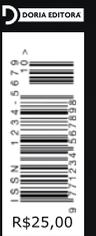


LIDE

Ano 19 - nº 134



GUSTAVO PIMENTA

NOVO PRESIDENTE DA VALE

Companhia reforça o compromisso de aprimorar seu impacto positivo para as pessoas e o meio ambiente

DORIA EDITORA

LIDE

2024

Cuidar do planeta é nosso negócio.

O futuro começa hoje e cada escolha conta.



Nossa missão é promover a transformação ecológica, investindo em projetos de descarbonização, economia circular, transição energética e regeneração ambiental.

O futuro mais equilibrado que todos nós buscamos já está sendo construído: Tecnologia, responsabilidade social e inovação andam de mãos dadas para gerar mudanças que beneficiam as pessoas e o meio ambiente.

Na Ambipar, transformamos desafios ambientais em soluções sustentáveis que geram valor para o planeta e para a sociedade. Ao fazer isso, não só cuidamos do planeta, mas também impactamos positivamente toda a comunidade.



Não existe planeta B.
Cuide do planeta [®]

**Pra você, o que é
ser gigante?
Pra CCR, é liderar
a agenda ESG
do setor de mobilidade.**

A CCR, maior empresa de infraestrutura de mobilidade do Brasil, tem um compromisso com o amanhã de todos os brasileiros. Por isso, vai utilizar energia limpa em 100% de suas operações. Além disso, vai investir R\$ 750 milhões em projetos sociais e culturais e alcançar a neutralidade carbônica até 2035. Porque crescer de maneira sustentável é o que nos faz sentir gigantes.

grupoccr.com.br


CCR | **25**
ANOS
Mover o Brasil é para gigantes



**ESPORTE CLUBE
PINHEIROS**



**PAPER
EXCELLENCE**

**NOSSO PAPEL É DESENVOLVER
O ESPORTE OLÍMPICO DO BRASIL**



**PAPER EXCELLENCE, PATROCINADORA OFICIAL
DAS MODALIDADES OLÍMPICAS DO PINHEIROS**

★ **ATLETISMO** ★ **GINÁSTICA ARTÍSTICA** ★ **JUDÔ**
★ **NATAÇÃO** ★ **SALTOS ORNAMENTAIS**



Sua empresa (protegida) para você alcançar seus objetivos. Isso que é bom.

Reconhecemos o valor de um seguro ajustado às suas necessidades. Por isso, oferecemos coberturas personalizadas e atendimento dedicado para tornar a proteção uma realidade para você e sua empresa.



Quem tem, sabe o que é bom.

  @kovrseguradora kovr.com.br

KOVR
seguradora

Tudo fica bom
com um bom seguro.



**BRAZIL
ECONOMIC
FORUM
ZURICH**

An initiative by **LIDE** & **veja**

22-24 DE JANEIRO DE 2025

ZURIQUE - SUÍÇA

**A NOVA VISÃO E PERSPECTIVAS
ECONÔMICAS DO BRASIL**

(LOGO APÓS O WORLD ECONOMIC FORUM - DAVOS)



WWW.BRAZILECONOMICFORUM.COM.BR

LIDE[®]

veja



Escultura
Bailarina da Natureza, 2024
Mármore
204 x 113 x 81 cm



novembro

/24

16 Editorial
Solidez e confiança

18 Capa
Gustavo Pimenta fala sobre transformar a Vale em uma companhia mais ágil

24 Entrevista
Marco Stefanini apresenta case para companhias que pretendem competir globalmente



32 Perfil
Fernando Rosa lidera Havaianas Brasil com foco em expansão e sustentabilidade



28 Mulheres de sucesso
Adriana Costa explica como a Siemens Healthineers Brasil tem reforçado ações ESG

80 Aviação
Companhias áreas globais aprimoram e elevam passageiro ao luxo

88 Experiência
Cidade Matarazzo é reconhecida como o maior projeto privado de regeneração urbana e restauro do patrimônio histórico do país

92 Hotel
Os empreendimentos do cineasta Francis Ford Coppola oferecem um roteiro diverso de atrações inusitadas

98 Negócios
Carlos Tilkian, presidente da Estrela, revela estratégia para conquistar novas gerações

102 Carros
RX 450h+: primeiro híbrido plug-in da Lexus no Brasil tem 56 km de autonomia no modo elétrico

106 Aconteceu
Cobertura especial dos eventos do Grupo de Líderes Empresariais

colunas
40 DINHEIRO&NEGÓCIOS
78 NOVIDADE
86 INOVAÇÃO

112 Novos Filiados
• KRLAW
• Flow Executive Finders
• Unidas
• KEO World
• BRG Beyond Realty Group

ESPECIAL PORTUGAL

42 Internacional
Apoio ao setor produtivo nacional e engajamento empresarial fomentam cenário de oportunidades entre Brasil e Portugal

48 Política
Luís Faro Ramos, embaixador de Portugal no Brasil, destaca as áreas em que os países estão estreitamente interligados

50 Especial
O comércio bilateral é de constante parceria e foco no empreendedorismo

56 Expansão
País vive notável boom tecnológico, emergindo como um polo global de inovação

60 Panorama
Hotelaria e segunda residência geram novos investimentos e integração cultural



66 Cenário
Energia e sustentabilidade abrem oportunidades de negócios intercontinentais

70 Enologia
Paladar histórico: nações unidas pela preferência por vinhos exclusivos

SOLIDEZ E CONFIANÇA

Com PIB de quase US\$ 300 bilhões, Portugal está entre as 50 maiores economias do mundo, mantendo taxa de crescimento superior à média da zona do euro. Em 2022, o Investimento Estrangeiro Direto do país no Brasil atingiu seu maior nível em estoque, totalizando US\$ 13,8 bilhões. Assim, os brasileiros ocupam o 7º lugar entre os exportadores para Portugal, concentradas principalmente em energia e no agronegócio. Em 2023, essas exportações totalizaram US\$ 3,716 bilhões.

Portugal está na 15ª posição no ranking de destino dos investimentos do País no exterior, indicando espaço para expansão, especialmente se houver uma definição no acordo comercial entre o Mercosul e a União Europeia. Um bom exemplo desse potencial é o investimento realizado pela Embraer em Portugal, na Indústria Aeronáutica de Portugal e em duas fábricas no Parque Industrial de Évora, que alcançaram US\$ 500 milhões, tendo gerado por volta de 2500 empregos diretos e sete mil empregos indiretos, além da cooperação tecnológica.

Em outro sentido, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) acaba de inaugurar o escritório da organização em Lisboa – o segundo localizado na Europa. A nova unidade da Apex pretende ser um espaço estratégico para dar suporte aos empresários brasileiros no continente. É com este cenário promissor que detalhamos em diversas reportagens como Brasil e Portugal criarem uma relação econômica privilegiada e com um intercâmbio significativo nos mais diferentes segmentos.

Já na reportagem de capa, aproveitamos para evidenciar uma das maiores e mais importantes marcas brasileiras no mundo: a Vale. Confira quais são os planos do novo presidente da companhia global, Gustavo Pimenta, e como o executivo pretende fortalecer o pilar de segurança e excelência operacional, melhorar a competitividade e confiança da empresa no mercado.

Para relaxar, não deixe de conferir dicas de hotéis incríveis, destinos, além de se atualizar sobre as principais novidades do mercado náutico, automotivo e de novas tecnologias.

Boa leitura!



Ana Lúcia Ventorim
DIRETORA EDITORIAL



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR

LIDE

www.revistalide.com.br

PRESIDENTE DO GRUPO DORIA
João Doria Neto

PUBLISHER
Beatriz Cruz

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

COORDENADORES DE CONTEÚDO
José Claudio Pimentel
Rhayssa Nascimento
Tatiana Paiva

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
Catarina Carvalho
catarinacarvalho@grupodoria.com.br

Eduardo Julianelli
eduardojulianelli@grupodoria.com.br

Flavia Makhoul
flaviamakoul@grupodoria.com.br

Marcelo Rocca
marcelorocca@grupodoria.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno
katiamoreno@grupodoria.com.br

UMA PUBLICAÇÃO



CNPJ 11.704.394/0001-85

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

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

CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO
Gráfica Oceano

CAPA
Arthur Massao Felipe de Toledo



Im Bradesco Global Private Bank - Fone Fatur Bradesco Global Private Bank-3004-9980/0800 718 9980.
-SAC - At Bradesco-0800 704 8383. SAC - Diferencial Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099. Ouvidoria: 0800 727 9933.

Sim, você chegou longe.
Por isso, é bom contar com
o Private de um banco
que enxerga longe também.



- Wealth Planning
- Investment Advisory
- Soluções personalizadas de crédito, seguros e operações estruturadas



CULTURA DE DESEMPENHO E LIDERANÇA

Gustavo Pimenta fala em como transformar a Vale em uma companhia mais ágil, eficiente e sustentável

Nos últimos anos, a Vale conseguiu avançar significativamente em sua transformação cultural, com orientação para a segurança das pessoas e operações, para a gestão de riscos e para a integridade de ativos. A companhia adotou um programa pioneiro de descaracterização de barragens, implementando os melhores padrões globais para a gestão das estruturas de contenção de rejeitos.

A multinacional também tem construído bases sólidas para uma trajetória promissora ao promover a excelência operacional e posicionar o conglomerado de forma estratégica na jornada da descarbonização global. Para reiterar e dar continuidade a este trabalho, **Gustavo Pimenta, novo presidente da Vale**, que chega para substituir o mandato de Eduardo Bartolomeo, tem sinalizado para o fortalecimento da empresa nos mais diferentes níveis.

“Segurança e excelência operacional são elementos inegociáveis dessa jornada. Adicionalmente, nossos esforços estratégicos serão concentrados em entregar um portfólio de produtos superiores, com foco maior no cliente. Em minério de ferro, vamos acelerar nossa oferta de produtos de alta qualidade, enquanto em metais básicos, pretendemos continuar a crescer, principalmente em cobre. Por fim, tenho o compromisso de aprimorar nossos relacionamentos institucionais, garantindo que iremos deixar um impacto positivo para as pessoas e o meio ambiente”, afirma Pimenta.



GUSTAVO PIMENTA,
presidente da Vale



PRODUÇÃO

No final de outubro, em sua primeira videoconferência como CEO com analistas para comentar o resultado da companhia no terceiro trimestre deste ano, Pimenta enfatizou que pretende ampliar principalmente a produção de metais da transição energética, como cobre e níquel. A meta é melhorar o mix desses produtos e acelerar com custos cada vez menores, com foco na liderança do segmento. A mineradora anunciou um lucro de R\$ 13,3 bilhões no terceiro trimestre, recuo de 3,44% em relação ao mesmo período de 2023. A receita líquida somou R\$ 52,978 bilhões, alta de 1,95% na mesma comparação. O desempenho operacional e de vendas melhorou em todos os negócios. No entanto, as vendas de minério de ferro aumentaram 1,3 Mt (+2%) a/a, impulsionadas pelo aumento de 18% das vendas de pelotas devido a maior produção e a forte demanda.

“No trimestre, nossa produção de minério de ferro atingiu seu nível mais elevado em mais de cinco anos, resultado do nosso foco contínuo na excelência operacional. Nossa

INICIATIVA

Ainda no âmbito da sustentabilidade, Petrobras e Vale assinaram um acordo para fornecimento de produtos voltados à descarbonização, que inclui o uso do Diesel R em veículos do setor de mineração. O documento prevê oportunidades de negócios em baixo carbono, como o diesel coprocessado com conteúdo renovável e gás natural.

Esta é a primeira venda do diesel coprocessado com conteúdo renovável, produzido a partir do coprocessamento de derivados de petróleo com matérias-primas vegetais. O diesel B R5 tem 14% de biodiesel, mistura obrigatória, resultando em um combustível com 18,3% de conteúdo sustentável.

produção de pelotas está em seu maior nível desde 2019, em linha com a estratégia de entregar produtos de alta qualidade. Na divisão de metais básicos, a produção de cobre e níquel também apresentou um sólido progresso, marcado por melhorias operacionais no Canadá”, comentou Gustavo Pimenta.

TRAJETÓRIA

Gustavo Pimenta é um executivo com experiência global nos setores financeiro, de energia e mineração, e com uma carreira desenvolvida ao longo de mais de 20 anos no Brasil, Estados Unidos e Europa. Em 2021, assumiu a posição de vice-presidente executivo de Finanças e Relações com Investidores da Vale S.A, liderando a agenda de produtividade da empresa, com foco na alocação de capital, eficiência de custos e redução das emissões de gases de efeito estufa. Também foi responsável pelas áreas de Suprimentos e Energia & Descarbonização.

Antes de juntar-se à Vale, Pimenta foi executivo da AES por 12 anos, acumulando ampla experiência como CFO Global, diretor de Planejamento e Estratégia e vice-presidente de Performance e Serviços da empresa. Também atuou como vice-presidente de Estratégia e M&A no Citigroup em Nova Iorque. É formado em Economia pela Universidade Federal de Minas Gerais e tem mestrado em Finanças e Economia pela Fundação Getúlio Vargas.

MOMENTO

Demonstrando na prática os objetivos dessa nova jornada, em sua primeira videoconferência, o novo CEO da Vale apontou que a mineradora segue com a meta de eliminar todas as barragens à montante no Brasil. Gustavo Pimenta destacou que o acordo oficializado com o governo, de R\$ 170 bilhões para reparação dos danos decorrentes do rompimento da barragem de Fundão, em Mariana, Minas Gerais, em 2015, foi uma solução benéfica para todos os envolvidos.



PONTO DE VISTA
GUSTAVO PIMENTA

NOVO PRESIDENTE DA VALE

Quais os primeiros passos para conduzir a empresa ao protagonismo na produção de metais que farão a transição energética?

No ano passado, tomamos a decisão de dar mais autonomia e foco no nosso negócio de metais de transição energética. Estou muito animado com o resultado dessa decisão e a evolução da Vale Base Metals de lá para cá. Nosso grande objetivo é crescer esse negócio, de forma sustentável e competitiva, principalmente no cobre, em que temos muitos recursos e reservas a serem desenvolvidos. A demanda por esses minerais de transição será enorme e o maior desafio está no crescimento da oferta. Temos uma oportunidade única de nos posicionarmos como um dos grandes produtores de metais de transição energética do mundo e essa será uma prioridade da companhia nos próximos anos.

Essa agenda é muito alinhada com as prioridades do Governo brasileiro, que deseja fazer do país um protagonista da transição energética, ao mesmo tempo em que traz desenvolvimento social para o país. Nesse sentido, temos dialogado com o Governo Federal e com os governadores dos Estados em que atuamos, para assegurar que nosso crescimento siga sendo sustentável e cada vez mais voltado para uma agenda social. Queremos deixar um legado para o país e para a sociedade.



LEIA A ENTREVISTA COMPLETA NO PORTAL DA REVISTA LIDE

“O Acordo Definitivo permitiu uma resolução mutuamente benéfica para todas as partes em termos justos e eficazes, ao mesmo tempo que criou certeza e segurança jurídica. É o resultado de um processo de mediação de alto nível conduzido pelo Tribunal Regional Federal da 6ª Região, com diálogo aberto e transparência. O engajamento das autoridades brasileiras e dos entes públicos garantiu legitimidade ao acordo, que foi respaldado por critérios sociais, ambientais e técnicos. Este importante acordo também reforça nosso compromisso com a sociedade brasileira e com um futuro melhor para as pessoas, as comunidades e o meio ambiente”, disse. ■



RICHARDO TELES

A melhor maneira de se proteger contra golpe é ser mais esperto que o golpista. Então, se liga.

Se é golpe, tem contragolpe



Todos os dias, golpistas inventam novas formas de aplicar golpes e fraudes. Desde maquininhas de cartão com telas quebradas, falsas centrais de atendimento, sites de vendas falsas, até empréstimos e leilões que não existem.

Porém, há uma coisa que você pode fazer para se proteger, não importa de que golpe: **conhecer os contragolpes.**

Os golpes mudam o tempo todo. É por isso que a Febraban e os bancos associados prepararam conteúdos para ajudar você a não cair em golpes. **É só acessar.**



antifraudes.febraban.org.br

Recebeu uma ligação pedindo a senha ou o código do cartão?
Desliga que é golpe



Recebeu um link do nada? Sem você pedir, sem você saber?
Não clica



Caiu um Pix estranho na sua conta e pediram para devolver?
Liga para o seu banco



MARCO STEFANINI

MUITO ALÉM DA TENDÊNCIA

Stefanini se mostra como case exitoso para companhias que pretendem competir globalmente por meio da Inteligência Artificial

○ Grupo Stefanini, multinacional brasileira que trabalha com IA há mais de 13 anos, investe nesta tecnologia para ampliar a produtividade humana, automatizar tarefas repetitivas e liberar funcionários para trabalhos mais criativos. Em julho, a companhia anunciou o lançamento de seu Centro de Excelência em IA nos Estados Unidos – o escritório da Stefanini em Southfield conta com 30 profissionais dedicados especificamente a soluções de IA. No mundo, são cerca de 400 colaboradores focados no desenvolvimento de soluções com Inteligência Artificial.

Ao embarcar IA em seus produtos, o grupo proporciona mais velocidade, qualidade e tecnologia às suas soluções, trazendo mais eficiência e possibilitando aos seus clientes criarem oportunidades para novos negócios e frentes de atuação, de forma que pessoas e máquina atuem de maneira sinérgica e complementar. “A IA generativa não é mais uma oferta de tecnologia, mas de negócios e produtividade para todas as áreas. A solução está redefinindo mercados inteiros e poderá fazer coisas que há um ano e meio eram impensáveis,” afirma **Marco Stefanini**.

