

LIDE

Ano 17 - nº 111 | 2022

DORIA EDITORA



R\$ 15,00

PORTUGAL
Empresas e investidores aproveitam bom momento da relação luso-brasileira para potencializar internacionalização

Christine Ourmières-Widener

CEO DA TAP FALA DO PLANO DE REESTRUTURAÇÃO QUE CONSOLIDA A COMPANHIA AÉREA COMO LÍDER ENTRE BRASIL E A EUROPA

DORIA EDITORA

LIDE

Ano 17 - nº 111 | 2022



Sua saúde merece



**Antes de falarmos sobre saúde,
queremos falar sobre você.**

A EMS cuida da saúde dos brasileiros há mais de 50 anos. Com grandes investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, vem trazendo inovação, qualidade e acessibilidade a medicamentos para toda a população. Abra as portas da sua casa para a maior indústria farmacêutica no Brasil.



Plataforma

LIDEESG

OS IMPACTOS DO ESG NA TRANSFORMAÇÃO DA GESTÃO EMPRESARIAL

Acesse e saiba mais em:
lider.inc/ESG



ENVIRONMENT



SOCIAL



GOVERNANCE

LIDE[®]

www.lide.com.br
Quem é líder, participa

PATROCÍNIO:



agosto

/22

8 **Editorial**
Do mesmo lado

10 **Entrevista**
Rodolfo Medina aposta no
intraempreendedorismo para acelerar
as decisões no Grupo Dreamers

20

Capa

CEO da TAP Air Portugal, Christine Jeanne Ourmières-Widener fala sobre o processo de reestruturação da companhia e traça o caminho dos próximos investimentos

32 **Tendência**
Empresas que atuam no
combate à corrupção
e ao assédio moral no
ambiente corporativo



38

Panorama

Comércio entre Portugal e Brasil é marcado pelo profissionalismo e pela confiança



88

Carros

Volvo XC60 e XC90 ganham mais autonomia para rodar em modo 100% elétrico

92 **Aconteceu**
Cobertura especial dos eventos do Grupo de Líderes Empresariais

96
NOVOS FILIADOS
• Citi
• Sertrading

especial Portugal

46 **Oportunidades**
Companhias e investidores aproveitam bom relacionamento bilateral para potencializar internacionalização

54 **Negócios**
Os rumos que levaram o país a se tornar um ambiente propício para empreendimentos na área criativa e tecnológica

60 **Real estate**
Mercado imobiliário lusitano mostra potencial com projetos de inovação

66 **Governança**
Empresas convergem na busca por melhores práticas da agenda ESG

72 **Perfil**
Mafalda Martins e sua vivência de seis anos como consuleta em São Paulo

76 **Enologia**
Bacalhôa oferece vasta gama de vinhos em seu portfólio

82 **Cultura**
WOW: região norte tem novo complexo cultural com sete museus

colunas

14 LIDE ESG

28 ESPAÇO INOVAÇÃO

86 DINHEIRO&NEGÓCIOS

DO MESMO LADO

Divulgado pelo Banco de Portugal, o ranking do Investimento Direto Estrangeiro aponta que o Brasil é um dos 10 países com mais investidores que fazem negócios em terras portuguesas. Bastante concentrado no mercado imobiliário, esse fluxo financeiro se espalha para diversos outros segmentos como tecnologia, seguros, agro e indústria, mirando, inclusive, o varejo.

O Observatório de Negócios Internacionais da Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil, destaca que as exportações do Brasil para Portugal, de janeiro a junho, deste ano alcançaram quase US\$ 2 bilhões. Além do próprio fenômeno das boas relações econômicas, nunca houve tantos imigrantes no país: já são 580 mil brasileiros em Portugal.

Símbolo dessa integração que vai além do âmbito comercial, a TAP Air Portugal conecta os dois países com segurança e eficiência. Companhia aérea líder entre Brasil e a Europa, atualmente, a TAP recuperou 86% da capacidade comparada com o período anterior à pandemia de Covid-19. Em uma reportagem exclusiva, a CEO Christine Jeanne Ourmières-Widener fala do plano de reestruturação da empresa e faz projeções otimistas para os próximos anos.

No caderno especial, entenda como as ligações históricas, diplomacia, *lifestyle*, vinho e gastronomia fazem de Portugal um dos destinos mais requisitados neste momento de retomada das viagens internacionais. Veja também o cenário português de oportunidades para empresários e como o mercado imobiliário local busca diferenciais para continuar crescendo.

Para finalizar esse amplo cardápio de tendências e perspectivas, conheça o Bacalhã Vinhos de Portugal, empreendimento que demonstra alta capacidade para competir no cenário mundial e oferecer o vinho perfeito para qualquer ocasião. Brindemos! E excelente leitura.



Ana Lúcia Ventorim
DIRETORA EDITORIAL



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR

L I D E

www.revistalide.com.br

PUBLISHER
Celia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim
Celia Pompeia
João Dória Neto

EDITORA
Ana Lúcia Ventorim

COORDENADORES DE CONTEÚDO
Alyne Isabelle Souza
José Claudio Pimentel

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

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

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

PUBLICIDADE
Juliana Garcia
julianagarcia@grupodoria.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno
katiamoreno@grupodoria.com.br

PRESIDENTE DO GRUPO DORIA
Celia Pompeia
celiapompeia@grupodoria.com.br

UMA PUBLICAÇÃO



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

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

CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO
Oceano

CAPA
Mário Galiano

O QUE É
SUCESSO
PARA VOCÊ?

@bancomasteroficial

PULSE

O sucesso é diferente para cada um. Para alguns, é ter fama e dinheiro. Para outros, é ter tempo de aproveitar as coisas simples da vida. Pode ser um carro, uma casa ou uma viagem. Seja qual for sua ideia de sucesso, conte com o **Banco Master**.

Um banco ágil, fácil e moderno com:

- Investimentos
 - Câmbio
 - Crédito
- E muito mais

Saiba mais em
bancomaster.com.br



BANCO
MASTER

SEU SUCESSO,
NOSSA MAIOR CONQUISTA



COM O PODER DA CRIAÇÃO

EXECUTIVO GARANTE VELOCIDADE NA TOMADA DE DECISÕES NO MAIOR CONGLOMERADO DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO E ENTRETENIMENTO DO PAÍS

Desde a infância, Rodolfo Medina começou a ter contato com o mercado publicitário por acompanhar de perto as experiências profissionais do pai, o também empresário Roberto Medina. Foi nesse período que o executivo passou a ter interesse pela carreira. Anos mais tarde, formou-se em publicidade e deixou que sua trajetória de realizações profissionais ocorresse de maneira natural.

Em 1997, o projeto piloto foi um empreendimento - o Rock in Rio Café -, sucesso da noite carioca, na qual atuava também como diretor de Marketing. Na sequência, em 2002, ingressou na Artplan como diretor de Novos Negócios. Passou a ser vice-presidente de Atendimento e Negócios e, em 2006, estava à frente da empresa, quando assumiu o posto de presidente. Hoje, comanda os três escritórios da agência - São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília - liderando uma equipe de 350 colaboradores, e com portfólio de, aproximadamente, 40 clientes.

Além disso, ele acumula ainda cargo de presidente-executivo do Grupo Dreamers, conglomerado com capital 100% nacional, que conta com 17 empresas - dentre elas, Artplan, Rock in Rio, Dream Factory -, e quase 900 pessoas distribuídas por diversas unidades de negócios. Medina também atua como vice-presidente de Parcerias e Marketing do Rock In Rio há mais de 15 anos. Nesta entrevista exclusiva para a **Revista LIDE**, o líder do ramo de eventos reflete sobre os rumos do mercado publicitário e entretenimento e sobre o fortalecimento do grupo.

A trajetória de Medina é marcada pelo reconhecimento. Ele recebeu prêmios como Executivo de Agência pela ABP em 2007, Publicitário do ano pelo Colunistas Rio em 2008; em 2015 foi eleito pela revista GQ como um dos 20 publicitários mais influentes do país e um dos 10 comunicadores do ano pelo Meio & Mensagem. Em 2017, foi eleito Profissional Executivo de Agência pelo prêmio Destaque Profissional da ABP.

Este período trouxe uma visão mais expandida para um olhar e pensamento ainda mais unificados como grupo, inclusive, lançamos diversas empresas durante a pandemia



RUDY HUNOLD

Revista LIDE: Você começou a empreender ainda muito jovem. Desde então, o que mudou em mais de 20 anos, na sua perspectiva?

RODOLFO MEDINA: O que mais mudou em duas décadas foi o próprio consumidor. As novas tecnologias e a velocidade da informação que temos hoje fizeram com que toda a cadeia de comunicação se transformasse, sem ponto de chegada. Mas a rapidez com que novos meios e canais surgem – considerando redes sociais e influenciadores – não tira a relevância dos meios tradicionais que já existiam. Pelo contrário, só aumenta a complexidade de criarmos narrativas adequadas para cada um dos canais.

Na condição de multiempreendedor, que tipo de liderança você procura desenvolver em sua rotina?

Busco aplicar uma liderança que tenha um olhar na gestão de pessoas. No nosso negócio, 80% do investimento é neste pilar. Precisamos realizar aprimoramento constante da relação com os nossos colaboradores para termos os melhores talentos, com um ambiente que estimule o exercício de suas ideias. Esse é o segredo para garantirmos entregas de qualidade aos nossos clientes. Eu acredito que gente feliz é capaz de fazer mais e melhor.

Nesse sentido, o intraempreendedorismo tem um bom espaço no grupo?

Esta característica e a capacidade de acreditar em novos projetos criam essa força que o Grupo Dreamers vem mostrando. Prova disso são as mudanças e as novas empresas que abrimos e investimos nos últimos dois anos: Soma, Convert, Next, V4 Company, Dreamers Village, Andara e Black Dragons.

Em relação ao mercado publicitário, como foi acompanhar o surgimento das mídias sociais e novas formas de interação entre clientes e empresas?

Como comentei, o grande desafio é acompanharmos as mudanças do consumidor e propor comunicações diferentes e eficazes, em diferentes plataformas. As marcas precisam estar abertas ao diálogo, atentas às tendências. Mas, essa atenção deve ser, especialmente, com o consumidor.

Quais as principais estratégias para manter o público do Rock in Rio fiel e atraído pelo evento? O que foi aperfeiçoado?

Como marca líder, o Rock in Rio, todo ano, tem sempre o compromisso de fazer o melhor festival de todos os tempos. Isso faz com que nós busquemos aprimorar a experiência do consumidor. Cuidamos de nosso público, desde a hora em que as pessoas saem de suas casas, até o momento de seus retornos.

Quando olhamos para a experiência, de interagirmos fisicamente num momento de grande emoção, marcamos a vida das pessoas de um jeito que nenhum outro meio consegue. Temos o privilégio de sermos geracionais no Rock in Rio. São várias histórias de pessoas que foram às primeiras edições com os pais e, hoje, levam seus próprios filhos para o festival. Esta é uma experiência que fica para a vida.

BUSCO APLICAR UMA LIDERANÇA QUE TENHA UM OLHAR NA GESTÃO DE PESSOAS. NO NOSSO NEGÓCIO, 80% DO INVESTIMENTO É NESTE PILAR

Quais novidades podemos esperar no setor de entretenimento, principalmente em relação ao Rock in Rio?

Agora temos uma nova audiência preparada, também fora da Cidade do Rock, para consumir essa experiência. Proporcionaremos outras formas de mostrar o festival para o consumidor que não estará presencialmente conosco, passando pelo metaverso, por coberturas digitais *real time* e por diferentes interações entre marcas e consumidores. Teremos muitas novidades pela frente, e a pandemia acelerou tais possibilidades. Não é que as tecnologias eram novas – elas já estavam aí –, mas não estávamos preparados para consumir conteúdos assim, diferentemente de hoje.



Realizada em 2019 no Parque Olímpico do Rio de Janeiro, a oitava edição do Rock in Rio colocou o evento entre os mais bem-sucedidos festivais de música do mundo



Neste ano, o Rock in Rio Lisboa celebrou a volta dos grandes eventos pós-pandemia na Europa



ROCK IN RIO

- Ao longo da sua história, o Rock in Rio teve 20 edições, oito no Brasil, oito em Portugal, três na Espanha e uma nos Estados Unidos;
- O Rock In Rio foi um marco no mercado musical, por a trazer artistas reconhecidos internacionalmente até hoje, nomes como Queen, Whitesnake e Ozzy Osbourne, por exemplo, que participaram da primeira edição em 1985;
- Há três décadas, o evento mostra o poder da música em inspirar e transformar pessoas, principalmente em tempos de isolamento social;
- A marca encara o constante desafio de entregar uma experiência de qualidade e de união de pessoas em volta da música;
- Construir um time técnico que busca um novo modelo visando a melhor experiência, com a segurança do consumidor.

O Grupo Dreamers é composto por dezenas de empresas, mas a Artplan é considerada a companhia “mãe”. Como a agência lidou com cenário desafiador da pandemia?

Este período trouxe uma visão mais expandida para um olhar e pensamento ainda mais unificado como grupo, inclusive, lançamos diversas empresas durante a pandemia. Já a Artplan se configura como um dos *players* do setor que está à frente de novos debates e caminhos. A transformação já fazia parte da filosofia da agência, desde antes da Covid-19. O velho conceito do *fail fast* está na veia da Artplan, além disso, a tecnologia e a inteligência de dados já faziam parte da dinâmica de agência (Artplan NOW) e este novo mundo deverá exigir ainda mais neste sentido.

Como o grupo tem atuado seu posicionamento com a agenda ESG?

Possuímos um Comitê de Diversidade que, regularmente, realiza mesas redondas com especialistas e parceiros sobre os mais diversos temas – sejam eles sobre orientação sexual, raça, religião, entre outros temas. O Comitê atua de maneira ativa ao se colocar disponível a todos os colaboradores que, porventura, queiram relatar alguma experiência ou tirar dúvidas. Recentemente, o Comitê lançou uma Política de Enfrentamento da Violência Contra a Mulher, documento aberto para acesso do público externo, para trazer esclarecimentos como uma fonte de consulta, além de coibir situações internas de violência e dar suporte para as mulheres do grupo que estiverem nessa situação. ■



INOVAÇÃO

Braskem cria Centro de Desenvolvimento de Embalagens para Economia Circular

A Braskem, produtora de biopolímeros em escala industrial, anunciou a criação de seu primeiro Centro de Desenvolvimento de Embalagens para Economia Circular (Cazoolo). Trata-se de um hub de inovação, onde serão estabelecidas parcerias com clientes, *brand owners*, designers, startups e universidades para criação de soluções mais sustentáveis por meio de melhorias em toda a jornada de embalagens, desde a sua concepção até o pós-consumo, objetivando mais circularidade e menor impacto ambiental. O Cazoolo ficará no STATE, centro de economia criativa, tecnologia e inovação localizado na Vila Leopoldina, Zona Oeste da capital paulista.

PROJEÇÃO

PepsiCo anuncia avanços nas suas metas ESG

A PepsiCo publicou relatório do Resumo Ambiental, Social e de Governança da companhia, o primeiro, desde o lançamento do PepsiCo Positive (pep+), voltado à transformação estratégica dos negócios. O “Resumo ESG de 2021” foi projetado para se conectar perfeitamente aos ESG Topics A-Z da PepsiCo, uma análise detalhada da abordagem e do progresso da PepsiCo em cerca de 50 tópicos relacionados à sustentabilidade. Além da transparência contínua nos relatórios, a PepsiCo continuará publicando o levantamento anualmente. “O Brasil é um mercado prioritário para a PepsiCo e temos o compromisso



contribuir com o desenvolvimento das comunidades onde estamos presentes. Por isso, realizamos um aporte de R\$ 16,5 milhões em projetos de 20 ONGs para viabilizar iniciativas de promoção ao acesso à água, combate à fome e formação profissional e empreendedora para mulheres e populações periféricas. Os projetos vão impactar 2 milhões de pessoas até o final de 2022”, afirma Alexandre Carreiro, presidente da PepsiCo Brasil Alimentos.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

EM BAIXA

Das notícias que não queremos ler, mas que voltaram à assombrar a realidade do país, é a de que o Brasil está no mapa da fome mundial. Entre 2020 e 2022, o número de brasileiros em vulnerabilidade alimentar subiu de 9% para 15,5% da população. São mais 14 milhões de pessoas que entraram em situação de insegurança alimentar grave e um problema sério que diz respeito à população inteira, principalmente porque 17% dos alimentos disponíveis aos consumidores vão parar no lixo e cerca de 14% dos alimentos produzidos são perdidos entre a colheita e o varejo todos os anos, no mundo, segundo dados da ONU. Para o Professor Dr. Edson Grandisoli, Coordenador Pedagógico e Embaixador Educacional do Movimento Circular, parte desse desperdício pode e deve ser reduzido. Pensando na produção de alimentos pela ótica da Economia Circular, muitos pontos podem ser repensados, a fim de garantir que os alimentos cheguem a todas as pessoas.



MIGUEL SA

Gente

O Grupo Pierre Fabre, indústria farmacêutica e de dermocosmética, detentora das marcas Avène, Ducray e da brasileira Darrow, acaba de anunciar Ana Paula Magri como nova General Manager de sua filial no Brasil. A trajetória da executiva tem mais de 20 anos de experiência no mercado da beleza, cosmética e dermocosmética, passando por diversos cargos e experiências no grupo L’Oreal antes de iniciar sua trajetória no Grupo Pierre Fabre. “É uma grande honra assumir o cargo de General Manager da Pierre Fabre no Brasil e dar continuidade ao excelente

trabalho e construção das marcas do grupo no país com foco na medicalização, nos consumidores brasileiros e nos nossos clientes parceiros. Nesse novo ciclo que se inicia sob minha gestão pretendo continuar guiando a empresa por um caminho sólido, ambicioso e de crescimento rentável”. É a primeira vez que companhia coloca um brasileiro no comando das operações no país. E é significativo que essa liderança seja também de uma mulher, uma vez que, atualmente, Pierre Fabre conta com quatro mulheres entre os oito cargos de diretoria no Brasil.

O que foi destaque

Nos primeiros meses deste ano, a Arcos Dorados, franquia que opera o McDonald’s na América Latina e Caribe, teve 40% das oportunidades de promoção conquistadas por mulheres negras. O número representa a soma do total de promoções nos escritórios e nos restaurantes do Brasil, demonstra a consistência e evolução no desenvolvimento dessas profissionais na empresa, visto que em 2021 sua parcela foi de 37% do total de promoções.



TZIRIF

leitura dinâmica

Seguindo a tendência global por eletrificação de veículos e redução da emissão de gases poluentes, a TBForTE, empresa de transporte de valores do grupo TecBan que desenvolve soluções customizadas, autonomia e segurança para diversos setores, apresenta seu primeiro carro-forTE 100% elétrico.

A EDP, empresa que atua nos segmentos do setor elétrico, abre por meio de seu insituto, as inscrições para o edital “EDP Mudando Hoje o Amanhã”. Serão R\$ 14 milhões destinados a investimentos em projetos nas áreas de cultura, esporte, infância, adolescência e terceira idade.

A Apsen Farmacêutica é umas das empresas signatárias do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção e obteve o selo de Empresa Limpa do Instituto Ethos. Esta conquista é o reconhecimento do compromisso que a empresa sempre teve em seus 53 anos de história atuando com ética em todas as suas frentes de atuação.



ENVOLUCÃO

INTERNACIONAL

Energias renováveis devem gerar 440 mil empregos na Alemanha até 2035

O sistema elétrico de clima neutro da Alemanha apresenta benefícios significativos de crescimento e emprego. A afirmação reflete na pesquisa realizada pela Allianz Trade, empresa global especializada em seguro de crédito. De acordo com o estudo, até 2035 a expansão da capacidade de eletricidade renovável exigirá investimentos médios de 28 bilhões de euros por ano (diretos e indiretos – este último diz respeito às cadeias de suprimentos upstream dos investimentos em energia renovável). Isso induzirá um valor agregado adicional de 40 bilhões de euros ao ano, equivalente a 1,4 vezes o investimento

ou 2,7 vezes o apoio fiscal do governo. Enquanto isso, a expansão renovável empregará cerca de 440 mil trabalhadores de 2022 a 2035, algo que pode ser uma “bênção” ou “maldição”, na opinião dos especialistas. A avaliação vai de acordo ao futuro do cenário econômico, que ainda é incerto. Mas, se a economia voltar a um território de alta ou a recuperação das cadeias de suprimentos globais não acompanhar a expansão, isso pode induzir mais pressão de preços sobre recursos escassos, provocando inflação ou até facilitando uma espiral de preços e salários.

