, um novo tipo de gestão tem ganhado espaço com a premissa de descentralizar o poder e dividir responsabilidades: a copresidência. Trata-se de um formato onde dois – ou mais – profissionais dividem a responsabilidade à frente de uma companhia, visando tomadas de decisão assertivas e um

melhor fluxo de tarefas, contribuindo para o crescimento da empresa.

A escolha é frequente nas grandes companhias mundo afora, principalmente nos Estados Unidos, onde já é popular a opção em gerir as empresas com copresidentes ou co-CEOs. É o caso da Salesforce, gigante do setor tecnológico, e da Brilliant Earth, líder em joias de noiva e de origem ética no país.

No Brasil, mesmo com o crescimento recente, a presença ainda é tímida, mas grande parte das companhias que adotaram o modelo avaliaram positivamente essa forma de comando.

É o caso da construtora MRV que, com a saída do fundador Rubens Menin da presidência em 2014 para ocupar uma cadeira no Conselho Administrativo da companhia, optou por realizar a sucessão deixando dois copresidentes em seu lugar: Rafael Menin, filho de Rubens, e Eduardo Fischer, que iniciou como estagiário na MRV, ambos com conhecimento profundo do negócio.

“Nos adaptamos rapidamente. Eu tenho 26 anos de empresa e o Rafael, 20. Foi uma transição suave em que no começo passávamos mais tempo juntos para nos adaptar aos estilos, mas hoje está quase automático. É um modelo ótimo, pois auxilia na divisão de ideias, responsabilidades e preocupações. Não tem a famosa solidão do poder”, conta Fischer.

Alexandre Mangabeira e Carlos Bianconi, da incorporadora RNI

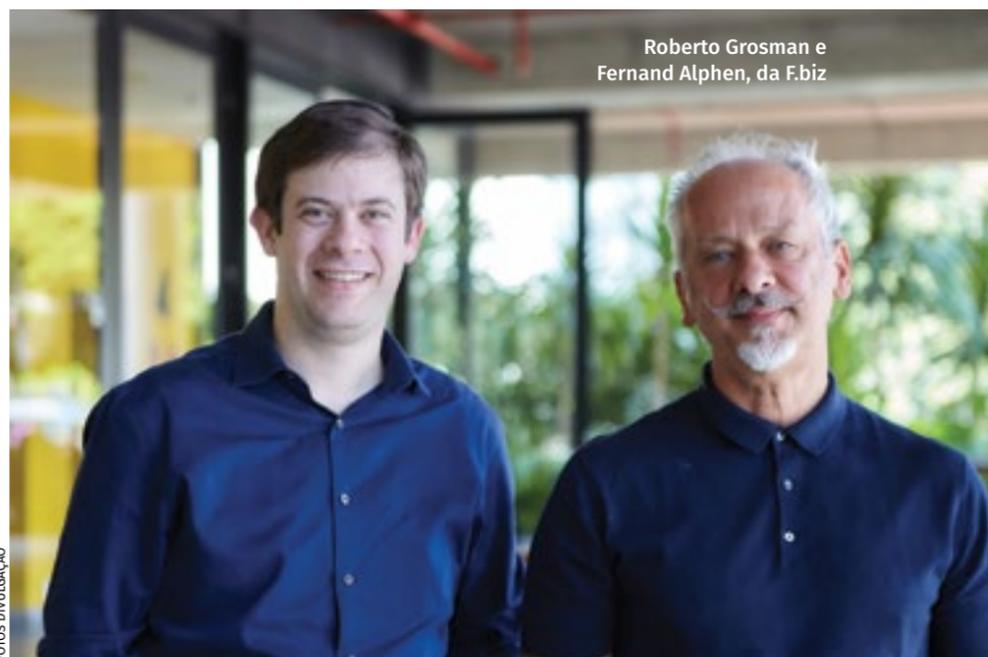
No mesmo setor, os copresidentes Alexandre Mangabeira e Carlos Bianconi, da incorporadora RNI, entendem que a dinâmica é positiva, mas não pode ser forçada a acontecer. “Depende muito do momento da empresa e a mudança deve ser cuidadosa. Entendo que há locais onde isso vai funcionar e em outros, não. A ideia deve partir de forma orgânica, de uma necessidade da companhia”, diz Mangabeira.

Para Fernand Alphen, co-CEO da agência de propaganda F.biz, junto de Roberto Grosman há pouco mais de quatro meses, além da divisão das tarefas, o compartilhamento das rédeas da companhia tem um significado maior. “As empresas foram sempre piramidais, algo que vejo como antigo. A copresidência ajuda o negócio a ter o desenho mais parecido com um retângulo do que um triângulo com a ponta fina. É um fator importante para reequilibrar as estruturas hierárquicas partindo de cima”, comenta.

#### Território bem marcado

Por mais que a gestão realizada com dois presidentes sugira a presença de ambos em todos os aspectos da companhia, na prática uma boa divisão nas tarefas e espaços de atuação bem definidos colaboram com o sucesso da empresa. “O método com co-CEO não significa que os dois fazem tudo juntos, porque se for isso não faz muito sentido. O que proporciona a escolha ser inteligente é a complementariedade e a divisão entre as atribuições”, comenta Alphen.

Carlos Bianconi, da RNI, concorda com o pensamento e atribui à oposição de estilos o segredo do êxito. “Exige o comprometimento mútuo. Sem egos, tudo aqui é nosso, ao mes-



Roberto Grosman e  
Fernand Alphen, da F.biz

*“O método com co-CEO não significa que os dois fazem tudo juntos, porque se for isso não faz muito sentido. O que proporciona a escolha ser inteligente é a complementariedade e a divisão entre as atribuições”*

Fernand Alphen, co-CEO da agência de propaganda F.biz

mo tempo que cada um sabe o que é do outro e confia plenamente. Somos bem pouco parecidos e exatamente por isso dá certo”, assegura.

Na MRV, a separação inclui ainda questões territoriais. “Aqui temos, além da divisão em que o setor jurídico e assuntos institucionais ficam comigo e o relacionamento com investidores com o Rafael, a separação geográfica. Ele trabalha no escritório em Belo Horizonte e eu em São Paulo e no Sul. A demarcação é clara e isso duplica a capacidade de ação. Um não interfere no trabalho do outro e essa é uma das razões do sucesso”, conclui Fischer. ■



Eduardo Fischer, da RMV

# TECNOLOGIA INTELIGENTE PEDE TALENTOS GENIAIS

A Accenture trabalha em conjunto com os clientes para promover a transformação de organizações em empresas que ouvem, enxergam e sentem o coração do mercado. Saiba mais em [accenture.com.br](https://www.accenture.com.br)

**NEW APPLIED NOW**

# ESCRITÓRIOS EM DESCONSTRUÇÃO

O MERCADO DE COWORKING CRESCE A CADA DIA COM ALTO POTENCIAL E SEUS ESPAÇOS FLEXÍVEIS AJUDAM GRANDES EMPRESAS A ATRAIR E RETER TALENTOS



Regus Torre Z, do grupo IWG

FOTOS DIVULGAÇÃO

O mundo vive em constante transformação. São novas tecnologias, meios de pagamento, serviços, formas de consumo e diferentes conceitos. Acompanhando as tendências, o jeito de atuar, de planejar escritórios e de gerir pessoas já não é mais o mesmo. Os ambientes de trabalho das grandes empresas também estão em transição para funcionar como verdadeiras plataformas relacionais de coworking, coliving e comaking. E tais demandas já são realidade em corporações como Unilever, Petrobras, Magazine Luiza, XP Investimentos, Basf e muitas outras.

De acordo com pesquisa do International Workplace Group (IWG), que analisa mundialmente há 11 anos

o uso dos espaços de trabalho, 62% das empresas em todo o mundo estão ocupando locais flexíveis de trabalho, como escritórios de coworking. O levantamento foi conduzido em janeiro deste ano e entrevistou mais de 15 mil pessoas em 80 países. No Brasil especificadamente, 76% dos profissionais dizem que os espaços flexíveis poderiam reduzir significativamente o tempo que gastam com deslocamento para ir e voltar do trabalho. E 54% dos brasileiros alegam que trabalham e respondem telefonemas, e-mails, entre outros, enquanto estão no trajeto para a empresa.

Em busca de uma imagem mais inovadora e comunicativa, empresas de médio e grande portes investem em

ambientes que propiciem a colaboração e a inovação nas operações, contam com mesas de trabalho formais, assim como áreas de desconpressão, jogos ou lounge, e que incentivem o protagonismo, a autogestão e a qualidade de vida dos colaboradores. “Além de benefícios estratégicos e financeiros, elas vêm o modelo como uma vantagem competitiva e uma forma de atrair e reter talentos – já que as pessoas estão priorizando oportunidades que ofereçam alguma política de trabalho flexível. Nossa pesquisa apontou que 85% dos participantes confirmaram que os novos formatos aumentaram a produtividade dos negócios”, conta Tiago Alves, CEO do IWG no Brasil – empresa líder global



“Nossas operações contam com 64 unidades de escritórios de coworking no Brasil e mais de 3 mil no mundo”

Tiago Alves, CEO do IWG no Brasil

na revolução dos espaços de trabalho e detentora das marcas de coworking Regus e Spaces.

O executivo reitera que, nos últimos cinco anos, a procura de grandes empresas para alugar áreas ou salas escritórios de coworking para projetos temporários, eventos e treinamento, por exemplo, representava menos de 20% do portfólio de clientes do IWG. “Hoje, o modelo já atinge 50% dos clientes no Brasil e quase 60% da carteira global. Nossas operações contam com 64 unidades de escritórios de coworking no Brasil e mais de 3 mil no mundo. São 2,5 milhões de usuários – e deste total, 1,8 milhão de pessoas trabalham em grandes empresas”, destaca Alves.

**Benefícios vão além da economia**

As empresas, de diversos portes e áreas, entenderam que os escritórios de coworking proporcionam uma forma de economia compartilhada positiva. Além da redução de custos, que muitas vezes chega a ser de 60%, a migração permite ainda fazer um networking diferenciado e estar em contato com negócios de diferentes segmentos. Luciana Dleizer, fundadora e diretora da Office&Co, uma das primeiras de coworking premium de São Paulo, destaca como o modelo atrai as empresas. As corporações procuram conceitos open space, sem separação hierárquica, o que proporciona mais integração, liberdade e autogestão dos profissionais”, conta.

Certamente os espaços flexíveis contribuem com os novos modelos de gestão e formas de trabalho. E as grandes corporações estão em transformação para um modelo de gestão horizontal, trazido pelas empresas de tecnologia. “Hoje o nosso desafio é criar escritórios maleáveis, especiais, descolados, que sejam atrativos para as pessoas, e que estejam prontos para acompanhar as mudanças. A estrutura do modelo de gestão mudou significativamente. Nos escritórios que criamos para a Unilever e a Nestlé, por exemplo, os CEOs sentam também em ambientes compartilhados”, explica Sérgio Athié, sócio e fundador do escritório de arquitetura Athié Wohnrath.

O gestor moderno busca incentivar os funcionários de uma maneira diferente de como fazia no passado, e ele precisa ser apoiado por espaços de trabalho que proporcionem a inovação e a colaboração. “Antes, as pessoas não queriam ambientes compartilhados com medo de segu-

*“As corporações procuram conceitos open space, sem separação hierárquica, o que proporciona mais integração, liberdade e autogestão”*

Luciana Dleizer, fundadora e diretora da Office&Co



MARCELO UCHOA



FOTOS FABIO MANGABEIRA

Regus JK, marca do grupo IWG

**EVOLUÇÃO DO COWORKING NO BRASIL**



rança da informação, ter ideias ou estratégias roubadas. Hoje é preciso estar envolvido com a operação para inovar. A mudança começou com as startups, mas já chegou aos ambientes mais tradicionais. Já temos até a Petrobras nos procurando para criar um espaço de trabalho moderno para o seu escritório no Rio de Janeiro”, adiciona Tiago Alves.