Com 36 anos de atuação no mercado de tecnologia, a empresa foca em auxiliar os clientes no processo de transformação digital em seus negócios. Com o propósito de “Cocriar soluções para um futuro melhor,” o grupo vem sendo reconhecido em várias premiações pelo seu DNA inovador e impacto em resultados. Presente em 41 países e com mais de 38 mil funcionários, a Stefanini é apontada como empresa brasileira que mais cria valor internacional, segundo Ranking da Fundação Dom Cabral. Confira a entrevista com o fundador e CEO global da empresa, que destaca o potencial das ferramentas de IA e seu uso estratégico para os negócios.



Revista LIDE: Como foi a experiência do Grupo Stefanini, desde que decidiu investir em Inteligência Artificial, por meio de sua venture Woopi?

MARCO STEFANINI: Antes de a IA se tornar o hype atual, o Grupo Stefanini decidiu, há 13 anos, investir em Inteligência Artificial, por meio de sua venture Woopi. Enfrentamos todo tipo de desafio de uma ferramenta revolucionária, que veio para quebrar barreiras. Tudo começou com a nossa assistente virtual Sophie dando seus primeiros passos para entender como explorar a gama infinita de informações e aprendendo, nesses anos todos, a extrair os dados mais relevantes para respostas a problemas simples, mas que atendesse os usuários de várias marcas. Os aprendizados foram enormes e conseguimos transpor nosso conhecimento e, com isso, temos propriedade para mostrar os benefícios da IA no mundo corporativo.

Desde o fim de 2022, quando o ChatGPT foi lançado, a IA Generativa colocou a tecnologia no centro das discussões tecnológicas e escalou para a área de negócios. Nossa experiência anterior em IA permitiu agir rápido para desenvolver e implementar a tecnologia dentro de casa e em nossos clientes. Atualmente, maioria das ofertas do Grupo Stefanini conta com IA embarcada.

Revista LIDE: O que marcou a atuação da empresa nos últimos dois anos?

MARCO STEFANINI: Sem dúvida, nossa atuação e esforços foram concentrados e mais direcionados para os avanços de nossos projetos de Inteligência Artificial. Afinal, temos autoridade no tema há mais de 12 anos, trabalhamos com IA por meio da nossa venture Woopi, que criou a assistente virtual inteligente Sophie. O surgimento do ChatGPT e de modelos similares deram uma chacoalhada no mercado, porém nossa experiência em IA permitiu

agir rápido para desenvolver e implementar a tecnologia dentro de casa e em nossos clientes. Para atender às diversas demandas por inteligência Artificial, a Stefanini dispõe de uma extensa biblioteca, com mais de 4 mil prompts de IA que são utilizadas para apoiar as equipes internas no desenvolvimento de soluções. Uma vez testadas, essas ferramentas são aplicadas às soluções da Stefanini, o que representa um upgrade no portfólio de ofertas da companhia – Aplicações, Banking, Cyber, Data Science, Digital Workplace, Manufatura, Marketing Digital e Vendas, entre outras.

Revista LIDE: A companhia pretende entrar em um novo mercado ou oferecer novos serviços em 2025?

MARCO STEFANINI: O ano de 2025 será de amadurecimento da Inteligência Artificial, que mostrará seus resultados efetivos. A IA também deverá passar pelo processo de regulamentação, algo que se faz necessário para criar regras e normas éticas em sua utilização nas mais variadas frentes, gerando mais segurança no uso da ferramenta.

No campo de IA, queremos mirar em empresas de negócios com soluções onde possamos aplicar IA para acelerá-las. Para nós, a IA é um grande acelerador de transformação digital. Como já temos capacidade interna, não precisamos adquirir uma empresa de IA, mas precisamos fazer uma série de aquisições para potencializar nosso conhecimento e autoridade em IA. Em julho, inauguramos nosso primeiro Centro de Excelência (CoE) em IA, localizado em Southfield, nos Estados Unidos, onde fica nossa sede norte-americana. O objetivo é o de liderar a frente de IA do Grupo Stefanini. Com centenas de projetos de IA em produção junto aos clientes, o plano é escalar para começar a ver os resultados a partir do próximo ano. Vemos inteligência artificial como algo transversal entre soluções, não um negócio em si. A unidade de negócio de IA nunca será muito grande; seu papel é apoiar as demais unidades do negócio. ■



LEIA A ENTREVISTA COMPLETA NO PORTAL DA REVISTA LIDE



Uma verdadeira imersão no fascinante universo da cerveja.

O Grupo Petrópolis reuniu seus principais mestres-ervejeiros e especialistas para mostrar como é feita a bebida alcoólica mais consumida no mundo.

O resultado é uma série em cinco módulos que explica a ciência e a arte contidas na transformação de malte, lúpulo, levedura e água em cerveja.

A série no YouTube explica tudo sobre a cerveja: sua história, a seleção dos ingredientes, o processo de produção, as escolas cervejeiras e as diferenças entre famílias e estilos.

Mergulhe nesse maravilhoso universo.



Escaneie o QR Code e confira todos os episódios.

BEBE COM SABEDORIA.



POTÊNCIA CIENTÍFICA

Siemens Healthineers Brasil assina Pacto Global da ONU e reforça ações ESG com foco na agenda 2030

Em um momento de reforço de ações de sustentabilidade e desenvolvimento, a Siemens Healthineers Brasil, anuncia a adesão ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU). A empresa, que já era signatária do Pacto globalmente, aderiu a movimentos prioritários para o Brasil. Entre eles, está o "Mente em Foco", que visa a promoção da saúde mental no ambiente de trabalho, "Ambição Net Zero", comprometendo-se com a redução da emissão de carbono e "Elas lideram 2030", incentivando a presença de mais mulheres em cargos de liderança até 2030. Liderança "A adesão a Rede Brasil do Pacto Global reforça nosso compromisso com a sustentabilidade e o desenvolvimento responsável, além de proporcionar um impacto ainda mais profundo no

contexto brasileiro. Esse envolvimento fortalece ainda mais a conexão entre especialistas e líderes em sustentabilidade, o aprendizado de novas habilidades e na questão da liderança e poder servir de inspiração para outras organizações", afirma **Adriana Costa, diretora-geral da Siemens Healthineers na América Latina.**

Com mais de 20 anos de experiência em posições de liderança na América Latina, atuando em setores como saúde, bens de consumo e farmacêutica, Adriana lidera a expansão do acesso à medicina de precisão e a transformação digital no setor. Além disso, atua como conselheira e mentora de startups. Sua jornada é focada no desenvolvimento de líderes e na promoção de inovação sustentável.



ADRIANA COSTA,
diretora-geral da
Siemens Healthineers
na América Latina

Revista LIDE: Quais foram os principais avanços da companhia nos últimos dois anos?

ADRIANA COSTA: Estou à frente da companhia aqui no Brasil há pouco mais de dois anos e nesse período vejo o quanto é relevante estarmos continuamente em parcerias com instituições públicas e privadas para desenvolver projetos que ajudem a garantir mais acesso. São dezenas de iniciativas variadas que utilizam da Inteligência Artificial e da digitalização, para resolver problemas de gestão, agilizar e ser ainda mais precisos em diagnósticos e atendimentos, além de uma série de outros processos para tornar o sistema de saúde mais abrangente e eficaz. Entre os projetos destaco a parceria que temos com o Hospital de Amor com o objetivo de realizar o rastreamento do câncer de mama de três milhões de mulheres no Brasil, entre os 40 aos 69 anos de idade, até 2029. O OpenCare 5G com o Hospital das Clínicas e demais outros parceiros para atender as comunidades ribeirinhas da região Amazônica com exames de ultrassom e tomografia e o projeto Ressonância para Todos, que por meio de um mapa de presença das ressonâncias pôde se fazer um estudo mais assertivo com o uso de um equipamento mais adaptável.

Revista LIDE: Você se apresenta como uma profissional engajada em questões sociais, especialmente sobre equidade de gênero.

Quais as principais ações da empresa no âmbito do ESG?

ADRIANA COSTA: Eu entendo que a diversidade, equidade e inclusão devem ser partes integrantes da estratégia de crescimento e sustentabilidade das organizações e negócios e tenho como propósito estar sempre envolvida nessas questões. A Siemens Healthineers está comprometida com o Pacto Global da ONU, colaborando para os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, com ênfase nas ODSs 3, 5 e 12: “Saúde e Bem-estar”, “Equidade de gênero” e “Produção e consumo sustentável”. Na questão ambiental, temos objetivos definidos, inclusive, no desenvolvimento de nossos produtos, visando a circularidade, buscando diminuir o consumo de energia e materiais, e prolongar os ciclos de vida. Queremos reduzir todos os nossos escopos de emissão a um estado de nenhum impacto sobre o clima. É por isso que nos comprometemos com o Net zero até 2050.

Revista LIDE: Qual a importância de atuar na área da saúde, especificamente no setor de tecnologia e equipamentos médicos?

ADRIANA COSTA: Nosso trabalho impacta diretamente a qualidade e a eficácia do cuidado na jornada do paciente. A inovação em equipamentos médicos contribui significativamente para a eficiência dos sistemas de saúde, ajudando a reduzir custos e a melhorar os resultados clínicos. Ou seja, são beneficiados o paciente, o médico e todo o sistema.

Na Siemens Healthineers, nosso compromisso é avançar continuamente na tecnologia médica para enfrentar os desafios de saúde global, melhorar a vida dos pacientes e apoiar os profissionais de saúde com ferramentas que facilitam seu trabalho. É uma responsabilidade e uma oportunidade de causar um impacto positivo e duradouro na saúde das pessoas no Brasil e ao redor do mundo. Não tem como negar: por detrás de todo esse trabalho existe um propósito muito maior, que é o de contribuir para uma sociedade melhor para todos nós e o futuro de nossos filhos. ■



LEIA
ENTREVISTA
COMPLETA NO
PORTAL DA
REVISTA LIDE



SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Varejista gaúcha de materiais de construção amplia atuação e avança na transformação digital com serviços da Oi Soluções



DANIEL BRENTANO,
gerente de vendas regional da Oi Soluções

A Quero-Quero, a maior rede varejista de materiais de construção do sul, com mais de 560 lojas espalhadas pelo país, apostou no portfólio da Oi Soluções para acelerar seu processo de digitalização com o objetivo de expandir sua atuação e aprimorar o atendimento aos clientes.

A empresa gaúcha contratou novas soluções de serviços gerenciados – entre eles Wi-Fi e Gestão Integrada de Serviços – e serviços profissionais com técnicos especializados residentes na Quero-Quero e gerente de projetos e entrega. Para reforçar a segurança cibernética, a varejista também está investindo em segurança de perímetro e Anti DDOS, com serviços da Oi Soluções, para auxiliar em seu projeto de expansão.

Por meio da solução SD-Wan e de rede WiFi, a empresa observou um ganho de agilidade nas vendas e nos pagamentos através do cartão Quero-Quero, cartão de crédito da Lojas

Quero-Quero. Além disso, os vendedores passaram a contar com um sistema informatizado de vendas móveis, colaborando para o crescimento da companhia. A Quero-Quero também investiu em soluções de segurança para proteger toda a operação e atuação da varejista no ambiente digital de possíveis ataques por meio do suporte técnico da Oi Soluções, através do Centro de Operações de Rede (NOC, na sigla em inglês) e do Centro de Operações de Segurança (SOC, na sigla em inglês). No SOC, a Oi Soluções disponibiliza um técnico exclusivo para garantir agilidade, segurança e atendimento personalizado.

“Nossa missão é contribuir para a transformação digital dos nossos clientes, proporcionando sustentabilidade e expansão de seus negócios. Somos parceiros da Quero-Quero há muitos anos. Nesse processo de expansão, o comprometimento do nosso time de vendas e pós-venda

tem sido fundamental na entrega dos serviços de TI dentro do prazo de inauguração de cada loja”, afirmou o gerente de vendas regional da Oi Soluções, Daniel Brentano.

“Juntamente com a Oi, parceira de longa data, a Lojas Quero-Quero avançou em sua expansão de lojas e serviços financeiros por mais de 470 cidades no País, utilizando soluções tecnológicas adequadas ao negócio para atender a conectividade, comunicação e segurança no trânsito de dados comerciais e contribuindo para a constante melhora no atendimento e na experiência dos nossos clientes”, afirmou o gerente de infraestrutura de TI das Lojas Quero-Quero, Francisco Azzolin. ■

HAVAIANAS, MARCA INTERNACIONAL

Fernando Rosa assume a posição de presidente da Havaianas para liderar mundialmente o crescimento sustentável da companhia

Com foco em proteger a posição de liderança, além de desenvolver as competências necessárias para a marca Havaianas avançar em novos mercados de crescimento, a Alpargatas conta agora com o executivo **Fernando Rosa** na posição de presidente da Havaianas Brasil, que também passa a fazer parte do Comitê Executivo Global da Alpargatas.

Com mais de 20 anos de experiência liderando áreas de vendas, marketing e comercial, o executivo tem no currículo passagens por empresas como Coca-Cola, BRF, PepsiCo, Danone e, mais recentemente, como presidente da The Kraft Heinz Company no Brasil. Sua visão estratégica à frente dos negócios, capacidade de mobilização e conhecimento em liderança de pessoas e construção de times vencedores são fatores essenciais para a sua nova função na Alpargatas, contribuindo para o momento da marca no país.

A Havaianas conta com mais de 860 lojas no Brasil e está presente em 350 mil pontos de venda e em 95% dos lares brasileiros. Fora do Brasil, a marca mantém 444 lojas, sendo 46 unidades próprias. Atuando em mais de 100 países, a Havaianas Estados Unidos, Itália, França, Espanha, Reino Unido, Argentina, Colômbia, Angola, África do Sul, Israel, Indonésia, Tailândia, Taiwan, Austrália e Filipinas estão entre seus mercados prioritários. Nesta entrevista, Fernando Rosa fala da responsabilidade de conduzir uma marca que leva a identidade brasileira para o mundo.



FERNANDO ROSA,
presidente da
Havaianas Brasil

Revista LIDE: Qual o desafio atual de uma marca global como Havaianas?

FERNANDO ROSA: Carregamos a responsabilidade de representar o melhor do Brasil ao redor do mundo. Buscamos nos conectar com o estilo de vida leve, alegre e descontraído dos brasileiros, que é visto globalmente como aspiracional. Todo brasileiro tem uma história para contar com Havaianas ou sente orgulho ao ver a marca ganhando projeção global. Um produto que já fez parte da cesta básica, que atende todas as classes sociais e todos os gostos e utilidades, seja como um acessório funcional ou um item de moda.

Minha missão como presidente da marca no Brasil é consolidar ainda mais a liderança da Havaianas e melhorar a experiência nos nossos pontos de vendas. Buscamos seguir fortes no público feminino, ampliando ocasiões de uso, e aumentar nossa participação de mercado com o público masculino.

É impressionante ver a elasticidade da marca Havaianas no Brasil, como ela tem potencial de estar em várias ocasiões de uso, presente tanto com o consumo de massa, como também criando produtos de desejo e aspiração, como no caso das collabs. É uma marca que tem facilidade de entrar nas tendências e conversas do mundo pop no Brasil.

Revista LIDE: Quais os públicos e segmentos a marca deve reforçar suas ações de comunicação nos próximos anos?

FERNANDO ROSA: Embora nosso público principal seja composto por mulheres, percebemos um enorme potencial de crescimento nas categorias de homens e jovens. Por isso, nosso foco de comunicação estará em linha com a estratégia de negócio de proteger nossa relação com o público feminino, ampliando ocasiões de uso, e ampliar nossa conexão com o público masculino e os jovens.

Para o verão, que é sempre um momento muito estratégico para a marca, estamos preparando mais um grande movimento, que vai fortalecer ainda mais a Havaianas como símbolo de um estilo de vida que valoriza a leveza e a liberdade. E ao longo de 2025 temos mapeado um calendário forte de lançamentos e campanhas que vão endereçar a nossa estratégia.

Com mais de 60 anos de história, Havaianas também seguirá investindo fortemente em relacionamento e presença nas principais conversas do momento. Exemplos recentes disso são nossas recentes ações de destaque, como o patrocínio às Olimpíadas e Paralimpíadas, nossa uma collab com o Rock in Rio, a presença na semana de moda de São Paulo e colaborações estratégicas com marcas renomadas, como Dolce & Gabbana - parcerias que amplificam nossa capacidade de encantar e gerar desejo.

Revista LIDE: A Europa é um mercado prioritário para Havaianas? Por quais motivos?

FERNANDO ROSA: A Europa é uma geografia em que a Alpargatas tem como grande foco estratégico. Fora do Brasil, é o nosso principal mercado. A Havaianas é relevante na região, temos um nível de conhecimento de marca ótimo e vamos seguir investindo. Queremos que a Havaianas seja ainda mais vista como um item de moda desejável e icônico por lá. ■





EMPREENDEDORISMO

Barueri é a 1ª cidade entre as não capitais onde as franquias mais cresceram e faturaram

Um estudo lançado recentemente pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) revelou que Barueri é a primeira colocada entre as não capitais a figurar no ranking dos 30 municípios onde o mercado de franquias mais cresceu e faturou no primeiro semestre de 2024, comparativamente ao mesmo período do ano passado. Já no ranking geral, a cidade ocupa a quarta posição, depois de metrópoles como a primeira colocada Goiânia (GO), a segunda Florianópolis (SC) e a terceira Curitiba (PR).

Barueri cresceu 20,85% no período mencionado. No primeiro semestre de 2023, o faturamento das franquias foi de R\$ 730.416.796,00 já no primeiro semestre de 2023 saltou para R\$ 882.718.544,00 no mesmo período de 2024.