Wiz impulsiona práticas ESG com novas metas e indicadores

A Wiz, gestora de canais de distribuição de seguros e produtos financeiros, está reforçando sua agenda ESG este ano. Todas as áreas da empresa receberam metas e indicadores para mitigar danos, causar impacto positivo no clima organizacional, promover maior igualdade de oportunidades para todos e contribuir com o desenvolvimento da sociedade. Com o objetivo de inibir práticas desleais, de corrupção, lavagem de dinheiro e fraudes, a alta liderança da companhia está abordando os temas em diversos encontros com os colaboradores, por meio de



PAULA NICASTRO

treinamentos e rodas de diálogo. “Entendemos nossa responsabilidade e assumimos o papel na transformação da sociedade para um lugar mais justo, correto e igualitário, principalmente estimulando o bom caráter e o desenvolvimento das pessoas. Acreditamos que um dos principais pontos é incentivar a educação, para que a meritocracia seja de fato levada em conta. Queremos as pessoas partindo de uma mesma base para chegar mais longe”, explica a Partner diretora de Gente e Cultura da Wiz, Carolina Bento.

ponto • a • ponto

O Grupo Carrefour Brasil, líder do varejo alimentar, está investindo R\$ 68 milhões em edital de bolsas de estudos e de permanência para pessoas negras em todo o país. Este é um dos mais importantes compromissos que a varejista assumiu no combate ao racismo.

A Tiffany & Co. anuncia o lançamento de Tiffany Atrium, uma plataforma de impacto social que promove oportunidades para as comunidades historicamente mal representadas. A plataforma tem a missão de criar uma indústria de joias mais diversificada e inclusiva.

A Alstom, líder global em mobilidade inteligente e sustentável, foi reconhecida pelo Instituto Refloresta por seu compromisso com a promoção da reciclagem responsável de resíduos tecnológicos. A empresa promoveu a reciclagem de mais de 6 toneladas de sucata e materiais remanescentes de IT/Telecom das instalações da sua antiga unidade industrial Lapa.

COLUNA ESG

Bioeconomia valorizada

Instituto Conexões Sustentáveis ajuda a liberar crédito para pequenos agricultores das cadeias de valor do Bioma Amazônico

O Fundo JBS pela Amazônia é dedicado a financiar projetos que vão contribuir com o desenvolvimento sustentável e a conservação ambiental da região. Uma das iniciativas selecionadas é o Destravando Crédito para a Bioeconomia da Floresta, realizado em parceria com o Conexus – Instituto Conexões Sustentáveis. O projeto visa reduzir o desmatamento e facilitar o

acesso ao crédito rural do PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – por parte de 2500 famílias produtoras e extrativistas das cadeias da bioeconomia da floresta.

O projeto atua por meio de um rede de atores socioambientais, que combina o desenvolvimento de capacidades locais com o financiamento para sustentar práticas de produção de baixo carbono. A Rede identifica técnicos locais, ligados às comunidades, treina e capacita para acesso ao PRONAF – que, atualmente, tem sido pouco acessado para projetos de bioeconomia, cerca de apenas 1,1% do seu potencial. Com a implantação, os resultados esperados são: redução do desmatamento por meio do fomento das cadeias da bioeconomia (castanha, açaí, pescado, madeira, óleos e resinas), bancarização dos produtores com alavancagem de produção e o aumento da renda e produtividade com assistência técnica.

“Vale destacar que projetos como esse chamam a atenção do Fundo pelo processo

inovador da rede de atores de crédito, atuando de forma estruturante e de ampla abrangência territorial e de produtos da bioeconomia além de fomentar processos produtivos sustentáveis e incentivar a agregação de valor, gerando mais emprego e renda e autonomia econômica das comunidades e das organizações”, explica Lucas Scarascia, gerente executivo de projetos do Fundo JBS pela Amazônia.

Carina Pimenta, diretora executiva da Conexus, destaca que a organização vem atuando desde 2018 na estratégia de criar uma rede de apoio ao desenvolvimento de negócios comunitários de impacto socioambiental. “A construção Destravando Crédito para a Bioeconomia da Floresta, em parceria com o Fundo JBS pela Amazônia e outros parceiros, tem o objetivo de criar condições para que cada vez mais cadeias da sociobiodiversidade possam acessar o financiamento subsidiado do PRONAF por meio de uma ampla estratégia”, pontua. ■

ATUAÇÃO

No Brasil, os negócios comunitários (associações, cooperativas e pequenas empresas) da agricultura familiar e do extrativismo são essenciais para a conservação de recursos naturais, patrimônios culturais e biomas ameaçados. Nesse contexto, as atividades da Conexus são sistêmicas, desenvolvendo capacitações, assessorias e articulando parcerias estratégicas com entidades de produtores, instituições, agentes do sistema financeiro, empresas privadas e órgãos públicos para ampliar o impacto econômico, social e ambiental desses negócios. O objetivo final é que as associações e cooperativas e pequenas empresas sejam mais autônomas, competitivas e resilientes. A Conexus potencializa esse modelo por meio de três eixos de atuação: desenvolvimento de negócios, finanças de impacto e acesso a mercado.

PROPOSTA

A construção do projeto Destravando Crédito para a Bioeconomia na Floresta tem como objetivo fazer com que mais cadeias produtivas possam acessar o financiamento subsidiado. A Conexus estabeleceu uma parceria com o Banco da Amazônia para auxiliar nesse processo. A Conexus engaja a associação ou cooperativa em torno da oportunidade e presta uma assessoria de negócios para construir um modelo de trabalho com produtores. Uma vez concedido o crédito, o corpo técnico segue acompanhando as organizações.

REVITALIZAÇÃO

Recife receberá o primeiro BioParque do Nordeste

Com investimento de R\$ 649 milhões do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), o escritório paulistano Plantar Ideias foi contratado para executar o projeto de arquitetura e paisagismo que oferecerá ao público uma nova experiência de imersão na natureza com a mudança de Zoológico para Bioparque, espaço estruturado para o bem-estar dos animais e também para o incentivo à pesquisa e a conservação ambiental. “O projeto contou com a participação dos técnicos do Zoo, membros dos órgãos de Patrimônio Histórico de Pernambuco, entidades ligadas à pesquisa e conservação ambiental. Trata-se de uma revitalização completa e de grande complexidade”, explica Felipe Stracci, que esteve recentemente em Recife para apresentar o novo Parque Dois Irmãos para futuros interessados.



DIVULGAÇÃO

ECOTURISMO

Vivalá prepara expansão para consolidar o turismo sustentável

Com intuito de alavancar o impacto socioambiental positivo nos biomas e em comunidades tradicionais brasileiras, a operadora de turismo sustentável Vivalá irá executar seu plano de expansão para consolidar ações propositivas com o meio ambiente. Após receber aportes de investidores profissionais, como Harvard Angels, Synthase Investimento de Impacto e executivas de alto escalão da Gympass e Bitso, a empresa deve expandir as unidades de conservação brasileiras e canais de distribuição de experiências profundas.

De acordo com Daniel Cabrera, cofundador e diretor-executivo da Vivalá, com estes novos investimentos, a companhia terá mais fôlego para aumentar suas unidades de conservação de todas as regiões do Brasil nos próximos dois anos e injetar até o ano de 2032, mais de R\$ 30 milhões nas comunidades tradicionais locais por meio da compra de serviços de base comunitária. A meta inclui alcançar 120 mil horas de voluntariado nos programas de viagem de “Volunturismo” de saúde, educação, meio ambiente e bioeconomia.



TAYSE AROLDI

Startup liderada por mulheres coleta mais de 70 toneladas de resíduos sólidos

Para incentivar práticas de preservação do meio ambiente, a Solos promove ações em parceria com grandes marcas que promovem soluções sustentáveis, principalmente para a redução de resíduos nas cidades. Fundada em 2018 pelas sócias Saville Alves e Gabriela Tiemy, a startup baiana tem como objetivo gerar ações positivas com a economia circular utilizando engajamento e facilitação do descarte das embalagens pós-consumo. As ações desenvolvidas com a Solos têm passado por diversos territórios brasileiros e reforçam a ideia de que “nada se desperdiça, tudo se transforma”. Com atuação de relevância nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia e Rio Grande do Sul, a startup tem como clientes as empresas Braskem, Ambev, Heineken, Nubank, Basf e Sebrae, entre outras.

Três caminhos para o sucesso

Um novo olhar sobre o portfólio familiar

Ao invés de classificar os clientes apenas sob a ótica do risco e retorno, é preciso levar em consideração os objetivos de cada família. Ou seja, quem são as pessoas que dependem do patrimônio, quais são as preocupações e quais propósitos deveriam ser atingidos.

E é dessa maneira que o UBS Consenso Multi-Family Office trabalha. Para isso, seguimos 3 diferentes estratégias de alocação: Liquidez, Longevidade e Legado. Cada uma delas tem um objetivo e, investindo dessa forma, podemos passar por momentos de volatilidade de mercado com muito mais tranquilidade.

LIQUIDEZ PARA MANTER SEU ESTILO DE VIDA

Separamos nessa estratégia os recursos que serão necessários para as despesas do dia a dia pelos próximos dois a três anos. O objetivo desse portfólio é evitar surpresas. Ele estará investido em ativos pós-fixados líquidos de forma que não seja necessário liquidar posições mais arriscadas e voláteis para cobrir alguma despesa emergencial.

LONGEVIDADE PARA MELHORAR SEU ESTILO DE VIDA

Aqui incluímos o montante que será necessário para viver até o final da vida. Esse portfólio deve ser resiliente para durar décadas, portanto deve ser diversificado entre as diferentes classes de ativos para suportar melhor os momentos de volatilidade. Esse portfólio deve crescer e defender da inflação.

LEGADO PARA MELHORAR A VIDA DE OUTRAS PESSOAS

E após alocar o portfólio entre as duas primeiras estratégias, o patrimônio restante é alocado na estratégia do **Legado**. Esse é o portfólio que não será usado ao longo da vida, então tem como objetivo a transferência patrimonial para as próximas gerações e impactar a vida de outras pessoas. Nesse portfólio incluímos uma alocação diversificada globalmente, investimentos ilíquidos (como *private equity* e *venture capital*), os temas que acreditamos que serão os ganhadores nas próximas décadas e investimentos sustentáveis.

Dessa forma, temos portfólios alocados de maneira mais assertiva, melhores retornos e famílias mais tranquilas e confiantes de que seus portfólios estão levando em conta seus objetivos e propósitos individuais. ■



Ligação eterna

TAP Air Portugal reafirma liderança como a companhia aérea que conecta o Brasil à Europa

No primeiro semestre deste ano, a TAP Air Portugal

transportou mais de 640 mil pessoas, o que representa aumento de 526% comparado ao mesmo período de 2021, sendo responsável por 28% dos passageiros transportados entre Brasil e Europa.

Com 3.129 voos realizados no primeiro semestre deste ano, a TAP Air Portugal é a primeira companhia aérea para Europa e a terceira maior internacional em número de decolagens, o que representa aumento de 130% comparado ao mesmo período de 2021.

No Brasil, a empresa está com cerca de 86% da capacidade, quando comparado com o período anterior à pandemia. Com uma rede de mais de 90 destinos no mundo, o reforço do número de assentos é um forte sinal de retomada.

No controle

De acordo com Christine Ourmières-Widener, CEO da TAP Air Portugal, o Brasil continua sendo um dos mercados prioritários para a companhia. Assim, até ao final do ano, a expectativa é continuar investindo para atender a passageiros brasileiros com segurança e pontualidade.

“O Brasil é o principal mercado, depois de Portugal, para a TAP. Temos 11 destinos diretos e devemos continuar investindo para atender passageiros brasileiros, diferencial que a mantém como a mais importante companhia aérea internacional que conecta o país à Europa”, enfatiza a executiva.

Em manutenção

No início de 2016, a TAP Air Portugal anunciou uma nova era para alcançar investimento e renovação, de uma só vez. Desde então, a companhia se apresenta de maneira mais moderna, inovadora e atenta à satisfação dos seus clientes, refletindo o espírito acolhedor de Portugal para outras nações.

As mudanças prosseguiram seu curso e, em 2021, Christine Jeanne Ourmières-Widener assumiu como CEO da empresa, tendo como principal objetivo a reestruturação financeira e estratégica da companhia, processo aprovado no final do ano passado.

“Na TAP, estamos no processo para sair de uma crise financeira, mas não é porque de repente temos mais clientes que nos tornamos rentáveis. Planeamos para 2023 o que estamos voando em 2022 e acho que foi uma boa decisão voar neste ano com capacidade 10% menor do que tínhamos em 2019. Mas temos desafios para operacionalizar esse crescimento, de organização, configuração e eficiência. Há muito a melhorar, mas a oportunidade existe”, pondera.

Christine destaca que até 2025, a TAP será uma empresa sustentável e rentável. “Esse é o nosso compromisso com o governo português e com a Comissão Europeia. Os primeiros seis meses de implementação do plano de reestruturação mostram que estamos no caminho certo, com um projeto definido. Estamos enfrentando alguns desafios, relacionados não só às operações, mas a um aumento de custos que não podemos controlar”, afirma.

Turbulência

Outro fato relevante, é que Christine possui histórico de projetos e condução de Fusões e Aquisições de alto valor para garantir a sustentabilidade de longo prazo das empresas onde atuou. Tal experiência tem ajudado a lidar exatamente com os impactos da atual crise econômica global nos negócios da empresa.

MAIS SEGURANÇA

A TAP integra o TOP 10 das companhias aéreas mais seguras do mundo, sendo a primeira na Europa e a quinta mundialmente. Foi esta a classificação atribuída para 2022 pelo site AirlineRatings, em janeiro, que avalia companhias aéreas globais. Foram analisados critérios como: acidentes em cinco anos; registo de incidente sério ao longo de dois anos; auditorias de órgãos governamentais e da indústria da aviação; auditorias governamentais; iniciativas de segurança líderes da indústria; idade da frota, e protocolos de segurança Covid-19. “Continuaremos a posicionar implacavelmente a segurança como prioridade máxima”, afirma Christine Ourmières-Widener.



Atendimento local com alcance global.

Fale com nossa Equipe Internacional para comprar seu imóvel no exterior.

Nothing compares.
BNSIR.COM.BR



CAPA



MARCO GALIANO

Especialista no setor de transporte e infraestrutura, Christine Jeanne Ourmières-Widener foi CEO do Flybe Group, considerada uma das mais importantes aéreas regionais da Europa com operação no Reino Unido. A trajetória da executiva também inclui cargos de liderança na Air France-KLM. Nesta entrevista exclusiva, a CEO reflete sobre pontos essenciais para o futuro da empresa e do setor.

HÁ UM CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE E VOCÊ TEM QUE FAZER A COISA CERTA NA HORA CERTA

Quais são as perspectivas para 2022 e 2023 em termos de resultados?

Temos muitas incertezas que não podemos avaliar: o resultado da guerra, a erosão da taxa de câmbio, o euro contra o dólar, as eleições no Brasil. Ficarei mais confortável com o resultado do ano após setembro, até lá teremos uma perspectiva mais clara. As decisões estão ligadas não apenas ao que podemos pagar a qualquer momento, mas também à avaliação desse risco e das incertezas em certas áreas. Digo isso não apenas pensando na nossa empresa, mas também para as demais companhias aéreas, empresas com presença global onde o risco e a incerteza são agora bastante altos.

Como a pós-pandemia impactou as relações com profissionais do setor? Quais são os planos da empresa para treinar a força de trabalho e reter talentos?

Tem sido um período difícil para nossos funcionários e entendo o que isso possa significar para os sindicatos. Meu desejo seria seguir em frente sem os cortes salariais para todos, mas infelizmente eu

não posso abrir mão disso. Há um caminho para a sustentabilidade e você tem que fazer a coisa certa na hora certa. Se estamos cumprindo nosso plano e podemos provar ao mercado e aos cidadãos portugueses que podemos entregar resultados ainda mais rápido do que tínhamos em mente, os funcionários têm que fazer parte desse sucesso. Mas é muito cedo para tomar tal atitude.

De que maneira a TAP tem lidado com questões como ESG e essa nova maneira de se relacionar com os clientes?

As empresas são mais propensas a terem sucesso e gerar excelente rentabilidade e criarem valor para todos os seus stakeholders. Acreditamos que uma companhia bem gerenciada e responsável que se preocupa com seus funcionários, clientes, investidores e meio ambiente é capaz de se sustentar melhor e superar seus concorrentes. É assim que planejamos prosperar.

SÃO PAULO
BOAT
SHOW
2022



23 — 28
SETEMBRO
SÃO PAULO EXPO

ORGANIZAÇÃO

BOAT SHOW



APOIO
NAÚTICA

ACOBAR



O melhor jeito
de realizar ótimos
negócios.

VISITE O MAIOR EVENTO NAÚTICO INDOOR DA AMÉRICA LATINA

SAOPAULOBOATSHOW.COM.BR

BOATSHOWEVENTOS
/SAOPAULOBOATSHOWOFICIAL



ESCANEE
O QR CODE
E GARANTA
SEU INGRESSO



CLAUDIO GATTI

C-LEVEL EM DESTAQUE

Em meados de julho, o governador Rodrigo Garcia e os secretários de Relações Internacionais, Julio Serson, e de Turismo, Vinicius Lummertz, receberam Christine e o diretor regional da TAP no Brasil e na América do Sul Carlos Antunes, no Palácio dos Bandeirantes. Da reunião, nasceu um amplo programa de cooperação para divulgação e promoção do destino São Paulo nos países atendidos pelo hub Lisboa-Porto-São Paulo.

Nome da TAP no Brasil, Antunes retornou à companhia área na qual iniciou sua carreira em janeiro deste ano, após um período de 10 anos de sólida e bem-sucedida trajetória no setor, com operações internacionais e multiculturais nas diversas áreas de negócios da indústria da aviação. O executivo também teve uma passagem pela Etihad Airways, onde foi responsável pelo desenvolvimento da equipe e estratégias de vendas para o Brasil e os Estados Unidos. Durante dois anos, ele esteve baseado em Victoria, capital de Seychelles, como diretor geral de Vendas e Distribuição da subsidiária Air Seychelles. Em Roma, participou do projeto de aquisição da subsidiária Alitalia, da qual foi Country Manager no Brasil, durante o período de liquidação judicial.

PREMIADA

TAP Miles&Go, programa de fidelização da TAP, conquistou amplo reconhecimento na premiação Freddie Awards 2022 relativa a companhias aéreas na região Europa e África, vencendo em cinco categorias: “Programa do Ano”, “Melhor Programa de Elite”, “Melhor Promoção”, “Melhor Serviço ao Cliente” e “Melhor Capacidade de Redenção”.

“A inflação tem impacto direto nas operações. Espera-se que os custos de combustível sejam cerca de 300 milhões de euros a mais do que o previsto no início do ano e a inflação já está afetando diferentes itens, como alimentação e logística. Outros, como eletricidade, aeroporto ou custos de movimentação, até certo ponto protegidos por contratos, serão afetados em algum momento. As diferenças cambiais, como a valorização do dólar americano em relação ao euro, também influenciam”, avalia a CEO.



TAP cumpre plano de reestruturação com EBITDA positivo recorrente de 11,7 milhões de euros em 2021

DIVULGAÇÃO

CHECK IN

Atualmente, a TAP oferta voos diretos de São Paulo, Rio de Janeiro, Belém, Belo Horizonte, Brasília, Fortaleza, Natal, Maceió, Porto Alegre, Recife e Salvador, além de conectar o Porto a São Paulo e Rio de Janeiro. No total, existem 11 cidades brasileiras, sendo 13 rotas, que a TAP conecta diretamente à Europa. Neste verão europeu, a empresa opera 76 voos por semana entre Brasil e Portugal, o maior número de frequências de destinos entre as companhias aéreas estrangeiras que atuam no país.

Em seu plano de renovação, a TAP encomendou dezenas de aviões à Airbus, entre A330neo, A321neo e A320neo, para voos de médio e de longo curso, que começaram a chegar em 2018



MARIO GALIANO

Para Christine Jeanne, há muitos desafios no plano de reestruturação da empresa, mas também muitas oportunidades no caminho ao longo dos próximos anos. “O transporte aéreo, bem como seus serviços de infraestrutura, está enfrentando enorme limitação de recursos em nível global, no momento em que as operações de voo passaram de praticamente de zero para cerca de 90% dos níveis do período pré-pandemia. Devido às restrições em vários aeroportos onde a empresa opera, muitos voos e toda a nossa operação foram afetados. Apesar disso, e da alta temporada turística, fazemos o possível para minimizar o impacto dessas contingências. Sabemos que não estamos oferecendo a excelência do serviço que planejamos, dada a crise que o transporte aéreo está passando, e esperamos um verão desafiador para todas as partes”, analisa.

Céu de brigadeiro

Segundo a executiva, até o final da década, os principais desafios do setor aéreo serão a digitalização e a flexibilidade. Ela pontua que investimentos estão sendo feitos para permitir que os clientes tenham uma experiência digital completa, tanto no pré como no pós-vo.