Outra demanda atual é que todas as empresas têm solicitado espaços de inovação ou de squad – que envolve um grupo multifuncional, com objetivo de executar ações ou resolver problemas, em um tempo determinado. “Dessa forma, criamos salas dinâmicas e muito efetivas para essas atividades. Precisamos contemplar tanto mesas normais como móveis mais lúdicos, além de áreas para escrever ou colar post its. Todas as grandes empresas, como Magazine Luiza, XP Investimentos, Basf, Unilever, entre outras, possuem essas demandas”, reforça Sérgio Athié. Segundo ele, outra tendência cada vez maior nas grandes corporações é a estação de trabalho compartilhada, e não dedicada: “é uma maneira moderna de aproveitar melhor os espaços e, assim, gerar outras áreas úteis de apoio – onde as pessoas circulem mais e passam a maior parte do tempo”, completa.

**Altas perspectivas**

Os espaços compartilhados precisam ser muito bem planejados e executados. Afinal, são ambientes frequentados por diversos tipos de usuários. O importante é oferecer a melhor infraestrutura possível, com o que há de mais moderno e tecnológico. Além disso, os modelos open space precisam contar com acústica

apropriada e áreas adequadas para atividades que requerem um pouco mais de privacidade ou silêncio no caso de conference call, reuniões, entre outros.

Com os investimentos apropriados, o mundo corporativo de coworking segue com perspectivas exponenciais. Hoje, em mercados mais maduros, como nos Estados Unidos, os imóveis flexíveis já giram em torno de 6%. Estimam-se que 30% dos imóveis no país serão neste formato até 2030.

No Brasil, o mercado de coworking começa a se organizar e amadurecer para continuar evoluindo de forma mais sustentável. De acordo com o Censo Coworking Brasil 2018, o País tem 1.194 espaços conhecidos, com até 55 mil metros quadrados, incluindo capitais e interior, em 26 Estados e em 169 municípios diferentes, e movimentou um valor estimado de R\$ 127 milhões, em 2017.



ALI KARAKAS/ DIVULGAÇÃO

*“Hoje o nosso desafio é criar escritórios maleáveis, especiais, descolados, que sejam atrativos para as pessoas”*

Sérgio Athié, sócio e fundador do escritório de arquitetura Athié Wohnrath



DIVULGAÇÃO

Espaço inspirado em um coworking dentro da Unilever, projetado pela Athié Wohnrath

# AS NOVAS MÍDIAS EM UM MUNDO GLOBALIZADO

## GRANDES PLAYERS DO SETOR APOSTAM EM TECNOLOGIA PARA CHAMAR A ATENÇÃO DOS CONSUMIDORES

Nunca foi tão difícil conquistar a atenção dos consumidores. Em meio a um cenário em que as pessoas são expostas a uma avalanche de conteúdos jornalísticos e de marcas, as empresas de comunicação precisam investir em tecnologias e usar de muita criatividade para destacar os clientes no mercado.

“A indústria de mídia continua passando por profundas mudanças à medida que grandes corporações se consolidam para concorrer frente a frente com empresas de tecnologia. Os publishers experimentam novos modelos de negócios e jornalistas e editores trabalham para reconstruir

a confiança de seus públicos”, diz Nicole Guillot, presidente da Cision Canadá e Latam, empresa líder mundial em fontes de Media Research, Relações Públicas e Marketing.

Para a executiva, que lançará uma plataforma de banco de dados, distribuição, monitoramento e análise no Brasil até o final de 2019, a qualidade do conteúdo e a forma como ele é distribuído e analisado são fundamentais para agregar insights úteis e rentáveis. “Atualmente, solicitar verbas de Marketing e Comunicação sem que se possa comprovar o retorno do investimento nessas ações, é impensável”, explica Guillot.

### Fortes movimentações

Também de olho no desenvolvimento desse mercado, a Maxpress e a I'M Press, dois grandes players especializados em mailing, influenciadores e disparos de releases, anunciaram no final de 2018 a fusão de suas operações e o lançamento da I'Max – que agora se posiciona como uma plataforma completa de gestão e ampliação de oferta de negócios para as agências, com serviço de hospedagem de sites e ferramentas de Inbound PR, incluindo mídia paga, conquistada, proprietária e compartilhada. A empresa também está em um processo de internacionalização,

*“Atualmente, solicitar verbas de Marketing e Comunicação sem que se possa comprovar o retorno do investimento nessas ações, é impensável”*

Nicole Guillot, presidente da Cision Canadá e Latam



DIVULGAÇÃO



abrindo operações na América Latina e nos Estados Unidos.

“A I'Max chega como o braço digital e tecnológico do mercado de Relações Públicas, com a Accelerated Mobile Pages Project, uma tecnologia Google de aceleração de sites, já adequada à nova realidade das leis de proteção de dados – uma vez que o reflexo da legislação europeia já é sentido pelas marcas internacionais aqui no Brasil”, diz Fernanda Lara, CEO da empresa.

De acordo com palestras apresentadas em março no disputado festival South by Southwest (SXSW) – que reúne cinema, música e tecnologia toda primavera, em Austin, Texas –, a inteligência artificial também está revolucionando o setor de notícias, já que as organizações utilizam machine learning para automatizar milhares de histórias, vasculhar grandes conjuntos de dados, encontrar tendências e construir robôs que dimensionam conversas individuais com seus públicos. E isso é apenas o começo. Mas, conforme aumenta o potencial da in-

teligência artificial, crescem ainda as implicações éticas que precisam ser discutidas e regulamentadas.

Outra temática abordada no evento foi a sofisticação das fake news. Ferramentas simples e processadores mais poderosos estão democratizando o acesso a aplicativos que permitem criar notícias falsas cada vez melhor elaboradas. Como as fotos já foram, o vídeo era até ontem uma “prova cabal” de que algo realmente aconteceu, porém, agora é possível criar um vídeo de notícias real, mas com conteúdo totalmente mentiroso.

“Hoje, o jornalismo está sob ataque de muitos lados, desde líderes mundiais condenando notícias falsas a sofisticadas campanhas de desinformação, reduções no orçamento de redações e algoritmos pouco transparentes”, diz Nicole Guillot. Segundo a executiva, relatar a verdade é sempre importante e as pessoas estão mais predispostas a pagar pela informação de credibilidade: “ou seja, a confiança se tornou um modelo de negócios”, acrescenta. ■



SÉRGIO ZACCHI

*“A I'Max chega como o braço digital e tecnológico do mercado de Relações Públicas, com a Accelerated Mobile Pages Project, uma tecnologia Google de aceleração de sites”*

Fernanda Lara, CEO da I'Max

# MUITO ALÉM DOS SALÁRIOS

CONQUISTAR E RETER TALENTOS EXIGE CRIATIVIDADE POR PARTE DAS COMPANHIAS

No próximo ano, um terço da força de trabalho brasileira será composta por profissionais da geração Y (também conhecida como millennials, ou seja, os nascidos entre o início dos anos 1980 e final dos anos 1990). A constatação é de um estudo da Gupy, empresa especializada na utilização de Inteligência Artificial para programas de recrutamento e seleção. Isso significa que as companhias precisam redesenhar suas estratégias de conquista e retenção de talentos, de acordo com as mudanças sociais que estamos vivendo e que têm transformado o estilo de vida nas novas gerações – e o das não tão novas assim.

Uma das maiores transformações é a eliminação da diferença entre vida pessoal e profissional provocada pelo desenvolvimento da tecnologia. Não é de estranhar, portanto, que qualidade

de vida tenha tanto peso quanto nível salarial ou plano de carreira para uma parcela crescente dos profissionais. Estudos com usuários do site Love Mondays, do grupo de RH Glassdoor – plataforma onde é possível avaliar as empresas –, indicam que o pacote de benefícios está entre os fatores mais importantes na decisão de permanecer em uma empresa ou de procurar oportunidades em outros lugares.

Há tempos é senso comum que funcionários felizes trabalham melhor. Mas quanto melhor? A Universidade de Warwick, no Reino Unido, decidiu mensurar isso e constatou que a produtividade de funcionários felizes é 12% maior que a de equipes indiferentes ou desmotivadas. A questão é: como se mantém motivada e feliz uma equipe em tempos de retração econômica, corte de gastos e dificuldade nos negócios?





Divulgação

*“Os pacotes tradicionais de benefícios já não são suficientes porque a necessidade individual muda muito”*

Jason Ward, vice-presidente de Pessoas e Clientes da Azul

Especialistas da área de gestão de Recursos Humanos são unânimes em afirmar que o primeiro passo é conhecer bem o público interno e compreender suas necessidades. Dessa forma, é possível adequar os pacotes de benefícios que já são oferecidos pela empresa às diferentes necessidades dos funcionários. Por exemplo: bikers talvez não estejam interessados em vale-transporte ou vale-combustível, mas poderão apreciar descontos em academias. Profissionais solteiros podem preferir home office a planos odontológicos, mais atrativos para colaboradores com filhos. E que tal ter manicure com preços especiais dentro da empresa, no horário de trabalho?

De fato, um bom pacote de benefícios pode depender muito mais de flexibilidade e criatividade do que de aumento de gastos. “Vida pessoal e profissional estão cada vez mais conectadas”, afirma o responsável pela área de Benefícios no Nubank, Ricardo Friad. A instituição foi eleita a empresa com o melhor pacote de benefícios do Brasil pela plataforma Love Mondays. “Queremos que todos os funcionários se sintam bem, mental e fisicamente, para desenvolver o máximo de seu potencial de uma maneira saudável e produtiva”, complementa o executivo.

Além dos benefícios tradicionais, como vale-transporte, vale-alimentação e plano de saúde, a fintech implementou em 2018 o NuCare, um programa que oferece assistência médica, jurídica e emocional full time para os funcionários e seus dependentes legais. Trata-se de um tipo de benefício que tem ganhado espaço entre as empresas de ponta. No Nubank, os serviços não têm custo para os co-

laboradores e englobam psicólogos, assistentes sociais, advogados e consultores financeiros. Tudo para que os funcionários tenham pouco com o que se preocupar. Além disso, a empresa é pet friendly e seu escritório abriga uma grande variedade de espaços colaborativos, áreas de silêncio, espaços de lazer, quadras esportivas e um cinema no terraço.

“Os pacotes tradicionais de benefícios já não são suficientes porque a necessidade individual muda muito”, explica Jason Ward, vice-presidente de Pessoas e Clientes da Azul, segunda colocada (quase empatada com o Nubank) no ranking da Love Mondays. “Uma família de quatro indivíduos tem uma necessidade maior de um plano de saúde melhor e um vale-alimentação mais alto, enquanto um indivíduo sozinho, jovem, que possui carro prefere, muitas vezes, vale-combustível e vale-refeição”, complementa ele.

Na Azul, além dos benefícios tradicionais, os colaboradores contam com um programa de concessão de passagens válido para todos os destinos operados pela empresa, mediante pagamento apenas da taxa de embarque. A companhia também tem diversas parcerias para oferecer serviços como academias com mensalidades atrativas; desconto em instituições de ensino e estabelecimentos comerciais.