De acordo com o estudo, esse desempenho foi alavancado pela retomada mais forte do trabalho presencial e pelo bom movimento em shoppings. Outro fator levado em consideração é o aumento populacional. A cidade está entre os



NO RANKING GERAL, BAURERI OCUPA A QUARTA POSIÇÃO, DEPOIS DE GOIÂNIA, FLORIANÓPOLIS E CURITIBA

dez municípios com o maior crescimento de população do Estado de São Paulo, que contabilizou 316.473 habitantes no último recenseamento do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), divulgado em 2022.

Por ramo de negócio, não só em Barueri, mas também nas outras 30 cidades, o estudo identificou o crescimento de variados tipos de franquias, entre as quais sorveterias, açaiarias, clínicas odontológicas, óticas, redes de energia solar, seguradoras e outros serviços financeiros, moda circular e sustentável e mercados autônomos. ■

NOVOS NEGÓCIOS

Barueri é a 3ª do Estado e a 10ª do país em arrecadação de impostos

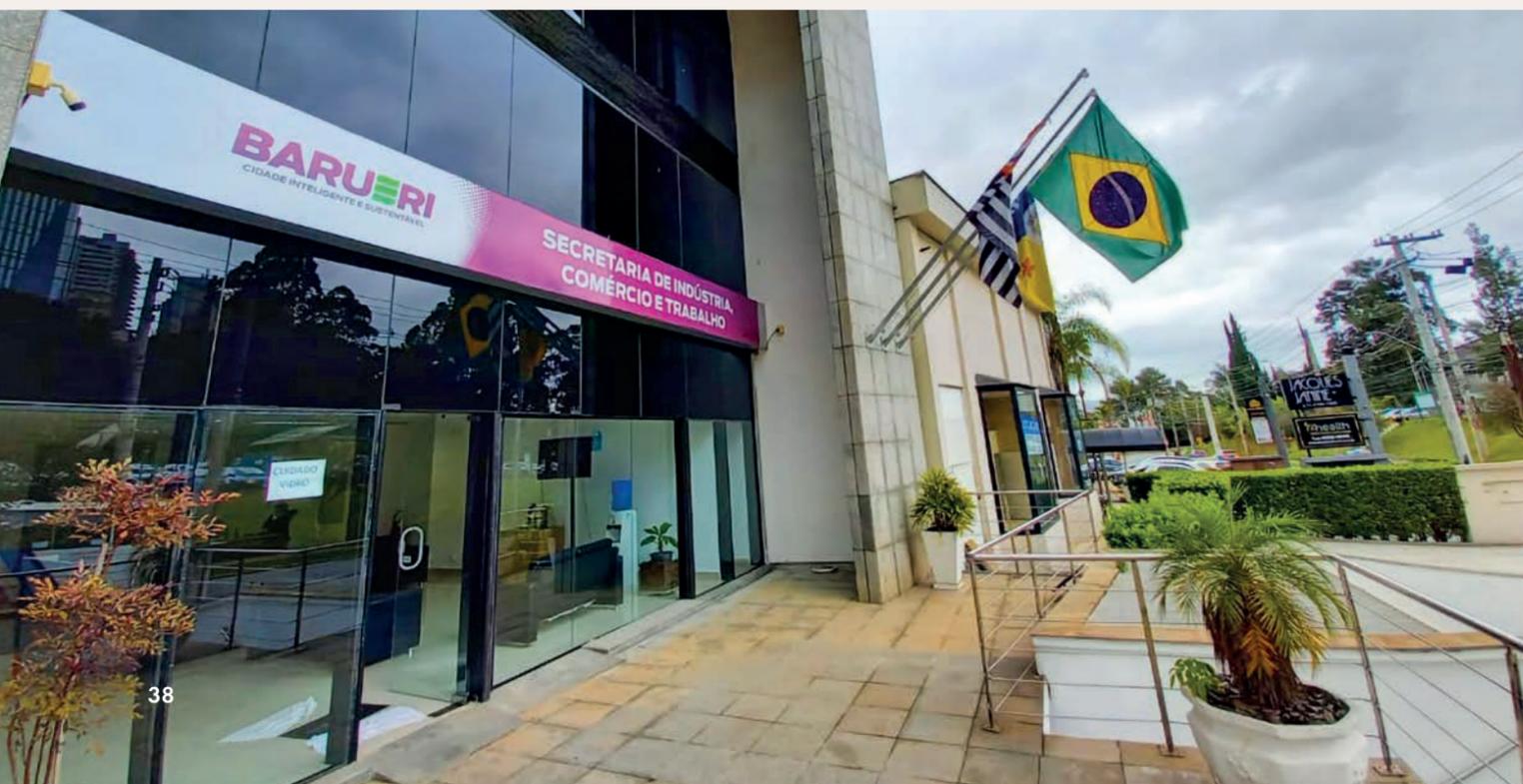
Um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), que listou as 100 cidades brasileiras que mais arrecadam impostos (dados de 2023), revela que Barueri é 3ª cidade do Estado e a 10ª do Brasil em arrecadação. Em 2023, o município totalizou mais de R\$ 56 bi (exatos R\$ 56.879.561.376,03) em impostos.

A capital paulista continua sendo a campeã do país com R\$ 834 bi recolhidos. No Estado, Barueri só perde para o município de São Paulo e para Osasco (R\$ 68 bi). Já no ranking nacional, além de São Paulo na primeira colocação, seguem antes de Barueri as cidades do Rio de Janeiro (RJ) com R\$ 425 bi, Brasília (DF) com R\$ 256 bi, Belo Horizonte (MG) com R\$ 78 bi, a já citada Osasco (SP) com R\$ 68 bi e Curitiba (PR) com R\$ 64 bi.

Com relação aos valores per capita, entre os 10 municípios com as maiores arrecadações, Barueri (SP) lidera com R\$ 179.729,00 (para se chegar a esse valor per capita, foi preciso dividir o total arrecadado pelo número de habitantes da cidade). Segundo o último Censo Demográfico realizado em 2022 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população de Barueri é formada por 316.473 pessoas.

CIDADE ATRATIVA

Para Joaldo Macedo Rodrigues (Magoo), à frente da Secretaria de Indústria, Comércio e Trabalho (Sict) de Barueri, "o município atrai empresas e pessoas de alta renda principalmente devido a seu ambiente favorável para negócios e boa qualidade de vida. A cidade oferece uma das menores alíquo-



BARUERI TAMBÉM É O MUNICÍPIO CAMPEÃO DE ARRECADAÇÃO EM VALORES PER CAPITA, COM R\$ 179 MIL POR HABITANTE

tas de ISS da região, o que reduz significativamente os custos para empresas prestadoras de serviços. Além disso, Barueri mantém taxas competitivas e dispõe de um relacionamento próximo e colaborativo com o setor empresarial, promovendo confiança e segurança jurídica para os negócios".

Magoo complementa, dizendo que "além dos benefícios fiscais, Barueri se destaca pela infraestrutura de ponta, com transporte de qualidade, segurança, áreas verdes e serviços públicos eficientes, como saúde e educação, que favorecem tanto empresários quanto seus colaboradores. Esses fatores juntos criam um ambiente ideal para empresas crescerem e, ao mesmo tempo, garantem uma excelente qualidade de vida para aqueles que escolhem morar na cidade", finaliza. ■



SERVIÇOS PARA VIDA FINANCEIRA INTERNACIONAL

O Nomad Trips é um dos novos produtos apresentados recentemente ao mercado pela Nomad, fintech brasileira de serviços financeiros. A plataforma oferecerá preços até 40% menores em relação aos principais marketplaces de viagem, sendo a primeira do setor a trazer uma

funcionalidade baseada em Inteligência Artificial, possibilitando aos usuários a criação de um roteiro exclusivo.

“Planejar e comprar toda a viagem em um só lugar, passando por reservas de aéreo e hospedagem com preços competitivos, até a compra de ingressos, atrações e comodidades, como um chip virtual, e ainda organizando um roteiro exclusivo da forma mais inteligente possível: são muitas vantagens e estamos certos de esses novos produtos irão mudar a forma de viajar dos nossos clientes, os brasileiros cidadãos do mundo”, comenta **Lucas Vargas, CEO da Nomad.**

LUCAS VARGAS,
CEO da Nomad



L I D E

revistalide.com.br

ESPECIAL PORTUGAL

MERCADO

O comércio entre Portugal e Brasil é de constante parceria, inovação e foco no empreendedorismo

REAL ESTATE

Hotelaria e segunda residência aproximam Brasil e Portugal em meio a novos investimentos

PORTUGAL NO RUMO CERTO

Apoio ao setor produtivo nacional e engajamento empresarial fomentam cenário de oportunidades

Desde 2019, o Brasil vem aumentando suas exportações para Portugal em uma média de 33,9%: um valor expressivo que demonstra a pujança do comércio exterior entre os países. De acordo com o **diretor de Gestão Corporativa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), Floriano Pesaro**, uma das primeiras missões internacionais da ApexBrasil promovida pela atual gestão federal foi justamente acompanhar a participação do presidente Lula na 13ª Cimeira luso-brasileira, assim como no Fórum Empresarial Portugal-Brasil, em Lisboa.

Pesaro destaca que, desde então, foram firmados 13 acordos nas áreas de educação, saúde, economia e cultura, com destaque para assinatura do Memorando de Entendimento (MoU) entre a Embraer e quatro empresas portuguesas com objetivo de impulsionar a Base Tecnológica e Industrial de Defesa de Portugal. “Essas atividades entre as nossas nações contribuíram para essa importante relação comercial, que resultou em uma corrente de comércio da ordem de USD 4,8 bilhões em 2023”, diz.

ANÁLISE

Mafalda Dias Martins, sócia da Legal Latin Advisors, destaca que nunca a cooperação entre Portugal e Brasil foi tão importante, principalmente em um momento em que se estima que vivam em Portugal mais de meio milhão de brasileiros. Assim, o investimento por parte de brasileiros em Portugal pode ser uma grande oportunidade para o empresário brasileiro aproveitar a mão de obra portuguesa a qual é altamente qualificada e das mais baratas da Europa.

“Por outro lado, para Portugal, o fato de conseguir reter no país mão de obra nacional muito qualificada é uma enorme vantagem para a economia nacional. Acresce que o tamanho e diversidade brasileira, por meio de novos produtos e ideias, representam um vasto leque de oportunidades de investimento em Portugal. Vale lembrar que, para os brasileiros, Portugal configura a principal porta de entrada para o investimento na Europa”, pontua.

**MAFALDA DIAS
MARTINS, sócia da
Legal Latin Advisors**

COM UMA INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA DE ALTA CONECTIVIDADE, LISBOA E PORTO SÃO PORTAS DE ENTRADA PARA 50 E 29 PAÍSES, RESPECTIVAMENTE

NEGÓCIOS

Em dezembro, a Apex abrirá a primeira fase de seu escritório em Lisboa, entregando totalmente as instalações ao longo de 2025. Segunda sede da instituição na Europa, seguindo a inauguração de um escritório em Bruxelas, a nova unidade da Apex pretende dar suporte aos empresários brasileiros que pretendem expandir seus negócios no país.

O **superintendente de Relações Internacionais da CNI, Frederico Lamago**, ressalta a importância da retomada efetiva da agenda bilateral da indústria com Portugal, especialmente com a Nova Indústria Brasil (NIB), programa de política industrial lançado no início do ano. “O fortalecimento da relação é importante principalmente neste momento em que foi firmada uma parceria com o governo brasileiro a partir da Nova Indústria Brasil, que vai promover a reindustrialização da economia brasileira e transformar este cenário”, disse.

INTEGRAÇÃO

A cooperação bilateral entre Brasil e Portugal é uma realidade e ainda possui um potencial imenso, fundamentado em uma história compartilhada e laços culturais profundos. **Marcelo Viana Salomão, presidente do LIDE Portugal e do escritório Brasil Salomão e Matthes Advocacia**, avalia que a ótima relação entre as nações facilita o crescimento dos dois países e seus cidadãos. “Destaco duas áreas que estão aproximando as duas nações e certamente terão um crescimento interessantíssimo, a de tecnologia e a de inovação. Como é sabido, Portugal se tornou um polo mundial de startups focados nos mais diversos setores, que citamos esses dois, que, pelo lado do Brasil, estão atuando com muita força no agronegócio. Portugal também é um caminho para toda a Europa e África, em especial nos países que a língua oficial é a portuguesa”, pontua.

Para a liderança, politicamente podemos ter uma boa evolução com estímulos trazidos através de acordos e pactos entre as nações, como a redução de custos tributários e a burocracia entre os países. “A tradição em diversas áreas de ensino e pesquisas também deve ser sempre incentivada”, afirma.

Salomão ressalta que inúmeras frentes já têm sido trabalhadas ou, pelo menos, analisadas por investidores portugueses e brasileiros. “Há potencialidades que merecem ser citadas, como atrair investimentos para infraestrutura no Brasil. O passado recente demonstrou o acerto de Portugal investir e incentivar investimentos na infraestrutura”, conclui o presidente do LIDE Portugal.



MARCELO VIANA SALOMÃO, presidente do LIDE Portugal e do escritório Brasil Salomão e Matthes Advocacia

FOMENTO

A AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal é a entidade pública que promove a captação de investimento produtivo e a internacionalização da economia portuguesa, fomentando o aumento das exportações e a expansão internacional das empresas, através dos seus escritórios em Portugal e da sua rede externa em cerca de 50 mercados. Para o novo **presidente da Agência, Paulo Rios de Oliveira**, ao analisar o atual status da relação bilateral para identificar novos caminhos do comércio e investimento, é possível observar que no primeiro semestre deste ano, o Brasil ganhou maior relevo no ranking de parceiros comerciais.

“Já no plano dos investimentos, embora o cenário tenha dados que possibilitam leituras mais encorajadoras, sublinhamos como um desafio ao incremento das relações bilaterais por esta via garantir que as grandes empresas e indústrias dos dois países conhecem as vantagens competitivas, mecanismos de apoio e incentivos ao investimento nos dois mercados. Em resumo, diversificação da oferta, mapeamento de oportunidades em novas áreas e maior difusão das condições e incentivos ao investimento são os três principais caminhos que, acreditamos, devem ser percorridos para aumentar o fluxo económico e comercial bilateral”, diz.

A QUESTÃO AMBIENTAL ESTÁ PRESENTE EM TODOS OS PLANOS DE NEGÓCIOS DAS EMPRESAS QUE EDIFICAM A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE PORTUGAL E BRASIL

PAULO RIOS DE OLIVEIRA,
presidente da
AICEP

DIVULGAÇÃO



LEIA A ENTREVISTA COMPLETA DO PRESIDENTE DA AICEP, PAULO RIOS DE OLIVEIRA, NO PORTAL DA REVISTA LIDE



KARENE VILELA,
presidente da
Câmara de
Comércio de
Portugal em
São Paulo



LEIA A ENTREVISTA COMPLETA COM KARENE VILELA, PRESIDENTE DA CÂMARA DE COMÉRCIO DE PORTUGAL EM SÃO PAULO



DIVULGAÇÃO

Karene Vilela, presidente da Câmara de Comércio de Portugal em São Paulo, enfatiza que, politicamente, é fundamental fortalecer o diálogo entre os governos, promovendo acordos que beneficiem ambas as nações. O Acordo de Livre Comércio entre o Mercosul e a União Europeia é uma questão que se arrasta há mais de 25 anos. Trata-se de um acordo complexo, repleto de variáveis e nuances. A questão da sustentabilidade dentro da União Europeia cria uma série de novas exigências para o Brasil.

“Reconhecendo a complexidade dessa situação, acredito que uma revisão do acordo e um alinhamento nos parâmetros de análise dos produtos entre os dois blocos poderiam facilitar um ambiente mais favorável para a exploração de negócios em conjunto. Estou ciente de que essa é uma questão delicada e repleta de desafios, e é com bastante cautela e respeito que proponho esta reflexão”, analisa.

NACÕES IRMÃS

Luís Faro Ramos, embaixador de Portugal no Brasil, destaca as áreas em que os países estão estreitamente interligados

Designado para o cargo em 2020, **Luís Faro Ramos**, atual embaixador de Portugal no Brasil é um entusiasta da valorização das relações institucionais e comerciais entre as duas nações, já tão próximas pela língua, aspectos culturais e históricos.

Nascido em Lisboa, em 1962, Ramos licenciou-se em Direito e entrou na carreira diplomática em 1986, tendo ocupado o seu primeiro cargo em país estrangeiro em 1993, quando foi colocado em Atenas como substituto legal do Chefe de Missão. O embaixador foi o primeiro diplomata a dirigir o Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, por despacho do Ministro dos Negócios Estrangeiros.

Diplomata de carreira, Luís Faro Ramos foi diretor-geral da Defesa Nacional, embaixador de Portugal na Tunísia e em Cuba. Em seu trabalho, Ramos tem ganhado um intenso reconhecimento por conta de sua conduta propositiva em busca de criar oportunidades multilaterais. “Servir neste país constitui um privilégio único para a diplomacia portuguesa. A dimensão do Brasil só tem paralelo com a dimensão e densidade absolutamente únicas de nosso relacionamento bilateral”. Nesta entrevista, o embaixador fala um pouco sobre o potencial de nossas amplas e tradicionais relações. ■



LEIA A ENTREVISTA
COMPLETA NO PORTAL
DA REVISTA LIDE



PONTO DE VISTA LUÍS FARO RAMOS EMBAIXADOR DE PORTUGAL NO BRASIL

Como o senhor avalia o potencial da cooperação bilateral entre Brasil e Portugal? Quais as principais áreas de interesse mútuo?

A cooperação entre os dois países é profunda, sólida e antiga. Eu diria mesmo que é única, se olharmos para a sua intensidade e densidade. Dito isto, naturalmente que há sempre margem para estreitar ainda mais essa cooperação. Nós, diplomatas, centramos a nossa ação no país onde representamos Portugal em quatro grandes áreas de relacionamento: a institucional, a econômica, a cultural e a consular. Há ainda duas outras áreas, a da cooperação científica e tecnológica e a da educação, que têm muito potencial para crescer.