“A TAP está fazendo investimentos em sistemas de informação para permitir que os clientes gerenciem sua reserva on-line, por exemplo. Os passageiros exigem mais flexibilidade em relação às suas reservas, e as companhias aéreas, como é o caso da nossa, estão lidando com essa necessidade. A empresa abraça a tecnologia que contribui para oferecer melhor serviço e experiência aos consumidores, aumentar a eficiência operacional e a segurança e criar um ambiente mais sustentável”, finaliza. ■

ESPAÇO INOVAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Pamela Kaufman, presidente de Produtos e Experiências de Consumo Globais da Paramount, foi nomeada presidente e CEO de Mercados Internacionais, Produtos e Experiências de Consumo Globais. Essa posição recém-criada se reporta a Bob Bakish, presidente e CEO da Paramount, e reflete a estratégia contínua da empresa de globalizar suas operações. Raffaele Annecchino decidiu deixar a empresa em seu cargo de presidente e CEO da Paramount International Networks, Studios and Streaming.



TAD OTSUKA

A Veritas Technologies, líder em gerenciamento de dados multinuvem, anuncia Gustavo Leite como vice-presidente para a América Latina. Leite atua como country manager da empresa para o Brasil desde 2018, uma função que ele manterá com novas responsabilidades que incluem a estratégia geral, operações e crescimento de negócios para a América Latina.



GIULIO COSTA

Só alegria

Criador de conteúdo entre os de maior audiência no país, Luccas Neto também é empresário e ergueu uma das maiores empresas de entretenimento infantojuvenil do Brasil, e que agora avança no mundo da publicidade. Ele assume a criação da Take4Content, empresa de curadoria, criação e produção de conteúdo multiplataformas, que acaba de adquirir uma participação na Luccas Toon Studios, comandada por ele.

Na Take4Content, Luccas Neto atuará em novas frentes: como ator, diretor e roteirista – esta sua grande paixão. Com 16 filmes produzidos, sendo 13 deles veiculados na Netflix e um longa, Luccas Neto escreveu o roteiro de todos.



EDILSON DANFAS

EVOLUÇÃO

União Química institui Conselho de Administração

Com faturamento em 2021 na casa dos R\$ 4 bilhões, a União Química acaba de instituir um Conselho de Administração formado por quatro membros externos e três executivos da empresa – tendo a executiva Paula Melo como presidente. A escolha da executiva, atual vice-presidente de Inovação, Qualidade e Assuntos Regulatórios da União Química, também foi uma tomada de decisão estratégica já que a companhia estabelece como conceito fundamental para sua atuação, as diretrizes regulatórias. “Será um grande desafio ocupar esta posição, mas tenho certeza que, em parceria com os demais conselheiros, seguiremos em uma jornada consistente e sustentável para o negócio gerando ainda mais valor para a companhia”, destaca Paula.

painel

- A Marcopolo, líder no Brasil na produção de carrocerias de ônibus e referência no mercado global, deu início a produção em série do Attivi integral da companhia, o modelo é o primeiro ônibus da marca com chassi próprio e 100% elétrico.
- O Dia Brasil completa 21 anos neste mês de agosto e lança novo canal de vendas via WhatsApp para comemorar a data. Atenderá nesse começo Belo Horizonte (MG) e 100% da capital paulista, onde promete entregar as compras em até duas horas.



BMW AG

Avanços

Acaba de ser lançada a segunda linha de produção de módulos de baterias do BMW Group na planta de Leipzig, na Alemanha, para o BMW i4, modelo totalmente elétrico, fabricado em Munique. A primeira linha de produção da planta de Leipzig entrou em funcionamento em 2021 e fornece os módulos de bateria para o BMW iX.



MARCELO FERREIRA

Tudo azul

A energia solar é hoje a terceira fonte de energia em potência no país, atrás apenas da hídrica e da eólica, e uma boa alternativa para quem busca conta de luz mais barata e sustentável. De olho neste mercado, a 2W Energia, uma das principais empresas de fonte renovável do país, fechou um contrato de arrendamento de usinas fotovoltaicas com a GreenYellow, multinacional francesa especializada em transição energética, para fornecer energia solar em sete estados a partir de 2023 no modelo de Geração Distribuída (GD). Os estados que vão ter energia solar da 2W são Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás, Bahia, Ceará, Piauí e São Paulo.

“Esta parceria com a GreenYellow é um passo importante na nossa proposta de transformar a relação da sociedade com a energia, rumo a um modelo com mais eficiência, liberdade e sustentabilidade”, afirma Claudy Marcondes, vice-presidente de Operações e Marketing da 2W.

PRODUÇÃO

MRV&CO anuncia fábrica nos Estados Unidos

Com investimento estimado em US\$ 32 milhões, a Resia – empresa americana do grupo MRV&CO – inicia nos próximos meses a construção de uma fábrica de componentes pré-moldados, em Panamá City, no norte da Flórida. A estrutura de 20 mil metros quadrados terá área de cinco hectares e deve começar as operações em 2024. Banheiros, cozinhas, closets e paredes serão confeccionadas na futura fábrica. Todos esses itens já chegarão aos canteiros de obras concluídos, com instalações elétricas, hidráulicas, itens de marcenaria, e os acabamentos. O objetivo é tornar a produção mais célere e solucionar a escassez de mão de obra, o que encarece os custos dos empreendimentos nos EUA.



DIVULGAÇÃO

VERDADES E MITOS DO METAVERSO

O metaverso é um conceito inovador ✓

Essa linguagem cria diversas vantagens que só existem nesse ambiente, como por exemplo: fazer uma edição em dois monitores ao mesmo tempo, o que no mundo físico seria humanamente impossível.

Esse conceito pode alterar a forma como nós trabalhamos e interagimos em sociedade ✓

O metaverso foi planejado para ser um mundo de recompensas, como nos games ou nas redes sociais, que sempre entregam um estímulo positivo, influenciando diretamente nos sentimentos imediatos.

Existe um consenso universal do que é o metaverso ✗

Dependendo de cada aplicação, desde virtualização de escritórios até eventos virtuais, existem diversas soluções de todas as complexidades e preços. Além disso, alguns elementos do metaverso podem ser migrados para soluções mais convencionais, como vídeos e instalações interativas.

Quem inventou o metaverso foi o Facebook ✗

Esse nome e conceito é mais antigo do que se imagina. Livros da década de 80, como Monalisa Overdrive e Simulacros e Simulação, trouxeram um termo diferente e ousado para a época: ciberespaço.

A aplicação inicial do conceito de metaverso surgiu no jogo Second Life, em 2003. O game seguia todas as exigências desta proposta, oferecendo aos jogadores um espaço virtual interativo.

SAIBA MAIS:

Acesse: rcedigital.com.br



rcedigital

RCE
DIGITAL

LUTA DIÁRIA

EMPRESAS FOCAM NO COMBATE À CORRUPÇÃO E AO ASSÉDIO MORAL NO AMBIENTE CORPORATIVO, TEMAS PRIMÁRIOS PARA AS LIDERANÇAS



“O compliance já pode ser compreendido como condição essencial para a realização de negócios. Uma empresa que não possua um programa efetivo e funcional está mais vulnerável a riscos de integridade”. A análise é de Alexandre Aroeira Salles, doutor em Direito e sócio fundador do Aroeira Salles Advogados, que ressalta a necessidade de integrar as atividades das empresas nas conformidades da legislação, pois, segundo ele, “existe o risco de companhias perderem espaço para empresas verdadeiramente comprometidas com a conformidade”.

O alerta do especialista condiz com a Lei de número 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), e o crescimento de investigações sobre esquemas ilícitos, em especial envolvendo relações entre o poder público e o privado, tornando o setor de compliance cada vez mais presente no cotidiano empresarial brasileiro.

Momento

A Kroll, empresa referência em gestão de riscos, governança, finanças corporativas e avaliação de empresas, divulgou ao final de junho os resultados da Pesquisa 2022 de Benchmarking de Antissuborno e Anticorrupção Global. Para o estudo, foram ouvidos 100 executivos, no Brasil e no México, com

objetivo de avaliar as mudanças regionais, tendências e atualizações sobre como os profissionais de compliance detectaram, preveniram e mitigaram os riscos de corrupção em suas organizações.

“A combinação da pressão econômica com inflação cada vez mais agressiva e as turbulências esperadas com as eleições contribuem para a incerteza e podem ser uma causa para uma proporção maior de entrevistados latino-americanos se preocuparem sobre o que está no horizonte regulatório, 71% comparado a 58% globalmente”, revela Emanuel Batista, managing director no departamento de Risco de Compliance e Diligência da Kroll.

Batista destaca que as novas regulamentações contra lavagem de dinheiro estabelecidas nos últimos anos pela Comissão de Valores Mobiliários (ICVM 617) e atualizações do Banco Central do Brasil (BC) sobre instituições financeiras ou autorizadas (Circular 3.978/2020) são a causa principal para 73% das empresas brasileiras entrevistadas estarem implementando o programa devido a mudanças regulatórias.



DIVULGAÇÃO

Existe o risco de companhias perderem espaço para empresas verdadeiramente comprometidas com a conformidade

ALEXANDRE AROEIRA SALLES,
DOUTOR EM DIREITO

Sabrina Balhes, líder de Measurement da Nielsen Brasil



SAMUCCA/IMM

DESAFIOS DA MULHER

A Nielsen, líder global em medição de audiência, dados e análises, apresenta informações inéditas da pesquisa “ELAS: comportamentos e barreiras”. Desenvolvido em parceria com Opinion Box, empresa especializada em pesquisas de mercado online, o estudo tem como objetivo estimular a inclusão por meio das técnicas de pesquisa da companhia, além de entender o perfil das brasileiras em diferentes frentes, trazendo pontos de atenção nas questões sociais e no mercado de trabalho.

Pela primeira vez, a Nielsen levantou dados sobre os conceitos de *mansplaining* - quando um homem explica algo, muitas vezes óbvio a uma mulher - desconsiderando que ela já sabe sobre o tema, e o *maninterrupting* - interrupção masculina na fala de uma mulher a ponto de impedi-la de argumentar ou emitir

alguma opinião. No caso do *mansplaining*, 48% das mulheres entrevistadas familiarizadas com o termo relataram já terem presenciado esta prática no trabalho, número que é ainda maior no *maninterrupting* (54%). Em relação ao assédio no ambiente corporativo, 46% já foi vítima ou presenciou alguma atitude tóxica desse tipo. “A atuação feminina no mercado de trabalho tem sido limitada por construções sociais. Ser mulher significa estar exposta a ser questionada sobre assuntos não relacionados à sua competência profissional (como com quem ficarão os filhos), desde o momento da entrevista até ao alcançar uma posição de liderança. Por isso, neste estudo tentamos entender a percepção do público quanto a essas importantes temáticas que sempre precisam ser revisitadas em prol da mudança”, menciona Sabrina Balhes, líder de Measurement da Nielsen Brasil.

5 passos PARA MELHORES RESULTADOS, SEGUNDO ESPECIALISTAS

- 1. Evite copiar programas e sistemas de integridade de outras empresas ou usar modelos prontos** - conteúdos publicados podem servir como base, mas é preciso adaptar esses documentos para a realidade de cada companhia. Além disso, é necessário que as diretrizes estejam de acordo com a política da companhia para que seus colaboradores tenham conhecimento e trabalhem de acordo.
- 2. Conheça os próprios riscos no momento de elaborar seu programa e/ou sistema de integridade** - conhecer fatores que ameaçam à companhia é essencial para o direcionamento de esforços e excelência dos resultados. Mapear os processos, atividades, pessoas internas e externas que podem trazer riscos ou estarem expostos a riscos é fundamental neste processo para evitar danos à empresa.
- 3. Denúncias anônimas** - para isso, é preciso investir em um canal de denúncias, que garanta o anonimato e atue de maneira efetiva.
- 4. Excesso de controles burocráticos e desnecessários** - assim como a falta de controle, o excesso de burocracias também pode atrapalhar a eficiência do programa de integridade, por demandar tempo de mais da equipe, que poderia ser empregado em tarefas estratégicas para a empresa. O excesso pode desmotivar os colaboradores, levando ao fracasso do sistema de integridade, já que eles podem deixar de aplicar as regras.
- 5. Treinamento da equipe** - é essencial que toda a equipe seja treinada para que saibam como a empresa trabalha e o que ela espera de cada um. Assuntos relacionados ao combate à corrupção, maneiras de suborno, abordagens antiéticas, boas práticas e outros devem fazer parte da rotina da empresa e devem abranger todas as pessoas. E, para um maior sucesso, o exemplo tem que vir da alta direção.

Fonte: Certificadora CertiGov



GOVERNANÇA TAMBÉM É ESG
acesse conteúdo extra no
LIDER.INC/ESG



Empresas que aplicam a um sistema de integridade são levadas a um outro patamar, com a melhoria na gestão, mitigação de riscos e fraudes

WAGNER GIOVANINI, SÓCIO-DIRETOR DA COMPLIANCE STATION

PREJUÍZO

Uma pesquisa realizada pela consultoria KPMG, com executivos dos países da América do Norte e da América Latina, incluindo o Brasil, apontou que a perda média combinada entre fraude, questões de conformidade e multas regulatórias representam 1% dos lucros das organizações. Além disso, 58% dos entrevistados reportaram perdas econômicas diretas com um ataque cibernético e 32% ressaltaram que as empresas precisaram lidar com uma investigação de conformidade nos últimos doze meses. Estas são as principais conclusões do levantamento “Uma ameaça tripla nas Américas: KPMG 2022 Fraud Outlook” que ouviu 642 líderes de sete setores.

Pessoas em primeiro lugar

Segundo o Conselho de Emprego e Relações do Trabalho, o Brasil lidera o ranking de processos trabalhistas, com cerca de dois milhões de casos por ano. Já para quem lida com compliance, os números não são uma surpresa, pois muitas das ações irregulares são cometidas por desrespeito às leis, resultando a perda financeira, primeira consequência de quem infringe às legislações, atitude que pode ser fatal para empresas menores.

Além de prevenir as empresas de custos indesejáveis, os programas de integridade protegem a imagem da marca ao resolverem situações que poderiam se tornar problemas irreversíveis. E, segundo o especialista e sócio-diretor da Compliance Station, Wagner Giovanini, um efeito positivo incontestável é justamente no ambiente interno: maior produtividade. “Empresas que aplicam a um sistema de integridade são levadas a um outro patamar, com a melhoria na gestão, mitigação de riscos e fraudes, adequação de processos e comportamentos que geram crescimento efetivo”. ■



ESPECIAL L I D E PORTUGAL

OPORTUNIDADES
Ótima relação comercial entre Brasil e Portugal favorece a internacionalização de grandes empresas

MERCADO IMOBILIÁRIO
Setor mostra resiliência e conta com projetos que prezam pela inovação e oferta de serviços

Economia lusitana

Mais do que cooperação, o comércio entre Portugal e Brasil é de constante parceria e confiança

EM RESUMO

Portugal está entre as 50 maiores economias do mundo e mantém perspectiva positiva de crescimento. O choque econômico provocado pela pandemia de Covid-19 gerou uma queda acentuada nos negócios. No entanto, segundo dados da OCDE, com a reabertura das fronteiras e políticas públicas de apoio, as previsões indicam recuperação da economia nacional, que deverá atingir o nível de PIB pré-pandemia após o terceiro trimestre deste ano.

Em 2021, o Brasil representou 4,6% do total do investimento internacional português. São setores com maior presença de empresas portuguesas no mercado brasileiro o de alimentação e bebidas; construção e engenharia; energia; máquinas e equipamentos; indústria; serviços e turismo. Dando alguns exemplos concretos, empresas de grande relevo no cenário português como a GALP e a EDP antecipam importantes investimentos em projetos de geração de energia solar e eólica no Brasil nos próximos anos, definindo este mercado como a principal plataforma de crescimento no setor das energias renováveis. Cadeias de hotelaria portuguesas como o Grupo

Pestana e Vila Galé também anunciaram recentemente a intenção de investir e inaugurar novas unidades no Brasil.

Francisco Costa, diretor da AICEP no Brasil - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, faz uma rápida análise da balança comercial de bens de Portugal com o Brasil, onde a estrutura das trocas comerciais é mais acentuada nos produtos agrícolas e indústria de alimentos, mostrando que estes setores mais “tradicionais” continuam a ser o principal nicho que estreita a relação bilateral. No entanto, com um olhar mais aprofundado, esta percepção está longe de traduzir a realidade dos fatos, desmistificando a ideia de que a relação entre Portugal e Brasil se reduz a azeite, vinho e bacalhau.

“Entre os principais grupos de produtos exportados por Portugal encontramos máquinas e aparelhos (6,0%), veículos e outros materiais de transporte (5,5%). Em sentido inverso, estão entre os principais grupos de produtos exportados pelo Brasil com direção a Portugal os combustíveis minerais (38,9%) e metais comuns (13,2%). Colocando o foco nos dados mencionados, os principais grupos de produtos exportados por Portugal permitem entender a importância de atrair grandes investimentos brasileiros para Portugal como âncora para aumentar as exportações. Veículos e outros materiais de transporte, máquinas e aparelhos, plásticos e borracha são transacionados em volumes significativos, ao mesmo tempo que reforçam a indústria como um grande ator no relacionamento bilateral”, especifica.

Comex

De acordo com dados do Observatório de Negócios Internacionais da Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil, o total de exportações do Brasil para Portugal de janeiro a junho de 2022 foi de US\$ 1,89 bilhão, com taxa de crescimento de 44,31% em relação ao mesmo período do ano passado. O Rio de Janeiro foi o estado que mais exportou para o país europeu, totalizando US\$ 1,159 bilhão nos seis primeiros meses do ano, aumento de 46,61%. Os produtos mais exportados foram os combustíveis, com um total de US\$ 1,09 bilhão, seguido por ferro e aço (US\$ 64,39 milhões), cosméticos capilares (US\$ 1,12 milhão), instrumentos mecânicos (US\$ 589,98 mil) e vestuário (US\$ 479,53 mil).



Previsões macroeconômicas apontam para a recuperação da economia nacional, que deverá atingir o nível de produto pré-pandemia após o 3º trimestre de 2022, segundo dados da OCDE



É gratificante verificar que a visão do cidadão brasileiro sobre Portugal é muito positiva

FRANCISCO COSTA, DIRETOR DA AICEP NO BRASIL

PORTUGAL

4 vantagens competitivas para viver e investir:

- 1. LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA E QUALIDADE DE VIDA**
Portugal é claramente percebido pelo investidor brasileiro como a porta de entrada para a Europa.
- 2. SEGURANÇA E ESTABILIDADE POLÍTICA E SOCIAL**
Portugal é reconhecido como um local que assegura a tranquilidade do investidor no seu dia a dia, garantindo estabilidade do investimento e do ordenamento jurídico.
- 3. SISTEMA DE INCENTIVOS PORTUGUÊS**
Bastante debatido no mercado brasileiro, ele é apresentado como exemplo. São inúmeros organismos que conhecem os mecanismos públicos de apoio a empresas em desenvolvimento.
- 4. TALENTOS**
Qualidade do ensino superior em Portugal, elevado número de graduados em finanças, gestão e engenharias, pesam muito no processo de tomada de decisão do empresário brasileiro e colocam Portugal no radar.

Fonte: AICEP

Em relação às importações, a plataforma indicou que entre janeiro e junho de 2022 o Brasil importou US\$ 426,51 milhões de Portugal, com taxa de crescimento de 0,72% em relação ao mesmo período de 2021. O azeite de oliva foi o produto mais importado e os estados que mais compraram de Portugal foram São Paulo (US\$ 166 milhões), Santa Catarina (US\$ 106 milhões), Minas Gerais (US\$ 29 milhões), Paraná (US\$ 25 milhões) e Rio de Janeiro (US\$ 23 milhões).

“É gratificante verificar que a visão do cidadão brasileiro sobre Portugal é muito positiva. O nosso país é lembrado como origem de produtos de qualidade comprovada, destino seguro, com oferta turística de excelência e a entrada mais natural e apelativa para as empresas brasileiras que pretendem se aventurar no exterior, em especial para mercados da União Europeia”, avalia Francisco Costa, da AICEP.



Março e abril foram os melhores em nível de receitas turísticas para o país até hoje

FRK



DIVULGAÇÃO

PONTO DE VISTA

Bernardo Cardoso,
diretor do Turismo de Portugal no Brasil

Como as empresas de turismo portuguesas enxergam o potencial nas relações Brasil-Portugal?

O Brasil fechou 2019 como o quinto maior mercado internacional para o turismo em Portugal, com quase 1,3 milhão de visitantes. É um turista que se sente em casa, que percorre todo o país, que redescobre as suas raízes e se surpreende com a contemporaneidade de Portugal. No primeiro quadrimestre de 2022, Portugal já superou em 16% o número do turismo em 2019, antes da pandemia. Agora, na retomada, a procura do nosso país pelos brasileiros não diminui, basta ver que os voos estão completamente lotados. O mercado brasileiro se aproxima dos números de 2019, o que é algo extraordinário. Por exemplo, março e abril foram aos melhores a nível de receitas turísticas. Isto dá conta do seu potencial de crescimento nos próximos anos.