Manter a política de benefícios alinhada com as necessidades dos funcionários exige da Azul atualização constante de acordo com a economia local e o momento do mercado. “Realizamos anualmente uma pesquisa de remuneração e benefícios que nos informa a tendência nacional e internacional de empresas

de mesmo segmento, tamanho e localidade”, diz Ward. Atrair e reter bons profissionais, além de se posicionar de maneira diferenciada frente aos concorrentes, é o objetivo.

Por enquanto, os benefícios financeiros ainda são os mais utilizados pelas companhias brasileiras. Segundo a 28ª pesquisa anual de benefícios corporativos da Mercer Marsh, eles são oferecidos por 98% das 690 empresas pesquisadas. Mas já chega a 80% o número de empresas que disponibilizam benefícios relacionados à flexibilidade no trabalho (vestimenta casual, home office, maternidade estendida, entre outros); 69% proporcionam facilidades in company e 41% possuem programas de saúde emocional. Em uma sociedade globalizada, conquistar e reter talentos será cada vez mais uma tarefa individualizada. ■



Nubank foi eleita a empresa com o melhor pacote de benefícios do Brasil pela plataforma Love Mondays



Vitao Takayama

Escritório do Nubank

# LUXO SOBRE AS ÁGUAS

OS BONS VENTOS VOLTAM A SOPRAR NO MERCADO NÁUTICO BRASILEIRO

Após enfrentar as águas desafiadoras da crise, o setor náutico vive um momento de retomada no Brasil. O primeiro indicativo deste novo cenário foram as performances dos grandes eventos da área, considerados verdadeiros termômetros do mercado. A última São Paulo Boat Show, no final de 2018, por exemplo, gerou cerca de R\$ 155 milhões em vendas; e a Rio Boat Show, em abril deste ano, comemorou negócios em torno de R\$ 220 milhões, confirmando as expectativas de aquecimento para o setor.

Entre os lançamentos recentes está o superluxe iate Prestige 750, do estaleiro francês Prestige Yachts – apenas 12 unidades produzidas no mundo – que custa R\$ 16 milhões. Com o maior espaço interno da ca-

tegoria, dispõe de cozinha gourmet voltada para popa. No deck, há uma área de jantar para oito pessoas e um solário. São quatro cabines: três suítes com banheiros privativos e entradas independentes e uma para marinheiro. Acomoda até dez pessoas para pernoite, com conforto.

Outro destaque é a Casa Flutuante produzida pela empresa portuguesa Friday. Pré-fabricada e modular, a embarcação pode variar de 28 m2 a 52 m2 e apresenta sala, cozinha, um ou dois banheiros, três quartos, adega, terraço e solário. Um dos pontos fortes do projeto é a autonomia energética, graças ao conjunto de painéis solares térmicos e fotovoltaicos, assim como uma miniestação de tratamento de águas residuais por lamas ativadas com tanques que garantem autonomia de sete dias de utilização.

---

Entre os lançamentos recentes está o superluxe iate Prestige 750: apenas 12 unidades produzidas no mundo, pelo valor de R\$ 16 milhões

---

### Megaiates: luxo e alta tecnologia

Esportivos ou clássicos, os megaiates nunca saem da lista de objetos de desejo mundo afora. Entre os lançamentos desse mercado despontam alguns sonhos de consumo, como o Azimut Grande 30 Metri, maior iate de luxo fabricado em série no Brasil. O gigante surpreende pelo design aliado à tecnologia: pesa mais de 110 toneladas, tem 30 metros de comprimento e quase 7 metros de altura, que equivalem a 100 pés. São três pavimentos, onde se encontram cinco suítes, além das três cabines reservadas à tripulação, cozinha, sala de estar e jantar, jacuzzi na área externa e espaços para banho de sol. Sem falar em uma garagem que pode acomodar um bote de até 4 metros ou motos aquáticas. O projeto de interiores se assemelha a residências de luxo e é assinado por um dos mais premiados arquitetos mundiais, o italiano Achille Salvagni. Para comportar esse modelo, a Azimut precisou fazer adaptações no estaleiro brasileiro em Itajaí (Santa Catarina), único mantido pela marca fora da Itália.

Ainda entre os gigantes, o Azimut 74 é outro megaiate da marca, com 22,6 metros e um diferencial tecnológico, pois usa fibra de carbono 100% pura em parte de sua superestrutura, o que significa mais leveza, melhor navegabilidade e estabilidade, assim como acontece em foguetes e carros de automobilismo. A redução do peso do barco possibilitou que a marca investisse intensivamente em detalhes e acabamentos de luxo, incluindo metais, pedras, vidros e madeiras. No salão principal, sem colunas, áreas de jantar, estar, cozinha e central de comando se inte-



DIVULGAÇÃO



SARA MAGNI

Casa flutuante



DIVULGAÇÃO

Acima, Azimut Grande 30 Metri. Abaixo, Azimut 74

gram perfeitamente com vistas para o mar, graças a grandiosas janelas que vão do chão ao teto. Quatro suítes formam o pavimento inferior, destacando-se o espaço reservado ao proprietário, que conta com uma grande janela lateral, dando a impressão, pela vista proporcionada, de se estar em um aquário.

## barcos

### Engenharia, design e sofisticação sobre as águas

Entre os projetos que se destacam pelo design aliado à engenharia, o THD 925 do estaleiro MCP Yachts traz linhas elegantes e um interior amplo com novos conceitos de função, volume e forma, que permitem versões com até seis amplas cabines. A leveza estrutural e de materiais de acabamento desse iate proporciona uma redução de até 15 toneladas em seu peso quando comparado com qualquer outra embarcação de fibra de vidro existente no mercado, garantindo mais economia e performance. Por suas características técnicas, o modelo permite ampliar e até reverter a capacidade de água (maior em navegações na costa brasileira) e óleo (maior em travessias oceânicas) em tanques de duplo fundo.



Interior do THD 925, do estaleiro MCP Yachts

DIVULGAÇÃO

Para os que querem navegar com os ventos, recentemente a Jeanneau mostrou aos brasileiros dois veleiros de luxo. Um deles é o Sun Odyssey 440, com cockpit patenteado para maior facilidade de movimentação a bordo, promete ótima navegabilidade, acolhimento e esportividade. O outro é o Jeanneau 64, maior modelo

da renomada linha Yacht. Esse veleiro foi projetado pelo arquiteto naval Philippe Briand e pelo designer de interiores Andrew Winch, ambos com credenciais conquistadas desenhando também megaiates. Concebido para oferecer excelente navegabilidade, com segurança e rapidez, é o top de linha do estaleiro francês. ■



Sun Odyssey 440, da Jeanneau

BERTRAND DUQUENNE

# O MAIOR SHOPPING DA AMÉRICA LATINA ESTÁ AINDA MAIS COMPLETO ARICANDUVA TUDO DE BOM

Evolução, aprimoramento e potencialidade de negócios em crescimento constante. O Aricanduva tem a mais ampla e diversificada oferta em compras, diversão, serviços e se confirma cada vez mais como o Centro Gastronômico da Zona Leste, com Olive Garden, Madero, Outback, Ragazzo, 4 McDonald's, 4 Burguer King e muitas outras consagradas redes de restaurantes, lanchonetes, bares e fast foods, incluindo ainda 3 praças de alimentação. Além do Playcenter Family, dos home centers Sodimac Dicio e C&C, os hipermercados Extra, Walmart e Assai Atacadista são mais exemplos que demonstram máxima segurança de investimento e de retorno para grandes empresas e comerciantes, com operações que se destacam entre as mais rentáveis do país. Cerca de 4,5 milhões de pessoas, o equivalente a toda a população do Uruguai, frequenta mensalmente o Centro Comercial formado pelo Shopping Aricanduva, pelo Interlar Aricanduva, voltado para móveis e decoração, e pelo Auto Shopping Aricanduva, único com 15 concessionárias autorizadas de automóveis, motos e Unidade Leste do Detran. O Centro Comercial Aricanduva também incentiva, participa e contribui com obras sociais, culturais e esportivas de grande expressão, como a Dom Bosco, o Mutirão da Catarata e a Corrida Aricanduva, entre outras.

O ARICANDUVA TEM TUDO: PARA VOCÊ, SEU CARRO, SUA CASA E SEUS NEGÓCIOS.



Av. Aricanduva, 5.555 - (11) 3444-2000

Mais de 10.000 vagas de estacionamento gratuito



Centro Comercial Aricanduva

hotel

# UM OÁSIS ENTRE VINHEDOS

A HARMONIZAÇÃO PERFEITA ENTRE RELAXAMENTO,  
GASTRONOMIA E BELEZA NO CORAÇÃO DA FRANÇA

## hotel

inaugurado em 1999 por Alice e Jérôme Tourbier, Les Sources de Caudalie é um hotel-spa cinco estrelas, que alia a aura boêmia da região a uma arquitetura rústica com detalhes luxuosos. O ar intimista é composto por 40 quartos e 21 suítes, entre elas a legendária L'île Aux Oiseaux, três restaurantes que utilizam iguarias locais, especialmente o vinho, e o Vinothérapie Spa, que oferece uma experiência terapêutica inesquecível, que alia água termal a extratos de vinhas e uvas. O programa de tratamento foi desenvolvido com os produtos de marca Caudalie, baseados nos benefícios da uva e suas propriedades antienvhecimento e antioxidante.

Possui ainda um lago interior, uma adega e entre seus restaurantes o aclamado La Grand Vigne (estrela Michelin), além de ficar localizado no coração de um dos vinhedos mais reconhecidos internacionalmente: o Château Smith Haut Lafitte, em Bordeaux, França.

O arquiteto Yves Collet projetou um lugar em perfeita harmonia com o meio ambiente, ao utilizar materiais e estruturas de recuperação do local

“Criamos esse hotel com o intuito de reinventar a noção de viagem. Parece mentira, mas se afastar de um centro urbano em apenas quinze minutos é uma verdadeira mudança de cenário e de vida”, diz Alice Tourbier, que tem o objetivo de ampliar o negócio para outras regiões da França, em locais que inebriam o imaginário dos viajantes como é o caso do Vale do Loire, a Alsácia, Provence, entre outros. Segundo ela, esses lugares têm um apelo enorme junto a turistas internacionais devido à sua história e cultura, mas ainda carecem de um turismo high-end como o proporcionado pelo Les Sources de Caudalie.

De acordo com especialistas em turismo de luxo, destinos que permitem combinar diferentes experiências sem a desvantagem do jet lag ou restrições de longas jornadas oferecem um grande atrativo para os turistas do mundo todo que desejam usufruir ao máximo sua estadia, ao mesmo tempo que podem experimentar cenários, passeios e culturas diversificadas. Para esse público é muito importante ter oportunidades, além dos destinos turísticos tradicionais.

Para garantir a cada hóspede uma mudança total de cenário a poucos minutos de distância de Bordeaux, a arquitetura do Les Sources da Caudalie traz o reflexo perfeito das aldeias bucólicas de Aquitaine antiga – região ao Sudoeste da França, que faz divisa com a Espanha. O arquiteto Yves Collet projetou um lugar em perfeita harmonia com o meio ambiente, ao utilizar materiais e estruturas de recuperação do local. Além disso, é possível descobrir a riqueza do terroir em atividades típicas como um passeio de pinasse (barco tradicional) na bacia de Arcachon.

Château Smith Haut Lafitte, um dos vinhedos mais reconhecidos da França



MEILLAND



F&Q BRASIL



Para seu evento ser um grande evento, o que menos importa é o tamanho dele.  
CAMPOS DO JORDÃO  
CONVENTION CENTER®

Seu próximo evento social ou corporativo já tem o espaço perfeito para acontecer: Campos do Jordão Convention Center. São mais de 7 mil m<sup>2</sup>, com infraestrutura completa e tecnologia avançada, prontos para receber de 50 a 3 mil participantes.