Portugal e o Brasil compartilham também das mesmas preocupações relativas às emergências ambientais que o nosso planeta enfrenta nos dias de hoje. Estamos com enorme expectativa em relação à COP 30, que será realizada em Belém do Pará, em novembro do próximo ano.



LUÍS FARO RAMOS,
embaixador de
Portugal no Brasil

NOVOS CAMINHOS

O comércio entre Portugal e Brasil é de constante parceria e foco no empreendedorismo

Brasil ocupa o 7º lugar entre os exportadores para Portugal, sendo as exportações brasileiras concentradas principalmente em combustíveis e derivados, e produtos da pauta do agronegócio. O fluxo comercial entre os países totalizou US\$ 4,8 bilhões em 2023. Já as importações portuguesas no país somaram US\$ 361 milhões no mesmo ano, um aumento de 1,1% em comparação a 2022, que registrou US\$ 313 milhões. Entre 2019 e 2023, os setores que mais receberam anúncios de investimentos brasileiros em Portugal foram os de energia renovável, serviços prestados às empresas, software e serviços de TI e químicos.

Este quadro propositivo de intercâmbio empresarial tem feito com que diferentes empresas brasileiras ampliem suas fronteiras por meio de Portugal ou iniciem parcerias de sucesso. O Boticário acaba de abrir sua primeira Boticário Lab em Portugal. Depois de São Paulo e Curitiba, agora é a vez da capital portuguesa, Lisboa, receber um novo conceito de loja da marca, já conhecido nacionalmente, que oferece serviços e experiências únicas aos consumidores, além de produtos exclusivos e uma jornada diferenciada.

A estratégia de expansão do Boticário Lab para Portugal atende fatores estratégicos da marca. “A longa presença de O Boticário no país, com 38 anos de operação, consolidou uma base de clientes leal e um profundo entendimento do mercado local. Além disso, Lisboa, como uma cidade vibrante e cosmopolita, oferece um ambiente propício para testar novas iniciativas que visam a sustentabilidade e a inovação, antes de expandi-las para outros mercados”, detalha **Maria João Santos, head de marketing do Grupo Boticário em Portugal.**

PROPOSTA

As lojas conceito do Boticário combinam a expertise em produtos cosméticos multicategorias com um ambiente interativo, onde os consumidores são convidados a explorar e experimentar novas tendências e tecnologias que a marca traz para os cuidados pessoais.

“O Boticário Lab representa a conexão entre a experiência e a personalização. Cada detalhe é pensado para surpreender, da arquitetura ao atendimento. Este lançamento em Portugal servirá como um piloto para avaliar a aceitação e o impacto do conceito de loja fora do Brasil”, explica **Catarina Parente, diretora-executiva do Grupo Boticário.**



MERCADO TÊXTIL

A Lupo é outra grande companhia que acaba de dar um passo importante em sua estratégia de expansão com a inauguração da primeira loja própria da marca em Portugal. Localizada no Arrábida Shopping, em Vila Nova de Gaia, na região do Porto, a loja foi inaugurada no começo do ano, marcando a estreia da empresa no mercado europeu.

“Temos boas expectativas em relação ao mercado português. As semelhanças culturais, além do grande volume de brasileiros turistas e residentes no país, facilitam a penetração dos nossos produtos neste país. Além disso, o mercado de franquias tem apresentado um crescimento significativo em Portugal nos últimos anos. Estamos confiantes com esse movimento e curiosos com as oportunidades que poderão surgir”, comenta **Liliana Aufiero, presidente da Lupo**.

Um dos objetivos da abertura de uma loja própria, ao invés do modelo de franquias que a rede possui, é fortalecer a presença da marca e assegurar uma comunicação direta e eficaz com o consumidor local. Além da loja física, a Lupo também irá lançar um e-commerce dedicado a atender os consumidores portugueses, complementando a operação e facilitando o acesso a seus produtos. De acordo com a empresa, a escolha de Portugal deve-se, em grande parte, à forte presença e influência cultural brasileira no país. Além disso, o ambiente econômico estável posiciona Portugal como um mercado consumidor promissor e um terreno fértil para investimentos e expansão.



LILIANA AUFIERO, presidente da Lupo

LUCAS PINHEIRO



DIVULGAÇÃO

A CHEGADA DA TAP É UM MARCO PARA SANTA CATARINA, POIS ESTABELECE A LIGAÇÃO INÉDITA DO ESTADO COM A EUROPA

CONEXÃO

A TAP Air Portugal, conhecida pela sua ampla rede de destinos internacionais, iniciou em setembro uma nova rota aérea ligando Florianópolis a Lisboa. Além de benefícios para o turismo entre os dois países, a operação também abre caminho para a criação de um novo hub de cargas no Aeroporto Internacional de Florianópolis Hercílio Luz, impulsionando o comércio internacional e a economia local.

Luís Rodrigues, presidente da TAP, avalia que a empresa está convicta da grande aceitação do voo pelos clientes brasileiros e europeus. “A inclusão de Florianópolis como destino TAP surge como resposta à crescente procura por voos entre Portugal e o Sul do Brasil, reforçando o compromisso da Companhia de continuar a investir para ser a companhia aérea europeia preferida dos brasileiros”, pontua.

“Esse é o início de uma relação mais próxima que vai muito além do voo para o turismo dos europeus em Santa Catarina e dos catarinenses na Europa. Tenho certeza que será o ponto de partida para subir a régua da nossa relação comercial, primeiro, com os portugueses, e depois com toda União Europeia”, analisa o **governador de Santa Catarina, Jorginho Mello**.

A companhia também retomou em novembro os voos entre Lisboa e Manaus, numa operação com três voos semanais, com escala em Belém, que acontecem às segundas, quartas e sextas. A TAP foi eleita por 10 anos consecutivos a Companhia Aérea Líder da Europa para a América do Sul pelos World Travel Awards, em reconhecimento do seu serviço de excelência. Além disso, recebeu em 2023 o MICE Awards de Melhor Companhia Europeia.

A UNIVERSIDADE DE COIMBRA, FUNDADA EM 1290, É UMA DAS MAIS ANTIGAS E PRESTIGIADAS UNIVERSIDADES DO MUNDO, COM UMA LONGA TRADIÇÃO DE EXCELÊNCIA NO ENSINO E NA PESQUISA

CAPACITAÇÃO

Na área do intercâmbio educacional, a Faculdade Sírio-Libanês fechou uma parceria exclusiva com a Universidade de Coimbra (UC), em Portugal, um dos mais tradicionais centros acadêmicos do mundo, marcando o início de uma colaboração entre as instituições de ensino para o desenvolvimento de atividades conjuntas em diferentes domínios de formação, investigação científica e projetos específicos. Entre esses projetos está a introdução de duas novas disciplinas curriculares nos cursos de Psicologia, Enfermagem e Fisioterapia da Faculdade Sírio-Libanês. As matérias serão ministradas na Universidade de Coimbra e darão foco a áreas essenciais da formação do profissional de saúde, como apoio em casos de catástrofes e comunicação em situações difíceis. “Vamos oferecer aos estudantes uma oportunidade única de experiência internacional e uma ampliação significativa de suas perspectivas educacionais”, diz **Luiz Fernando Lima Reis**, diretor de pesquisa do Sírio-Libanês.

Os cursos são apenas o primeiro passo nessa parceria, que incluirá também oportunidades de formação para profissionais de saúde nas áreas assistenciais e de gestão de saúde. O acordo abrange parcerias internacionais entre professores, pesquisadores e estudantes, além da preparação de propostas para a condução de projetos de pesquisa, atividades de inovação e troca de conhecimento entre as instituições de ensino. “Estamos empenhados na criação conjunta de um programa de pós-graduação inovador, nomeadamente na área de Biomedicina e Engenharia Biomédica. Em breve, teremos novidades”, diz a **vice-reitora da Universidade de Coimbra para o Ensino e a Atratividade, Cristina Albuquerque**. ■



TERRA DE UNICÓRNIOS

Portugal tem assistido a um notável boom tecnológico nos últimos anos, emergindo como um polo global de inovação e empreendedorismo

Portugal tem sido o berço de algumas inovações de alta tecnologia que mudaram o mundo. Atualmente, o país é conhecido pela sua competência em vários domínios, desde soluções bancárias sofisticadas até a utilização inovadora da cortiça em projetos de alto nível na indústria aeroespacial. O sistema de inovação português combina infraestruturas de ponta e uma comunidade de investigação internacionalmente competitiva para enfrentar os desafios mais prementes da humanidade.

Repleto de ideias disruptivas e tecnologias de ponta, o panorama informático do país tornou-se um ecossistema próspero de startups, incubadoras, aceleradoras, centros tecnológicos e universidades. E não há maior prova disso do que o crescente repertório de unicórnios com ADN português, que inclui a Farfetch, a Outsystems, a Talkdesk, a Feedzai, a Remote e a Sword Health.

NOVO PORTO

Neste cenário, o Porto Digital, maior distrito de inovação do Brasil, inaugurou no início de outubro, a nova sede do Porto Digital Europa em Aveiro, Portugal. Localizado no centro da cidade, o hub chega para conectar o ecossistema de tecnologia e inovação brasileiro ao mercado europeu, impulsionando parcerias estratégicas e promovendo a internacionalização de empresas brasileiras e a atração de negócios portugueses para o Brasil.

O Porto Digital Europa - que estende a sua presença com a nova sede - funciona como um hub completo para a expansão de empresas no cenário internacional. A unidade proporciona soluções de internacionalização, que facilitam o estabelecimento físico das empresas no continente europeu, com benefícios como acesso a informações exclusivas de editais de fomento, suporte contábil, fiscal e jurídico, além de consultorias e uma ampla rede de parceiros estratégicos. As empresas que buscam uma transição gradual contam com o modelo virtual, que permite a integração ao ecossistema do Porto Digital Europa sem a necessidade de uma presença física imediata, oferecendo serviços como consultoria especializada, coworking e acesso a eventos e webinars.



PIERRE LUCENA,
presidente do
Porto Digital

O PORTO DIGITAL EUROPA CONTA COM A PARTICIPAÇÃO DE 15 EMPRESAS, INCLUINDO 10 QUE ESTÃO SENDO ACELERADAS PELO SEBRAETEC

A nova sede também disponibiliza coworkings modernos, equipados com tecnologia de ponta para reuniões e videoconferências, além de espaços de trabalho personalizáveis e áreas de convivência projetadas para fomentar o networking e a inovação. “Agora, empresários, empreendedores, investidores e até o poder público têm excelentes oportunidades de criar contatos e ampliar o networking nos dois continentes, além de ter contato direto com possibilidades de internacionalização para o mercado europeu”, afirma **Pierre Lucena, presidente do Porto Digital**.

NEGÓCIOS

Para aproveitar a grande demanda tecnológica criada pelo polo de inovação português e com o objetivo de fortalecer sua presença global e estruturar um hub de serviços de transformação digital para Europa e África, a multinacional brasileira SoftExpert anunciou a aquisição do capital majoritário da EXEQ – Consultoria em Excelência e Qualidade de Portugal. O movimento acompanha a meta de operar subsidiárias em 20 países até 2030, com ênfase em regiões que apresentam maior potencial de mercado ou atuação regional.

Portugal apresenta um cenário extremamente favorável para a expansão das operações da SoftExpert, aproveitando vantagens como o ambiente econômico estável, o idioma e uma carteira de clientes já estabelecida. Além disso, como membro da zona do Euro, proporciona o acesso a um mercado de 450 milhões de consumidores, enquanto seu custo de vida acessível, a segurança, e sua infraestrutura de serviços contribuem para a disponibilidade de profissionais multilíngues. Isso abre oportunidades para crescimento, explorando os nichos de mercado potencialmente interessados nos produtos da SoftExpert.

“A aquisição da EXEQ possibilita à empresa concretizar o objetivo de oferecer Serviços as a Software, combinando tecnologia e capital humano para atender demandas de compliance e automação de processos. A integração das equipes aumenta nossa expertise, beneficiando os clientes com serviços de maior valor agregado e impulsionando o crescimento econômico das operações na região”, pontua **Ricardo Lepper, fundador e presidente da SoftExpert**. ■

IMPACTO POSITIVO

Estre Ambiental impulsiona sustentabilidade e inovação com soluções inteligentes para o setor de resíduos

Com a destinação de quase 2 milhões de toneladas de resíduos por ano, a Estre Ambiental se consolidou como referência no setor de serviços ambientais do Brasil, especialmente na transformação de resíduos em oportunidades de geração de energia e impacto positivo para o meio ambiente. A empresa investe fortemente em tecnologia e soluções de economia circular, englobando desde a coleta seletiva até a valorização energética por meio de biogás, atuando em sinergia com as diretrizes de ESG, cada vez mais demandadas no mercado.

O avanço da empresa no setor de resíduos sólidos não é apenas uma resposta às necessidades urbanas de um país que gera cerca de 220 mil toneladas de resíduos diários, mas uma busca contínua por alternativas sustentáveis que transformem esses resíduos em valor. Em suas unidades, a empresa aproveita o biogás gerado

em aterros para a produção de energia elétrica, diminuindo as emissões de gases de efeito estufa e oferecendo uma alternativa energética limpa que beneficia tanto o meio ambiente quanto a sociedade.

“Nosso propósito é mostrar que resíduos, quando bem geridos, são recursos valiosos. É um compromisso de inovação e respeito ao meio ambiente que impulsiona nosso crescimento e nos permite ajudar a construir um futuro sustentável para todos”, afirma Hamilton Agle, CEO da Estre Ambiental.

Além das soluções práticas para o setor de resíduos, a Estre Ambiental promove a conscientização por meio do Instituto Estre, OSCIP dedicada à educação ambiental que já impactou mais de 600 mil pessoas. Os projetos incluem atividades e oficinas que incentivam uma compreensão crítica dos desafios ambientais e estimulam práticas sustentáveis desde a infância.



Com mais de 3 mil colaboradores, a organização também busca ser uma parceira estratégica para empresas, indústrias e cidades, oferecendo soluções de coleta, logística, e destinação final com alta eficiência e foco na economia circular.

Para a Estre, a inovação não é apenas uma meta, mas um meio para desenvolver cidades mais inteligentes e reduzir o impacto ambiental das operações urbanas. Em um mercado que se transforma rapidamente com as novas demandas globais de sustentabilidade, a empresa segue investindo para assegurar que o ciclo de gestão de resíduos no Brasil continue evoluindo, atendendo às metas de desenvolvimento sustentável e às expectativas da sociedade. ■



FUTURO EDIFICADO

Hotelaria e segunda residência aproximam
Brasil e Portugal em meio a novos investimentos
e integração cultural entre os países

Com as novas regras adotadas pelo governo de Portugal para o chamado Golden Visa, brasileiros que querem conquistar a cidadania portuguesa também estão recorrendo a projetos no mercado de hospitalidade no país. Essa é uma das áreas de investimento que, atualmente, são elegíveis ao programa e que abre as portas para a autorização permanente de residência no país. Uma das exigências é que o aplicante transfira a partir de 500 mil euros para fundos de investimento ou fundos de capitais ou para a constituição de sociedade comercial em Portugal. Além disso, o investimento deve ser mantido por, pelo menos, cinco anos.

“Esse processo promove o crescimento sustentável do mercado e, ainda, assegura rendimentos operacionais consistentes para os investidores”, afirma **Maria Alvarez, fundadora e CEO da Vida Capital**. De acordo com a executiva, houve um aumento da demanda de latino-americanos e brasileiros interessados em fundos no último ano, principalmente devido ao aumento da insegurança, instabilidade política e incerteza na tributação futura em muitos dos países “São pessoas que buscam diversificar suas aplicações e garantir mais facilidade em transitar pela Europa”, explica.

MOMENTO

De acordo com a JLL, especializada em gestão de investimentos e imobiliário, a economia portuguesa permitiu que o setor de real estate tivesse um comportamento expansivo, mas ainda requer atenção. “Resolver a questão da oferta continua no epicentro das preocupações do setor imobiliário, já que isso permitiria diversificar o investimento em diferentes segmentos de mercado”, explica **Patrícia Barão, Head of Residential da JLL**.

Patrícia destaca que é essencial atuar ao nível dos incentivos à promoção imobiliária. “Este é um setor de grandes oportunidades e há muito interesse de promotores e investidores em desenvolver novos imóveis, inclusive em cidades secundárias. Contudo, é necessário desbloquear obstáculos, especialmente a nível dos prazos de licenciamento e da carga burocrática, fazendo com que a promoção imobiliária latente possa beneficiar o mercado, criando novos produtos e maior diversificação em termos de localização e preços”, conclui.

PATRÍCIA BARÃO,
head of
residential
da JLL

DIVULGAÇÃO



FERNANDO PICARRE

JORGE REBELO DE ALMEIDA, fundador e presidente do Grupo Vila Galé

ALÉM-MAR

Aproveitando um dos melhores momentos do turismo no Brasil, o Grupo Vila Galé e o Governo do Maranhão formalizaram em setembro a concessão de dois edifícios históricos no centro de São Luís para a implantação dos primeiros hotéis da rede no estado. Com um investimento de R\$ 105 milhões, os novos projetos, nomeados Vila Galé Collection São Luís e Vila Galé Collection Maranhão, contarão com 67 e 45 apartamentos, respectivamente, e carregarão o selo da submarca Collection, que é conhecida por seus empreendimentos premium e hotéis boutiques.

“O Centro Histórico de São Luís é rico em história e beleza, e me encantou desde a nossa primeira visita. Estamos muito entusiasmados com nossa chegada ao estado”, diz **Jorge Rebelo de Almeida, fundador e presidente da rede**. Além de revitalizar importantes edifícios históricos, o projeto promete um impacto significativo no mercado de trabalho local, gerando 300 empregos durante a fase de construção e 100 postos permanentes após a inauguração dos hotéis.