CENÁRIO IMÓVEIS E TURISMO: UMA DUPLA DINÂMICA



Tendências de mercado dos últimos anos indicam que o setor imobiliário tem representado uma importante alternativa de investimento. Em Portugal, a aquisição de imóveis para aluguel é um processo seguro e de rápida rentabilidade. No empreendimento Belas Clube de Campo, dados apontam aumento de 30% da procura de imóveis como investimento. Bruno Martins, diretor-comercial, afirma que os investidores encontram no produto uma rentabilidade atrativa e imediata. “A nossa localização, a proximidade a Lisboa e o conjunto de serviços tornam o empreendimento ainda mais estratégico”, diz.



Danilo Cerqueira, fundador e CEO da Tempo Vip, uma Destination Management Company (DMC), empresa que cria, organiza e administra programas feitos sob medida para quem deseja conhecer Portugal, destaca que o mercado turístico está superaquecido. “Estamos muito bem e 2022 já é o melhor ano de todos os tempos para Portugal. Há uma curiosidade natural dos brasileiros em conhecer o país e admiração mútua entre nós, essa equação é o motor de uma cooperação que sempre existiu, mas tem se intensificado nos últimos anos”, analisa.

Temos hoje a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, organismo que defende o que chamamos de lusofonia, parte de nossa identidade

MARCOS AZAMBUJA, EMBAIXADOR E CONSELHEIRO EMÉRITO DO CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS



RODRIGO GOROSITO

Diplomacia

O que mais atrai e continua a servir de catalisador do interesse mútuo entre Portugal e Brasil é o fato de ambas as nações possuírem um potencial enorme para promover e aprofundar a relação em inúmeras áreas – desde a educação à ciência, cultura e língua, pesquisa e inovação tecnológica.

O Embaixador Marcos Azambuja, Conselheiro Emérito do Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI), lembra que a diplomacia portuguesa sempre foi exercida com grande talento e sua administração pública é de imensa qualidade, potencializando nossos interesses comerciais, institucionais e culturais comuns. “Vale ressaltar que temos hoje a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, organismo que defende o que chamamos de lusofonia, parte de nossa identidade, algo importante no âmbito internacional”, diz.

Atualmente membro do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e da Fundação Roberto Marinho, Azambuja sugere que o país também deve aproveitar e fortalecer seu relacionamento com o toda a Europa, presando pela diversidade de caminhos e trabalhando com os diferentes interesses, embora Portugal tenha uma representatividade extraordinária para nós. ■

ATIVIDADES E INICIATIVAS

Em maio, a Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil - São Paulo foi reconhecida na Portaria N° 109/2022 do Diário da República como câmara de comércio e indústria portuguesa no estrangeiro. Agora, a associação dispõe de representação em Portugal e é declarada como utilidade pública. A Câmara é uma associação civil sem fins lucrativos, possui 110 anos e desde a sua criação tem como objetivo principal a promoção das relações bilaterais entre Brasil e Portugal. Nuno Rebelo, presidente da Câmara Portuguesa de São Paulo, avalia que o reconhecimento é muito positivo.

“A maior vantagem que tivemos com esse reconhecimento é que hoje nós podemos concorrer a fundos do governo Português ou programas europeus para promover Portugal para fazer missões ao país”, afirma.



www.camaraportuguesa.com.br/

O projeto Portugal - Negócios e Investimentos é uma iniciativa da Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil e se trata de um ciclo de eventos on-line focados na ambiência econômica das principais regiões portuguesas e seus potenciais de conexões e geração de oportunidades de negócios bilaterais com o Brasil. O projeto tem apoio da Embaixada de Portugal no Brasil e da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, é restrito a sócios, empresas filiadas às 18 Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil, imprensa e convidados. O evento já apresentou o Aveiro, a região autônoma da Madeira e por último o Alentejo.



www.fcpcb.com.br/projetos

Freeport Lisboa Fashion Outlet

Acrescente uma parada na sua viagem

Quem pensa que já conheceu cada detalhe de Lisboa e de seus arredores está muito enganado. Há uma parada obrigatória para todos que gostam de espaços bonitos, surpreendentes e de grandes oportunidades! Falamos do Freeport Lisboa Fashion Outlet que, a 30 minutos do centro de Lisboa, em Alcochete, é mais do que um Centro comercial: é um espaço que reúne o melhor da moda, com uma arquitetura original, um serviço 5 estrelas e restaurantes deliciosos, que vale a pena conhecer!

MARQUE UM ENCONTRO COM AS MARCAS QUE ADORA

Adidas, Armani, Boss, Calvin Klein, Coach, Furla, Hackett, Karl Lagerfeld, Levi's, Nike, Pinko, Tommy Hilfiger... São mais de 150 marcas para todos os gostos! Aliás, são inúmeras opções nacionais e internacionais que escolhem o Centro para inaugurar as suas primeiras lojas outlet no país ou para estreitar conceitos com foco em uma experiência de compra exclusiva.

Tudo isso para apresentar o melhor da moda com descontos que partem de 30% e podem chegar aos 80% em períodos promocionais. Vale destacar o VIP DAY PASS: um cartão exclusivo para turistas que dá um desconto adicional de 10% sobre o preço praticado no outlet.



LUGAR ONDE A MODA E O BOM GOSTO SE CRUZAM

A Praça dos Sabores é o ponto de encontro onde estão presentes sete restaurantes, todos com uma personalidade própria e um menu especial. É possível aproveitar desde os tradicionais portugueses até restaurantes italianos e espanhóis, além de petiscos e opções mais leves. Estabelecimentos com decoração cuidadosa e que se estendem para uma esplanada comum, no qual o requinte do serviço à mesa é assegurado por cada restaurante aos seus clientes.

Na área externa, conte ainda com o Starbucks ou Portela Cafés, sem esquecer o 28, espaço que é uma réplica do famoso bonde elétrico Carris e o lugar ideal para um refrescante cocktail.



UM LUGAR PARA COMPRAR, RELAXAR E DAR QUE FALAR

No Centro há sempre algo que faz os visitantes se sentirem bem e à vontade: o ambiente. Marcado pela originalidade de ser ao ar livre e com uma arquitetura inspirada em Lisboa, com corredores em calçada e fachadas de azulejos, o Freeport possui áreas verdes e uma Praça Central com um playground infantil, que surpreende pela imponência e pelo jogo de cores e estruturas. Mas há mais! Aprecie as instalações aquáticas e obras de arte instaladas no local que são, só por si, motivo para uma visita e muitas fotografias!

O SERVIÇO NO CENTRO DAS ATENÇÕES

Finalmente, mas não menos importante, a recepção no Centro é sempre alegre e calorosa e assegurada por uma equipe formada com um nível de serviço inspirado na hotelaria de excelência que, entre outras características, se destaca por tratar todos os visitantes como convidados e falar, no mínimo, dois idiomas. Aliás, este cuidado com o serviço estende-se, também, ao atendimento nas lojas, orientado para o cliente e para a sua satisfação.

Toda a infraestrutura do Freeport proporciona o máximo de conforto e atenção, o que se reflete também nos

OUTROS SERVIÇOS DISPONÍVEIS NO FREEPORT LISBOA FASHION OUTLET

Bengaleiro; cadeiras de rodas e de bebê; carregadores de celular; cadeados para bicicletas; guarda-chuvas; pontos de recarga para carros elétricos, Wi-fi, pet-friendly.

serviços: aberto sete dias por semana, sistema a vácuo que reduz o volume da bagagem, Tax Free com reembolso imediato no Centro, transfer diário ida e volta para o centro de Lisboa, Private Driver com um motorista ao volante de um Tesla, e muitos outros.

Existem bons motivos para que uma visita ao Freeport Lisboa Fashion Outlet se transforme em uma grande descoberta. E se passar pelo norte do país, não deixe de conhecer o Vila do Conde Porto Fashion Outlet que, com uma infraestrutura e decoração totalmente diferentes, tem o mesmo padrão de qualidade. Vale a pena passar por lá! ■





DIVULGAÇÃO

TRAVESSIA DE SUCESSO

EMPRESAS E INVESTIDORES APROVEITAM O BOM MOMENTO NAS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E PORTUGAL PARA POTENCIALIZAR PROCESSOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O relacionamento econômico entre Portugal e Brasil nos parâmetros atuais, justificam-se pelo reflexo de uma longa jornada que sempre valorizou a proximidade e negociação mútua de bens e serviços entre empresas dos dois lados do Atlântico. O Brasil é prioridade para as empresas portuguesas que pretendem exportar ou internacionalizar os seus negócios, apresentando-se como um dos seus grandes mercados fora da Europa.

De acordo com a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AECIP), em 2020, mais de 1500 operadores econômicos portugueses exportaram para o Brasil. Já em 2021, o país aparece como o 13º principal destino das exportações de bens portuguesas e 8º principal fornecedor, posições que manteve no primeiro trimestre deste ano. Esse fluxo proporciona uma troca de experiências sofisticada, atraindo os mais diferentes profissionais, investidores e empresários ávidos por gerar divisas entre as duas nações.

Colheita

A Menin Douro Estates, por exemplo, é um projeto pessoal de dois empresários brasileiros admiradores de Portugal e de vinhos. Rubens Menin é comandante do grupo econômico que inclui a Construtora MRV, o Banco Inter, a rede de TV CNN Brasil, empresas de logística e urbanização. Já Cristiano Gomes é um profissional de longa vivência no mercado financeiro.

Desde 2018, o projeto utiliza tecnologias de ponta no segmento de viticultura e enologia. Com investimentos da ordem de 30 milhões de euros, saldo positivo que surge com a compra e revitalização de duas quintas localizadas em Gouvinhas (Cima Corgo), a Menin Douro Estates adquiriu no ano passado, a Horta Osório Wines, um projeto vitivinícola familiar que produz vinhos de alta qualidade, localizada desde o século 18 na Região Demarcada do Douro (Baixo Corgo). Os ativos da Horta Osório Wines incluem um conjunto de propriedades num total de 55 hectares, entre os quais estão 10 vinhas velhas, em alguns dos melhores *terroirs* do Douro e com as melhores castas durienses.

“Seguimos com nosso objetivo de produzir vinhos de excelência provenientes de quintas que se encontram em condições singulares, que originam *terroirs* únicos, feitos das vinhas mais novas às mais centenárias, com ampla gama de castas. Também daremos continuidade a um legado histórico da família Horta Osório”, diz Rubens Menin.

Menin Douro Estates, vinícola do empresário brasileiro Rubens Menin em Portugal, prevê destinar 30% de sua produção para o mercado brasileiro



FOTOS: DIVULGAÇÃO

O projeto da Menin Douro Estates tem como objetivo criar, a médio prazo, um portfólio de vinhos DOC Douro de excelência

O empresário revela que a produção em 2021 foi de 240 mil litros e a expectativa para este ano é alcançar os 400 mil litros. “A previsão é aumentarmos a nossa produção, sendo que a aquisição de novas propriedades não é uma hipótese descartada. A curto prazo queremos consolidar as marcas Menin Douro Estates e H.O Wines no mercado interno e externo”, finaliza Menin.

Mercado seguro

A economia entre Brasil e Portugal também aparece na oferta de produtos e serviços securitários. A MDS, grupo multinacional de corretagem de seguro e resseguro, consultoria de riscos e gestão de benefícios é líder de mercado em Portugal e está entre os maiores nomes no Brasil. Com presença

também em Angola, Moçambique e Espanha, a seguradora continua investindo na forte estratégia de internacionalização e capilarização.

Ariel Couto, CEO da MDS Brasil e Américas Regional Manager da Brokerslink, destaca que a operação brasileira é, atualmente, a maior do grupo e a que apresenta o maior potencial de crescimento, dado o tamanho e grande fragmentação do mercado de seguros brasileiro. Segundo o executivo, por meio do Brasil, é possível facilmente alcançar outros países da América Latina. “O setor de seguros brasileiro tem grande potencial de expansão e vem atraindo, cada vez mais, investimentos de outros países. Há, ainda, a oportunidade de aumentar a participação no mercado nacional e, principalmente, atingir novos consumidores que ainda não tem o hábito de contratar proteção. É um processo contínuo de aculturação da sociedade.”, detalha.

Couto enfatiza que a vantagem proporcionada pela integração de uma empresa portuguesa com o mercado brasileiro é a relação comercial entre os países, com incentivos e um grande esforço bilateral para o desenvolvimento de negócios no ambiente luso-brasileiro. “Se por um lado, a empresa portuguesa ao operar em nosso território passa a ter acesso a um mercado gigantesco, do lado brasileiro, as empresas passam a ter acesso não somente a Portugal, mas ao mercado europeu como um todo”, aponta.



DIVULGAÇÃO

Ariel Couto, CEO da MDS Brasil e Américas Regional Manager da Brokerslink, destaca que a operação brasileira é, atualmente, a maior do Grupo



Transformar pode ser necessário. Evoluir é essencial.

Superar os desafios dessa jornada requer transparência, governança estruturada e visão de futuro.

Conte com as nossas abordagens customizadas para auxiliar nesse processo de acordo com a fase e atuação da sua empresa.

Go Beyond



Audit | Tax | Advisory



DIVULGAÇÃO

PARCERIAS NO AR

A Embraer e a Aernnova concluíram em maio o acordo de parceria estratégica anunciado no início de 2022. Desta forma, a Aernnova passa a deter todas as ações da Embraer Metálicas e Embraer Compósitos, num investimento que totaliza US\$ 174 milhões. Para a Embraer, esta parceria é mais uma oportunidade para o aumento da capacidade produtiva destas duas unidades, uma vez que além de fornecer componentes para a aviação comercial, executiva e área de defesa da empresa, existe a expectativa de aumento da produção de componentes para outros fabricantes aeronáuticos globais. Isso significa mais empregos nesta região do interior de Portugal, além de potencial crescimento das exportações. Desse modo, as fábricas em Évora também contribuem para o aumento da capacidade de produção aeronáutica da região do Alentejo e garantem uma posição de referência no Cluster Aeronáutico de Portugal. Com 500 colaboradores, as unidades da cidade portuguesa produzem, entre outros, componentes para asas e estabilizadores verticais e horizontais para programas aeronáuticos da Embraer como os aviões executivos Praetor 500 e Praetor 600, as duas gerações de aviões comerciais da família de E-Jets e a aeronave multimissão KC-390 Millennium. As unidades industriais em Portugal serão os maiores centros produtivos da Aernnova no mundo. O acordo reforça a posição da companhia como fornecedora de primeira linha para aeronaves de corredor único, avançando nos mercados de aeronaves executivas e de defesa.



CLAUDIO CAPUCHO



WALTER BRANCO

Georgios Papadimitriou, COO de Energias Renováveis e Novos Negócios da Galp. A carteira de energias renováveis da empresa totaliza agora 9,6 GW em várias fases de desenvolvimento no Brasil, Espanha e Portugal

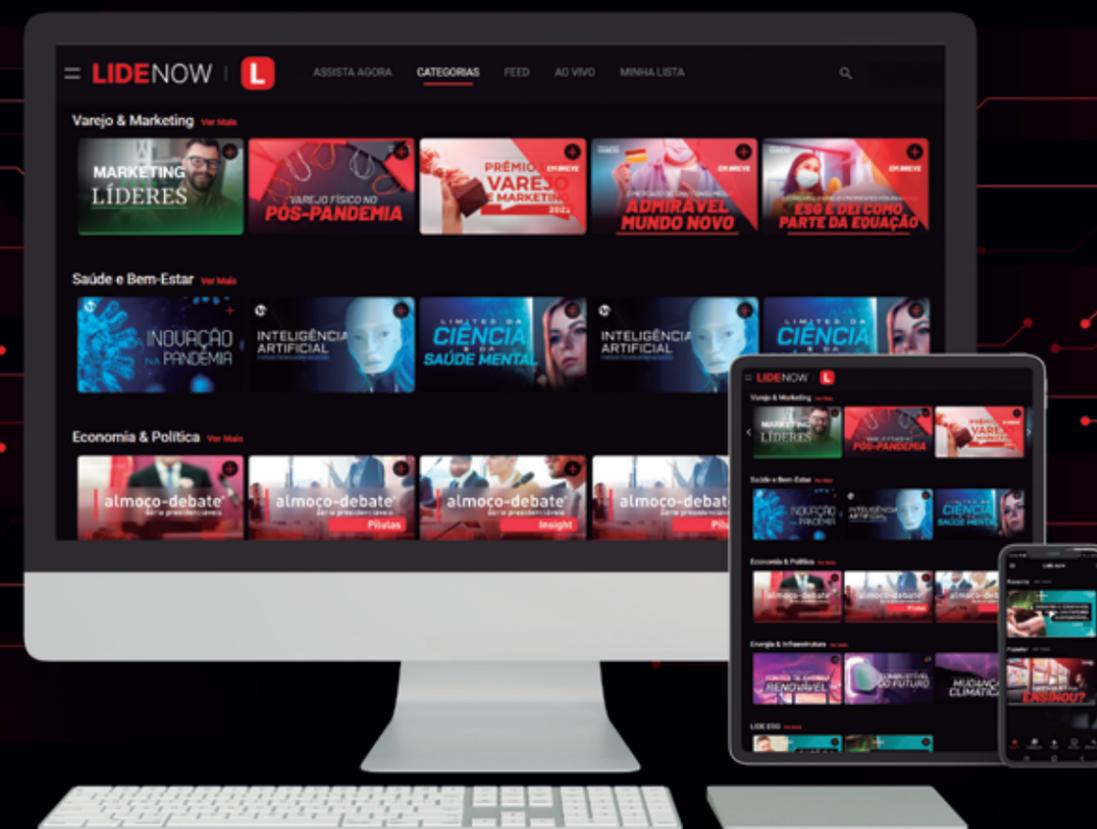
Infraestrutura

Os números e diversificação dos setores mostram que a relação comercial luso-brasileira assenta em soluções inovadoras. Uma oferta cada vez mais atenta aos princípios ESG, onde o consumo está alinhado com o progresso e com o desenvolvimento sustentável das empresas, reflexo da mudança dos hábitos e comportamentos do consumidor que tanto em Portugal como no Brasil é altamente valorizado.

Um dos principais produtores energia elétrica de base solar da Península Ibérica, a Galp acordou em maio adquirir uma carteira ampla de projetos de energias renováveis de até 4,8 GW que serão criados no Brasil, duplicando a sua capacidade global de funil e expandindo-se para a energia eólica no país. “O Brasil dinamizou o crescimento da Galp nos últimos 12 anos, através dos nossos principais projetos de produção no pré-sal”, afirma Georgios Papadimitriou, COO de Energias Renováveis e Novos Negócios da Galp. “Estamos agora incorporando um novo motor de crescimento, alavancado no vasto potencial do Brasil nas energias renováveis, e reequilibrar os negócios no país em linha com as nossas ambições de transição para um modelo energético mais limpo”, acrescentou.

LIDENOW

Uma plataforma para **construir conhecimento** para quem é **líder**



ACESSE

now.lide.com.br



A Galp é atualmente o terceiro maior produtor de petróleo e gás do Brasil. A empresa também acordou em outubro de 2021, a aquisição de duas carteiras de projetos solares em desenvolvimento nos estados da Bahia e Rio Grande do Norte, com capacidades de 282 MW e 312 MW, respetivamente.

Potencial

A EDP Energias do Brasil, controlada pela EDP em Portugal, é uma das principais operadoras europeias no setor energético. A empresa registrou lucro líquido de R\$ 381,1 milhões no segundo trimestre de 2022, um aumento de 10,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Já a EDP Renováveis, quarta maior produtora de energia renovável do mundo, reafirmou a evolução positiva do negócio que tem reportado desde o início do ano, a atingir um lucro líquido de 265 milhões de euros nos primeiros seis meses do ano. “Ao longo de mais de 40 anos, contribuimos para a reinvenção do setor energético e oferecer impactos positivos na sociedade. Continuaremos a liderar a transição energética e a descarbonização da economia, para um futuro melhor”, afirma Miguel Stilwell D’Andrade, CEO do Grupo EDP.

Pura beleza

Um dos maiores conglomerados de beleza do mundo, o Grupo Boticário é uma empresa brasileira multicanal e multimarcas presente em 15 países, entre eles Portugal. É dona de marcas O Boticário, Eudora, Quem Disse, Berenice?; Beauty Box, Multi B, Vult, Beleza na Web e O.U.i. O diretor-executivo de Mercado Internacional do Grupo Boticário, Breno Annibal Cavour, explica que o país é o maior negócio da companhia no exterior, sendo também, a



ABELO ORCINI/NETO

INDÚSTRIA BRASILEIRA EM PORTUGAL

A WEG, multinacional brasileira fabricante de motores, anunciou em fevereiro a construção de uma nova fábrica de motores elétricos em Santo Tirso, Portugal. A companhia pretende investir 23,5 milhões de euros para edificar 22.680 metros quadrados no mesmo terreno onde a empresa já possui uma operação de 16.300 metros quadrados, dedicada à fabricação de motores industriais de baixa tensão. Com a nova unidade, a companhia quer ampliar a produção de motores elétricos de grande porte e transferir sua fábrica localizada em Maia para Santo Tirso, centralizando todas as operações no mesmo lugar. A nova fábrica em Santo Tirso deve entrar em operação no primeiro trimestre 2024 e gerar cerca de 100 novos empregos. Alberto Yoshikazu Kuba, Diretor Superintendente Motores Industriais da WEG, ressalta que neste ano a empresa completas 20 anos de presença em Portugal e oferece ao mercado uma ampla linha de produtos, que vão desde motores de baixa e média tensão, drives, montagem de painéis e serviços de reparo em motores de médio e grande porte. “No mercado português somos o líder de mercado em motores de baixa tensão e uma grande referência na Europa para motores para área classificada. Por meio da nossa equipe comercial da unidade de Portugal, participamos de diversos projetos globais envolvendo plantas petroquímicas, óleo e gás”, afirma.