Para fazer do seu próximo evento um grande sucesso.

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

GRUPO DORIA



Auditórios | Salas VIP | Lounges | Salas de Apoio | Wi-Fi | Climatização  
Restaurante | Café | Cozinha Corporativa | Acessibilidade | Segurança 24h | Estacionamento



L'île Aux Oiseaux, a  
legendária suíte do hotel

ROBERTA VALERIO

Desde 2009, o chef Nicolas Masse está à frente da gastronomia do La Grand'Vigne. Seu estilo ousado foi recompensado em 2010 pela primeira estrela Michelin e em 2015 pela segunda. O restaurante tem uma cozinha autêntica, saborosa e saudável. Foi inspirado em estufas ornamentais do século XVIII, nas quais se revive a história de terroir e a alquimia dos sabores que proveem da videira, da horta e das estações. “O cardápio é cuidadosamente elaborado para que o cliente se lembre sempre e, apenas, do que é o essencial”, salienta Masse, garantindo que a explosão de sabores, associados à beleza local, têm um lugar cativo na mente dos que se permitem usufruir desse momento tão único e especial. “A sensação é que o tempo e espaço param, mas permanecem eternamente vívidos na memória de cada pessoa que passou por aqui”, finaliza o chef.

Além do paladar, os hóspedes contam com uma equipe de sommelleries altamente qualificada, que ajudam

a dominar os sentidos e a descobrir um novo mundo de aromas. Todos os sábados, o chef sommelier Aurélien Farrouil oferece uma introdução à degustação e compartilha seu conhecimento de vinhos com clientes que desejam ampliar o conhecimento sobre Grands Crus de Bordeaux e tangibilizar essas sensações.

Finalmente, o spa oferece um tour pelas vinhas do Château Smith Haut Lafitte, chamado Tour de la Tasting, que é literalmente uma feira de inspirações em estilo britânico e cubano em que se pode relaxar desfrutando de uma visão excepcional das videiras. O local também é aberto para amadores ansiosos em descobrir o processo de vinificação e os segredos das melhores safras.

Visitas em grupo ou individuais são organizadas considerando gostos e temáticas. É possível ter uma imersão no mundo dos vinhos, incluir os costumes da cultura e história da França, ou mesmo visitar coleções de arte. Santé! ■



Piscina externa

RODOLPHE CELLIER

# L I D E

## E D U C A Ç Ã O



### FUTURO

AS TRANSFORMAÇÕES  
DO MERCADO DIANTE  
DOS NOVOS CENÁRIOS  
CORPORATIVOS

### FÉRIAS

CURSOS MAIS CURTOS  
PARA QUEM PRECISA  
DE CONHECIMENTO,  
MAS FALTA TEMPO

# A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DA EDUCAÇÃO EXECUTIVA

MAIS INFORMAÇÃO, MENOS TEMPO, NOVOS MÉTODOS: O QUE AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO ESTÃO FAZENDO PARA ACOMPANHAR AS NECESSIDADES DO MERCADO CORPORATIVO

Estamos mergulhados em um intenso processo de disrupção digital e vivenciando os avanços do conceito de Educação 4.0 no Brasil e no mundo. Trata-se de uma transformação profunda que envolve pessoas, cultura, metodologia e ferramentas, e exige uma atualização permanente por meio de opções mais modernas de ensino e aprendizado.

Gênero de curso direcionado, majoritariamente, para profissionais que atuam em cargos de liderança ou almejam chegar a essas posições, buscando ampliar suas habilidades de chefia, orientação e gerenciamento, a educação executiva se baseia hoje mais em cursos de curta duração focados no desenvolvimento das competências técnicas, comportamentais e de gestão. O mercado está cada vez mais competitivo e exige que cursos e processos de treinamento formem profissionais altamente capacitados, mas em pouco tempo, utilizando seus “micromomentos”.

No final, a empresa e os colaboradores são os principais beneficiados por essa mudança de perspectiva. Um MBA, por exemplo, pode ser essencial para equipar um gestor com expertise em áreas como Finanças, Gestão de Negócios e Estratégia, porém já não é mais suficiente para as empresas impactadas pela transformação digital, que passaram a exigir competências como o empreendedorismo.

Nesse sentido, universidades reformulam seus currículos para incluir disciplinas capazes de dar conta dessa mudança de paradigma. Algumas das principais instituições de educação executiva do País estão redesenhando seus cursos e MBAs de olho nas novas habilidades digitais exigidas pelo mercado. Uma das frentes é desenvolver conhecimentos que estão em evidência, considerando tecnologias inovadoras como big data, blockchain, inteligência artificial e machine learning.

## Mudança de mindset

A Saint Paul, por exemplo, lançará, no segundo semestre deste ano, dois programas em parceria com grandes instituições globais. O primeiro será de transformação digital com ênfase em Cultura e Liderança Digital e Estratégias da Nova Economia. O segundo, voltado tanto para intraempreendedores quanto para empreendedores sociais, versará sobre empreendedorismo social e change makers.

Segundo a instituição, há uma demanda cada vez maior por programas que possam auxiliar nessa transição e mudança de mindset. Especialmente em momentos de dificuldade econômica do País, cresce a procura pela educação, seja no topo ou na base da pirâmide social, como uma maneira de reescrever uma história e buscar novos caminhos – pessoais ou em suas organizações.

“Estamos em um rito de passagem. Até então havia um executivo

multidisciplinar com conhecimento compartimentado em caixinhas. O que fazemos agora é fundir essas caixas em torno de problemas e aguçá-lo a trabalhar de maneira mais integrada com equipes de projetos, a concorrência e o mercado – o que antes era impossível acontecer e agora é necessário”, comenta Gley Fabiano Cardoso Xavier, coordenador da Pós-Graduação, Extensão e Cursos Livres da Faculdade Armando Álvares Penteado (FAAP)

Na opinião de Xavier, com a chegada ao mercado de trabalho das novas gerações, que exigem mudanças na sociedade em vez de pensarem exclusivamente no lado financeiro, é preciso que o executivo tenha novas competências e versatilidade técnica não apenas do ponto de vista da gestão de processos e finanças, mas também com inteligência emocional para ser mais que um líder, exercendo realmente o papel de protagonista.

“O curso de educação executiva passou a ser uma experiência educacional baseada em momentos para debater, se provocar e se desafiar. Como ocorre com a Netflix: se eu não tiver um bom conteúdo, eu perco a atenção do público-alvo”, compara.

## Presencial + virtual

Para Nelson Yoshida, vice-coordenador acadêmico do MBA da Fundação Instituto de Administração (FIA), os cursos de educação executiva valorizam o aprendizado pela vivência, assim como a troca interpessoal em abordagem voltada à criação de soluções. “O uso intensivo de plataformas tecnológicas

permite combinar o presencial e o virtual, porém sem nunca esquecer de que são o meio, e a experiência proporcionada por uma curadoria criteriosa permite gerar resultados efetivos”, explica. “Falamos de estratégia com foco no que os executivos podem construir de valor para o futuro das organizações.”

Paulo de Tarso, vice-presidente de Educação Continuada da Kroton Educacional, líder no setor de ensino superior privado no Brasil, também acredita que a escola do futuro vai conviver, de forma suave, entre o físico e o digital, bem como conseguirá individualizar a experiência do aluno. “Será uma espécie de plataforma que permitirá que o fluxo de conteúdo, metodologia e aprendizado venha de fontes diferentes, e não apenas de um único provedor”, afirma.

Ao desenvolver as altas lideranças para assuntos ligados às organizações do futuro, as instituições garantem um sistema igualitário que abraça a diversidade e a pluralidade de pensamentos. “A escola do futuro estará conectada com empresas e indivíduos e funcionará muito mais como um hub curador de conteúdo e facilitador, no qual a diferenciação estará na metodologia e na experiência”, avalia Galindo.

De acordo com Yoshida, a Educação 4.0 acena com possibilidades que antes não estavam disponíveis. “Notamos que os executivos buscam conhecimento e aprendizado para um mundo em transformação constante. Pessoas que se mobilizam porque já perceberam que o momento nunca foi tão propício para investir em seu aprimoramento. A jornada é contínua, não há um fim”, diz. ■



# A REVOLUÇÃO NA EDUCAÇÃO



## MODELOS HÍBRIDOS AMPLIAM POSSIBILIDADES PARA INSTITUIÇÕES E ALUNOS

**D**e maneira geral, os profissionais que buscam educação continuada dispõem de pouco tempo e são bastante exigentes. Eles têm percepção apurada de que não basta possuir um certificado de uma instituição de excelência, pois é preciso mostrar, na prática, o domínio das competências demandadas para o desempenho de diferentes funções no mercado. De acordo com estudo realizado pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES), em 2023 mais alunos se matricularão em cursos da modalidade de Educação a Distância (EAD) do que nos presenciais. Além da praticidade, essa expansão é estratégica entre as instituições do setor privado, na medida em que permite redução de custos com infraestrutura, sem perda de qualidade, aumentando sua competitividade. De olho nesse mercado, que vem apresentando crescimento contínuo nos últimos anos, novas propostas despontaram no mercado, com ampliação do portfólio de cursos online, além dos presenciais, o chamado modelo híbrido. Para impulsionar ainda mais esse segmento, no final de 2018, o Ministério da Educação (MEC) assinou uma portaria ampliando de 20% para 40% a carga horária a distância de cursos presenciais de ensino superior, o que favorece a consolidação do modelo híbrido no Brasil.

A Ânima Educação é uma das instituições privadas que resolveram apostar nos cursos híbridos. Segundo a diretora de Transformação Digital, Patrícia Fumagalli, a proposta do grupo é tirar o melhor proveito de cada ambiente, tanto digital quanto presencial. “Entendemos que a vida já é presencial e digital e que a educação tem que ser assim. Por isso, nosso conceito de ensino híbrido é levar a experiência da vida real para o aluno, do que ele vai encontrar no mercado de trabalho”, explica a diretora. Segundo ela, o digital permite que o estudante seja protagonista do seu processo de aprendizagem, na medida em que ele decide quando, como e em que ritmo quer estudar. Já no momento presencial, ele tira proveito das interações pessoais, dos debates, dos projetos, das atividades em grupos e dos processos de aprendizagem de forma coletiva. “Existe cada vez mais procura por cursos que tragam flexibilidade para o aluno, que tem que entender também a importância da interação pessoal para seu sucesso profissional”, reforça.