NOVOS INVESTIMENTOS

A Vila Galé possui 10 hotéis e resorts all inclusive no Brasil e é considerada uma das maiores redes de hotéis em crescimento do país, já que está expandindo a curto prazo a presença com pelo menos mais sete novos empreendimentos. O plano de expansão é bastante ambicioso e está avançando com a introdução da submarca Collection.

Especializado na produção de vinhos e azeites, o Grupo também anunciou um experimento de plantação de vinhas e oliveiras no Vila Galé Collection Ouro Preto. O primeiro hotel da rede em Minas Gerais está em obras e será inaugurado em abril de 2025. A enóloga Marta Maia, responsável pelos vinhos Casa de Santa Vitória, produzidos em Portugal, visitou o terreno e reconheceu seu potencial.

“O projeto do novo hotel evoluiu desde a concepção inicial. Identificamos um grande potencial no terreno. Agora, contaremos com 308 quartos, uma sala de convenções para 700 pessoas, atividades de enoturismo, um lago e diversas outras atrações para toda a família. Ao considerar o clima, reconhecemos o potencial para a produção de vinhos e azeites, assim como fazemos em Portugal”, destaca Rebelo de Almeida.

SOFISTICAÇÃO

A JHSF e o Fundo Oitavos Portugal, investido por clientes do BTG Pactual, firmaram Memorando de Entendimento (MOU) para que o Grupo Fasano administre o futuro Hotel Fasano Cascais, em Portugal. Localizado na Quinta da Marinha, um dos principais destinos europeus para clientes de alta renda, o empreendimento fica em uma propriedade com vista para o mar na costa do Atlântico a 20 minutos de Lisboa. “É uma localidade incrível em um destino que os nossos clientes buscam e nosso objetivo é levar o padrão Fasano de excelência aos locais mais desejados”, diz **Augusto Martins, CEO da JHSF Participações**.

O projeto terá cerca de 96 apartamentos de hotelaria e 44 branded residences com a marca e a hospitalidade Fasano, que será responsável pelos serviços de concierge, gastronomia e outros amenities. O Fasano Cascais faz parte da estratégia de internacionalização da marca e é o 6º empreendimento do grupo no exterior. “Estamos muito contentes por esta parceria com o fundo Oitavos Portugal, investido por clientes do BTG Pactual. Esta é uma excelente oportunidade para seguirmos com nossa estratégia de expansão no exterior e de crescimento dos nossos negócios de renda recorrente.”, afirma Augusto Martins.

Com previsão de inauguração até 2028, as obras de renovação do hotel terão início em 2025. No ano que vem, também começam a ser comercializadas as branded residences. “O Fasano Cascais amplia os destinos onde recebemos nossos clientes”, conclui o CEO da JHSF.

LUXO

Há 43 anos atuando em incorporação e engenharia, o Grupo André Guimarães é outra companhia que passou a apostar no mercado português residencial de alto padrão. Em julho, o Grupo lançou seu primeiro projeto internacional: o Lumare, um sofisticado empreendimento à beira-mar.

Localizado próximo à Marina de Vilamoura, na bela região do Algarve, no sul de Portugal, o Lumare foi projetado para oferecer uma experiência de vida luxuosa e exclusiva. Composto por quatro edifícios distintos, o empreendimento disponibiliza 62 apartamentos de 1 a 4 suítes, ideais para quem busca conforto, segurança e sofisticação. “O Lumare representa um marco importante para o Grupo André Guimarães, pois demonstra nossa força e capacidade de exportar nossa expertise e excelência para outros países”, detalha **Daniel Sande, CEO de Incorporação**. ■



AUGUSTO MARTINS,
CEO da JHSF

RENOVAÇÃO BILATERAL

Energia e sustentabilidade abrem oportunidades de negócios entre Brasil e Portugal

Portugal está na 15ª posição no ranking de destino dos investimentos brasileiros no exterior, considerando a ótica do Investidor Imediato. Já Portugal é o 20º Investidor direto no Brasil. Entre 2019 e 2023, os setores que receberam os maiores anúncios de investimentos do país europeu no Brasil foram os de energia, software e serviços de TI, serviços prestados às empresas, serviços financeiros, hotelaria & turismo e aeroespacial.

A vantagem do Brasil na agenda verde tem criado novas oportunidades. Além de ter a segunda maior cobertura florestal do mundo (60%), abrigar 20% da biodiversidade do planeta e ter 12% da água doce global, o país se destaca na transição energética, com alta participação de fontes renováveis na matriz energética em uma trajetória sustentável.

MERCADO LIVRE

A EDP, empresa que atua em todos os segmentos do setor elétrico, acaba de assinar um contrato de dois anos com o GPA, grupo varejista dono das marcas Pão de Açúcar e Extra, para geração de energia solar no modelo de geração

distribuída compartilhada. No total, 40 unidades das lojas Minuto Pão de Açúcar localizadas no estado de São Paulo passarão a receber os créditos de energia renovável. O contrato prevê o fornecimento de 16,8 GWh (sendo 701,85 MWh/mês), de 2024 a 2026, provenientes de usinas fotovoltaicas localizadas nos municípios de Lorena, Santa Adélia, Leme, Pirangi e Iperó, no interior de São Paulo. Com a transação, o GPA deve evitar a emissão de 648,5 toneladas de dióxido de carbono (CO2) até o final do contrato.

Essa parceria fortalece a estratégia de sustentabilidade do GPA em prol da redução das emissões de gases de efeito estufa, um dos temas prioritários de atuação da companhia. “Nosso objetivo é cada vez mais evoluir na gestão ambiental de nossos negócios, buscando soluções sustentáveis e eficientes, não só no âmbito energético – como estamos fazendo com a EDP – mas em toda a cadeia produtiva. Ao optar pela utilização de energia proveniente de usinas fotovoltaicas, reforçamos a importância da transição energética para matrizes de menor impacto e baixo carbono”, destaca **João Marques da Cruz, CEO da EDP no Brasil**.



JOÃO MARQUES
DA CRUZ, CEO da
EDP no Brasil

“O fechamento deste contrato com um dos principais grupos do setor de varejo alimentar no Brasil reforça a nossa estratégia de liderar a geração distribuída solar e a transição energética no país. Temos investido na expansão da nossa capacidade de geração solar, buscando reforçar o pacote de produtos de energia renovável disponível para os nossos clientes, e contribuindo para que cada vez mais empresas descarbonizem seus negócios e tenham operações mais sustentáveis”, afirma **Carlos Andrade, vice-presidente de Soluções para Clientes da EDP na América do Sul.**

Unidade Flutuante de Produção, Armazenamento e Transferência (FPSO), uma das principais estruturas da Galp no país

ESTRATÉGIA

Já a Galp está presente no mercado brasileiro desde 2000. Começou com a exploração de petróleo, área em que é hoje o quarto maior produtor do país através de projetos de classe mundial em que participa no pré-sal da Bacia de Santos. Nos últimos anos, a empresa tem vindo a diversificar as suas atividades para a comercialização de gás natural a distribuidoras regionais e a clientes industriais.

“Queremos criar valor para os nossos stakeholders através da maior integração e diversificação dos nossos produtos energéticos, e queremos continuar a distinguir-nos entre as maiores e mais competitivas empresas mundiais de energia com presença no Brasil, liderando na implementação de projetos que permitam a excelência e eficiência operacional, garantindo a sua sustentabilidade,” afirma a nova **country manager da Galp no Brasil, Paula Pereira da Silva.** “Para isso, vamos continuar investindo em pesquisa e desenvolvimento e nas comunidades, como temos vindo a fazer há tantos anos”, acrescenta.



PAULA PEREIRA DA SILVA, country manager da Galp no Brasil

PROJETOS

Em 2023, a Petrogal Brasil (joint venture com a Sinopec) contribuiu com 65% do EBITDA do Grupo, número que atesta a importância estratégica do Brasil para a Galp, e que ganhará ainda mais força com a conclusão do projeto Bacalhau, que deverá produzir o primeiro óleo em 2025 e contribuirá para um crescimento de 30% da produção da Galp. “O Brasil é um pilar estratégico fundamental para o grupo Galp e para o desenvolvimento do nosso portfólio”, completa Paula.

Outros projetos-chave para a operação da Galp no Brasil incluem a extração de valor adicional dos projetos já em operação comercial, como a otimização do projeto de Tupi, ou o desenvolvimento de novas oportunidades na área de aprovisionamento e trading de energia, contando para isso com um reforço das parcerias existentes e com a colaboração com universidades e comunidades. ■



VINHOS QUE UNEM O PALADAR

Brasil e Portugal estão unidos pela preferência por vinhos tradicionais e exclusivos



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Ao longo dos anos, a Bacalhôa Vinhos de Portugal criou uma vasta gama de produtos em seu portfólio, algo que possibilitou uma 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 e pela autonomia - que chega a 70% de produção própria.

É a dinâmica gerada pelo cruzamento destas várias identidades, explorada com recurso a tecnologia mais atual e aos conhecimentos de uma equipe multidisciplinar, que a empresa deve a sua capacidade única no competitivo mercado português. A cada uma das entidades que constituem o Grupo Bacalhôa - Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A, Aliança Vinhos de Portugal, S.A e Quinta do Carmo - corresponde um centro de produção com características próprias.

EXCELÊNCIA

A Bacalhôa dispõe de adegas nas regiões mais importantes de Portugal: Alentejo, Península de Setúbal (Azeitão), Lisboa, Bairrada, Dão e Douro. Com uma capacidade total de milhões de litros por ano, a companhia prossegue a sua aposta na inovação, tendo em vista a criação de vinhos com uma elevada qualidade e consistência.

A vinha plantada na Quinta da Bacalhôa 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 Bacalhôa também é produzido.

ARTE, VINHO E PAIXÃO

Não à toa, ao planejar uma viagem a Portugal, um dos maiores atrativos é a oportunidade de explorar sua rica cultura do vinho. Conhecido por suas paisagens deslumbrantes e vinhos renomados, o país oferece experiências únicas para aqueles que buscam aprofundar seus conhecimentos sobre a área. No entanto, para manter viva a lembrança e as experiências em terras lusitanas, por meio de um portfólio que reúne preciosidades enológicas, a Importadora Decanter traz ao Brasil alguns dos mais destacados produtores portugueses.

“Nossa seleção forma um verdadeiro mapa das mais importantes regiões e vinícolas de Portugal, suas variadas propostas e estilos, trazendo vinhos que expressam e representam os inconfundíveis terroirs do Alentejo, Dão, Douro, Tejo, Bairrada e Setúbal”, resume **Adolar Hermann, presidente da Decanter**.

SECULAR

Além de nomes já consagrados que estrelam o portfólio da importadora, chegaram há pouco no catálogo os vinhos Rosa Santos. A quinta alentejana celebra 400 anos na produção de vinhos e conta com os irmãos e enólogos Jorge, Vasco e Frederico conduzindo a elaboração dos rótulos, em continuidade à tradição iniciada na família há quatro séculos.

Entre os destaques estão os vinhos Implicit, elaborados com castas tradicionais; Explicit, um tinto fantástico, repleto de especiarias; Vinhas Velhas, de produção minúscula, proveniente de um pequeno vinhedo com mais de 55 anos; e Alicante Bouschet, expressão suprema desta que é uma uva símbolo da região.

PREMIADOS

Considerado o Rei da Alvarinho, Anselmo Mendes é reconhecido por seu talento, excelência, inovação e pela combinação de técnicas ancestrais, como a curtimenta, com métodos modernos, como a vinificação em carvalho. Um de seus destaques é o Anselmo Mendes Parcela Única, recentemente premiado como o melhor branco português pela Grandes Escolhas.

A Quinta dos Roques tem uma história que se funde com o desenvolvimento de vinhos de qualidade no Dão: ela foi pioneira em elaborar variedades na região, na década de 1990. O rótulo Encruzado foi considerado pela Master of Wine Jancis Robinson um dos 10 melhores vinhos de Portugal.

Outra “entidade” do vinho português, a José Maria da Fonseca, lendário produtor de Setúbal, é líder incontestável de qualidade, pioneirismo e resgate de tradições. Em atividade desde 1834, é comandada por Domingos Soares Franco, representante da 6ª geração da família, e já eleito Personalidade do Ano pela Revista de Vinhos. É responsável por produzir grandes ícones, como seus moscatéis de Setúbal e os vinhos Puro Talha, elaborados a partir de técnicas ancestrais com fermentação 100% em talha.

Ao herdar dos pais a paixão pelo vinho, João Póvoa aplicou seu profundo conhecimento do terroir da Bairrada para fundar a Kompassus. Verdadeiro entusiasta da Baga, ele cultiva parcelas desta casta com mais de 70 anos de idade, em alta densidade e com mínima intervenção. Seu estilo combina robustez e elegância, dando origem a vinhos vigorosos, ricos e complexos.



ADOLAR HERMANN,
presidente da Decanter



ALENTEJO: REGIÃO PORTUGUESA É BERÇO DE RÓTULOS PREMIADOS E DE VINÍCOLAS COM EXPERIÊNCIAS QUE VÃO ALÉM DO VINHO

INIGUALÁVEL

Para quem está viajando por Portugal, distante apenas 1h30 do Aeroporto de Lisboa, o Alentejo, maior e mais autêntica região do país, é o destino ideal para os amantes do vinho graças à alta qualidade dos rótulos e das experiências vínicas.

Em Campo Maior, ao norte do Alentejo, o viajante pode ter uma imersão completa, vendo de perto como são feitos os vinhos da Adega Mayor, além de conhecer suas vinícolas, aprender sobre a produção, degustar os rótulos e até participar das vindimas. Fundado em 1988, o local combina uma abordagem moderna e técnica avançada na produção dos vinhos. Entre os rótulos de destaque estão o Adega Mayor Tinto, Adega Mayor Branco e o Adega Mayor Reserva, que são perfeitos para todo tipo de paladar e combinações gastronômicas.

Já com uma adega moderna, um delicioso restaurante e um hotel de charme em Albernoa, perto de Beja, a Herdade da Malhadinha Nova oferece atividades diversas, como degustação de até cinco vinhos. O local ainda proporciona experiências como o pacote Wine Class, com prova de vinhos às cegas, workshops de cozinha utilizando os vinhos da propriedade, entre outros.

A vinícola é responsável por produzir rótulos famosos tanto em Portugal como em outros países, como o Malhadinha Nova Tinto, Malhadinha Nova Branco e Malhadinha Nova Reserva. ■



#SAI DO SOFÁ: Impulsionando o Entretenimento Sustentável e o Impacto nas Comunidades Locais

Um programa inovador que une aventura, sustentabilidade e transformação social, promovendo turismo consciente e desenvolvimento econômico local.



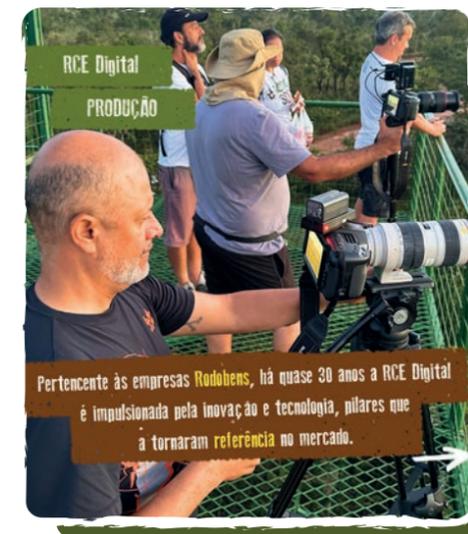
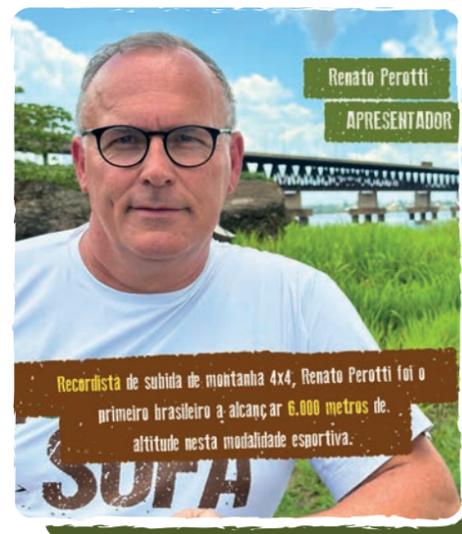
Vivemos em uma era em que entretenimento e responsabilidade social caminham juntos. O programa #SaiDoSofá é a prova disso, ao combinar aventura, turismo sustentável e uma visão consciente de mundo. Muito mais do que um programa de TV, o #SaiDoSofá convida seu público a repensar o turismo, valorizando experiências autênticas e transformadoras.

POR QUE APOIAR O #SAI DO SOFÁ?

Se a sua marca deseja se alinhar a iniciativas que refletem responsabilidade social, ambiental e inovação, o #SaiDoSofá é o parceiro ideal. O programa é uma plataforma robusta para empresas que buscam integrar os princípios de ESG (Ambiental, Social e Governança) em suas estratégias.

Apresentado por Renato Perotti e Thais Medina, o #SaiDoSofá é uma produção original da RCE Digital exibida nos canais BandSports e NewBrasil.

A cada nova temporada, o programa amplia sua audiência e reforça seu compromisso de unir **entretenimento e transformação social**, gerando impacto positivo no público, no meio ambiente e nas comunidades.