DNVREGAÇÃO



DNVREGAÇÃO/EDP RENOVÁVEIS

Miguel Stilwell D'Andrade, CEO do Grupo EDP, celebra o foco da empresa em descarbonização



DNVREGAÇÃO

O Boticário aposta na marca recém-lançada Aura by Helena Coelho, influenciadora digital e apresentadora de TV portuguesa

ACONTECEU

- O Banco Master anunciou em janeiro a concretização da compra de 100% do capital social do Banco BNI Europa. O processo compõe a estratégia de expansão da instituição, que passará a ter um hub no continente. Fundado em 2014, o BNI tem sede em Lisboa e patrimônio líquido de 32 milhões de euros. “A internacionalização sempre fez parte dos nossos planos e queremos fazer do Master o banco dos brasileiros na Europa”, afirmou em comunicado Daniel Vorcaro, presidente do Banco Master.
- A 9ª edição do Vinhos de Portugal aconteceu em junho deste ano no Rio de Janeiro e São Paulo de forma presencial depois de dois anos. O encontro realizado pelos jornais O GLOBO, Público e Valor Econômico há quase uma década, é hoje o maior evento de vinhos portugueses fora de Portugal, reunindo cerca de 80 produtores.

ponte para o mercado Europeu. “Nossa marca é muito reconhecida devido aos 35 anos de história no país onde temos 60 lojas físicas do Boticário e oito lojas de Quem Disse, Berenice?, que levamos em 2016. Além das lojas físicas e e-commerce, temos revendedores atuando no modelo de venda direta. Nossos planos são continuar acelerando e ganhando *share*. A familiaridade de idioma e cultura, aliada a qualidade dos nossos produtos e preços competitivos, nos dão confiança que podemos ampliar os negócios em campo português”.

Cavour analisa que o público feminino português tem uma relação diferente com o mercado da beleza quando comparada à brasileira, pois a percepção é de que as mulheres valorizam muito a conveniência e preferem algo mais natural. “Por outro lado, os públicos dos dois países estão ligados aos valores e propósitos das marcas que consomem e há um olhar muito relevante para um consumo mais consciente e sustentável. Descobrimos que nosso propósito de transformar o mundo através da beleza é universal, e que podemos desempenhá-lo em todas as geografias que operamos. Descobrimos também que os pilares da marca. O Boticário de amor, sustentabilidade e cuidado consigo mesma, com as relações e com a natureza, são muito relevantes para a mulher portuguesa”, completa. ■

CELEIRO DE INOVAÇÃO

OS MOTIVOS QUE LEVARAM PORTUGAL A SE TORNAR UM AMBIENTE PROPÍCIO PARA EMPREENDIMENTOS NA ÁREA CRIATIVA E TECNOLÓGICA.

Portugal é hoje um dos mais vibrantes hubs de startups da Europa e os dados mostram essa realidade. Um levantamento feito pela associação Startup Portugal indica que o ecossistema de empreendedorismo português contribui com mais de 1% do PIB. Nos próximos três anos, a projeção é positiva, com estimativa de chegar a 1 bilhão de euros em investimento, com cinco mil startups em incubação e uma contribuição acima de 2% na economia. Para 2022, o país espera investir 12 bilhões de euros em tecnologia, o que representa o grande interesse que a economia portuguesa possui no segmento.

O Programa Portugal 2030, que visa ampliar o desenvolvimento da indústria 4.0 no país, é mais uma iniciativa que deve aproveitar os bons ventos deste clima. Por isso, o momento tem atraído grandes empresas nacionais, todos de olho na verdadeira “vitrine” que a nação europeia representa atualmente para o mercado do continente.

Terra de gigantes

Presente em 41 países, a Stefanini é uma multinacional brasileira de tecnologia com 34 anos, sendo a quinta empresa transnacional mais internacionalizada, segundo ranking da Fundação Dom Cabral. De acordo com Marco Stefanini, CEO Global e fundador da companhia, a primeira estratégia de expansão da Stefanini foi direcionada para as Américas e depois para Europa e Ásia. “Com cerca de quatro mil colaboradores no continente, estamos em 20 países europeus, mas com forte presença subsidiária devido a um avançado modelo de internacionalização, o que inclui o desenvolvimento de produtos. Em Portugal, começamos há uns 15 anos e contamos com 200 profissionais alocados”, detalha.

Com ofertas robustas e alinhadas às tendências de mercado como automação, *cloud*, Internet das Coisas (IoT) e User Experience (UX), o executivo explica que o país europeu se destaca por fazer parte de uma proposta chamada de *nearshore* - por meio do país, a companhia vende serviços para



DIVULGAÇÃO

Com cerca de quatro mil colaboradores no continente, estamos em 20 países europeus

MARCO STEFANINI,
CEO GLOBAL

mercados maiores como Alemanha, Inglaterra, França e Espanha. “Um ponto interessante é que Portugal começou a ser destacar na área de tecnologia, além disso o profissional português fala outras línguas, o que favorece o intercâmbio. Acredito que este seja o futuro do país, mas alerta que ele ainda precisa passar por alguns processos de modernização e desburocratização”, completa.

Em movimento

Há mais de três décadas no Brasil, o Grupo MOVE3 é uma referência no mercado logístico. Atualmente, é responsável pelas empresas Flash Courier, Moove+, Moove+ Portugal, a gráfica Jall-Card, a *fintech* M3Bank, a startup goX Crossborder e a transportadora Rodoê. O início das operações no continente Europeu se deu, em 2020, por meio da Moove+ Portugal, operadora logística no mercado de entregas com foco nos meios eletrônicos de pagamento e no transporte de encomendas urgentes. Sediada na cidade portuguesa de Maia, a subsidiária é dedicada à melhoria dos fluxos operacionais, por meio de tecnologias como robótica, mobile, big data, automação e *sharing economy*.

A Moove+ Portugal atualmente oferece uma diversidade de serviços. Entre eles, o Same Day Delivery e Next Day Delivery, com a entrega de produtos no mesmo dia da compra e no dia seguinte; o Ship From store, com a transformação de lojas em pequenos centros de distribuição para o e-commerce; entre outros serviços até a chegada do cliente final, com foco também, no pós-venda. “Sempre tivemos a ideia de internacionalizar a empresa. Toda companhia, quando domina bem o território nacional, tem esse objetivo. Já tínhamos alguns clientes com a intenção de iniciar operações em Portugal e aproveitamos a deixa. O país é uma porta de entrada muito boa no continente europeu pelo fator cultural. De lá, podemos expandir a operação para outros países, como Espanha e França”, conta Marcelo Sicsu, CEO da Moove+ Portugal.

Classificada como uma operadora 3PL, a empresa se responsabiliza pelo transporte e armazenamento dos clientes, além da gestão e organização de ambas as atividades. Dentre as vantagens, a companhia garante espaço seguro de armazenagem, sendo

Já tínhamos alguns clientes com a intenção de iniciar operações em Portugal e aproveitamos a deixa

MARCELO SICSU,
CEO DA MOOVE+ PORTUGAL



JOSÉ BEZARRO

POSTS



As maiores dúvidas das empresas que investem em Portugal se dão na questão tributária e são referentes a retenção na fonte, as maneiras de manter operações nos dois países sem ser bi-tributado, residência fiscal para os sócios da empresa, solicitação de visto de residente habitual para sócios e a incidência do IVA nas operações internacionais

RAFAEL RIBEIRO, GENERAL MANAGER DA COMPASS MOBILITIES, EMPRESA DO GRUPO XPLORE GROUP



Portugal tem grandes empresas no segmento de jogos de azar, principalmente apostas on-line que poderiam vir ao Brasil por conta de uma futura regulamentação e gerar ótimos negócios

JANSEN COSTA, SÓCIO-FUNDADOR DA FATORIAL INVESTIMENTOS



Em Portugal temos um cenário cripto muito mais amigável, mediante a não taxaço das criptomoedas, com isso vimos muitos investidores migrando para o país

TASSO LAGO, GESTOR DE FUNDOS PRIVADOS EM CRIPTOMOEDAS E FUNDADOR DA FINANCIAL MOVE

UNICÓRNIOS DE DNA PORTUGUÊS

OutSystems

A OutSystems foi fundada em Portugal, em 2001, com a missão de dar a todas as organizações o poder de inovar por meio do software. Assim, as ferramentas de alta produtividade, conectadas e assistidas por IA da plataforma de aplicativos ajudam os desenvolvedores a criarem e implementarem rapidamente uma gama completa de apps em qualquer lugar do mundo. Com mais de 435 mil membros da comunidade, cerca de 1,5 mil funcionários, 350 parceiros e clientes ativos em 87 países e 22 indústrias, a empresa atinge uma escala global.

Farfetch

Fundada em 2008 pelo empresário português José Neves, a Farfetch Limited é a principal plataforma global de tecnologia para a indústria da moda de luxo. Fundada em 2007 por José Neves pelo amor à moda e lançada em 2008, a Farfetch começou como um mercado de comércio eletrônico para boutiques de luxo em todo o mundo. Hoje, o *marketplace* conecta clientes em mais de 190 países e possui em torno de 1,4 mil das melhores marcas, boutiques e lojas de departamento do mundo.

Taldesk

A Talkdesk, criada em 2011 pelos portugueses Cristina Fonseca e Tiago Paiva, em São Francisco, nos EUA, é uma empresa líder global em experiência do cliente. A solução é oferecida por meio do recurso *contact center*, que oferece a melhor experiência para empresas e clientes interagirem uns com os outros. A velocidade de inovação e atuação global da companhia refletem no compromisso pela garantia que empresas de todos os lugares possam oferecer melhores experiências ao cliente por meio de qualquer canal, resultando em maior satisfação do usuário, economia de custos e lucratividade.

possível enviar encomendas com peso superior a 40kg de Portugal para toda a Europa com agilidade e segurança. “Tivemos aumento enorme no *fulfillment* (processos de compra e pós-venda) dos clientes vindos do Brasil. Em janeiro deste ano, tínhamos um armazém com 300 posições palete, que criamos como um teste e que lotou em 3 meses. Hoje, estamos em um armazém com 2 mil metros quadrados e duas mil posições palete e, em menos de 3 meses, estamos com 75% de ocupação. Para esse semestre, planejamos dobrar a capacidade de armazenamento”, informa Sicsu.

Já a internacionalização e gestão *full commerce* das marcas brasileiras na Europa é realizada pela goX Crossborder, que oferece uma infraestrutura completa para viabilizar a operação, contemplando serviços como canais de vendas em *marketplace*, site próprio da marca, análise de mercado, precificação, pagamentos, gestão de estoque, distribuição, B2B entre outros. “Com o investimento na goX Crossborder esse ano, esperamos um crescimento de 50% em 2023, com a adição de clientes da startup”, revela.



A empresa possui colaboradores na América Latina e Europa, e mais da metade está em terras portuguesas

WILBERTO FILHO, CO-FOUNDER E CEO DA BLAZE INFORMATION SECURITY



A iniciativa tem como objetivo atrair um pool global de talentos já residentes em Portugal

EDUARDO ZAIDAN, COO GLOBAL DA FUTURUM CAPITAL

ECOSSISTEMA DISRUPTIVO



A Blaze Information Security tem se destacado não somente no mercado brasileiro, mas também em solo europeu. O feito foi obtido depois que a companhia passou a pensar como os *cibercriminosos*, antecipando atividades maliciosas e possíveis brechas em seus clientes. Em 2021, a Blaze viu sua receita crescer 127% e, atualmente, 70% de seu faturamento é concentrado em Portugal, onde fica uma das suas bases operacionais de consultoria em cibersegurança. “Hoje, a empresa possui colaboradores na América Latina e Europa, e mais da metade está em terras portuguesas”, diz o co-founder e CEO da Blaze Information Security, Wilberto Filho.



A Futurum Capital, venture developer brasileira especializada em startups early stage, anunciou a inauguração de uma nova sede em Lisboa, com o objetivo de fomentar e desenvolver negócios com empreendedores e empresas locais (corporate venture), bem como de internacionalizar empresas brasileiras e europeias. “A chegada da Futurum Capital em Lisboa faz parte de uma estratégia de expansão global. Portugal é a porta de entrada para o mercado europeu e nosso objetivo é fazer um intercâmbio tecnológico, internacionalizando empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, trazer empresas europeias que tenham *fit* com o nosso mercado, para o Brasil”, revela Eduardo Zaidan, COO Global da Futurum Capital.

Talentos pelo mundo

O Grupo Boticário, que mantém a sólida operação das demais marcas Quem Disse Berenice?, além do seu e-commerce em Portugal, também acaba de internacionalizar a sua área de tecnologia e inovação, inaugurando a hub tech em Lisboa. A iniciativa tem como objetivo atrair um pool global de talentos já residentes no país visando aumentar as oportunidades de contratação na área e potencializar o desenvolvimento de soluções digitais e tecnológicas para o negócio.

“Olhamos constantemente para as tendências e movimentos do mercado digital e isso inclui incorporar novas iniciativas para atrair os melhores



Lançar o hub tech em Portugal amplia as nossas possibilidades, já estamos olhando para profissionais em escala global

DANIEL KNOPFHOLTZ, VICE-PRESIDENTE DE DIGITAL E TECNOLOGIA DO GRUPOBOTICÁRIO

talentos para o Grupo. Somente entre 2020 e 2021, triplicamos as contratações em tech, resultando em um aumento de 206% do time. Hoje, contamos com mais de dois mil profissionais dedicados ao desenvolvimento de soluções e inovações digitais e tecnológicas, desenvolvedores, especialistas em dados, UX, CX *data analytics* e dentre outras tantas atribuições com atuação transversal ao nosso ecossistema”, explica Daniel Knopfholtz, vice-presidente de Digital e Tecnologia do Grupo Boticário. “Lançar o hub tech em Portugal amplia as nossas possibilidades. E já estamos olhando para profissionais em escala global em um dos maiores polos de tecnologia do mundo”, completa. ■

PARA CONHECER

A Missão Web Summit Lisboa 2022, evento de negócios, tecnologia e inovação, pretende conectar startups e empresários brasileiros com o ecossistema empreendedor de Portugal que figura entre os melhores da Europa que irá acontecer de 30 de outubro a 4 de novembro deste ano. Um dos pontos altos da missão é a participação no encontro, considerado a maior conferência de tecnologia, inovação e empreendedorismo mundial, além de contar com diversas visitas técnicas focadas em networking e oportunidades de negócios em uma das mais vibrantes startups-cities da Europa.



Terra à vista

Mercado imobiliário português mostra resiliência e conta com projetos que prezam pela inovação

O Prata Riverside Village é uma vila urbana no coração de Lisboa, com o conceito de um bairro tranquilo

Apesar da pandemia

ter causado um grande impacto em diversos setores econômicos desde 2020, a compra de imóveis na Europa obteve recuperação em 2021 e encontra nichos de grande potencial, principalmente em Portugal. Prova disso, são os resultados do balanço da Global Trust, especializada em investimentos imobiliários no país, que ao longo de 2021 registrou aumento no ticket médio de 750 mil para 1 milhão de euros.

A empresa boutique, responsável por mais de 600 compras de imóveis para brasileiros em Portugal, aponta ainda que o crescimento relacionado ao ano anterior foi de 100%, e se comparado a 2019, o marco é de 64%.

“Acreditamos que a incerteza econômica no Brasil, o aumento de oportunidades e as possibilidades com fundos de investimentos em Portugal tenham impactado essa decisão de brasileiros pela imigração por meio do Golden Visa. Inclusive, as mudanças propostas pelo governo também foram responsáveis por essa busca”, explica Cesar Damião, CEO da Global Trust, ressaltando que, com as novas regras, quem quer garantir o visto pelo fundo de investimento português, o valor de 350 mil passa a ser de 500 mil euros.

O executivo acredita que este pode ser uma grande oportunidade para descobrir e desenvolver locais como Comporta, Algarve e Alentejo. “Os imóveis giram em torno de 500 mil euros a alguns milhões dependendo da região e propriedade escolhida. É um investimento valioso, são lugares que estão ganhando cada vez mais atenção pelo mundo, tanto pelas belezas naturais, quanto pela qualidade de vida”, destaca Damião.

Mercado cíclico

Peixoto Accyoli, presidente e CEO da RE/MAX Brasil, mantém forte ligação neste intercâmbio setorial entre os dois países. Tendo sido fundador e diretor da Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil (ADIT), o executivo enfatiza que este mercado é altamente cíclico. “Antes tínhamos uma quantidade gigante de investidores europeus, principalmente portugueses, apostando no nordeste do Brasil, em condomínios enormes e resorts. No entanto, ao longo dos anos Portugal passou a ser o destino desses aportes”, diz.



MAURICIO MARCONI

A demanda exigiu a criação de uma estrutura capaz não só de intermediar a aquisição de imóveis, mas também de questões legais

PEIXOTO ACCYOLI, PRESIDENTE E CEO DA RE/MAX BRASIL

O CEO aponta que a RE/MAX atende uma quantidade muito grande de brasileiros que querem investir em Portugal. “A demanda exigiu a criação de uma estrutura capaz não só de intermediar a aquisição de imóveis, mas também de suprir questões legais, de ambientação e compreensão da infraestrutura do país”, conta.

Líder global em franchising imobiliário, a RE/MAX, LLC é uma subsidiária da RE/MAX Holdings, com quase 140 mil agentes em mais de 110 países e territórios. “Nosso modelo de negócio, calcado no reconhecimento de marca, investimento em tecnologia, empreendedorismo dos corretores e cultura empresarial focada nas pessoas, nos permitiu crescer durante a pandemia”, encerra Accyoli.

VIC Properties: O empreendimento continua desenvolvendo vários projetos, com destaque especial para o edifício que será o coração deste bairro, um espaço totalmente dedicado à atividade comercial



RICARDO OLIVEIRA ALVES

Projeto inovador

Pela primeira vez, a VIC Properties, empresa responsável por alguns dos maiores projetos imobiliários em Portugal, veio ao Brasil em maio para apresentar o Prata Riverside Village, o único projeto da região aclamado pelo italiano Renzo Piano, um dos arquitetos mais importantes do mundo, vencedor do Prêmio Pritzker.

Junto ao Rio Tejo, na região do Parque das Nações, está sendo erguido um bairro planejado de alto nível, o Prata Riverside Village. Luís Gamboa, Chief Operating Officer da VIC Properties, informa que o empreendimento tem atraído tanto portugueses, que respondem por metade das aquisições, quanto estrangeiros de mais de trinta países, com destaque para os brasileiros.

“A cada dia que passa, o Bairro Prata fica mais completo. Já é a ‘casa’ de diversos espaços comerciais e culturais, e temos várias aberturas previstas para os próximos meses”, afirma Gamboa. De acordo com o COO da companhia, a procura pelos apartamentos segue aquecida em virtude das características do projeto e da localização privilegiada.

“O projeto é uma obra de arte. Além disso, é o único empreendimento novo na primeira linha do Tejo e com ligação ao Parque Ribeirinho Oriente, que permite que os seus habitantes usufruam do rio e de espaços verdes, com comércio e áreas de lazer”, conclui Gamboa.

Diversificação

Decorrente de um aumento gradual da projeção e volume de negócios imobiliários em Portugal, a atividade tornou-se o terceiro pilar do Grupo AFA, que também atua no segmento de construção e hotelaria. Neste sentido, a AFA Imobiliária, responsável pela gestão do negócio em todas as suas vertentes - compra, concessão, desenvolvimento, comercialização e gestão de ativos - aliou-se à Savoy Signature, reconhecida internacionalmente na área da hotelaria. Desta fusão, nasceu o Savoy Residence, luxuoso conceito com três projetos, todos localizados na Ilha da Madeira, que alia de maneira única uma proposta de habitação à qualidade, estilo de vida e serviços de um hotel.



DIVULGAÇÃO

A cada dia que passa, o Bairro Prata fica mais completo. Já é a ‘casa’ de diversos espaços comerciais e culturais

LUÍS GAMBOA, CHIEF OPERATING OFFICER DA VIC PROPERTIES



A Savoy Residence é um novo conceito imobiliário que alia uma proposta de habitação à qualidade, estilo de vida e serviços de um hotel



Victor de Sousa, General Manager da AFA Real Estate, conta que apesar dos impactos na economia devido à pandemia e da inflação que se faz sentir na Europa em geral, os investimentos em imóveis por brasileiros em Portugal não desaceleraram nos últimos dois anos e a atual valorização do dólar frente ao euro também pode ajudar. “Na Madeira, esta tendência crescente também se confirma, com os brasileiros entre os principais compradores, pois já estão muito familiarizados com o *branded concept* de luxo residencial que estamos oferecendo na região”, avalia.