Instituições de ensino tradicionais também estão aderindo ao modelo híbrido. É o caso da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que lançou, neste ano, o Pós FGV Online, um curso de especialização que realiza encontros ao vivo, via ferramenta de comunicação em sincronia com o ambiente de aprendizagem virtual, e com apenas um encontro ao seu final; e relançou a Pós Graduação online em Administração mediado por tecnologia e com aulas transmitidas ao vivo, via satélite para mais de 60 localidades, por especialistas da FGV; além do programa de MBA online, nova versão dos cursos de MBA em Gestão Empresarial e



*“Entendemos que a vida já é presencial e digital e que a educação tem que ser assim”*

Patrícia Fumagalli, diretora de Transformação Digital da Ânima Educação

MBA em Gestão e Business Law, que passa a contar agora com uma disciplina blended oferecida aos alunos no início do curso, a partir de metodologia de gamificação desenvolvida pela própria FGV, que é o ARGo – Alternate Reality Goals. Ela é baseada nos chamados ARG – Alternate Reality Games –, que são jogos cross-midiáticos que mesclam cenários do mundo real e virtual, fomentando experiências colaborativas estruturadas em torno da resolução de desafios e

mensagens criptografadas. Segundo Mary Murashima, diretora de Gestão Acadêmica da FGV Educação Executiva, a instituição tem muita procura por cursos presenciais, mas a busca pelos virtuais também tem aumentado. Em 2018, a FGV contabilizou cerca de 10.500 alunos inscritos em cursos de curta duração online. “O que se percebe mais claramente é que a sala de aula (presencial ou virtual) precisa refletir as mudanças ao nosso redor: um espaço em que o domínio

*“Não saímos fisicamente da sala de aula, porém buscamos uma experiência mais enriquecedora nesse ambiente”*

Elaine Tavares, diretora do Coppead/UFRJ

de fontes teóricas desvaloriza-se, frente à capacidade de aplicá-las e onde os professores e os tutores são, cada vez mais, os facilitadores do processo de aprendizagem e do compartilhamento de experiências. Ou seja, as regras do jogo mudaram e é preciso reaprender a jogar”, alerta a diretora.

Esse cenário é bem diferente no Coppead, Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que – por opção acadêmica – oferece apenas cursos presenciais de pós-graduação lato sensu e também stricto sensu, nos níveis de mestrado e doutorado, ambos em Administração de Empresas. Para participar do mestrado da instituição – listado 11 vezes no ranking do Financial Times entre os melhores em Administração do mundo –, os profissionais precisam ficar de um a dois anos fora do merca-

do se preparando para adquirir uma formação diferenciada. No entanto, apesar de não oferecer cursos online, o Coppead aposta na internacionalização para ampliar o ambiente de ensino. “Não saímos fisicamente da sala de aula, porém buscamos uma experiência mais enriquecedora nesse ambiente”, conta Elaine Tavares, diretora do Coppead/UFRJ. Ela explica que o objetivo da instituição é desenvolver o contexto de um espaço internacional, com alunos regulares e professores brasileiros e estrangeiros. Neste contexto, o conteúdo também deve ter relevância internacional. Além disso, no nível executivo, a Coppead oferece semanas internacionais, em parceria com escolas estrangeiras, levando alunos acompanhados de professores para ver como se faz negócios em outros lugares do mundo, incluindo visitas às empresas – tudo com orientação acadêmica. ■



DIVULGAÇÃO

*“O que se percebe mais claramente é que a sala de aula, presencial ou virtual, precisa refletir as mudanças ao nosso redor”*

Mary Murashima, diretora de Gestão Acadêmica da FGV Educação Executiva



AMÉRICO VERMELHO

# OPORTUNIDADE PARA SE APRIMORAR

PROGRAMAS DE CURTA  
DURAÇÃO TORNAM-SE OPÇÃO  
PARA EXECUTIVOS QUE  
PRETENDEM DESENVOLVER  
SUAS COMPETÊNCIAS



Em meio à rotina de reuniões em cidades ou até países diferentes e jornada de trabalho muitas vezes prolongada, os cursos de férias em instituições renomadas têm se transformado em boas opções para o executivo que se preocupa em desenvolver competências, aumentar sua rede de relacionamentos e até a sua visibilidade no mercado. Normalmente, esses cursos oferecem conteúdos objetivos, práticos, e entregam um conhecimento pontual, para aplicação imediata. A carga horária varia de 8 horas para programas de curta duração, de 40 a 48 horas para os de média duração e de 80 a 88 horas para os cursos mais longos.

A Fundação Dom Cabral (FDC), por exemplo, oferece cursos nas áreas de Liderança, Gestão, Finanças, Governança, RH e Desenvolvimento de Conselheiros em junho, julho e agosto. “Alguns destes programas se iniciam e encerram nesses meses, outros se estendem ao longo do ano, mas permitem aos executivos, empreendedores e conselheiros iniciar seu desenvolvimento em um momento no qual as empresas têm, tipicamente, atividade reduzida. O Skills, Tools and Competencies (STC), por exemplo, um curso desenhado para a realidade atual na gestão de negócios, conta com o módulo inicial em Belo Horizonte, mas na sequência, avança para um módulo internacional no Campus da Kellogg School of Management, em Chicago, uma das mais conceituadas escolas de gestão do mundo. E finaliza em São Paulo, confrontando o conhecimento com o cenário brasileiro”, explica André Proença, diretor de Programas Abertos.

A FDC tem em seu portfólio programas que acontecem ao longo de todo o ano e que abordam diversos temas de gestão de negócios, direcionados aos executivos em diferentes momentos da carreira. As aulas são presenciais, mas têm o apoio da educação a distância, o que potencializa o aprendizado e o engajamento dos participantes.

Segundo André Proença, o público que busca os programas de curta duração é formado por executivos com experiência, muitas vezes já com ótima formação acadêmica - como MBA ou especialização. “Os cursos possuem temáticas específicas e o executivo escolhe de acordo com suas necessidades: pessoais, de carreira, de desafio prático. É importante destacar que eles são modificados e atualizados constantemente para endereçar os desafios que os participantes estão vivendo em seus negócios”, completa.



ADRIANO ADRIANO

**No topo do ranking**

A Saint Paul já esteve cinco vezes no ranking da Financial Times entre as 75 melhores escolas de negócios no mundo, ao lado da Harvard Business School, Columbia University e London Business School. Além disso, o curso de Contabilidade Gerencial e Análise de Indicadores é credenciado pelo Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (CRC-SP).

“A diferença entre os cursos de férias dos demais que a Saint Paul oferece é que eles são concluídos em um tempo menor, sendo assim, intensivos. Mas a qualidade e a dedicação dos professores são as mesmas. Eles são também uma oportunidade de conhecer nossos docentes, os materiais didáticos e a equipe. Quem sabe, posteriormente, o aluno se interesse em continuar a parceria em nossos cursos de pós-graduação e MBA”, diz Samantha Telles, coordenadora acadêmica da instituição.

Na modalidade a distância, o aluno consegue acessar dezenas de cursos relacionados a Finanças e Negócios. Dentre os tópicos abordados, estão Empreendedorismo, Marketing, Finanças Corporativas, Ética e Controladoria. A carga horária varia de 18 a 200 horas. ■

*“Também participam dos cursos de férias executivos de diversas áreas que pretendem empreender ou obter conhecimentos sobre a nova economia digital”*

Guto Grieco, do Centro de Inovação e Criatividade (CIC/ESPM)

**Um exemplo replicado**

A ESPM foi pioneira na modalidade. A instituição oferece uma grande variedade de cursos presenciais nas áreas de Marketing, Gestão, Economia Criativa, Comportamento de Consumo, Negócios e Soluções Digitais. “Sempre houve procura por cursos rápidos, mas eles se tornaram uma tendência por se adaptarem mais e melhor às mudanças pelas quais os mercados passam hoje. Também participam dos cursos de férias executivos de diversas áreas que pretendem empreender ou obter conhecimentos sobre a nova economia digital”, salienta Guto Grieco, coordenador do Centro de Inovação e Criatividade (CIC/ESPM).

**CURSOS MAIS PROCURADOS POR EXECUTIVOS**

**Fundação Dom Cabral**

- Skills, Tools and Competencies
- Gestão Econômico Financeira
- Governança, Risco e Compliance

**ESPM**

- Agile Marketing
- Gestão de Relacionamento com os Clientes (CRM)
- Key Account Management (KAM)

**Saint Paul**

- Finanças para Não Financeiros
- Valuation
- Planejamento e Orçamento

# LIBERDADE

## MERCADO JURÍDICO



**SEGURANÇA**

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PROMETE COLOCAR O BRASIL EM UM NOVO PATAMAR

**MP 881**

LIBERDADE ECONÔMICA E MENOS BUROCRACIA NAS EMPRESAS

# O MAIOR CONTENCIOSO TRIBUTÁRIO DO MUNDO

ESPECIALISTAS DISCUTEM PROPOSTA DE REFORMA TRIBUTÁRIA QUE PRETENDE SIMPLIFICAR O SISTEMA BRASILEIRO

A simplificação do Sistema Tributário vem sendo discutida desde governos anteriores, mas o consenso sobre o formato ideal está longe de ser “simples”. Até o final de 2018 havia três propostas encampadas por três personagens distintos: uma do então deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), outra do Centro de Cidadania Fiscal (CCiF), tendo o economista Bernard Appy à frente, e a terceira indicada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Na virada do ano, o deputado Hauly não foi reeleito, e sua proposta foi preterida pelo modelo do economista Appy, que serviu como base à Proposta de Emenda Constitucional 45/2019, do deputado Baleia Rossi (MDB-SP).

A PEC 45/2019 propõe a extinção de cinco impostos – três federais (IPI, Cofins, PIS), um estadual (ICMS) e um municipal (ISS) – e a criação de apenas um, o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), com carga na casa de 20% a ser dividida entre União, estados e municípios. Apoiada pelo presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (DEM-RJ), essa é a proposta que segue em tramitação.

“O IBS teria uma alíquota de referência em todo o país, sem distinção de produto, o que veda os benefícios fiscais (e a ‘guerra’ entre estados). Considerando que a taxa seria a mesma para arroz e carros, por exemplo, consta da proposta uma devolução parcial para contribuintes de baixa renda”, explica o tributarista do escritório Demarest, Douglas Mota.



# A REGULAÇÃO SANITÁRIA PELA ANVISA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES E A IMPORTÂNCIA DE CONSULTORIA JURÍDICA ESPECIALIZADA

O ESCRITÓRIO UBIRAJARA MARQUES ADVOGADOS POSSUI VASTA EXPERIÊNCIA EM ASSESSORAR EMPRESAS EM QUESTÕES AFETAS AO DIREITO REGULATÓRIO SANITÁRIO

A preservação da vida e a busca por melhores condições de existência são anseios que acompanham a humanidade, sendo certo que, desde os primórdios, o homem vem desenvolvendo mecanismos que têm como principal objetivo manter sua espécie.

Assim, o Direito, enquanto conjunto dos princípios e normas que disciplinam as relações do homem em sociedade, não poderia deixar de cuidar de tão valiosa matéria, principalmente se considerarmos que o ordenamento jurídico também tem como objetivo primordial garantir a existência digna e pacífica dos seus tutelados.

Um exemplo de ação governamental positiva na garantia do direito à saúde, foi a criação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária-ANVISA, por intermédio da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, de forma que a referida autarquia tem “*por finalidade institucional promover a proteção da saúde da população, por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados, bem como o controle de portos, aeroportos e de fronteiras.*”

Com 20 anos de bons préstimos à sociedade brasileira, completados recentemente, a

ANVISA pode ser considerada como uma das Agências Reguladoras que melhor vem cumprindo sua missão institucional, com servidores altamente qualificados, processos transparentes de construção de seus regulamentos e alta participação da sociedade nos debates de temas sensíveis à população.

Considerando a relevância de sua missão (promover e proteger a saúde da população brasileira) e a amplitude de seu alcance (estima-se que aproximadamente 1/3 do PIB nacional seja de alguma forma regulamentado e/ou fiscalizado pela ANVISA), a referida Agência vem se destacando também no cenário internacional, pois está constantemente buscando harmonizar suas normas com os regramentos criados por Instituições internacionais relacionadas à saúde, como a Organização Mundial de Saúde (OMS) e o International Council for Harmonisation of Technical Requirements for Pharmaceuticals for Human Use (ICH).

Tais medidas vêm “aumentando a régua regulatória” da ANVISA, fazendo com que as indústrias do setor saúde cada vez mais tenham que buscar adequar seus processos e produtos aos mais rigorosos padrões de qualidade.