Ao apoiar o #SaiDoSofá, sua empresa ganha:

- 1. Visibilidade** em um projeto inovador que engaja uma audiência interessada em experiências autênticas e sustentáveis, reforçando o compromisso com as práticas de ESG.
- 2. Conexão** com propósitos reais, promovendo hábitos conscientes e colaborando para o desenvolvimento das comunidades retratadas, incluindo aquelas ligadas a cadeias produtivas responsáveis.
- 3. Impacto** social e ambiental tangível, com resultados concretos nas regiões visitadas, fortalecendo sua atuação em áreas relacionadas à responsabilidade social, ambiental e governança.
- 4. Reforço** de imagem, alinhando sua marca a causas como preservação ambiental, promoção de estilos de vida saudáveis e apoio a atividades produtivas sustentáveis.

O FUTURO DO ENTRETENIMENTO ESTÁ AQUI!

Quer se inspirar, conhecer destinos incríveis e descobrir como o turismo pode ser uma ferramenta de desenvolvimento sustentável? Acompanhe o #SaiDoSofá! Cada episódio é um convite para sair da rotina, descobrir um novo Brasil e fazer parte dessa transformação.





SHEIN

FELIPE FEISTLER,
Country Manager da
Shein no Brasil

VAREJO ONLINE: PROJETO PARA IMPULSIONAR VENDEDORES BRASILEIROS

A SHEIN anunciou o lançamento de um novo projeto que visa fortalecer a atuação dos vendedores locais no Brasil. Com o intuito de aumentar a competitividade e apoiar o crescimento sustentável, a iniciativa permite que os profissionais acessem os itens mais vendidos internacionalmente na plataforma e comercializem produtos iguais a esses.

Em resposta às mudanças no mercado e dado o grande interesse dos parceiros locais pela lista de produtos internacionais mais vendidos na SHEIN, a empresa decidiu disponibilizar esses dados para os vendedores de seu marketplace. Essa estratégia visa não apenas garantir a competitividade, mas também manter a fidelidade dos consumidores brasileiros. "Estamos comprometidos em fortalecer nossa plataforma no Brasil, e essa iniciativa oferece uma chance única para os vendedores locais comercializarem produtos já testados e aprovados internacionalmente," afirma **Felipe Feistler, Country Manager da SHEIN no Brasil.**

Segundo a SHEIN, essa nova abordagem poderá resultar em um aumento de até 30% no tráfego para os vendedores que se vincularem aos produtos sugeridos.



LUXO NO AR

A Emirates ficou em primeiro lugar como a “Melhor Companhia Aérea do Mundo” entre 90 companhias globais em um estudo da Telegraph Travel. Até agora, em 2024, a EMIRATES recebeu mais 19 prêmios e reconhecimentos de uma ampla gama de fontes em todo o mundo. A experiência da Primeira Classe e Classe Executiva da Emirates continua sendo uma referência de excelência no setor. Recentemente, a companhia fez uma parceria com a marca irlandesa Voya, conhecida por liderar o luxo orgânico, com o objetivo de desenvolver fragrâncias exclusivas e personalizadas.

Para desenvolver os aromas exclusivos, a Emirates e a Voya examinaram tendências internacionais e da indústria para criar aromas representativos de ambas as marcas. Inspirados pela natureza global da Emirates, os óleos essenciais naturais usados nos aromas são derivados de uma miríade de destinos e o design do frasco é inspirado no pôr do sol sobre o oceano. Inspirando-se nas paisagens exuberantes e na rica herança da Irlanda, a colaboração promete uma experiência sensorial que mistura sofisticação e natureza, ao mesmo tempo em que evoca a tranquilidade da Ilha Esmeralda.

A Emirates também oferece a melhor seleção de bebidas do mundo a bordo de suas aeronaves. Divulgada em setembro, a companhia aérea está aprimorando seu extenso menu de destilados, cervejas, vinhos e champanhes com a recente adição de dez novos destilados e cervejas premium.

Companhias áreas globais aprimoram e elevam a experiência de voar com serviços exclusivos a bordo

EMIRATES está aprimorando seu extenso menu de destilados, cervejas, vinhos e champanhes com a recente adição de dez novos destilados e cervejas premium



COMPLETA

Como a única companhia aérea do mundo a ganhar o prêmio Skytrax World's Best Business Class 11 vezes, a QATAR AIRWAYS anuncia mais uma melhoria em seu serviço de classe executiva com a introdução do serviço de caviar em seu menu. Os amantes de caviar podem experimentar o serviço luxuoso a bordo da classe executiva da Qatar Airways entre Doha e Boston, Dallas, Hong Kong, Houston, Londres, Los Angeles, Melbourne, Nova York, Paris, São Paulo, Cingapura, Sydney e Washington.

O premiado serviço Business Class da Qatar Airways oferece amplas opções de comida e bebida, bem como refeições sob demanda, onde os passageiros podem jantar no horário de sua preferência. O novo serviço de caviar pode ser apreciado como uma opção independente ou parte dos pratos de refeição a bordo.

Em outro sentido, a empresa de gerenciamento de destinos da Qatar Airways, Discover Qatar, lançou seu exclusivo tour aéreo, Discover Doha by Air. O tour oferece aos viajantes exigentes a oportunidade de explorar paisagens de tirar o fôlego e marcos icônicos do conforto e conveniência incomparáveis de uma aeronave leve. Projetado para atender aos desejos do explorador comum que busca aventuras personalizadas, o Discover Doha by Air promete uma fusão extraordinária de aventura, busca por emoção e exploração. Com duração de voo de 45 minutos, cada passeio aéreo é planejado e preparado para acomodar confortavelmente oito passageiros em uma cabine com ar-condicionado de um Cessna 208 Caravan.





First Class da SINGAPORE AIRLINES

A SINGAPORE AIRLINES APRIMOROU A EXPERIÊNCIA DE VOO DA CLASSE ECONÔMICA PREMIUM COM NOVAS OPÇÕES DE REFEIÇÕES E KITS DE AMENIDADES

CONFORTO

Já a asiática SINGAPORE AIRLINES possui a melhor primeira classe do mundo, de acordo com o prêmio 2024 Airline Excellence Awards. Disponível exclusivamente nas aeronaves Airbus A380 da Singapore Airlines, a SIA Suite oferece cabines privativas e a opção de uma cama de casal. Entre outros itens exclusivos, cada suite privativa está equipada com poltrona de couro Frau, travesseiros premium, cobertores e lençóis da Lalique, guarda-roupa privativo, banheiro espaçoso e uma requintada variedade de produtos de higiene pessoal.

O ambiente ainda conta com monitor touchscreen HD de 32" emparelhado com fones de ouvido com cancelamento de ruído Bang & Olufsen e um sistema de entretenimento KrisWorld. As refeições são servidas em porcelana Wedgwood sobre guardanapos de linho branco e os passageiros podem visualizar todo o cardápio a bordo por meio de um menu digital até oito dias antes do voo.



Lounge de Primeira Classe da LUFTHANSA

A LUFTHANSA opera atualmente cerca de 60 lounges em 17 locais no mundo todo, oferecendo aos seus hóspedes um lugar para relaxar ou trabalhar antes do voo

CONEXÃO

A LUFTHANSA AIRLINES acaba de abrir seu novo lounge premium no Terminal B do Aeroporto Internacional Newark Liberty, em Nova Jersey. Os hóspedes podem relaxar ou trabalhar no espaço de 600 metros quadrados antes do voo. A peça central do lounge é o Skyline Bar central. Lá, os passageiros encontrarão uma grande seleção de coquetéis, vinhos, destilados e bebidas não alcoólicas, além de cerveja artesanal de pressão de Nova Jersey, o "Garden State". Na frente culinária, o Lufthansa Group oferece aos seus hóspedes uma seleção de produtos regionais frescos na área do bistrô. No verão, o menu inclui pão de milho de Jersey com geleia de tomate cristalizada e sanduíches com cogumelos trompette, bacon, alface crocante e chutney de tomate em pão de fermento.

Passageiros da Primeira Classe e membros do HON Circle têm a oportunidade de desfrutar de um menu à la carte em uma área de jantar privativa. Eles também podem escolher entre uma seleção dos melhores vinhos e champanhe. A estrutura multifuncional do lounge reflete os diferentes requisitos dos viajantes antes do voo. Um terço do espaço é dedicado às necessidades de viajantes de negócios e oferece, entre outras coisas, mesas comuns funcionais com a opção de carregamento sem fio ou impressão sem fio. ■



KATRINE DIBONA,
Global Head of
Sustainability &
Public Affairs da
Novo Nordisk

NOVO NORDISK NA LUTA CONTRA A OBESIDADE INFANTIL

A Novo Nordisk acaba de anunciar uma nova iniciativa global para prevenir a obesidade infantil. A Childhood Obesity Prevention Initiative (Iniciativa de Prevenção da Obesidade Infantil - COPI) apoiará seis cidades no design, implementação e avaliação de soluções personalizadas focadas na atividade física e na alimentação saudável. A iniciativa é baseada em uma estrutura robusta e fundamentada em evidências para medir e avaliar o impacto das intervenções. No projeto, mudanças no comportamento de saúde e bem-estar, incluindo qualidade de vida relacionada à saúde e índice de massa corporal (IMC), serão medidas em crianças de 6 a 13 anos na linha de base, além de acompanhamentos de um e dois anos após a intervenção.

“Estatísticas mostram que a obesidade infantil está aumentando em taxas alarmantes em todo o mundo, colocando a saúde e o bem-estar das atuais e futuras gerações em risco. Com foco em comunidades urbanas vulneráveis, a Iniciativa de Prevenção da Obesidade Infantil fornecerá evidências importantes e uma estrutura única baseada em dados para apoiar os líderes das cidades na prevenção da obesidade infantil”, afirma **Katrine DiBona, Global Head of Sustainability & Public Affairs da Novo Nordisk**. A iniciativa se baseia em mais de uma década de experiência em programas de prevenção baseados em cidades por meio do Cities for Better Health (CBH) e será implementada em um conjunto inicial de seis cidades no Brasil, Canadá, França, Japão, África do Sul e Espanha.

PARA SÃO PAULO BRILHAR

Cidade Matarazzo é reconhecida como o maior projeto privado de regeneração urbana e restauro do patrimônio histórico do país

Bradesco e a Cidade Matarazzo anunciaram a inauguração da Casa Bradesco, um centro de criatividade na região da Avenida Paulista, com o objetivo de democratizar e potencializar expressões artísticas, promovendo uma nova forma não só de apreciar as artes, mas de criá-las. Com uma infraestrutura única, integrada à natureza e à tecnologia, o espaço reflete a sinergia entre as marcas, que buscam promover o acesso aos mais diversos tipos de manifestações culturais na cidade de São Paulo.

A Casa Bradesco será composta por quatro salas interdisciplinares, projetadas para oferecer uma variedade de experiências culturais. O público já pode conhecer a Sala AQUI, que conta com uma exposição retrospectiva do famoso artista plástico britânico, Anish Kapoor, um dos mais expressivos nomes da arte contemporânea global. Já o ambiente ALI, será dedicado à

criatividade infantil para as crianças explorarem suas habilidades artísticas de forma lúdica e interativa. O ACIMA trará um laboratório focado no desenvolvimento de jovens nas diversas expressões de arte. E a sala multilinguagem, ABAIXO, oferecerá uma programação diversificada e imersiva.

MAIS ARTE

Para o fundador da Cidade Matarazzo, Alexandre Allard, a Casa Bradesco complementar as demais experiências oferecidas no Matarazzo, que também impulsionam a economia criativa. “Arte e criatividade sempre foram o fio condutor do projeto e cada parceiro que está aqui foi escolhido a dedo para compor o nosso ecossistema. Queremos fortalecer e expandir o acesso à cultura em uma das regiões mais vibrantes de São Paulo, incorporando o mesmo princípio regenerativo

Rabo di Galo Bar oferece uma atmosfera única



Le Jardin enaltece a integração e encontros ao ar livre

que inspirou a criação da Cidade Matarazzo”, destaca. “Após um longo período se afastando da natureza, é hora de criar coragem para se reinventar e se regenerar. Acredito que a criatividade é um antídoto para reconectar o ser humano à sua origem e reequilibrar o seu estilo de vida. A Casa Bradesco surgiu dessa urgência de promover a criatividade celebrando todas as formas de arte e acolhendo criadores de todos os estilos”.

Localizada a poucos metros da Avenida Paulista, a Cidade Matarazzo é um Portal onde é possível alcançar uma nova consciência através da conexão com a natureza e consigo mesmo. Um espaço onde as regras da natureza transformam e influenciam experiências cuidadosamente curadas em cultura, hospitalidade, comida, moda, beleza, design, negócios e longevidade, promovendo uma vida melhor. Cada um desses pilares de experiências é denominado

“Bioma”, uma referência aos ecossistemas que abrigam a vida vegetal e animal, garantindo que todas as vivências oferecidas no local sejam interconectadas e interdependentes, assim como no meio ambiente.

HOTELARIA E GASTRONOMIA

Atualmente, o espaço abriga o Rosewood São Paulo, premiado como melhor hotel da América Latina e 23º hotel do mundo; a Torre Mata Atlântica, maior verticalização verde do Brasil; o edifício corporativo que abriga a AYA Earth Partners, o primeiro e maior ecossistema dedicado a acelerar a economia regenerativa e carbono zero do Brasil; a Capela Santa Luzia; além dos restaurantes Le Jardin, Blaise e Taraz - top 10 restaurantes de São Paulo - e dos bares Rabo di Galo (melhor bar da cidade), Emerald Garden Pool e Bela Vista Rooftop Pool. ■

OS HOTÉIS DA FAMÍLIA DE FRANCIS FORD COPPOLA

Blancaneaux Lodge, em plena selva da Reserva Florestal Mountain Pine Ridge, em Belize, foi o primeiro hotel da coleção de Coppola

KEVIN QUIGLEY



O Blancaneaux Lodge foi o refúgio de férias da família Coppola durante mais de uma década

A coleção de hotéis The Family Coppola Hideaways, de propriedade do cineasta Francis Ford Coppola, é composta por cinco hotéis distribuídos em alguns dos destinos favoritos da família Coppola pelo mundo: Guatemala e Belize, na América Central, e Argentina.

Todas as propriedades são administradas pela família Coppola e a experiência nos hotéis é muito importante para eles, que se preocupam com cada detalhe. O diretor conta que “é uma arte estar ali” e que “os hotéis são o oposto de ‘O Poderoso Chefão’: não é um negócio, é pessoal” - em referência à frase de Michael Corleone, interpretado por Al Pacino: “It’s not personal, Sonny. It’s strictly business” (Não é nada pessoal, Sonny. São só negócios).

BLANCANEUX LODGE, BELIZE

No início da década de 1980, Francis Ford Coppola visitou Belize e imediatamente se apaixonou por uma região ainda pouco explorada, repleta de cachoeiras e uma natureza exuberante. Comprou uma propriedade abandonada, a Blancaneaux Lodge, onde por mais de uma década foi o refúgio de férias da família. Em 1993, ele decidiu abrir seu paraíso tropical ao público: hoje, são 20 cabanas e vilas privadas com teto de palha, erguidas em palafitas e com uma decoração rica em arte guatemalteca, que recebem hóspedes em busca de um paraíso na América Central. Ali, os visitantes podem aproveitar piscinas de água natural, 4 restaurantes farm to table, caminhadas e biking pela Reserva Florestal Mountain Pine Ridge ou passeios à cavalo, uma das paixões de Coppola. Com uma beleza cinematográfica, este é um dos destinos mais privados do mundo.



Turtle Inn, na paradisíaca e charmosa praia de Placencia, ao sul do país

Coral Caye pode acomodar de 2 a 10 convidados, e as crianças são muito bem-vindas



TURTLE INN, BELIZE

Francis e Eleanor Coppola adquiriram este hotel à beira-mar em 2001 e criaram um refúgio idílico para quem busca uma viagem relaxante ou cheia de aventura em Belize. Com 27 quartos, todos com vista para o oceano e decorados com móveis balineses artesanais, os hóspedes são convidados a aproveitar as várias experiências que o local proporciona, como o spa com massagens tailandesas, snorkel e mergulho - Belize possui a segunda maior barreira de corais do mundo, Patrimônio Mundial da UNESCO -, passeios de stand-up paddle, observação de pássaros e tantos outros. A poucos passos do seu deck privativo, a praia de areia branca se dissolve nas águas cristalinas do Caribe e leva os visitantes a uma curta viagem de bicicleta ou a pé para a encantadora vila de pescadores de Placencia, à beira-mar, onde podem ser apreciadas lojas de artesanato locais e restaurantes.