Atualmente, os clientes do Savoy Residence que são provenientes do Brasil representam de 20% a 30%, dependendo do projeto. No total, já foram feitas 16 vendas para investidores brasileiros, que representam 12,75 milhões de euros, e os projetos seguem em fase de comercialização. “Os clientes brasileiros têm faixa etária de 40 a 60 anos e buscam investir para uso pessoal dos imóveis em temporadas e para rentabilizar no restante do ano. Neste momento, o Brasil é o sexto mercado investidor para o Savoy Residence na Madeira, atrás apenas dos mercados da Alemanha, Inglaterra, França, África do Sul e Estados Unidos, detalha Sousa.



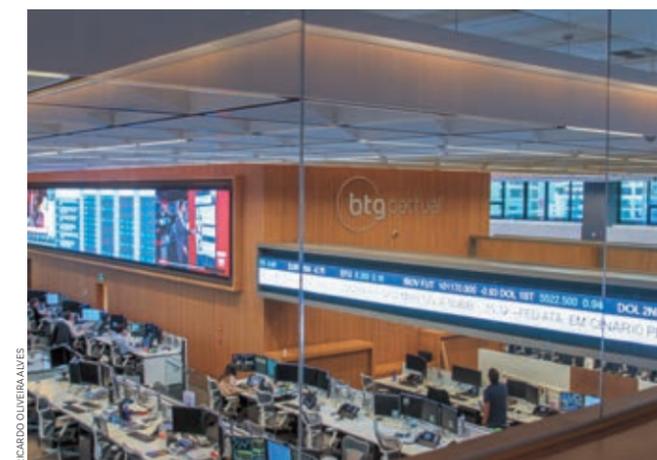
FOTOS: DIVULGAÇÃO

Na Madeira, esta tendência crescente também se confirma, com os brasileiros entre os principais compradores

VICTOR DE SOUSA, GENERAL MANAGER DA AFA REAL ESTATE



JOANA SOUSA



RICARDO OLIVEIRA ALVES

EM CONSTRUÇÃO

Com a reabertura completa das fronteiras, o setor de investimentos volta o olhar para o mercado imobiliário e fundos como ótimas alternativas de retorno. Projetos residenciais e comerciais, além dos empreendimentos multiuso e com foco no turismo já movimentam os negócios. O BTG Pactual, maior banco de investimento da América Latina, conta com bilhões em ativos no segmento na região, principalmente no Brasil e, agora, expande sua atuação para as terras portuguesas. No primeiro semestre, a instituição iniciou o processo de aquisição do hotel Eden, na praia de Estoril, em Cascais. O empreendimento será convertido em um misto de residencial e hotelaria. O BTG também avalia entrar no mercado de shopping center. A instituição se consolidou como uma das mais inovadoras do setor, tendo conquistado diversos prêmios nacionais e internacionais. Atualmente, conta com mais de quatro mil colaboradores em escritórios espalhados pelo Brasil, Chile, Argentina, Colômbia, Peru, México, Estados Unidos, Portugal e Inglaterra.

Análise

Segundo o CEO da Global Trust, informações ainda não consolidadas mostram que o primeiro semestre de 2022 teve a maior valorização da história recente. Alguns especialistas apontam uma valorização de 13% nos primeiros três meses do ano. “Vivemos hoje uma grande escassez de imóveis. O ritmo de chegada de estrangeiros de maneira geral é muito forte. O número de brasileiros é igualmente grande e pessoalmente acho que o segundo semestre será de muitos brasileiros investindo aqui”, afirma.

Intercâmbio fértil

Companhias com sede no Brasil e em Portugal convergem na busca pela implementação das melhores práticas ESG

EM RESUMO

As afinidades culturais entre Brasil e Portugal estendem-se ao ambiente corporativo. Companhias com sede em ambos os países, adotam estratégias diversificadas, considerando as particularidades culturais para implementação de suas agendas de governança ambiental, social e de governança.

Vinhas e olivais da região do Rio Douro, em Portugal.

Empresas portuguesas constituídas por equipas de direção mais inclusivas, tiveram crescimento de 19% nas receitas. O resultado consta em um estudo realizado pela consultoria de recrutamento Michael Page. O levantamento mostra que os resultados positivos subiram para 60% quando a tomada de decisões é feita por equipas de gestão diversificadas. De acordo com outra análise divulgada pela consultora Sair da Casca, sobre “Diversidade & Inclusão nas empresas em Portugal”, 55% delas admitem que não têm uma política de promoção de diversidade e inclusão, enquanto 58% referem não integrar critérios de diversidade na seleção dos seus fornecedores.

Reinaldo Silhéu, diretor de Qualidade, Ambiente e Segurança do grupo Vila Galé, no país europeu, entende que há uma forte sinergia entre as práticas de ESG e o crescimento sustentável. “Qualquer um destes âmbitos está ligado internamente às estratégias, boas práticas e políticas de relacionamento da empresa com os diferentes stakeholders: colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade envolvente. De qualquer forma, o ‘S’ do ESG, engloba diversas frentes, como são os casos de ética nos negócios, direitos humanos, onde também está presente a diversidade e inclusão”, contextualiza o diretor da rede de hotéis.

Análise

Silhéu menciona que a Europa se encontra em uma fase mais avançada na implementação e aplicação dessas práticas, onde atualmente existe um forte investimento acoplado a uma pressão das entidades europeias para o seu cumprimento. “A própria legislação europeia prevê a obrigatoriedade de vários procedimentos para as empresas nesta área. O grupo Vila Galé, vem tendo essas práticas enraizadas. De um modo geral, sempre que possível, todas estas práticas vão sendo transversais a todas as unidades quer em Portugal como no Brasil. Nós acreditamos que a responsabilidade social da



O hotel Vila Galé Estoril foi ganhador de diversos prêmios como empreendimento sustentável e socialmente responsável nos últimos anos



DIVULGAÇÃO

COMPROMISSOS FORTALECIDOS

Nelson Beiró, CEO da Geocontrole, multinacional portuguesa especializada em soluções em geotecnia e geologia fala que na sua percepção os conceitos de ESG estão mais enraizados na Europa. “Inclusive existem alguns planos que os estados-membros assumiram que preveem a concretização de algumas metas até determinadas datas, que, caso não sejam atingidas por determinado país, pressupõem a aplicação de multas ou limitações ao acesso a fundos europeus. Portanto, por aqui, já não é uma questão opcional ao investimento sustentável. Já no Brasil, percebo que o país está a trilhar o caminho com engajamento das empresas, a começar pelas maiores companhias que fazem parte do Índice de Sustentabilidade Empresarial. A minha percepção, a diferença dos critérios de ESG entre a Europa e o Brasil está atrelada aos desafios, cultura, oportunidades e vulnerabilidades de cada país; fatores que estão intimamente conectados com as ODS”, pontua o CEO da companhia que também possui relevante posicionamento no Brasil, em sua sede em Belo Horizonte.



DIVULGAÇÃO

ENERGIA LIMPA

Ampliando o seu compromisso com a sustentabilidade e o meio-ambiente, a rede hoteleira portuguesa Vila Galé adotou a utilização de energia limpa em todos os seus hotéis no Brasil. O Vila Galé Touros (RN), Cumbuco (CE), Marés (BA), os Eco Resorts Vila Galé Angra dos Reis (RJ) e Cabo de Santo Agostinho (PE), e os hotéis de cidade - Vila Galé Salvador, Fortaleza e Rio de Janeiro - estão certificados pela empresa Delta Energia por utilizar energia proveniente de fontes eólica, solar, pequenas centrais hidrelétricas (PCH) ou gerada a partir de Biomassa.

empresa caminha lado a lado com o nosso modelo de governança e respeito pelo meio ambiente, pelo que canalizamos de igual forma investimentos nestes pilares da nossa política. Desta forma, desenvolvemos os nossos projetos de maneira consciente e equitativa”, explica.

O diretor do grupo Vila Galé, ainda pontua que os desafios com as pautas de diversidade e inclusão passam pela questão do idioma, pois na inclusão de estrangeiros, normalmente é a primeira barreira a ultrapassar, e em um segundo momento a própria linguagem empresarial, já que dentro das unidades existem várias gerações que podem apresentar dificuldades com a tecnologia, e para todas as essas questões são promovidas iniciativas.

“Destacaria ainda a necessidade de formar bons líderes de equipas em que a cultura da diversidade esteja sempre presente. Quanto às facilidades que temos encontrado nos nossos hotéis, para que este tema seja tratado de forma consciente, destacaria o bom ambiente entre as equipas promovendo assim uma interpretação de diversidade e inclusão positiva, acrescentaria ainda a questão da melhoria ao nível da inovação e eficiência pelo contacto das diferentes culturas e experiências”.

Em termos profissionais de culturas, gêneros, raças e idades diferentes dentro da organização, o executivo demonstra que o grupo preza pelos diversos públicos, apresentando-se a todos como uma

empresa aberta, sem paradigmas ou barreiras, deixando de lado os pensamentos e conceitos supérfluos e fazendo com que as pessoas sintam-se à vontade. “No fundo, apostando na diversidade e inclusão, permite à empresa ter um maior conhecimento e visões distintas que enriquecem e facilitam o contacto e tratamento do cliente, aumentando e personalizando a capacidade de resposta”, conclui.

Contra a fome

Atenta ao atual problema da fome no Brasil, a Andorinha, marca pertencente ao grupo Sovena, que importa para o Brasil azeites do seu olival próprio em Portugal, criou um produto exclusivo para o mercado nacional: o azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa, uma grande inovação no setor alimentício. Isso porque 100% do lucro das vendas desse SKU será destinado a programas de aceleração de negócios sociais que desenvolvam soluções para os principais desafios de alimentação na região Nordeste do Brasil.



EUGENIO GOULART

Ao adquirir o azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa, esperamos que nossos consumidores se sintam grandes apoiadores dessa causa

LOARA COSTA, DIRETORA DE MARKETING E TRADE MARKETING DO GRUPO SOVENA

Esta é a primeira de muitas acelerações que a Andorinha pretende fazer com as arrecadações das vendas do azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa. A proposta, é transformar o programa em algo vivo, para que outros negócios também sejam beneficiados no futuro. “Esse azeite é o reflexo perfeito do nosso propósito, de transformar positivamente a relação das pessoas com a alimentação”, conta Loara Costa, diretora de Marketing e Trade

Marketing do Grupo Sovena. “Ao adquirir o azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa, esperamos que nossos consumidores se sintam grandes apoiadores dessa causa, contribuindo para melhorar o acesso à qualidade alimentar, e, conseqüentemente, na inclusão social de pessoas em situação de vulnerabilidade”, complementa Loara.

Mais cultura

Portugal foi o grande homenageado da edição deste ano da 26ª Bienal Internacional do Livro. Uma celebração entre as nações e uma oportunidade para o aquecimento da economia, nesse movimento da volta à normalidade gradual, após períodos desafiadores no início da pandemia. Diversas editoras portuguesas promoveram o lançamento de seus livros no pavilhão Portugal, que contou inclusive com a visita do presidente do país, Marcelo Rebelo de Sousa. Vale também ressaltar a questão das exportações portuguesas para o mercado brasileiro. Elas representaram, em 2021, 3,84% do total das vendas externas do setor, ocupando o Brasil a 3ª posição na exportação para os países de língua oficial

METAS AZEITADAS

A estratégia para o ciclo 2021-2023 do Grupo Sovena, deriva de seu propósito de promover uma alimentação cada vez mais diversificada e sustentável através da qualidade e inovação nos produtos, por meio da utilização da agricultura que protege a natureza e por meios eficientes e circulares de transformação:

- O desenvolvimento de uma Gestão da Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos Plano para nossas fazendas
- Redução de 30% nas emissões de gases de efeito estufa
- 100% de eletricidade de fontes renováveis em nossas fábricas
- Incorporação média de 50% de PET reciclado no plástico das marcas Sovena
- Compromisso de, até 2025, 28% do plástico utilizado ser reciclado



FOTOS: DIVULGAÇÃO



EDP também conscientizou o público sobre preservação dos oceanos na Bienal do Livro de São Paulo deste ano



FOTOS: DIVULGAÇÃO

portuguesa. Além disso, os principais produtos embarcados por Portugal para o Brasil são Livros e Jornais (85%) e Objetos de Arte, Coleção e Antiguidades (14%). Para completar, neste ano, serão lançados 68 novos títulos de autores portugueses e de autores africanos de língua portuguesa, por 22 editoras do Brasil.

A EDP empresa com sede em ambos os países, e que atua em toda a cadeia de valor do setor elétrico, esteve presente no evento. A companhia realizou atividades destinadas ao público infanto-juvenil com programação que trabalhou a campanha institucional “Changing Tomorrow Now” (ou Mudando Hoje o Amanhã, na tradução literal) por meio de ações voltadas à temática “Oceano”. A iniciativa foi desenvolvida em colaboração com a pesquisadora Anna Carolina Queiroz, do Virtual Human Interaction Lab, da Universidade de Stanford (EUA). O conteúdo abordou temas como emissões de CO2, turismo marinho, recifes de corais e práticas inadequadas do uso da terra.

“Somos dois países unidos pela nossa língua mãe e por nossa história. Estamos nos preparando para proporcionar uma experiência mais que especial ao público infanto-juvenil da Bienal. A ideia foi mostrar a força da energia da natureza para impulsionar um futuro mais sustentável, por meio de muita tecnologia e interatividade”, destaca João Marques da Cruz, CEO da EDP no Brasil.

A valorização e preservação cultural está no DNA da EDP. A companhia foi a patrocinadora master da restauração do Museu da Língua Portuguesa. Além disso, a primeira empresa a anunciar o patrocínio na reforma do Museu do Ipiranga, que será reinaugurado em setembro. Ao todo, a empresa investiu R\$ 32 milhões nas duas iniciativas. ■



Muito mais do que *diplomacia*

Durante seis anos como consulesa de Portugal em São Paulo, Mafalda Martins divulgou seu país de origem, fez ações beneficentes e ampliou os horizontes da carreira no Direito

Por seis anos, período em que seu marido, Paulo Lourenço, exerceu o cargo de cônsul de Portugal em São Paulo, Mafalda Martins reuniu artistas, empresários e executivos do segmento financeiro na residência oficial do casal para promover a cultura portuguesa, seus produtos e atrativos. Encontros bilaterais e de troca de ideias. Grandes marcas como Andorinha, Vista Alegre, Gallo e Santa Luzia aceitavam os convites da então consulesa para ensinar um pouco mais sobre Portugal aos brasileiros. E a própria Mafalda descobriu que ainda poderia aprender mais e se surpreender com seu próprio país.

Certa vez, durante um almoço para 20 pessoas organizado por ela, o chef convidado propôs que entrada, prato principal, inclusive a sobremesa, fossem todos à base de bacalhau. Fato que a surpreendeu de antemão. “Quando me contaram que o peixe viraria doce eu não acreditei que o resultado pudesse ser bom, mas ficou maravilhoso”, relembra aos risos. Histórias como essa e a organização de grandes almoços e jantares costumam ser destaque do dia a dia de consulesas em países onde não se permite que as esposas dos cônsules trabalhem. Mas esse não é o caso do Brasil, muito menos de Mafalda, que fez sua passagem por São Paulo ir muito além dos eventos glamourosos.

Enquanto Paulo Lourenço comandava o consulado de Portugal em São Paulo, Mafalda, que é advogada, liderava outras atividades no escritório dela, na capital paulista. “Graças a um acordo entre Brasil e Portugal foi possível tirar a OAB para exercer minha profissão.” As amizades e clientes conquistados entre 2012 e 2018 possibilitaram a “exportação” de seu escritório para Lisboa. Com foco na área de imigração e investimentos em Portugal, atualmente, 70% dos clientes do escritório Mafalda Martins Advogados são brasileiros. O restante é formado por americanos (25%) e outras nacionalidades (5%).

O balanço de perspectivas para o escritório são positivas devido à procura

dos brasileiros, que representam a maior comunidade de estrangeiros em Portugal. Em 2021, a população estrangeira residente no país somou 698,8 mil pessoas, o maior número desde 1976, início da série histórica. Desse total, 204 mil são provenientes do Brasil, segundo o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) do país. Entre os principais motivos para concessão de títulos de residência estão atividade profissional, estudo e reagrupamento familiar.

O consulado de Portugal em São Paulo costuma estar na liderança no mundo na concessão de cidadania portuguesa. Após um período de queda migratória no início dos anos 2010, por conta de políticas de austeridade em Portugal, o interesse dos brasileiros pelo país voltou a crescer em 2017, penúltimo ano da gestão de Lourenço. E, somente naquele ano, foram 12.217 requisições, alta de 64,8% em relação a 2016.

Enquanto colaborava para aumentar os índices, a então consulesa também se dedicava a cuidar de quem precisava de atenção por aqui. Ela é fundadora do “Play for Good”, ação social que reunia interessados em atividades físicas - aulas da modalidade *hiit fight*, *hiit dance* e *army cross* faziam sucesso na época - em troca de doação de alimentos não perecíveis para entidades como a Apae. Apoiados por grandes marcas, os eventos aconteciam, na maioria das vezes, em shopping centers da capital paulista e costumavam atrair até alguns famosos, como a ex-jogadora de basquete Hortência. “Infelizmente, com a pandemia, o projeto foi encerrado”, lamenta Mafalda.

O relacionamento da advogada com grandes marcas, principalmente de luxo, era facilitado devido a sua posição na Associação das Consulesas de São Paulo (Aconsp), da qual foi vice-presidente e, também, presidente. As grifes desejavam estar próximas dessas mulheres, que tinham o perfil para divulgar seus produtos aos seus públicos de interesse.



Encontro na Associação das Consulesas de São Paulo (Aconsp), instituição da qual foi vice-presidente e, também, presidente

Multitarefa

Fazendo um retrospecto sobre o histórico da trajetória como consulesa, advogada e filantropa, com a agenda apertada, Mafalda ainda equilibrava suas atividades como mãe. Ao chegar ao país, ela já carregou o filho de apenas três meses nos braços que ela chegou ao Brasil. Diante do atendimento prestado às puérperas, ela traça um comparativo: “O brasileiro sabe acolher crianças e gestantes. Existe no país um carinho que não há em Portugal. Nas filas, a gestante passa na frente, em Portugal ela é tratada como uma pessoa normal. Quando fomos embora, meu filho tinha seis anos e minha filha, quatro. O Brasil foi o país perfeito para essa fase deles”, afirma.

Mafalda, que já morou em Angola quando foi diretora jurídica de um grande banco português, também destaca a fama de otimista dos que vivem no Brasil. “O brasileiro tem a capacidade de ver o lado bom das coisas. O que sou hoje está muito relacionado à energia brasileira que eu recebia. Nós, portugueses, temos muito o que aprender com o povo brasileiro”, afirma. O serviço de qualidade também é outro destaque dado por Mafalda, que é pós-graduada em direito do consumidor. “O brasileiro é preocupado com o atendimento e quer sempre agradar. No mercado, os funcionários colocam as compras dos clientes na sacola. Fiquei muito mal acostumada no Brasil, pois em Portugal isso não acontece.” ■



Mafalda Martins atuou ativamente no dia a dia da advocacia paulistana

TERRINHA

A advogada se orgulha em ter contribuído para mudar a imagem de Portugal diante do brasileiro. “Quando chegamos ao Brasil, Portugal ainda era visto como a “terrinhã”, no sentido pejorativo. Quando o assunto era Europa, o chique era ir para a França. Aos poucos, os brasileiros começaram a valorizar nosso país e viram que Portugal não era o mesmo de 20 anos atrás”, diz. Com a pandemia perdendo força, Portugal vive certa euforia marcada pela reabertura do país. A inflação de julho deste ano chegou a 9,1%, a mais alta registrada em 30 anos, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE). O percentual está acima da média da Zona do Euro, que ficou em 8,9%. “Estamos vivendo tempos estranhos. A guerra da Ucrânia está bem próxima e enfrentamos inflação praticamente pela primeira vez. Nosso aeroporto é pequeno e está um caos, com enormes

filas na Imigração. É difícil reservar hotel. Estamos em um momento mais duro da economia, mas alguns segmentos seguem vibrantes”, avalia. Vivendo em Lisboa, a verdade é que Mafalda nunca deixou o Brasil. E devido ao volume de clientes brasileiros, a ex-consulesa viaja a São Paulo a cada três meses. Acompanha as notícias do país e lamenta o momento de extremos das Eleições. “O Brasil precisava muito de uma terceira força, de mais opções”, avalia. Ela diz que sente esses extremos de opiniões entre seus clientes do Brasil e reconhece que nesse ponto, portugueses e brasileiros são bem diferentes. “Por aqui mudamos de ideia facilmente em relação a um candidato. Hoje estamos pensando em votar em um, amanhã no outro. Mas esse não é um cenário exclusivo do Brasil. O mundo vive um momento de extremos no campo polaridade política”, diz.