Apesar de ser um enorme desafio para as empresas reguladas pela ANVISA, especial-



DIVULGAÇÃO

mente considerando o momento econômico do Brasil, a elevação dos critérios de aferição da segurança, eficácia e qualidade dos produtos regulados pela Agência indubitavelmente fará com que as indústrias do setor saúde tenham que compreender, assimilar e cumprir exemplarmente normas que são aceitas nos mais relevantes mercados globais, aumentando, assim, sua competitividade no cenário internacional.

Atuando também há mais de 20 anos nesta área, os profissionais do UBIRAJARA MARQUES ADVOGADOS são especializados em prestar assessoria jurídica em questões afetas ao Direito Regulatório Sanitário, representando empresas que são reguladas pelos entes que compõem o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA e Vigilâncias Sanitárias dos Estados e Municípios) e outros órgãos governamentais, como a Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED) e a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON).

A expertise e experiência do UBIRAJARA MARQUES ADVOGADOS permite ao escritório ser um importante parceiro para empresas reguladas pela ANVISA que buscam a obtenção ou renovação de certificações, incluindo o Certificado de Boas Práticas de Fabricação (CBPF), autorizações e registros sanitários de

---

A expertise e experiência do UBIRAJARA MARQUES ADVOGADOS permite ao escritório ser um importante parceiro para empresas reguladas pela ANVISA

---

medicamentos, medical devices, cosméticos, alimentos e suplementos alimentares.

O escritório também se destaca na atuação jurídica relacionada ao controle de risco de responsabilidade sobre produtos fiscalizados pela ANVISA, gerenciamento de crise com produtos e aconselhamento em questões regulatórias/sanitárias tradicionais, tais como publicidade, rotulagem, inspeções nacionais e internacionais, notificações, recolhimentos e acompanhamento em análises fiscais.

Assim, diante das dificuldades que são encontradas no exercício das atividades empresariais de indústrias e companhias que atuam, de alguma forma, neste setor, contar com uma assessoria jurídica qualificada é dispor de maior segurança jurídica e previsibilidade para alcançar seus objetivos. ■



# EM BUSCA DA DESBUROCRATIZAÇÃO

O QUE ESPERAR DA MEDIDA PROVISÓRIA 881, QUE PROPÕE REDUZIR O DIRIGISMO ESTATAL E A INTERVENÇÃO JUDICIAL NA RELAÇÃO COM EMPRESAS?

O presidente Jair Bolsonaro assinou, no último dia 30 de abril, a Medida Provisória número 881, um texto cheio de promessas já no capítulo primeiro: “fica instituída a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, que estabelece normas de proteção à livre iniciativa e ao livre exercício de atividade econômica e disposições sobre a atuação do Estado como agente normativo e regulador.” Texto pomposo cujo objetivo o secretário especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital, Paulo Uebel sintetizou em “estabelecer limites para o governo realmente focar naquilo que é essencial”.

Do ponto de vista jurídico, a liberdade econômica sempre esteve prevista na Constituição Federal, mas a prática empresarial mostra que a burocracia emperra o desenvolvi-

mento econômico, a retomada dos investimentos, a geração de empregos e o crescimento do país.

“Superadas as controvérsias sobre os conceitos de relevância e urgência, inerentes à tramitação das Medidas Provisórias, a MP da Liberdade Econômica mostra uma tendência de alinhamento entre os objetivos do governo e as necessidades do setor produtivo, uma vez que busca a desburocratização de diversas atividades”, comemora Marcus Vinícius Pessanha, do núcleo de direito administrativo, regulatório e infraestrutura da Nelson Wilians & Advogados Associados.

Guilherme Fontes Bechara, sócio do escritório Demarest na área de reestruturação e falência, faz coro e celebra a promessa de redução da intervenção governamental nas relações com empresa, e entre os agentes do mercado.

“A mensagem altera o paradigma das relações, objetivando diminuir o dirigismo estatal e a intervenção judicial nessas relações. O ponto-chave da MP são as medidas para diminuir a burocracia e a complexidade no exercício da atividade econômica pelos agentes do mercado”, diz.

### Alvarás, licenças e documentos digitais

A redução da burocracia começa já na abertura de novas empresas, uma medida com foco nos negócios familiares e startups. A MP põe fim à necessidade de registros para atividades consideradas de “baixo risco”, um termo que ainda carece de melhor definição.

“Espera-se a abertura de uma boa quantidade de pequenos empreendimentos, levando ao aquecimento da economia, com redução do desemprego e aumento da arrecadação de tributos, o que é sinônimo de desenvolvimento econômico. Uma fragilidade, todavia, está no alcance do termo ‘baixo risco’, que não foi definido pela MP e está sujeito à regulamentação posterior. Essa inconsistência terminológica pode levar a algumas dificuldades na aplicação prática, o que frustraria a intenção original do Governo”, avisa Pessanha.

Para as atividades em que licenças e alvarás são exigidos, a MP atribui um tempo máximo de resposta do Estado, ao final do qual o requerimento estará automaticamente aprovado. Falta, no entanto, estabelecer os parâmetros e prazos para atendimento das solicitações.

“Em teoria, este ponto da MP é irretocável! É notória a dificuldade na obtenção de licenças ou alvarás, na maioria das vezes por problemas



*“Caberá à CVM o papel de compatibilizar o incentivo previsto com as demais normas e exigências aplicáveis para as operações no âmbito do mercado de capitais”*

Guilherme Fontes Bechara, sócio do escritório Demarest na área de reestruturação e falência

de aparelhamento e entraves burocráticos desnecessários. A solução anterior era parar. A saída atual é seguir e reprimir em caso de abuso que fira o interesse público. A prática dirá se vai prevalecer a boa-fé, a eficiência administrativa e a consciência cívica ou o abuso”, elogia Bruno Burini, sócio de direito público do Trench Rossi e Watanabe.

A equiparação dos documentos digitalizados aos originais é outra

medida de desburocratização que deve trazer benefícios a empresas de todos os tamanhos. Assim que se definirem as condições mínimas de microfilmagem e digitalização, os originais poderão ser eliminados, reduzindo custos de armazenagem e conservação de documentos físicos.

“Será outra revolução se aplicada de maneira efetiva e adequada. Além da redução de custos para as empresas, a medida irá facilitar a gestão pública. Os processos administrativos digitais poderão ser acessados on-line, sem a necessidade de ir aos órgãos administrativos”, diz Marcus Vinícius.

### Bolsa de Valores

Gastar menos, captar mais. Com essa missão a MP 881 reduz as exigências para pequenas e médias empresas abrirem capital na Bolsa de Valores. Mas ainda caberá à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) definir quais regras serão eliminadas, antes de prever o sucesso da medida, explica o sócio e líder das práticas transacionais do Trench, Rossi e Watanabe, Daniel Facó.

“Não temos condições de antecipar qual nível de desregulamentação será aplicada pela CVM, exceto pelo conceito previsto na própria Medida Provisória, que é o de incentivar acesso menos burocratizado ao mercado de capitais”, diz.

Mais otimista, Guilherme Fontes Bechara acredita que o fortalecimento do mercado de capitais e o aumento de número de participantes está em linha com o ideal de livre iniciativa e liberdade econômica, além de viabilizar outras fontes de crédito, potencialmente mais baratas do que o tradicional mercado bancário.

“Caberá à CVM o papel de compatibilizar o incentivo previsto com as demais normas e exigências aplicáveis para as operações no âmbito do mercado de capitais, notadamente porque as exigências visam a proteção do investidor e a própria integridade do sistema”, pondera.

### Intervenção judicial e lei de falência

Por último, a MP 881 busca reduzir a intervenção do Poder Judiciário nos contratos empresariais, proibindo que sejam feitas alterações por meio jurídico, mesmo em documentos que versam sobre normas de ordem pública. A presunção é de que acusação e defesa tenham acesso a meios processuais equivalentes.

“É interessante a inclusão da possibilidade dos contratantes estabelecerem parâmetros objetivos para a revisão das condições contratuais, evitando usar meios jurídicos, que geram custos excessivos e descabidos.

*“Não temos condições de antecipar qual nível de desregulamentação será aplicada pela CVM”*

Daniel Facó, sócio e líder das práticas transacionais do Trench, Rossi e Watanabe

FOTOS DIVULGAÇÃO



### PRINCIPAIS PONTOS DA MP DA LIBERDADE ECONÔMICA



#### Digitalização

(possibilita que documentos e comprovantes sejam digitalizados, descartando suas versões originais)



#### Menos licenças e alvarás

(são dispensados todos os registros, incluindo alvarás de funcionamento, sanitário e ambiental, para atividades consideradas de baixo risco)



#### Mercado de Capitais

(reduz as exigências para pequenas e médias empresas abrirem o capital)



#### Alterações em contratos

(proíbe alterações judiciais em contratos empresariais)



#### Aprovação de registros

(atribui um tempo máximo de resposta a todos os pedidos de licença ou alvará, que será automaticamente aprovado caso não haja resposta)

Os processos devem entrar apenas em casos excepcionais, como já era o entendimento a esse respeito”, explica Bechara. Também seguindo o que já se aplica na jurisprudência corrente, a MP da Liberdade Econômica modifica a Lei de Falências, consolidando os critérios para desconsideração da personalidade jurídica – quando direitos e deveres de uma pessoa jurídica passam a se confundir com os direitos e responsabilidades de seus proprietários.

“A ‘desconsideração da personalidade jurídica’ já é critério aplicado pela jurisprudência em casos de falência, mas a MP tornou os critérios para esta definição mais claros. Não é uma novidade radical, mas traz segurança jurídica e agiliza eventuais processos”, explica o advogado da Nelson Wilians.

Tudo isso, obviamente, se a Medida Provisória assinada em 30 de abril for transformada em lei até 28 de agosto de 2019. ■

*“A prática dirá se vai prevalecer a boa-fé, a eficiência administrativa e a consciência cívica ou o abuso”*

Bruno Burini, sócio de direito público do Trench Rossi e Watanabe.



# TRANSAÇÕES MAIS SEGURAS

A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS  
PROMETE COLOCAR O BRASIL EM UM  
NOVO PATAMAR DE SEGURANÇA

Em agosto do próximo ano, o Brasil passará a ter uma legislação específica para proteção de dados e da privacidade dos seus cidadãos. É quando entrará em vigor a Lei 13.709/2018, ou Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Embora já existam no País diversos dispositivos legais de proteção, como o Código de Defesa do Consumidor, o Marco Civil da Internet, o Estatuto da Criança e do Adolescente, entre outros, a nova lei modificará profundamente o sistema de proteção de dados brasileiro ao estabelecer regras detalhadas para a coleta, uso, tratamento e armazenamento de informações de pessoas físicas identificadas ou passíveis de identificação.

A LGPD coloca o Brasil em posição competitiva no mercado mundial, especialmente em relação à União Europeia, cuja General Data Protection Regulation (GDPR) entrou em vigor em 2018, uma vez que as regras de compliance com a segurança de dados têm sido exigência para a realização de negócios. A nova legislação aplica-se a pessoas físicas

ou jurídicas, das esferas pública ou privada, que possuam estabelecimento no Brasil, ofereçam serviços ao mercado consumidor brasileiro ou colem e tratem dados de cidadãos localizados no Brasil.