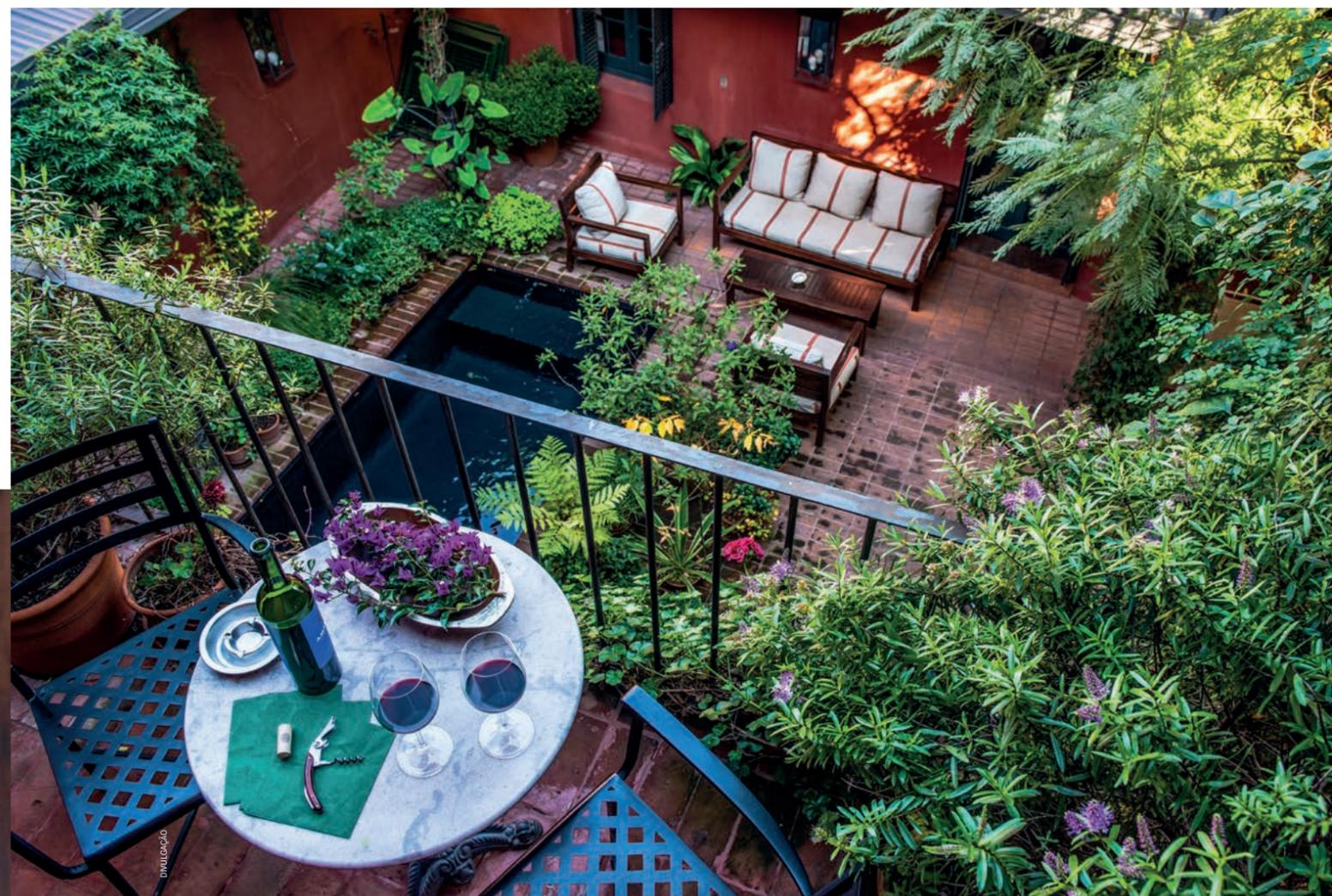
CORAL CAYE, BELIZE

Uma ilha privativa a apenas 25 minutos de barco de Turtle Inn, Coral Caye está cercada pela Barreira de Corais de Belize e pode ser o destino ideal para uma escapada romântica ou para quem é um apaixonado por aventuras no mar. A ilha possui uma pequena praia de areia de coral e manguezais, um santuário ecologicamente preservado após servir durante anos como ponto de pesca comercial. Com duas cabanas rústicas e uma vila principal com decoração praiana e todas as comodidades para umas férias aconchegantes, o único som possível vem das árvores e das águas, além do pequeno staff, que está ali para preparar refeições ao ar livre e pé na areia - como o churrasco estilo crioulo - massagens, passeios guiados ou aulas de culinária.

La Lancha é um hotel boutique de apenas 10 quartos, que fica a 45 minutos de carro das ruínas maias de Tikal e da Reserva de Biosfera Maya

LA LANCHA, GUATEMALA

Situado na floresta tropical, bem acima das margens do Lago Petén Itzá, está La Lancha, um hotel pitoresco de 10 quartos decorados com móveis, tecidos e esculturas da Guatemala, tudo selecionado pessoalmente por Eleanor Coppola, que foi considerada uma das maiores colecionadoras de arte têxtil do mundo (Eleanor morreu este ano, em abril, aos 87 anos). Perto dali está Tikal, o epicentro da espiritualidade maia: suas ruínas incluem mais de 3.000 estruturas de antigos templos e praças. Entre as experiências de slow travel que os visitantes podem desfrutar estão os mergulhos em Itzá, o maior lago da Guatemala, canoagem e, claro, as visitas a Tikal - os hóspedes podem agendar um passeio de helicóptero com direito a um desembarque na cidade perdida de El Mirador para um tour exclusivo.



Jardin Escondido, um hotel estilo Airbnb no coração de Palermo Soho, em Buenos Aires. Foi a casa onde Coppola se hospedou durante as filmagens de seu filme "Tetro", em 2009

JARDIN ESCONDIDO

Localizado em Palermo Soho, um dos bairros mais vibrantes de Buenos Aires, Jardin Escondido guarda segredos de um tempo em que Francis Ford Coppola viveu na cidade e se apaixonou. Foi a casa que ele morou durante dois anos, para as filmagens do filme "Tetro", e para onde ele sempre volta quando precisa de silêncio para escrever ou quando está com saudade de apreciar os vinhos argentinos. Os quartos fazem uma homenagem ao período de produção do filme ou a escritores latino-americanos, como o argentino Julio Cortazar e o chileno Roberto Bolaño. A casa tem três níveis: terraço cercado por plantas de todos os tipos, e videoteca e biblioteca com filmes e livros escolhidos pelo próprio Coppola. A piscina aquecida é um plus no espaço, para um mergulho após circular pela cena cultural e gastronômica da região. ■

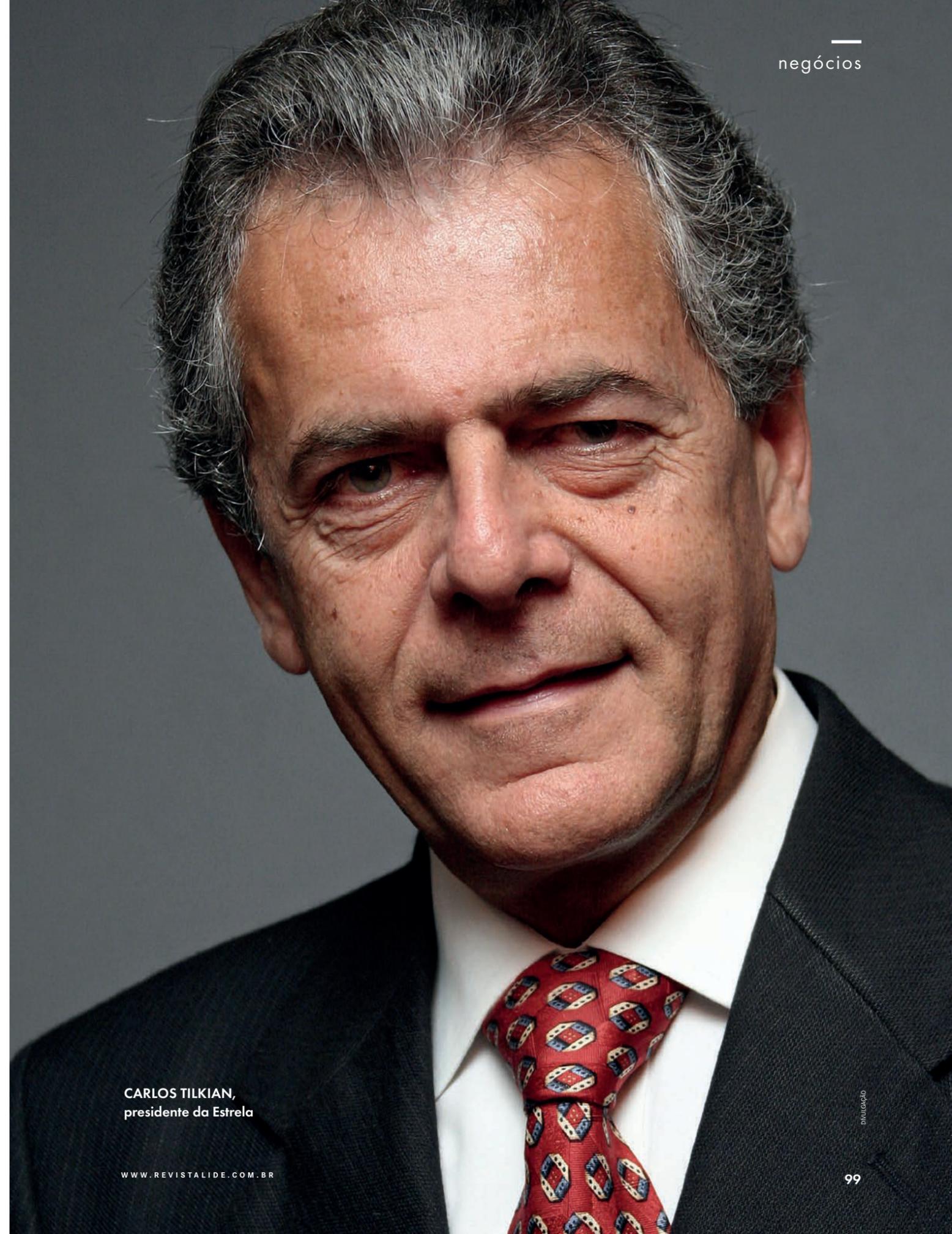
ESTRELA: 87 ANOS PRODUZINDO BRINQUEDOS PARA MUITAS GERAÇÕES

Carlos Tilkian, presidente da Estrela, fala sobre ampliação dos setores da companhia de olho nas novas gerações

A Brinquedos Estrela possui uma trajetória marcada por qualidade e pioneirismo. Maior fabricante de brinquedos do Brasil, com três fábricas espalhadas pelo país, a marca tem ampla atuação nas redes sociais e manuais online para cada lançamento, em sintonia com a linguagem da nova geração de crianças conectadas, que querem criar, compartilhar e interagir. O posicionamento moderno da Estrela também fica evidente em seus recentes lançamentos, que unem a experiência física e a digital, como os jogos de tabuleiro Detetive, Banco Imobiliário e Jogo da Vida com aplicativo. Fazem parte do seu portfólio, ainda, ícones como Autorama, Ferrorama, Genius, Aquaplay, Cilada, entre outros.

Com quase 90 anos de mercado, a companhia também vive um momento de transformação alinhado à realidade de crianças e jovens da nova geração. Além de brinquedos que mesclam a magia dos universos on e offline, a empresa aposta, também, na expansão para outros segmentos do mercado.

Carlos Tilkian, presidente da Estrela, fala sobre a criação da Estrela Beauty, marca especializada em maquiagens e cosméticos para o público infantil, que já conta com 11 lojas próprias abertas no estado de São Paulo e, agora, chega ao modelo de franquia para atingir todo o território nacional. "A Estrela está com 87 anos de atividades no mercado e uma das características da companhia sempre foi a proximidade com os consumidores para entender focos de atenção e pontos de interesse para que possamos sempre ter produtos que gerem atratividade, algo cada vez mais difícil em uma geração mais digital", analisa.



CARLOS TILKIAN,
presidente da Estrela

A ESTRELA CONTINUA FIRME NOS SEUS PROPÓSITOS DE VALORIZAR O MERCADO NACIONAL, GERANDO EMPREGOS E CONTRIBUINDO PARA O REAL DESENVOLVIMENTO DO BRASIL

Revista LIDE: Como surgiu esse novo nicho e como pretendem trabalhar?

CARLOS TILKIAN: Sempre fomos um dos maiores vendedores de bonecas no Brasil, mas, nos últimos anos, notamos um afastamento mais rápido das meninas em relação às bonecas. Em paralelo, começou a surgir muito interesse na área de maquiagem. Começamos a fazer estudos para entender se era algo pontual ou, de fato, um anseio.

Depois de muito pesquisar e entrevistar pais, mães e psicólogos, entendemos que os próprios pais buscavam por esses produtos porque sabiam que as crianças queriam usar, mas não havia produto especializado.

Desenvolvemos uma coleção com uma formulação sem químicos, certificada pela Anvisa, uma coleção completa com itens de maquiagem e acessórios. Não queríamos ser incentivadores da vaidade precoce, queríamos que nossa linha fosse um instrumento para que as crianças pudessem brincar com as cores e desconstruir qualquer padrão de beleza.

Decidimos trabalhar tudo isso em lojas próprias, com vendedoras treinadas para explicar aos pais e tendo em mente que estão lidando com crianças. Depois de tantos anos, partimos para o varejo com lojas próprias na cidade de São Paulo e expansão por todo o Brasil com modelos de franquias. A Estrela Beauty vem dentro de uma estratégia maior da Estrela, a de ampliar a relação com os consumidores.

Revista LIDE: Como está a operação hoje de lojas físicas?

CARLOS TILKIAN: A Estrela Beauty tem 11 operações próprias em São Paulo e Campinas. Já temos franquias em Brasília, Curitiba e São José do Rio Preto. Devemos ter mais seis operações abertas, fora de São Paulo, até março do ano que vem. Nossa estratégia é levar lojas e quiosques para o Brasil inteiro.

Revista LIDE: Quais são os desafios dessa geração digital? O caminho offline é uma projeção?

CARLOS TILKIAN: Não há mais como separar a nova geração do digital, então o que estamos fazendo no nosso core business, que são os brinquedos, é incorporar a tecnologia nos produtos offline, promovendo uma fusão desses dois universos.

Revista LIDE: Como foi o relançamento da boneca da Xuxa? Como lidam com o público adulto movido pela nostalgia?

CARLOS TILKIAN: Nós fizemos parte da vida de praticamente todos os brasileiros, o que significa que um dos nossos principais ativos é a memória afetiva. Muitas vezes, no passado, as famílias não conseguiam dar determinados presentes e, quando essas crianças se tornam adultas e têm poder aquisitivo próprio, abrem espaço para comprar esses brinquedos. Há alguns anos temos essa estratégia, desde que estruturamos nosso e-commerce. Até hoje recebemos muitos pedidos de relançamentos e esse movimento tomou ainda mais corpo na pandemia, houve um resgate à infância. ■



Fabricando, blindando e entregando desde 1988. A pioneira em blindagem automotiva no Brasil.



LUXO E ECONOMIA

RX 450h+: primeiro híbrido plug-in da Lexus no Brasil tem 56 km de autonomia no modo elétrico

A Lexus continua sua missão de unir luxo, tecnologia e eletrificação com a chegada do RX 450h+, o primeiro híbrido plug-in da marca no país. Ícone da descarbonização no segmento de luxo, o novo SUV da Lexus chega como a versão topo de linha da recém-lançada quinta geração do Lexus RX.

O Lexus RX 450h+ reúne em um mesmo pacote o design refinado característico da marca, a alta oferta de segurança e a experiência de dirigir prazerosa. O SUV chega para contribuir com o objetivo da marca de reduzir as emissões de CO2 de seus veículos em mais de 50% até 2035.

EFICIÊNCIA E PERFORMANCE

O modelo é referência de descarbonização no segmento de luxo. Seu conjunto mecânico composto por um propulsor a combustão de 2.5 litros de quatro cilindros associado a dois motores elétricos – um para o eixo dianteiro e outro para o traseiro – com bateria de íons de lítio de 18,1 kWh oferece autonomia de até 56 km no modo totalmente elétrico.

O modelo tem o melhor consumo da categoria e faz 13,9 km/l na cidade e 12,4 km/l na estrada no modo híbrido, de acordo com o Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do Inmetro. Já no modo elétrico – baseado na metodologia do Inmetro para equiparar consumo de energia ao uso de combustível (km/l e) –, a novidade faz 36,1 “km/l e” na cidade e 30,2 “km/l e” na estrada.

Com uma potência combinada de 308 cv e 23,6 kgfm de torque, o RX 450h+ traz o máximo da eficiência com alta performance. Esse conjunto mecânico leva o SUV de 0 a 100 km/h em apenas 6,5 segundos.

Com preço sugerido de R\$ 609.990, o novo Lexus RX 450h+ chega ao Brasil em versão única e com oito cores disponíveis: branco pérola, prata iridium, cinza cromo, bronze, preto grafite e três exclusivas, sendo a vermelho rubio, verde musgo e azul.



ELEGANTE E INOVADOR

A Lexus assumiu o desafio de criar uma identidade visual única para o Lexus RX 450h+ através do conceito Spindle Body, com uma grade frontal que combina forte presença e sofisticação.

O RX 450h+ traz um conjunto óptico composto por faróis de LEDs com acendimento e ajuste automáticos, além de altura personalizável e lavador. Os faróis têm função DRL em formato de "L", que reproduzem a identidade visual da marca.

INTERIOR CENTRADO NO SER HUMANO

Pautado pelo princípio de Omotenashi da marca, termo em japonês que significa hospitalidade, o novo Lexus RX 450h+ foi desenvolvido de dentro para fora, ou seja, todos os comandos se mantêm em posição ergonômica e intuitiva, enquanto o Head-Up display permite visualizar as principais informações no próprio para-brisas.

O design interior baseia-se no conceito Tazuna, centrado no ser humano, com assentos que permitem uma ligação mais profunda e intuitiva entre o automóvel e o condutor para uma melhor dirigibilidade, em uma cabine espaçosa e confortável para os passageiros com três cores disponíveis para o revestimento: preto, bege e marrom. ■

Para completar a hospitalidade da cabine, o teto panorâmico de vidro proporciona uma experiência mais expansiva para todos, enquanto as persianas retráteis em ambas as portas traseiras oferecem mais privacidade aos ocupantes.



BRUNO LACERDA

SHOW BUSINESS

COM SONIA RACY

BAND NEWS
Inédito

Toda quinta-feira, às 23h30

Reprise

Todo sábado, às 16h00

Pílulas

De segunda a sexta,
às 11h00, 17h30,
20h00 e 21h30

SHOW BUSINESS, o mais tradicional talk show de negócios da televisão brasileira.



Agora também em podcast, ouça:

Google Podcasts  





LIDE Brazil Conference London

CONFERÊNCIA REUNIU AUTORIDADES, PARLAMENTARES E EMPRESÁRIOS

O **LIDE Brazil Conference London**, evento realizado pelo **LIDE**, pela **Folha de S. Paulo** e pelo **UOL**, no dia 29 de outubro, no Hotel Savoy, discutiu o potencial dos investimentos no Brasil e oportunidades de colaboração com a Grã-Bretanha. Na primeira metade da sessão, o real digital, open finance, agronegócio e sustentabilidade estiveram em pauta entre os convidados.