Uma taça de vida

Bacalhôa Vinhos de Portugal demonstra capacidade para competir no mercado mundial de vinhos

AO longo dos anos, a Bacalhôa Vinhos de Portugal desenvolveu uma vasta gama de vinhos em seu portfólio, o que possibilitou sólida reputação e a preferência de consumidores nacionais e internacionais. Presente em sete regiões vitícolas portuguesas, com um total de 1200 hectares de vinhas, 40 quintas, 40 castas diferentes e quatro adegas, a empresa distingue-se no mercado pela sua dimensão, aspecto inovador e pela autonomia – que chega a 70% de produção própria.

A Bacalhã dispõe de adegas nas regiões mais importantes de Portugal: Alentejo, Península de Setúbal (Azeitão), Lisboa, Bairrada, Dão e Douro. Com capacidade total de 20 milhões de litros e 15 mil barricas de carvalho, a companhia prossegue a sua aposta na inovação pela criação de vinhos com sabores e aromas surpreendentes, com a oferta elevada qualidade e consistência.

Projeções

No decorrer deste ano, a produtora promete realizar um conjunto de iniciativas direcionadas a profissionais e consumidores, em celebração ao centenário da empresa. A história da Balhã começou em 1922, com a fundação da firma João Pires & Filhos, empresa vocacionada para a comercialização a granel de vinhos produzidos a partir de uvas compradas na Península de Setúbal. No final dos anos 1970, a companhia engatou uma nova fase, marcada pela aposta na vinha e nas marcas próprias e, sobretudo, pela extraordinária produção de vinhos feitos com base em conceitos, perfis e técnicas nunca antes experimentados em Portugal.

Um novo ciclo é esperado nestes cem anos de existência, conforme o comunicado da produtora: “o principal desafio é a implementação e consolidação do Projeto de Produção Sustentável iniciado em 2020. Acreditamos na enorme mais-valia da sustentabilidade, de forma transversal a nossa atividade”.

No mesmo texto, produtora ainda confirma que ao longo de 2022, irá “dividir a celebração do centenário com profissionais e apreciadores, por meio de diversos eventos e iniciativas, onde a cultura, a arte, a paixão e o vinho terão sempre lugar de destaque”.



DIVULGAÇÃO

Uma das maiores vinícolas de Portugal fica a 40 minutos da cidade de Lisboa



DIVULGAÇÃO

PALÁCIO E QUINTA DA BACALHÃ

A vinha plantada na Quinta da Bacalhã encontra o terroir ideal para a produção de excelentes vinhos: solos argilo-calcários bem drenados e clima ameno devido à forte influência atlântica. Cabernet Sauvignon, Merlot e Petit Verdot são as castas tintas produzidas no empreendimento. Em anos excepcionais, o vinho Palácio da Bacalhã também é produzido.



Karene Vilela

Enófila por paixão à bebida de sabor marcante, Karene Vilela é publicitária formada pela Escola Superior de Propaganda Marketing (ESPM). Imersa nos vinhos pela Associação Brasileira de Sommeliers (ABS) e sommelier formada pela Court Master Sommelier. É detentora do título DipWSET, certificada Wine Scholar Guild (SWS, IWS e FWS) e CEO da Portus Cale. Além disso, é sócia idealizadora do projeto “Got Wine?” e educadora da Wset na The Wine School Brasil. Atualmente, é uma das poucas brasileiras ingressas no Instituto Master of Wine.

DIVULGAÇÃO



GARANTIA DE SUCESSO

Segundo Karene, os principais vinhos da Quinta da Bacalhôa são os clássicos: Quinta da Bacalhôa Tinto e Quinta da Bacalhôa Branco.

Quinta da Bacalhôa Tinto

Apresenta aromas de frutos vermelhos bem presentes combinados com nuances de madeira e especiarias. À boca, são realçadas as sensações de frutas vermelhas que combinam com taninos suaves. Tem final fresco, elegante e muito complexo.

ESTÁGIO: 13 meses em barricas novas de carvalho francês, com tempo mínimo de seis meses de garrafa.

NOTAS DE PROVA: aromas de frutos vermelhos combinados com nuances de madeira e especiarias. Na boca, as sensações de frutas vermelhas são realçadas e combinadas com taninos suaves bem presentes. Tem um final fresco, algo mineral, elegante e muito complexo. Possui grande potencial de envelhecimento.

PRÊMIOS:

- Sakura - Japan Women's Wine Awards - Gold (2018)
- Wine Enthusiast - 94 Pts (2017)
- Grandes Escolhas - Os melhores Vinhos de 2017 na Categoria Península de Setúbal
- VINHO - Grandes Escolhas - Boa Escolha (2018)
- Revista "Paixão Pelo Vinho" - Prémio "Excelência" 2018

Harmonização

SUGESTÃO BACALHÔA: é o acompanhante ideal para pratos de carnes vermelhas e caça.

SUGESTÃO KARENE: adoro o meu Quinta da Bacalhôa tinto com um belo cozido de carne com legumes no melhor estilo *confort food*.

Quinta da Bacalhôa Branco

Vinho de combinação considerada interessante. Na boca, média acidez com uma sensação aveludada e frutada, e um final com notas de cera, mel e casca de madeira. Perfeito para apreciar com queijos, e saborear um final com persistência marcada e agradável.

ESTÁGIO: 16% do mosto fermentou e estagiou cinco meses em barricas novas de carvalho francês.

NOTAS DE PROVA: apresenta uma cor amarelo palha, com reflexos esverdeados, aromas complexos que revelam caracteres frutados com registos de toranja, maracujá e alperce, caracteres florais como a tília e o mel, numa boca elegante e de grande profundidade numa estrutura e corpo forte. É uma bebida com que remete a algo profundo, sofisticado e complexo.

PRÊMIOS:

Wine Enthusiast - 90 Pts (2017)

Harmonização:

SUGESTÃO BACALHÔA: pratos de peixe de sabores intensos ou de carne de aves. Recomendamos também com queijo DOP Azeitão.

SUGESTÃO KARENE: gosto do Quinta da Bacalhôa branco com queijos de massa mole e frutos do mar.



Com suas edificações históricas, Palácio da Bacalhôa se tornou uma parada obrigatória para turistas de todo o mundo

ENOTURISMO

O projeto da Bacalhôa implementado nas diversas quintas sob o tema "Arte, Vinho e Paixão" visa surpreender as expectativas dos mais exigentes. Das vinhas ao vinho, todo o processo vitivinícola é envolvido em vários cenários que incluem a tradição e modernidade, com exposições artísticas diversas, da pintura à escultura, nunca esquecendo magníficas obras naturais.



Intercâmbio

A Portus Cale, empresa na qual Karene Vilela está à frente há mais de uma década, é responsável pela marca Bacalhôa no Brasil desde 1985. Sua vida vinica nasceu dentro da Bacalhôa. Ela aprendeu a beber, estudar e vender vinhos com o grupo Bacalhôa. Hoje, é uma das maiores propagadoras da marca no país.

Karene atribui o crescimento e o reconhecimento internacional da marca Bacalhôa à orientação por qualidade, vinhedos próprios, investimentos massivos, além da presença de personalidades importantes ligadas a esse universo. "Os enólogos são responsáveis pela produção do vinho e nós, expert e sommeliers, pela disseminação da cultura do vinho. Pessoalmente, sou apaixonada por história e relacionamento o que faz todo o encantamento do meu trabalho. Adoro saber histórias sobre regiões, produtores e famílias e levar isso para mais e mais pessoas", frisa.

A especialista destaca que no Brasil, o mercado de vinhos tem forte potencial de crescimento, seja na produção como em distribuição. No entanto, globalmente, a indústria vinica vai precisar combater problemas pontuais, como as mudanças climáticas e os problemas de suprimento de matéria prima decorrentes da pandemia. "Os preços também tendem a aumentar por conta da falta de abastecimento e quebras de safras devido aos problemas climáticos como secas e geadas".

PROJETO PREMIADO

REGIÃO NORTE DE PORTUGAL TEM NOVO COMPLEXO CULTURAL COM SETE MUSEUS



Imagine uma grande praça aberta que nos arredores possui sete museus, 12 bares e restaurantes, uma escola de vinho, diversas lojas de empreendedores locais, uma galeria de arte e um espaço para eventos, distribuídos em antigas caves de vinho restauradas? Ironicamente, a descrição remete a uma exclamação quando falamos o nome do lugar, WOW – World of Wine, localizado na cidade de Vila Nova de Gaia, às margens do Rio Douro e de frente para a cidade do Porto, no norte de Portugal.

O local, que ao mesmo tempo vira o mirante para um dos patrimônios histórico-culturais e enogastrômicos importantes da Europa, tem 55 mil metros quadrados de área construída, projeto do grupo The Fladgate Partnership, que detém importantes marcas de vinhos do Porto, de hotelaria, de restaurantes, de distribuição e de sustentabilidade. O WOW compila a história, a magia e as emoções por trás dos vinhos portugueses, do ritual dos copos, da indústria da cortiça, da história do Porto e do que de melhor se faz no norte de Portugal, como os têxteis e a moda, sem esquecer do museu e fábrica de chocolates.

Recentemente, o concurso Best Of Wine Tourism 2022 concedeu ao lugar, o Special Achievement Award, reconhecimento que tinha sido entregue até então, somente à Cidade do Vinho, em Bordeaux, na França. Trata-se de uma premiação rara, atribuída em ocasiões muito especiais, quando a instituição que concede o prêmio encontra projetos excepcionais e que não têm enquadramento nas categorias tradicionais do concurso. Em fevereiro, o WOW foi o escolhido na categoria Turismo Inovador da 3ª edição do Prêmio Nacional de Turismo, concedido pelo jornal português Expresso. A seguir, conheça mais sobre o leque de opções do complexo.

O acesso à grande praça central e mirante do WOW é livre. Paga-se somente entrada nos museus ou pelo consumo nos 12 bares e restaurantes do complexo, ou ainda nas degustações especiais e workshops sobre vinhos ou chocolates. Há pacotes que garantem acesso a dois, três ou cinco museus e são válidos por seis meses.



PORTO REGION ACROSS THE AGES
O museu da história do Porto

O Porto e seus arredores são um território com milhares de anos de história. Este é um excelente ponto de partida para compreender o patrimônio histórico e cultural da cidade, passando desde os descobrimentos às invasões francesas, chegando até à Guerra Civil, para entender o processo da Revolução Industrial. A viagem ao tempo culmina na prosperidade dos dias atuais.

THE BRIDGE COLLECTION
O museu dos copos e taças

Adrian Bridge, CEO do WOW, é proprietário de uma coleção invejável de copos e taças de vinho. No total, estão em exposição duas mil peças, cujas mais antigas remontam à 7 mil a.C. É uma das mais abrangentes coleções privadas desse tipo no mundo, abraçando muitos períodos da história. O percurso pela história prossegue cruzando os descobrimentos, a Era de Napoleão, a Bretanha Georgiana e Vitoriana até chegar aos dias de hoje.



WINE EXPERIENCE
O museu dos vinhos

Numa viagem de norte a sul de Portugal, com passagem pelos arquipélagos da Madeira e dos Açores, aqui é possível saber mais sobre o solo, o clima, as uvas, os processos da produção dos diferentes vinhos.



PORTO FASHION & FABRIC MUSEUM
O museu da moda e dos têxteis

A mostra revela desde o processamento da matéria-prima para obtenção do fio, passando pela tecelagem, acabamentos, confecção da peça e terminando na recriação de uma vitrine. A segunda parte é palco para a moda portuguesa, o calçado nacional e a magistral arte da filigrana, numa síntese do que constitui o DNA da moda portuguesa, desde os anos 80 até hoje. O edifício inclui ainda uma área disponível para exposições temporárias, num total de 300 metros quadrados.



PLANET CORK
O museu da cortiça

Portugal é o maior produtor de cortiça do planeta, sendo responsável por mais de 50% da produção global em 730 hectares de floresta. O museu descortina o seu incrível mundo, desde a ancestral exploração do sobreiro (árvore da qual se extrai a cortiça) até às mais variadas e vanguardistas aplicações: das rolhas do vinho até à indústria aeroespacial.

THE CHOCOLATE STORY
O museu do chocolate

Nesta experiência, o WOW explica o que é o chocolate, com a proposta de mostrar que isso vai além de ser uma doce iguaria. Desde as plantações do cacau até aos processos de fabricação do chocolate, tudo é demonstrado passo a passo, em doze etapas diferentes. Como os vinhos, cada chocolate é um mundo para desvendar, onde também tudo depende do *terroir*, da variedade, da colheita e do processo de transformação. No final da experiência, a teoria materializa-se na prática e uma verdadeira fábrica de chocolate mostra, em tempo real, os processos da transformação das sementes no chocolate.



PINK PALACE EXPERIENCE
O museu dos vinhos Rosé

Criado para entreter, mas sem descuidar da visão pedagógica, este museu proporciona, em cada sala, uma experiência diferente, criando momentos que pedem por cliques fotográficos. Para aqueles que desejam aprender mais sobre o vinho Rosé, o Pink Palace é envolvente, divertido e memorável.



C-LEVEL EM DESTAQUE

ADRIAN BRIDGE, CEO do WOW, é o principal responsável pelo empreendimento que visa reforçar a oferta cultural e museológica no Porto, proporcionando bons motivos para viver a cidade e destacar o potencial da região nas áreas em que é especialista: no vinho e na indústria têxtil e na moda.

“O Porto e mais especificamente o WOW representam o que de melhor se faz em Portugal, revelando a cultura e o patrimônio português em diferentes museus, exposições, restaurantes e lojas. Acredito que o WOW é, sem dúvida, a melhor forma de iniciar uma viagem por Portugal e pela Europa e, por isso, o mercado brasileiro é para nós muito relevante”, enfatiza.



DNVUBAÇÃO

Wavin, uma das maiores fabricantes de tubos e conexões do mundo, tem novo presidente no Brasil, **Sergio Costa**. Dentre suas responsabilidades, destaca-se a condução da evolução da marca no território nacional. O executivo assume a posição em razão da saída do seu antecessor, Daniel Neves, que ocupava o cargo desde abril de 2020.



RICARDO CARREDO

A BK Brasil, máster franqueada das redes Burger King e Popeyes no país, anuncia **Juliana Cury** como sua próxima vice-presidente de Marketing e Vendas. A executiva, até então diretora de Marketing e Inovação, assume agora parte da área atualmente comandada por Ariel Grunkraut, que também lidera a frente de Tecnologia e se tornará CEO da companhia a partir de 2023.

UP

Em 2022, a **Coca-Cola** completa 80 anos de atuação no Brasil. A empresa mantém um ciclo sólido de investimentos no país, no patamar de R\$ 3 bilhões anuais, fomentando diversas ações de impacto social e ambiental. Agora, anuncia aporte de aproximadamente R\$ 200 milhões para alavancar os negócios de pequenos empreendedores.

Grupo Leonora projeta crescimento de 40% em 2022. Com nova empresa criada em 2021, holding soma três negócios com seis marcas e prevê cenário de constante inovação para os próximos meses, alicerçada nos novos comportamentos de consumo do pós-pandemia.

O **BTG Pactual**, maior banco de investimento da América Latina, encerrou o segundo trimestre com lucro líquido ajustado recorde de R\$ 2,17 bilhões, avanço de 26,6% sobre igual período do ano passado. As receitas totais do banco também registraram melhor volume da história, em R\$ 4,51 bilhões, aumento de 19,7% na comparação anual.



FREDDY UENHARA

Celia Pompeia



FREDDY UENHARA

João Doria Neto



FREDDY UENHARA

Carlos José Marques

O **Grupo Doria**, principal plataforma negócios do país, e o **LIDE - Grupo de Líderes Empresariais**, anunciam nova estrutura de liderança. A economista **Celia Pompeia** assume a presidência do **Grupo Doria**; o administrador **João Doria Neto**, a presidência do **LIDE**; e jornalista **Carlos José Marques** a posição de Chief Content Officer (CCO) do **LIDE** - e permanece como editor-chefe da Editora Três. A nova estrutura consolida os pilares de governança profissional da holding e passa a atender às demandas corporativas do Grupo Doria e da respectiva unidade negócio LIDE.

Em junho, o LIDE também apresentou o *Special Advisory Board*, que trabalhará integrado ao atual Comitê de Gestão, composto por renomados empresários, mas com foco na atuação internacional do Grupo, que mantém representatividade em cinco continentes. O *Advisory Board* é uma iniciativa do chairman do **LIDE**, **Luiz Fernando Furlan**. Os primeiros integrantes do conselho são: **Celso Lafer** (advogado, jurista, acadêmico e ex-ministro das Relações Exteriores); **Henrique Meirelles** (economista, ex-Ministro da Fazenda e ex-presidente do Banco Central); e **João Doria** (jornalista, publicitário, empresário, ex-governador de São Paulo e ex-prefeito da Cidade de São Paulo).

Make Money

1 MILHÃO

de clientes na compra de criptomoedas no Brasil. Essa é a marca alcançada pelo Nubank menos de um mês depois do novo serviço ser disponibilizado a todos os usuários da instituição no fim de junho.

US\$ 290 BILHÕES

representam o total em gastos globais que o C-commerce (Conversational Commerce) deverá atingir até 2025, um crescimento de quase sete vezes segundo uma pesquisa da Juniper Research.



JEFFERSON BERNARDES

Linha de produção

A Toyota comemorou em agosto um marco importante em sua trajetória no Brasil. A planta em Sorocaba, no interior de São Paulo, completa 10 anos de operação com marca de 1 milhão de veículos produzidos na unidade. Fruto de investimento inicial de R\$ 1 bilhão, a unidade foi responsável por pouco mais da metade do dinheiro investido pela montadora no país na última década para se manter relevante.



DNVUBAÇÃO

ÍCONES DA EFICIÊNCIA ESCANDINAVA

OS MODELOS SUVs PREMIUM XC60 E
XC90 GANHAM MAIS AUTONOMIA NO
MODO 100% ELÉTRICO

GIORGIO BARBOSA

EM RESUMO

Portifólio da Volvo dá um passo na transição energética, possibilitando mais autonomia no uso de veículos elétricos

C

om o compromisso de tornar-se 100% elétrica até 2030, a Volvo Car Brasil passou a ampliar o portfólio com novos modelos híbridos. Recentemente, a montadora sueca inovou com a repaginagem dos SUVs XC60 e o XC90, que ganham ainda mais autonomia no modo elétrico, proporcionando às pessoas terem uma vivência real.

A mudança é observada também no quesito potência, com aumento de 65% a mais nesse nível. A capacidade da bateria aumentou 62% e passou a 18.8 kWh. Isso se reflete diretamente na autonomia dos modelos.

Além disso, os motores ganham 14% a mais de potência, passando de 407 em cavalos de potência (hp) para 462 hp, e um torque de 709 nanômetros. Com mais pessoas dirigindo no modo puramente elétrico, a Volvo Cars estima redução de 50% na emissão de CO2 na atmosfera.

XC60: tecnologia e praticidade

O SUV carrega toda a herança da marca sueca em luxo, sofisticação, potência e segurança. Não é à toa que é o modelo mais vendido da marca, referência em design e tecnologia.



DIVULGAÇÃO

SEGURANÇA COMO ALIADA

Reconhecida mundialmente pela segurança, os SUVs da Volvo vêm com a moderna tecnologia City Safety. Mais do que um sistema de proteção, oferece a mais avançada assistência à condução e reconhece pedestres, ciclistas e animais de grande porte e pode frear e até esterçar o volante para evitar ou minimizar uma colisão. Em conjunto com o Pilot Assist e controle de cruzeiro adaptativo (ACC), o modelo conta com sensores e câmeras que monitoram as faixas das vias e um sistema que comanda a aceleração, frenagem e também auxilia no deslocamento do veículo, por exemplo, ao contornar curvas abertas em rodovias, além de controlar a distância do carro adiante.

Os inconfundíveis faróis com o estilo Martelo de Thor são referência em design e marcam a ousadia da marca em inovação. E sofisticação escandinava pode ser reparada nos detalhes internos. O painel de instrumentos é prático, moderno e ainda permite uma personalização exclusiva, incluindo a projeção do mapa do percurso.

O XC60 traz também carregador por indução para smartphones e as tecnologias *Ready to Drive*, que emite um alerta caso o trânsito à frente ande e o motorista ainda não tenha partido com o veículo. Outra novidade é o recurso *Emergency Stop Assist*, que irá parar o veículo, caso o motorista não reaja a nenhum dos alertas emitidos pelo sistema.