Todas as empresas, independentemente de seu tamanho ou da forma como coletam e tratam os dados – on-line ou off-line – estarão sujeitas às novas regras, entre elas, obter o consentimento por escrito dos proprietários dos dados para armazená-los e processá-los e garantir ao titular dos dados acesso facilitado e transparente às informações sobre como eles estão sendo utilizados. Na prática, isso significa que desde os grandes conglomerados financeiros até o pequeno comércio de vizinhança e profissionais liberais como médicos, contadores e advogados terão de se adequar e seguir as mesmas exigências da LGPD estando, também, sujeitos às mesmas sanções por seu descumprimento.

Para as empresas que já deram início ao processo de adequação des-

de 2018, os dois anos de prazo para sua entrada em vigor deverão ser suficientes. Pelo menos esse foi o tempo médio que as empresas da União Europeia levaram para sua adaptação à GDPR.

Para o advogado especialista em proteção de dados e tecnologia, Fábio Kujawski, sócio do escritório Mattos Filho, o setor financeiro é o que está em melhor situação. “Trata-se de um segmento que sempre dedicou bastante investimento em segurança da informação por razões decorrentes da sua própria atividade econômica, além do aspecto legal e regulatório, como a lei de sigilo bancário e, mais recentemente, as Resoluções de 2018 relacionadas à segurança cibernética, aberturas de contas on-line e cloud computing”, explica ele.

Desafio maior será para quem ainda não iniciou um processo de adequação até agora e que não teve qualquer trabalho decorrente da GDPR. A maior dificuldade, na opinião de Kujawski, será a necessária mudança de cultura nas empresas, particularmente em relação a todo

o ciclo de vida das atividades de processamento, o que implica desenvolvimento de novas práticas de governança e revisão das políticas de marketing.

Outra dificuldade será a implementação das recomendações de adequação técnica, uma vez que, em muitos casos, será preciso o desenvolvimento de novos processos de governança de dados e novas ferramentas tecnológicas para suportá-los, principalmente quanto aos direitos dos titulares de dados (as pessoas às quais as informações em questão se referem), como de livre acesso, retificação, eliminação e portabilidade.

Diante do enorme impacto que a nova legislação provocará, a Comissão Mista do Congresso que analisou a Medida Provisória 869 – que altera diversos pontos da LGPD e cria a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) – incluiu em seu relatório a possibilidade de a ANPD editar normas e procedimentos simplificados e diferenciados para PME e startups, com condições

mais benéficas de adequação à nova legislação, mantendo a observância a temas como direitos dos titulares. Tudo isso, no entanto, está condicionado à aprovação das alterações propostas pela Comissão Mista na Câmara e no Senado.

O ponto crítico dessa votação, porém, é a criação da ANPD. Segundo Kujawski, nos termos em que foi colocada na Comissão Mista, ela atende parcialmente às expectativas do mercado. A MP 869 cria a ANPD como órgão vinculado à Casa Civil da Presidência, com autonomia técnica, porém sem liberdade financeira e orçamentária. “O fato de a Medida Provisória e o relatório aprovado conferirem autonomia e independências parciais à ANPD pode restringir muito a avaliação do Brasil perante órgãos de proteção de dados internacionais”, afirma o jurista. “A independência técnica e orçamentária da autoridade poderia contribuir para o reconhecimento do Brasil como um país que oferece adequada proteção aos dados pessoais”, conclui. ■

“O setor financeiro sempre dedicou investimento em segurança da informação por razões decorrentes da sua própria atividade econômica”

Fábio Kujawski, sócio do escritório Mattos Filho



aconteceu

# LIDE BRAZILIAN INVESTMENT FORUM



## RETOMADA DO CRESCIMENTO EM FOCO NO 5º LIDE BRAZILIAN INVESTMENT FORUM

WILLIAM VOLCOV

“Oportunidades de investimentos no Brasil e retomada do crescimento”. Com este tema principal e presença de cerca de 200 investidores, banqueiros e empresários estrangeiros e brasileiros, o **LIDE – Grupo de Líderes Empresariais** promoveu em Nova York, no dia 15 de maio, a quinta edição do **LIDE Brazilian Investment Forum**.

O evento reuniu alguns dos principais protagonistas da República, como os presidentes do Senado Federal, Davi Alcolumbre (DEM/AC), da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (DEM/RJ), e do Supremo Tribunal Federal (STF), José Dias Toffoli, além dos governadores de São Paulo, João Dória (PSDB), de Minas Gerais, Romeu Zema (Novo), do Rio Grande



do Sul, Eduardo Leite, e o secretário de Estado da Fazenda e Planejamento de São Paulo, Henrique Meirelles. O encontro também contou com a presença de secretários estaduais e parlamentares do Congresso Nacional.

Segundo Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, o Brazilian

Investment Forum prova que nossa democracia funciona em harmonia ao reunir autoridades dos três poderes, pois “trabalham em conjunto, ouvindo, dialogando e se entendendo nos temas importantes em favor do Brasil, como os investimentos necessários para alavancar nossa economia”.



ANDERSON TIMÓTEO

## FÓRUM LIDE DE GASTRONOMIA E NUTRIÇÃO ABORDA FUTURO DA ALIMENTAÇÃO

Especialistas da área médica, empresários, cientistas e premiados chefs se reuniram, no dia 6 de maio, para uma ampla discussão sobre o cenário atual da nutrição no Brasil e no mundo, e novas tecnologias no setor da alimentação.

O **5º Fórum LIDE de Gastronomia e Nutrição** ocorreu na sede do Cubo Business Center, em São Paulo, e contou com quatro painéis, com a curadoria do presidente da Sapore e do **LIDE Empreendedor**, Daniel Mendez; do médico endocrinologista e cientista Bruno Halpern; e do presidente do UnitedHealth Group e do **LIDE Saúde**, Claudio Lottenberg.

Logo na abertura, Halpern mencionou a importância de atrelar a saúde ao prazer pela alimentação. “A Organização Mundial da Saúde não define saúde como a falta de doença, mas, sim, como o perfeito bem-estar físico, psíquico e social. Não tem como deixarmos de lado o prazer pela comida”, pontuou.

Um dos temas em destaque foi a “Alimentação do Futuro”, abordada no terceiro painel. Matheus Saueressig, diretor de Comunicação para América do Sul da Cellular Agriculture Society, ressaltou que a agricultura celular pode ajudar a

prevenir a escassez de recursos naturais a longo prazo. “A carne bovina criada em laboratório requer 99% menos terras, 98% menos água e produz 96% menos gases de efeito estufa”, explica.

O debate final explorou o universo da alimentação com grandes e renomados chefs, como Pietro Leemann, do Joia, de Milão; Morena Leite, do Capim Santo; François Mallard, da Brasil Gourmet; Vinícius Rojo, da Bun Gastronomia; e Laurent Suaudeau, da Escola Laurent Suaudeau.

## REFORMA DA PREVIDÊNCIA É TEMA DE ALMOÇO-DEBATE

No segundo **Almoço-Debate LIDE** do ano, o presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Joaquim Levy, falou para cerca de 400 CEOs, lideranças corporativas e autoridades públicas sobre os investimentos necessários para o desenvolvimento do País. O encontro ocorreu no dia 15 de abril, no Hotel Grand Hyatt, na capital paulista.

“A direção do governo é dar maior protagonismo ao setor privado, mas há certos segmentos que requerem uma coordenação, como o da infraestrutura. Os leilões de aeroportos e portos resultaram em

concessões a empresas estrangeiras que conhecem bem o Brasil, trazendo investimentos que impactarão no turismo, entre outros beneficiados. O que precisamos agora são novos ativos, criando oportunidades em gás natural, por exemplo, abrindo esse mercado, inclusive servindo como alternativa de combustível para caminhões que trabalham com rotas mais curtas”, disse Levy.

Levy destacou também a importância da aprovação da reforma da Previdência para alavancar a economia brasileira, criando um ambiente e respaldo de segurança para que os investidores privados possam fazer seus aportes. “Temos muita chance de voltar a ter um grau de investimento mais elevado com a aprovação da reforma”, afirmou o ex-ministro da Fazenda e ex-secretário do Tesouro Nacional.



GUSTAVO RAMPINI

## BUSINESS DINNER NO TESSEN

No dia 20 de maio, aconteceu o **LIDE Business Dinner** no restaurante Tessen, em São Paulo, especializado em culinária japonesa contemporânea. A escolha foi perfeita para a estreia do evento em 2019, cujo objetivo é promover experiências gastronômicas únicas aos participantes.



FRED UEHARA

## BAHIA TRAZ VICE-GOVERNADOR

O vice-governador e secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado da Bahia, João Leão, falou sobre o panorama dos investimentos locais, durante evento do **LIDE Bahia**, no dia 6 de maio. Além dos filiados, estiveram presentes o presidente da Câmara Municipal de Salvador, Geraldo Júnior, e o deputado Toni Brito.

Leão destacou os principais investimentos a serem realizados no Estado. E reforçou a importância de uma interiorização do desenvolvimento baiano e de promover em igualdade e viabilidade econômica em regiões menos favorecidas.



SECOM/BA



RAFAEL CAUTELLA

## MINISTRO DO MEIO AMBIENTE PARTICIPA DE EVENTO DO LIDE RIBEIRÃO PRETO

O ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles esteve presente em debate promovido pelo **LIDE Ribeirão Preto**, no dia 29 de abril, durante a Agrishow 2019 – 26ª Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação. No evento, sob a mediação do jornalista Willian Waack, Salles debateu o tema “Perspectivas do Agronegócio Brasileiro”.

De acordo com o ministro, o problema ambiental não está no campo, mas sim nas cidades. “Nas metrópoles, existem graves dilemas de saneamento e relacionados ao lixo. A agenda de combate aos resíduos no mar já estava pronta no Brasil antes de ser apresentada no exterior. Precisamos nos defender, pois somos 3% da emissão de gases de efeito estufa no mundo. Estados Unidos e China, juntos, somam mais de 40%”, afirma.

“Temos de defender o Brasil perante a comunidade europeia mostrando tudo de bom que o agronegócio faz, inclusive as práticas de combustíveis limpos do setor



sucroenergético. Outro ponto é a discussão do acordo climático. Desenvolvemos um trabalho exemplar e bastante ousado. Cumprimos as metas de forma satisfatória com o replantio de floresta, a diminuição de gases, entre outras ações”, explicou Salles sobre as iniciativas do País neste segmento.

## LIDE MULHER RECEBE ANA PAULA PADRÃO

No dia 30 de abril, em São Paulo, o **LIDE Mulher** promoveu o **Seminário Mulheres Líderes** com o tema “Ambição Feminina” com a participação da jornalista Ana Paula Padrão. O evento foi comandado por Nadir Moreno, presidente do **LIDE Mulher**, ao lado de Celia Pompeia, vice-presidente executiva do Grupo Doria.

Durante o debate, a apresentadora do programa Masterchef, da TV Band, mencionou dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para enfatizar o aumento da escolaridade feminina e a redução na fecundidade. “Gosto de mostrar esse estudo, porque ele apresenta exatamente como a mulher vem evoluindo. Hoje, nós temos mais poder graças ao fato de estudarmos mais, trabalharmos mais e não nos importamos com a idade cronológica”, afirmou.



FRED UEMARA

## SANTA CATARINA ORGANIZA ENCONTRO COM JAIME DE PAULA

A utilização do marketing digital como aliado das empresas foi o tema do primeiro **Almoço-Debate do LIDE Santa Catarina** de 2019, que ocorreu no dia 30 de maio. Na sede da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC), em Florianópolis, cerca de 100 nomes importantes do empresariado local de diferentes setores se reuniram para ouvir a palestra do fundador e CEO da Neoway, Jaime de Paula.