Volvo XC90: pura sofisticação

Outro ponto positivo é que o SUV possui espaço para sete ocupantes. As versões Inscription e R-Design são equipadas com um dos mais completos pacotes de tecnologia, segurança e comodidade e traz itens de conforto e praticidade, como o *head-up display*, que mostra as informações do painel de maneira mais prática e confortável, além do Park Assist com câmera 360°, sistema de Suspensão a Ar, que adapta o carro de acordo com as opções que forem feitas nos cinco modos de condução.



Modelos XC60 e XC90: de R\$ 399.950,00 a R\$ 563.950,00.

DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

CONFORTO

Os modelos vêm de série com o Volvo On Call, serviço de segurança, proteção e conveniência que oferece assistência 24 horas e auxílio de emergência. O que permite ao condutor, por meio de seu aplicativo no smartphone, verificar o nível da bateria, trancar e abrir as portas, climatizar a cabine à distância, dar partida remota e enviar destinos para o sistema de navegação, por exemplo. Os SUVs também são equipados com o avançado sistema de purificação de ar, o Advanced Air Cleaner, que filtra contaminantes que chegam à cabine.

Já o XC90 esbanja luxo e sofisticação com opções de acabamento em fibra de carbono ou madeira, dependendo da versão, painel de instrumentos digital de 12,3" integrado com o painel central de LCD 9" touch screen e sistema de entretenimento. ■



DIVULGAÇÃO

ECONOMIA DO FUTURO

Encontro da Plataforma LIDE ESG reuniu líderes empresariais em São Paulo para debater as oportunidades a partir de produtos sustentáveis

O CEO Global da JBS, Gilberto Tomazoni, defendeu que as ações vinculadas aos pilares ESG devem estar diretamente relacionadas aos investimentos em inovação. A fala ocorreu durante recente encontro da **Plataforma LIDE ESG**, ocorrido no dia 16 de agosto, em São Paulo, para debater sustentabilidade. “Temos de focar na redução de custo de toda a cadeia. Não podemos, é claro, aumentar o valor do produto. O investimento tem de ser em cima, justamente, de tecnologia. Investir em sustentabilidade deve ser investir em inovação, pesquisa e desenvolvimento”, disse. Tomazoni falou sobre a preocupação com o consumidor final, que não deve ser penalizado com altos valores para ter acesso a esse portfólio. “Antes eu pensava que os produtos que não fossem sustentáveis custariam menos. Não pode. Tem de reduzir o custo do sistema e não aumentar o valor no final da cadeia sustentável”.



TRINCA PRODUÇÕES/LIDE

“Investir em sustentabilidade deve ser também investir em inovação”

GILBERTO TOMAZONI,
CEO GLOBAL DA JBS



FREDDY UENHARA/LIDE

PIONEIRISMO

Presidente do **Grupo Doria** e conselheira do **LIDE**, **Celia Pompeia**, destacou a vanguarda do setor produtivo nos pilares ESG e defendeu o protagonismo do Brasil diante do cenário internacional. “É preciso entender a realidade local para que possamos ter o reconhecimento no exterior. E devemos manter essa pauta ativa”.



FREDDY UENHARA/LIDE

REUNIÃO

No início de julho, aconteceu o primeiro encontro com os integrantes do novo **Advisory Board** com o **Comitê de Gestão do LIDE** - ambos formados por profissionais renomados. Trata-se de um momento de transformações para o **Grupo Doria** e para o **LIDE**, que mantém o protagonismo nacional e internacional como o mais importante hub de experiências corporativas, conteúdo qualitativo e networking profissional. Fazem parte deste novo conselho consultivo: **Celso Lafer** (advogado, jurista, acadêmico e ex-ministro das Relações Exteriores); **Henrique Meirelles** (economista, ex-Ministro da Fazenda e ex-presidente do Banco Central); e **João Doria** (jornalista, publicitário, empresário, ex-governador de São Paulo e ex-prefeito da cidade de São Paulo) - outros nomes serão anunciados em breve. Esta é uma iniciativa do chairman do LIDE, Luiz Fernando Furlan.



ANDERSON TIMOTEO/LIDE

“Na nossa gestão, temos adotado como princípio fundamental o diálogo, buscando o setor empresarial convergências naquilo que diz respeito ao desenvolvimento do nosso Estados”

PORTO-INDÚSTRIA VERDE

A governadora Fátima Bezerra anunciou a criação do Conselho Estadual de Política Energética, que terá a participação de representantes da sociedade civil e de órgãos ambientais para compatibilizar o desenvolvimento com a preservação do meio ambiente. O objetivo é acelerar o desenvolvimento do Porto-Indústria Verde.



CAMILA PICOLO

ENERGIA LIMPA

O então presidente da Vibra Energia, Wilson Ferreira, que a partir de setembro volta a liderar a Eletrobras, afirmou que a transição energética oferece oportunidades. O executivo refere-se ao biometano, etanol, que são biocombustíveis, além da construção de refinarias verdes para produzir o diesel vegetal e combustível sustentável para a aviação. “Estamos no chamado ciclo virtuoso desse tema climático e o Brasil novamente vai ser o grande exemplo mundial”.

FÓRUM LIDE DE INFRAESTRUTURA, LOGÍSTICA E ENERGIA

Fátima Bezerra, governadora do RN: “Até 2026, vamos investir R\$ 45 bilhões em energia renovável”

A governadora do Rio Grande do Norte, Fátima Bezerra (PT), anunciou investimentos de R\$ 45 bilhões na matriz energética renovável no estado pelos próximos quatro anos. A chefe do Executivo potiguar fez a abertura do 10º **Fórum LIDE de Infraestrutura, Logística e Energia**, que reuniu empresários em São Paulo, no dia 9 de agosto. Segundo Fátima, o foco do estado é assumir o protagonismo ao contribuir para a transição e o equilíbrio da matriz energética no

país. O Rio Grande do Norte é considerado, atualmente, o líder na produção de energia eólica no Brasil, gerando equivalente a 10 usinas hidroelétricas de Itaipu. A governadora afirmou aos empresários e autoridades que, em 2021, foram assegurados R\$ 13 bilhões em novos investimentos na geração de energia renovável, em especial eólica e solar. Até 2026, a projeção é de mais R\$ 45 bilhões, que deverão gerar cerca de 33 mil empregos em implementação e operação.



ANDERSON TIMOTEO/LIDE

SANEAMENTO

Paulo Uebel, fundador e vice-presidente da Cristalina Saneamento, alertou que a falta de saneamento afeta, diretamente, o desenvolvimento do país. Para o executivo, o novo marco legal do saneamento básico (PL 4.162/2019) é uma oportunidade para que a universalização do serviço de água e esgoto ocorra de maneira eficiente, efetiva e rápida. O executivo também participou do **Fórum LIDE de Infraestrutura e Logística**, com empresários, autoridades e especialistas, em São Paulo. “O Brasil precisa combater anos de descaso e os impactos de falta de saneamento que interferem em cidadania”.

PESQUISA LIDE-FGV

Cenário político representa a maior preocupação das lideranças empresariais

Para 61% dos empresários brasileiros, o cenário político é o tema que mais preocupa, segundo levantamento da 157ª edição da pesquisa **LIDE-FGV de Clima Empresarial**. Os dados são do estudo, que é realizado, em média, com 400 grandes empresários. Em seguida, aparece a inflação (25%), cenário/internacional saúde (14%).

A pesquisa foi apurada durante o Almoço-Debate LIDE com o prefeito de São Paulo, Ricardo Nunes, realizado no dia 15 de agosto. O índice desta edição atingiu 7,1 pontos, ante 6,6 da última pesquisa realizada em maio. Trata-se de uma nota de 0 a 10 resultante de três componentes com o mesmo peso: Governo, Negócios e Empregos.

DETALHES

Para 45% dos empresários, a educação se mantém como a área que o Brasil precisa melhorar atualmente. Em seguida, aparecem:

- Política (23%)
- Infraestrutura (11%)
- Segurança (13%)

A carga tributária foi apontada como o fator impeditivo para o crescimento das empresas no Brasil (41%). Em seguida, aparecem:

- Cenário político inflação (42%)
- Taxa de juros (18%)
- Nível de procura (9%)



Veja mais dados da pesquisa em



FREDDY UCHABA/LIDE



FREDDY UCHABA/LIDE

SÃO PAULO É TEMA DE ALMOÇO-DEBATE LIDE

O prefeito Ricardo Nunes (MDB), anunciou que a municipalidade mantém o plano de investimento de R\$ 5,5 bilhões em mobilidade até 2024. A afirmação ocorreu durante encontro ocorrido em 15 de agosto, com a participação de empresários. “Esse investimento [de R\$ 5,5 bilhões no setor de mobilidade] está mantido: vamos aplicar em corredores, BRTs e terminais. É uma necessidade para a cidade e entendemos que é prioritário para todos”, afirmou Nunes. As intervenções devem começar ainda este ano.



DIVULGAÇÃO

Em uma articulação do **LIDE Logística Pernambuco**, o presidente do Porto de Santos, Fernando Biral, CFA, e parte de sua equipe visitaram o Complexo Industrial Portuário de Suape, e se encontraram com filiados nos dias 18 e 19 de agosto.



DIVULGAÇÃO

O “Encontro LIDE ESG Governança Ética” foi organizado pelo **LIDE Argentina** junto com importantes referências e líderes locais para refletir sobre a importância da integridade ao fazer negócios que contribuam para o desenvolvimento sustentável.



RUBENS NEUMITZ JR

No dia 11 de agosto, o **LIDE Paraná** recebeu na Casa LIDE, Adeodato Volpi Netto, sócio e diretor-executivo do Modal e fundador do Eleven Financial, e Cristiano Ayres, CEO do Banco Modal e idealizador do Modal Mais para um *business lunch*. Nos encontros, os executivos compartilharam com um grupo de empresários de vários setores, conhecimento e experiências debatendo o tema “Oportunidades do Mercado Financeiro”.

LIDE UNE GIGANTES EMPRESARIAIS AO GRUPO

Com mais de 105 anos de atuação no Brasil, o **Citi** é o maior banco americano em crédito presente no país atualmente. A instituição oferece portfólio completo de produtos e serviços financeiros nos mercados em que opera como, por exemplo, em Trade Finance, Cash Management local e internacional, Custódia, Derivativos, Câmbio, Project Finance, Fusões e Aquisições, Operações Estruturadas, Mercado de Capitais e Private Banking. No Brasil, a instituição demonstra sua expertise global ao oferecer produtos e serviços focados no atendimento a clientes corporativos, institucionais e de grandes fortunas. O banco atende governos, investidores, grandes e médias empresas e famílias de alta renda, que utilizam o seu conhecimento especializado, local e global, para alcançar os indicadores de crescimento e geração de valor. A instituição também possui, há mais de 10 anos, uma área global dedicada a implementar as melhores práticas ambientais para os seus clientes e para as comunidades, atitude que faz marcar presença nas principais operações ESG realizadas no mercado brasileiro.

A **Sertrading** é considerada uma das maiores e mais especializadas tradings do país, focada em prestação de serviço em comércio exterior e distribuição de produtos. A longa trajetória permite potencializar etapas da cadeia de importação e exportação, com atividades porta a porta. Assim, a companhia garante logística de grande volume para seus clientes, em diversos segmentos de mercado, utilizando operações seguras, inteligência tecnológica e 200 colaboradores treinados para reagir rápido às adversidades. Com mais de 20 anos, a companhia é uma das mais modernas dentre as maiores tradings brasileiras e uma das 15 principais empresas importadoras do país. A companhia também permite estruturar e realizar os serviços envolvidos na importação de aeronaves. Para garantir uma atuação ética e transparente, a Sertrading instituiu a área de compliance, cujas principais responsabilidades são direcionar, instruir e fiscalizar todos os outros setores da empresa com respeito à legislação brasileira.

LIDE

ABF - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING
ANDRE FRIEDHEIM, PRESIDENTE

CASA LEÃO
LYDIA SAYEG, PRESIDENTE

CITI
ANDRÉ CURY, HEAD DO CITI COMMERCIAL BANK NO BRASIL

GO ASSOCIADOS
GESNER OLIVEIRA, SÓCIO

SERTRADING
CAMILA ANVERSA, DIRETORA

LIDE PARANÁ

S&C ELECTRIC COMPANY
BRUNO IWAMOTO, DIRETOR DE NEGÓCIOS DA AMÉRICA LATINA

LIDE RIO GRANDE DO NORTE

GRUPO IN OUT
GLAUCIO UCHOA, PRESIDENTE

LIDE EMPREENDEDOR PARANÁ

DMG ACCEON
JOSÉ DAMIGO NETO, PRESIDENTE

LIDE CAMPINAS

UNIQUE GARDEN
CAMILA ZANCHETTA, PRESIDENTE

LIDE LITORAL PAULISTA

GRANT THORNTON
ODAIR SILVA, SÓCIO

ODONTOBASE
CLAUDIO DENIPOTI, DIRETOR

LIDE MASTER

RODRIGO VILAÇA

LIDE MULHER

BRANDÃO & MESQUITA ADVOGADOS
HIVELLE DE OLIVEIRA, SÓCIA

CBRE CONSULTORIA
GABRIELA GREGORI, SENIOR VALUATION MANAGER

LIDE MULHER NOROESTE

DMOMENTUS UNIFORMES
EDMARA DIAS, SÓCIA

LIDE MULHER PARANÁ

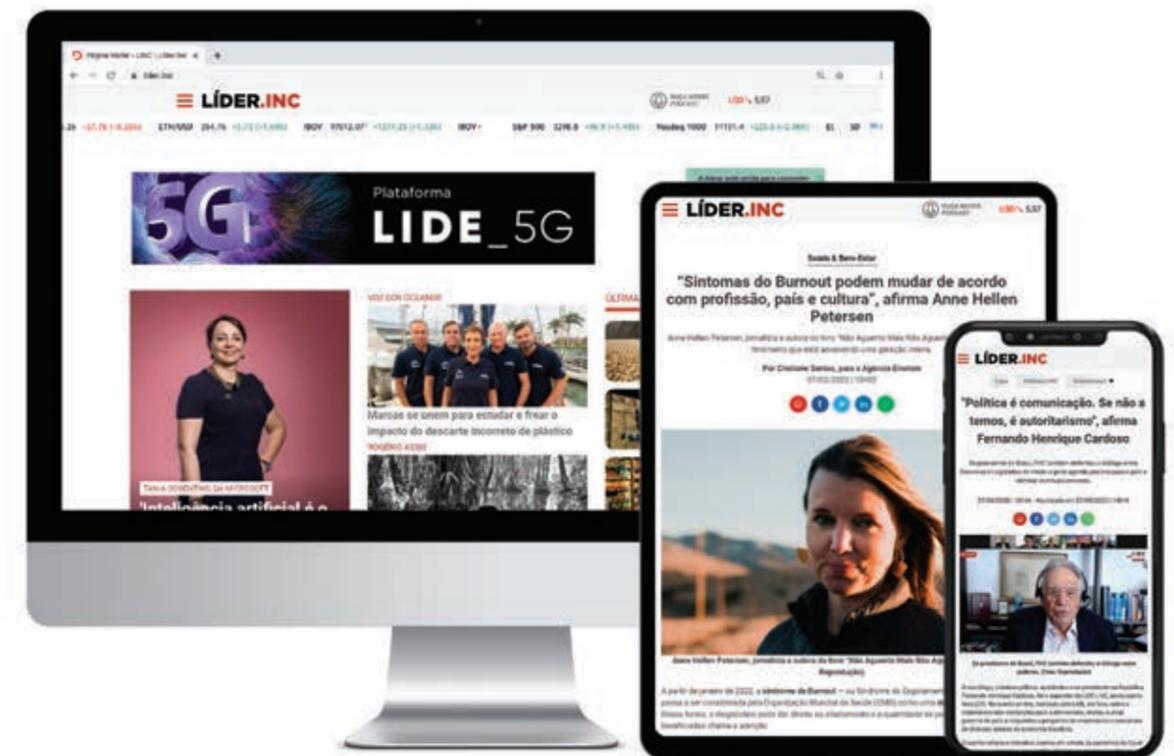
ÓTICAS JOUX
VALÉRIA BASSO, DIRETORA

LIDE MULHER PERNAMBUCO

YNOVE
VIVIANE BARBOSA, DIRETORA

<p>Luiz Fernando Furlan chairman</p> <h1 style="margin: 0;">L I D E[®]</h1> <p>João Doria Neto presidente do LIDE</p>		<p>Claudio Lottenberg vice-chairman</p> <p>Celia Pompeia membro do Comitê do LIDE e presidente do Grupo Doria</p>	
COMITÊ DE GESTÃO			
<p>Mônica Bergamaschi presidente do LIDE Agronegócios</p> <p>Roberto Lima presidente do LIDE Cidadania</p> <p>Marcos Gouvêa de Souza presidente do LIDE Comércio</p> <p>Marcos Quintela presidente do LIDE Comunicação</p> <p>Fernando Meirelles presidente do LIDE Conteúdo</p> <p>Celso Lafer presidente do LIDE Cultura</p>	<p>Daniel Mendez presidente do LIDE Empreendedor</p> <p>Eduardo Lyra presidente do LIDE Empreendedorismo Social</p> <p>Roberto Giannetti da Fonseca presidente do LIDE Energia</p> <p>Lars Grael presidente do LIDE Esporte</p> <p>Laís Macedo presidente do LIDE Futuro</p>	<p>Paulo Nigro presidente do LIDE Indústria</p> <p>Roger Ingold presidente do LIDE Inovação</p> <p>Luiz Flávio Borges D'Urso presidente do LIDE Justiça</p> <p>Afonso Celso Santos presidente do LIDE Master</p> <p>Nadir Moreno presidente do LIDE Mulher</p> <p>Claudio Lottenberg presidente do LIDE Saúde</p>	<p>Washington Cinel presidente do LIDE Segurança</p> <p>Cláudio Carvalho presidente do LIDE Solidariedade</p> <p>Roberto Klabin presidente do LIDE Sustentabilidade</p> <p>Leonardo Framil presidente do LIDE Tecnologia</p> <p>Nizan Guanaes presidente do LIDE Tendências</p> <p>Arnoldo Wald presidente do LIDE Terceiro Setor</p>
UNIDADES NACIONAIS			
<p>PRESIDENTE DO LIDE BAHIA Mário Dantas mario.dantas@lideba.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE BRASÍLIA Paulo Octávio p.o@paulooctavio.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE CAMPINAS Sílvia Quirós presidencia@lidecampinas.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE CEARÁ Emília Buarque presidencia@lideceara.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE GOIÁS André Luiz Rocha anderocha@lidego.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE LITORAL PAULISTA Jarbas Vieira Marques Jr. jarbas@lidesantos.com.br</p>	<p>PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO Evandro César Alexandre dos Santos evandrocesar@lidemt.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE NOROESTE PAULISTA Marcos Scaldelai marcoscaldelai@lideriopreto.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE PARANÁ Helôisa Garret heloisal@lideparana.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO Drayton Nejaïm drayton@lidepe.com.br</p> <p>HEAD DAS UNIDADES NACIONAIS E PRESIDENTE DO LIDE RIBEIRÃO PRETO Fabio Fernandes fabiofernandes@lideribeiraopreto.com.br</p>	<p>PRESIDENTE DO LIDE RIO DE JANEIRO Andréia Repsold arepsold@lideriodejaneiro.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO NORTE Jean Valério jeanvalerio@gmail.com</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO SUL Eduardo Fernandez eduardofernandez@lidesc.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA Delton Batista delton.batista@lidesc.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE Victor Rollemberg victor@lidesc.com.br</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE VALE DO PARAÍBA Marco Fenerich mfenerich@lidevaledoparaiba.com.br</p>	
UNIDADES INTERNACIONAIS			
<p>PRESIDENTE DO LIDE ALEMANHA Christian Hirmer c.hirmer@lidedeutschland.com</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE ARGENTINA Rodolfo de Felipe rodolfodefelipe@lideargentina.com</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE AUSTRÁLIA Carlos Ferri carlosferri@lideaustralia.com</p>	<p>PRESIDENTE DO LIDE CHINA Everton Monezzi monezzi@lidechina.org</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE FLÓRIDA Carlos Eduardo Arruda carlos@voqin.com</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE INGLATERRA Breno Dias brenosilva@lideglobal.co.uk</p>	<p>PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA Juan Barberis juanbarberis@lideitalia.org</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE NOVA YORK Flávio Batel flavio.batel@solsticadvisors.com</p> <p>PRESIDENTE DO LIDE PARAGUAI Andrés Bogarín Geymayr andres.bogarín@lideparaguay.com</p> <p>REPRESENTANTE LIDE SUÍÇA Helôisa Slav heloisaslav@lidesuisse.ch</p>	

Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE
LÍDER.INC

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

O BTG reconhece quem é você.

Alex Atala
Chef e cliente BTG

Quem só vê o resultado
não vê o trabalho.

Não vê o seu esforço
para conquistar
grandes objetivos.

O BTG acompanha
a sua trajetória.

Por isso, estamos ao seu lado
com as melhores soluções
para você ter sucesso
na sua vida financeira
e construir a sua história.



Abra sua
conta.

Dê um BTG na sua vida.
btgpactual.com