“Estamos empenhados em ser uma plataforma de transformação, geração de negócios e networking. Por conta disso nos preocupamos em trazer palestras como essa, que abordam o novo mundo tecnológico e que está intimamente ligado ao contexto de Florianópolis e Santa Catarina”, afirma Wilfredo Gomes, presidente da unidade.



JOSÉ SOMENSI

## ROGÉRIO MARINHO EM ALMOÇO-DEBATE DO LIDE CEARÁ



ANDRÉ LIMA

O **LIDE Ceará** recebeu, no dia 10 de maio, Rogério Marinho, secretário especial de Previdência e Trabalho, para o **Almoço-Debate** “Novo Brasil e a Nova Previdência”. O evento, realizado em parceria com a Federação das Indústrias do Ceará (FIEC), foi bastante prestigiado por empresários locais.

Em sua palestra, Rogério Marinho disse que as barreiras das articulações políticas a favor do texto já foram superadas. “Estou, inclusive, surpreso com o grau

de proatividade dos deputados. Todos aqueles que nos procuram pedem esclarecimentos sobre o tema, que é complexo”, afirmou.

Emília Buarque, presidente do LIDE Ceará, reiterou a expectativa do empresariado a respeito do tema. “Estamos muito confiantes com a aprovação da reforma da Previdência. A vinda do secretário renova o entusiasmo, mas saímos daqui certos que cada um de nós tem que fazer seu papel”, explicou.

## LIDE RIO GRANDE DO SUL REÚNE LIDERANÇAS

O **Seminário LIDE Gramado 2019** reuniu diversos líderes empresariais e autoridades políticas da região Sul do País, no dia 27 de abril. Pela manhã, foram realizados três painéis mediados pela deputada federal e líder do governo, Joice Hasselmann, pelo secretário de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul, Ruy Irigaray, pelo prefeito de Gramado, João Alfredo Bertolucci, e pelo presidente da Gramadotur, Edson Nespolo. A programação se estendeu até a parte da tarde com visitas em vinícolas e empresas tradicionais da região, finalizando com um coquetel durante a noite.

Eduardo Fernandez, presidente do **LIDE Rio Grande do Sul**, comandou o evento. “Foi um dia especial para nossa unidade, já que estamos em um processo de trazer as relevantes pautas da entidade ao interior do estado e, iniciando esse processo em Gramado, começamos de forma extremamente positiva”, disse.



RAFAEL CAVALLU

# NOVOS PLAYERS FORTALECEM O LIDE

ENTRE OS FILIADOS RECÉM-CHEGADOS  
ESTÃO ORLANDO CITY SC, MARTIN  
BROWER E ICON AVIATION

O conhecido clube de futebol dos Estados Unidos, Orlando City SC, é um dos novos filiados do LIDE. Atualmente localizado na Flórida, a equipe surgiu em 2008 na cidade de Austin, Texas, sob o nome Austin Aztex e em 2010 passou a ter sua sede em Orlando. Em 2013, o empresário brasileiro Flávio Augusto da Silva comprou o clube e, desde então, são vitórias dentro e fora de campo. Hoje, o Orlando City está avaliado em US\$ 490,53 milhões.

A distribuidora e operadora logística Martin Brower é outra filiada recém-chegada. Desde 1982 no Brasil, a empresa atende, agora, as três maiores redes de food service no Brasil: McDonald's, Bob's e Subway. São aproximadamente 2.500 clientes no País.

Da mesma maneira, a Icon Aviation também se integrou ao LIDE. A empresa nasceu da união de dois grandes nomes da aviação executiva brasileira, a CB Air e a Global Aviation. Oferece serviços de fretamento, gerenciamento, venda e aquisição de aeronaves, hangaragem, atendimento de pista e propriedade compartilhada. Conta com a frota moderna e a mais diversificada da América do Sul. ■

## LIDE São Paulo

**ABRAFARMA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE REDES DE FARMÁCIAS E DROGARIAS**  
CEO: SERGIO BARRETO

**AMBIPAR**  
PRESIDENTE: TERCIO BORLENGHI JUNIOR

**AMIL**  
PRESIDENTE: CLAUDIO LOTTENBERG

**COGNIZANT**  
PRESIDENTE: JOÃO LUCIO DE AZEVEDO FILHO

**CONNECT COBRANÇAS**  
CEO: JULIANA FARAH

**FRIOZEM LOGÍSTICA**  
PRESIDENTE: FABIO FONSECA

**ICON AVIATION**  
PRESIDENTE: MICHAEL KLEIN

**MARTIN BROWER**  
CEO: JOSÉ AUGUSTO R. SANTOS

**NAVA**  
SÓCIO: BRUNO SETUBAL

**PFI INTERNATIONAL**  
SÓCIO: YOSHIKI KIHARA SAKURAMACHI

**SEBRAE SP - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO**  
PRESIDENTE: TIRSO DE SALLES MEIRELLES

**VITACON**  
CEO: ALEXANDRE FRANKEL

## LIDE Bahia

**ATAKADÃO ATAKAREJO**  
PRESIDENTE: TEOBALDO COSTA

**CIBRA OMIMEX GROUP**  
PRESIDENTE: SANTIAGO FRANCO

**NOGUEIRA REIS CONSULTORIA**  
PRESIDENTE: MARCELO NOGUEIRA REIS

## LIDE Campinas

**GUIMA CONSECO**  
PRESIDENTE: CARLOS ALBERTO GUIMARÃES

**HOTEL UNIQUE GARDEN**  
PRESIDENTE: MELISSA OLIVEIRA

**WIT HOLDING**  
PRESIDENTE: TOMÁS ZAKIA

## LIDE EUA

**ORLANDO CITY SOCCER CLUB**  
CEO: ALEXANDRE LEITÃO

**PORTO DIGITAL**  
PRESIDENTE: PIERRE RABONI

**GRUPO SERVAL**  
SÓCIO: FABIANO PONTE

## LIDE Pernambuco

## LIDE Master

**PAULO CAMPBELL**

**DHS**  
PRESIDENTE: HENRIQUE SAMPAIO

**PERPLAN**  
PRESID. CONSELHO: MARCIO VILLAS BOAS

## LIDE Ribeirão Preto

**SAVEGNAGO SUPERMERCADOS**  
PRESIDENTE: SEBASTIÃO SAVEGNAGO

**VAREJÃO HYPERMERCADO IRMÃOS PATROCÍNIO**  
PRESIDENTE: WILLIAM PATROCÍNIO

## LIDE Rio de Janeiro

**PESSOA & PESSOA**  
PRESIDENTE: **VALTON PESSOA**

## LIDE Vale do Paraíba

**S FREITAS ADVOGADOS**  
PRESIDENTE: **ONIVALDO FREITAS JUNIOR**

## LIDE Rio Preto

**GRUPO CATUAY**  
PRESIDENTE: **JAIME FRANCO JUNIOR**

**INTERLIMP**  
PRESIDENTE: **FABIO RODRIGUES COSTA**

**TECNOBENS**  
PRESIDENTE: **RODRIGO ANDOLFATO**

**NATURAFRIG**  
VICE-PRESIDENTE: **FABRIZIO CAPUCI**

**NOROAÇO**  
PRESIDENTE: **AMARO RODERO**

## MULHER

**JOIA BERGAMO**  
PRESIDENTE: **JOIA BERGAMO**

## MULHER Paraná

**TUIUTI**  
MEMBRO DO CONSELHO: **LIVIA RANGEL**

**ALLIANCE AGAINST LEPROSY INSTITUTE**  
PRESIDENTE: **LAILA DE LAGUICHE**

## MULHER Pernambuco

**AMÉRICO DE MIRANDA ADVOGADOS**  
SÓCIA: **SIMONE DE MIRANDA**

**CNA**  
DIRETORA GERAL: **ANNIE BITTENCOURT**

**ESPERO**  
CEO: **TEREZA FRAZÃO**

**ROTA PREMIUM**  
DIRETORA: **ROBERTA QUEIROZ**

## MULHER Ribeirão Preto

**ESCOLA DA INTELIGÊNCIA**  
DIRETORA: **CAMILA CUR**

## MULHER Santa Catarina

**SC COBRANÇAS CONSULTORIA**  
PRESIDENTE: **TÁRSIA SMEHA QUILIAO**

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



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

### COMITÊ DE GESTÃO

Mônica Bergamaschi  
**presidente do LIDE Agronegócios**

Roberto Lima  
**presidente do LIDE Cidadania**

Marcos Gouvêa de Souza  
**presidente do LIDE Comércio**

Marcos Quintela  
**presidente do LIDE Comunicação**

Fernando Meirelles  
**presidente do LIDE Conteúdo**

Celso Lafer  
**presidente do LIDE Cultura**

Mario Anseloni  
**presidente do LIDE Educação**

Daniel Mendez  
**presidente do LIDE Empreendedor**

Eduardo Lyra  
**presidente do LIDE Empreendedorismo Social**

José Goldemberg  
**presidente do LIDE Energia**

Rafael Cosentino  
**presidente do LIDE Futuro**

Paulo Nigro  
**presidente do LIDE Indústria**

Roger Ingold  
**presidente do LIDE Inovação**

Juan Barberis  
**presidente do LIDE Internacional**

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

Afonso Celso Santos  
**presidente do LIDE Master**

Nadir Moreno  
**presidente do LIDE Mulher**

Claudio Lottenberg  
**presidente do LIDE Saúde**

Washington Cinel  
**presidente do LIDE Segurança**

Cláudio Carvalho  
**presidente do LIDE Solidariedade**

Roberto Klabin  
**presidente do LIDE Sustentabilidade**

Leonardo Framil  
**presidente do LIDE Tecnologia**

Arnoldo Wald  
**presidente do LIDE Terceiro Setor**

### UNIDADES NACIONAIS

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

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE CAMPINAS**  
Sílvia Quirós  
presidencia@lidecampinas.com.br

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO**  
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**  
Fabricio de Macedo  
fabriciodemacedo@lideparana.com.br

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

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

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

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

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

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

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

**PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE**  
Victor Rollemberg

**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**  
Janice Castro  
janicelideuruguay@gmail.com

# EXTRAVAGANZA

ESTAMPAS OUSADAS PARA QUEM  
GOSTA DE VER E SER VISTO



**SO KATE BOOTY  
PATENT METROGRAF,**  
da Louboutin. Inspirada  
com elegância no  
fervor da era disco,  
ela é feita de couro  
impresso com desenhos  
multicoloridos.  
**R\$ 5.490**



**MAXI CABAT,** da Bottega Veneta. Uma  
visão moderna do diretor de criação da  
marca, Daniel Lee, para a bolsa Cabat.  
Totalmente tecida à mão, reflete uma  
conexão entre o artesanato italiano e  
uma atitude contemporânea.  
**R\$ 38.460**

**TÊNIS GANCINI MASCULINO,** da Salvatore  
Ferragamo. De couro bege e preto. Tem bico  
arredondado e solado em borracha,  
com o logo da marca.  
**R\$ 3.168**



# Digital Branding CRM Performance

Entenda como uma das  
maiores agências digitais  
do mundo não para de  
crescer no Brasil.

Venha conhecer a **TRACK**.  
Crescemos porque fazemos  
nossos clientes crescerem.

11 5103-5899

We Understand People

**TRACK**  
track-br.com

# Você tem zero desculpa para não investir.



—  
Tesouro Selic Simples:  
o primeiro do mercado  
com taxa zero de verdade.

Você ganha mais  
porque não paga nada.  
[Baixe o app e invista.](#)

—  
[Querer ganhar  
mais é humano.](#)  
Dê um BTG nos  
seus investimentos.