Breno Silva, presidente do **LIDE UK**, ressaltou a forma como o Brasil pode se posicionar de forma coordenada para explorar todo seu potencial: "o mundo para nosso país como uma solução para problemas como segurança alimentar, energética e sustentabilidade".

JOÃO DORIA, co-chairman do LIDE



FOTOS: FELIPE GONÇALVES/LIDE



ANTONIO PATRIOTA, embaixador do Brasil em Londres

NEGÓCIOS

O momento oportuno em que aconteceu a LIDE Brazil Conference London foi destacado pelo embaixador do Brasil em Londres, Antônio Patriota, ex-presidente Michel Temer e Rodrigo Pacheco, presidente do Congresso Nacional.

João Doria, co-chairman do LIDE, ressaltou a importância do valor democrático e construtivo da conferência para discutir problemas, causas e resultados que o Brasil pode oferecer no âmbito internacional.

FINANÇAS

Paulo Henrique Costa, presidente do Banco BRB, explicou que o Brasil é referência na adoção de novas tecnologias, com mais de 160 milhões de pessoas já tendo feito ou recebido uma transferência via PIX. Segundo ele, 88% dos brasileiros são usuários ativos de serviços financeiros acessíveis, inovadores e inclusivos - o que abre as portas para a revolução do open finance, que traz a criação de novos produtos e serviços entre instituições financeiras com transparência, ofertas personalizadas e democratização do crédito.

ESG

CHRISTIANO PINTO DA COSTA, PRESIDENTE DA SHELL: "O BRASIL PODE SE TORNAR NET ZERO ANTES DA MAIORIA DAS GRANDES ECONOMIAS MUNDIAIS"

Após uma manhã de discussões e exposições sobre temas tão atuais e relevantes para o crescimento econômico brasileiro, como o open banking, ESG aplicado aos negócios, sustentabilidade e agronegócio, as autoridades, parlamentares e empresários participantes do LIDE Brazil Conference London voltaram ao ballroom do Hotel Savoy, em Londres, para mais uma rodada de painéis. Em pauta, estavam temas como transição energética, indústria, comércio e serviços como formas de atrair investimentos internacionais.

Representando parte importante do setor produtivo inglês, Stephen Phipson, CEO da Make UK, trouxe para o debate a capacidade do país de investir nas atividades de manufatura avançada, produzindo componentes para aeronáutica, equipamentos de defesa, equipamentos tecnológicos, maquinário médico, entre outros. Com o novo governo inglês, está sendo desenhada também uma nova estratégia de negócios para o setor industrial do país, buscando a criação de empregos e investimentos alinhada ao plano do Reino Unido de se tornar carbono neutro nos próximos anos, o que representa uma grande oportunidade para expandir o relacionamento com o Brasil.



O Brasil é uma grande potência em todas as fontes de energia, que pode se tornar net zero antes da maioria das grandes economias mundiais, mas isso só será possível com um framework competitivo de políticas públicas

CRISTIANO PINTO DA COSTA

TRANSIÇÃO

Para finalizar o painel, Cristiano Pinto da Costa, presidente da Shell no Brasil, subiu ao púlpito no Hotel Savoy para compartilhar um estudo da empresa sobre cenários para a transição energética, com insights que podem fomentar a tomada de decisões. Há alguns fatores que influenciam essa mudança: aumento da temperatura global, crescimento populacional e de demanda por energia, e desenvolvimento acelerado de tecnologias.

Costa explicou que a Shell, enquanto empresa tradicionalmente de óleo e gás, está buscando se diversificar, investindo em energias limpas e descarbonização, além do mercado de créditos de carbono, visando a estratégia net zero.



STEPHEN PHIPSON, CEO da Make UK

Economia

PRESIDENTE DO BANCO CENTRAL ABORDOU OS DESAFIOS DA INFLAÇÃO E A DIGITALIZAÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO NO BRASIL

Roberto Campos Neto defendeu que toda estratégia para reduzir os juros no Brasil foi acompanhada de iniciativas fiscais que tranquilizaram o mercado. O presidente do Banco Central palestrou durante o LIDE Brazil Conference London.

Em sua análise, Campos Neto também explicou a implementação do sistema Open Finance, que permite a interligação das transações entre várias instituições financeiras, e abordou o atual cenário de inflação no Brasil e no mundo.

POTENCIAL

Como exemplo das iniciativas fiscais que sinalizaram segurança ao mercado, Campos Neto citou a implementação do teto de gastos, a reforma da previdência e o arcabouço fiscal.

“Todas as vezes que o Brasil conseguiu juros foram acompanhadas de choques fiscais positivos. A mensagem aqui é que é muito difícil trabalhar com juros mais baixos sem ter choque positivo na parte fiscal, sem ter percepção do mercado de que o fiscal vai melhorar”, analisou. Campos Neto também demonstrou preocupação com a desancoragem da inflação.



A gente tem uma economia que está acelerando, uma mão-de-obra muito apertada, uma expectativa de inflação que tem desancorado, então o Banco Central iniciou um processo de ajuste para corrigir esse movimento

ROBERTO CAMPOS NETO



FUTURO

O presidente do Banco Central defendeu o sistema implementado no Open Finance. “Nosso Open Finance é o mais aberto, que tem mais produtos no mundo e o que evoluiu mais rápido”.

Campos Neto também enalteceu os benefícios trazidos pelo Pix à economia brasileira e comentou a nova parceria entre o Pix e o Google, que permitirá aos usuários realizar transferências por meio do Google Pay. “O Pix vai conseguir fazer todas as funções que o cartão de crédito faz hoje, de forma muito mais barata e eficiente”.

Política

O presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (PSD-MG), disse que pretende continuar atuando como senador e que quer relatar o novo código penal brasileiro após deixar o cargo de presidente no final deste ano. As colocações foram feitas durante o LIDE Brazil Conference London.

“A minha intenção é permanecer no Senado nos próximos dois anos. Quero cuidar de iniciativas que tive a cerca de inteligência artificial, assim como pretendo também relatar o novo código penal do Brasil, que é um enfrentamento que teremos de fazer e isso passa pelo trabalho do Congresso Nacional”.

REFORMAS

Durante sua exposição, Pacheco fez um balanço positivo da própria gestão, em que enalteceu a atuação da casa na pandemia e durante as invasões de 8 de janeiro, em Brasília. Para isso, enfatizou o papel do Senado frente à democracia. Pacheco também defendeu a aprovação da reforma tributária e a colocou como ponto chave para que o país possa ter desenvolvimento econômico e aplicar estratégias para conter a crise climática.



Sustentabilidade

A ex-ministra do Meio Ambiente (2010-2016), Izabella Teixeira, defendeu que o setor público e privado do Brasil separem os conceitos de “gestão de crise” e “risco climático” para debater as ações diante da crise climática que impacta o planeta. Durante o LIDE Brazil Conference London, a especialista afirmou que o Brasil é um “player estratégico” no assunto.

“É importante que brasileiros separem duas coisas: gestão de crise, que é lidar com desastres e inundações, e outra coisa é risco climático, pensar o desenvolvimento climático. Crise climática tem a ver com desenvolvimento, financiamento e o papel do Brasil nisso”, disse. Izabella enfatizou que a interconexão global exige uma gestão complexa que vai além das estruturas atuais de cooperação internacional.

O mundo está em atualização e, portanto, também interconectado em situações muito complexas. A gestão da crise tem uma dimensão de complexidade enorme

IZABELLA TEIXEIRA



Agronegócio

O **Fórum Nacional de Agronegócios do LIDE Argentina**, realizado no dia 24 de outubro, em Buenos Aires, consolidou-se como um dos principais eventos do setor na América Latina. Reunindo lideranças políticas e empresariais da Argentina, Paraguai e Uruguai, o evento contou com uma programação robusta de debates e painéis sobre inovação tecnológica no agronegócio, a crescente participação da liderança feminina no setor e as oportunidades de negócios entre os países da América Latina, com ênfase nas relações com o Brasil.

O Brasil esteve representado por Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, que destacou a relevância do agronegócio para a economia dos países envolvidos e ressaltou a importância da integração regional.



DIVULGAÇÃO

A América Latina, unida, tem o potencial de se consolidar como um dos maiores players globais do setor

LUIZ FERNANDO FURLAN

Gestão

O **LIDE Minas Gerais** promoveu uma expedição voltada exclusivamente para mulheres, com o objetivo de fortalecer a rede de lideranças femininas no estado e explorar o papel da mulher nos negócios, na arte e na sociedade civil. A expedição, que ocorreu em Belo Horizonte, foi liderada

por Patrícia Leiva, presidente do LIDE Minas Gerais, e contou com a presença de Bia Doria, artista plástica renomada e esposa de João Doria, fundador e co-chairman do LIDE.

A jornada começou no Palácio da Liberdade, marco histórico da capital mineira, onde o grupo foi recebido pelo governador de Minas Gerais, Romeu Zema. O encontro foi marcado por um

café da manhã especial dedicado a mulheres empreendedoras. Durante a recepção, Zema destacou a importância da participação ativa das mulheres na economia mineira e brasileira, elogiando o trabalho realizado pelo LIDE Minas Gerais na promoção de eventos que geram discussões sobre o papel da mulher no mundo empresarial e nas decisões políticas.



DIVULGAÇÃO/LIDE MINAS GERAIS



DIVULGAÇÃO

Saúde

Para além da inteligência artificial, telemedicina e dispositivos conectados, uma grande contribuição tecnológica na área da saúde é o poder de integração que ela proporciona, não só oferecendo cuidados avançados, como também criando um ecossistema de saúde mais eficiente e personalizado. Esse foi o tema principal debatido durante o seminário 'Saúde 4.0: Tech, Mental e Business', promovido pelo **LIDE Paraná**, no dia 23 de outubro.

Os painéis de discussão destacaram como a tecnologia está criando um

ambiente mais conectado na área da saúde. Sistemas que antes operavam de forma isolada agora se comunicam de maneira integrada, permitindo um fluxo contínuo de informações entre diferentes setores e especialidades, sem comprometer a proteção dos dados dos pacientes.

MERCADO

Nos últimos 40 anos, profundas mudanças transformaram a saúde e a vida em sociedade, ocorrendo em um ritmo cada vez mais acelerado. Durante o seminário, Rached Hajar Traya, presidente da Unimed Curitiba, abordou como essas

transformações na vida das pessoas e o avanço das tecnologias impactaram significativamente o setor, exigindo que a administração da saúde não apenas acompanhe as mudanças, mas também se antecipe a elas.

A saúde é transversal a todos os setores empresariais, sendo fundamental tanto para colaboradores quanto para empresários

HELOÍSA GARRETT,
PRESIDENTE DO LIDE PARANÁ

Governança

No dia 16 de outubro, o **LIDE Famílias Empresárias**, presidido por Helena Petribu Rocha, realizou um exclusivo jantar de negócios para 150 lideranças de Pernambuco, que foram impactadas pela mensagem de Elismar Álvares, da Dom Cabral, considerada um dos maiores expoentes do tema Governança no Brasil.

A agenda, recepcionada por Horácio Forte, da HFORTE Consultoria, contou no debate com as presenças de Marisa da Fonte (que já ocupou a presidência do Conselho de Família do Grupo Raymundo da Fonte), Diego Villar (CEO da Moura Dubeux S.A) e Djalma Cintra Júnior (presidente da rede familiar de varejo supermercadista Bonanza).



DIVULGAÇÃO

IMPORTANTES EMPRESAS CHEGAM AO LIDE

- O escritório **KR Law**, com sede em São Paulo e atuação em todo o território nacional, oferece serviços jurídicos de alta qualidade para empresas de diversos portes e segmentos, especialmente nas áreas trabalhista e tributária. Fundado na convicção de que a advocacia é um instrumento de transformação positiva e ferramenta essencial para construção de uma história de sucesso, o KR Law atua com seriedade e é focado na excelência e na sustentabilidade.
- A **Flow Executive Finders** é uma consultoria de executive search voltada para posições de liderança, que usa seu conhecimento em cultura organizacional e em pessoas para produzir engajamento nas empresas a partir do match perfeito entre a habilidade do candidato e o desafio da vaga. A empresa tem no relacionamento pessoal sua base, a experiência de mercado como bússola, a meritocracia como âncora, o propósito como melhor forma de engajamento e o ambiente colaborativo como fonte de inteligência.
- A **Unidas**, integrante do grupo Brookfield, é uma das maiores empresas do setor de mobilidade no Brasil. Conta com cerca de 118 mil ativos entre veículos leves, caminhões, máquinas e equipamentos pesados, e oferece uma plataforma completa de soluções de gestão e locação de veículos, operações e manutenção, trazendo economia e praticidade para pessoas e empresas em todo o país. Conta também com mais de 220 lojas entre aluguel de carros e venda de seminovos, incluindo leves e pesados, no varejo e atacado.
- **BRG Beyond Realty Group** é uma empresa imobiliária multidisciplinar fundada por Matias Alem, corretor e arquiteto brasileiro, reconhecido por seu desenvolvimento estratégico inovador e crescente portfólio de clientes nacionais e internacionais. A BRG fornece os mais altos padrões para cada empreendimento e conta com uma equipe talentosa que prospera em sua atenção aos detalhes e conhecimento amplo de imóveis, administração de propriedades e empreendimentos residenciais e comerciais personalizados.
- Fundada em 2020, a **KEO** é uma fintech inovadora que ajuda compradores e fornecedores a acelerarem o crescimento dos negócios por meio de financiamento de estoque totalmente digital e soluções de pagamento B2B. Com sede em Miami, Flórida, a KEO opera nos EUA, Canadá e em toda a América Latina. Ao combinar visão inovadora com uma vasta experiência no setor, a companhia é capaz de pensar estrategicamente para desenvolver soluções que mudam a forma como as empresas crescem.

NOVOS FILIADOS DO **LIDE**

LIDE

BRG - BEYOND REALTY GROUP
MATIAS ALEM, CEO

FLOW EXECUTIVE FINDERS
IGOR SCHULTZ, SÓCIO

FLOW EXECUTIVE FINDERS
LEANDRO PEDROSA, SÓCIO

KEO WORLD
TOMAS GUZMAN, SÓCIO

ME ET AI
MARCUS ELIAS, SÓCIO

QUATTOR SERVIÇOS
DJALMA OLINTO, SÓCIO

TIMBRO TRADING
CAIO MELLE, SÓCIO

UNIDAS
CLAUDIO ZATTAR, CEO

LIDE NOROESTE PAULISTA

RAÍZES SOLUÇÕES
CELIA VOLPONI, PRESIDENTE

LIDE PARANÁ

GRUPO ANGELUS
REGINALDO CZEZACKI, PRESIDENTE

ISH TECNOLOGIA
ALLAN COSTA, CEO

LIGGA TELECOM
WENDELL OLIVEIRA, PRESIDENTE

ONIL
FABIO DE ALMEIDA, PRESIDENTE

VIAÇÃO PIRAQUARA
BRUNO PICCOLI, PRESIDENTE

WOSNIAK
FABIO WOSNIAK, DIRETOR

LIDE PERNAMBUCO

ESPAÇO ACOLHER - CABO
WELLINGTON FABRICIO, SÓCIO

H FORTE EDUCAÇÃO
HORÁCIO FORTE, PRESIDENTE

INDÚSTRIAS BECKER
ASTRIEL MENDONÇA JUNIOR, PRESIDENTE

ITEP
LUIZ PATRICIO, PRESIDENTE

MCM
MÁRCIO MORATO, DIRETOR

ONCORP
JOÃO MATTOS, DIRETOR

VIANA & MOURA CONSTRUÇÕES
THIAGO AQUINO, CEO

LIDE EMPREENDEDOR PARANÁ

CDG ESCOLA DE NEGÓCIOS
GRACIANE RISSARDI, DIRETORA

GC TALENTOS
GILBERTO CORDEIRO, SÓCIO

INDESPAR
GASTÃO GONCHOROVSKI, DIRETOR

INSTITUTO ACKLER
THAYSON ACKLER, SÓCIO

LEWARPRO TALENT WAY
LEANDRA CORTELLETTI, SÓCIA

WP
PAULO WIENS, SÓCIO

LIDE JUSTIÇA

HRSA
ALEXANDRE SERAFIM, SÓCIO

LIDE JUSTIÇA CEARÁ

ALEXANDRE GOIANA SOCIEDADE DE ADVOGADOS
ALEXANDRE GOIANA, SÓCIO

LIDE JUSTIÇA NOROESTE PAULISTA

FINOCCHIO & USTRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS
FELIPE GARCIA, PRESIDENTE

LIDE JUSTIÇA PARANÁ

RK ADVISORS
ROMEU KARAM, SÓCIO

LIDE MASTER

ADRIANO ABDO

LIDE MULHER PERNAMBUCO

CESAR
KARLA COUTINHO, COO

DA/DPA COMUNICAÇÃO
CARLA DA FONTE, SÓCIA

PRESIDENTE

João Doria Neto

L I D E®**CONSELHO DE UNIDADES TEMÁTICAS****HEAD DO LIDE AGRONEGÓCIOS**

Francisco Matturo

HEAD DO LIDE CIDADES

Marco Vinholi

HEAD DO LIDE CIÊNCIA E PESQUISA

Mayana Zatz

HEAD DO LIDE COMÉRCIO

Marcos Gouvêa de Souza

HEAD DO LIDE COMUNICAÇÃO

Marcos Quintela

HEAD DO LIDE CONTEÚDO

Carlos José Marques

HEAD DO LIDE CULTURA

Sérgio Sá Leitão

HEAD DO LIDE DIREITOS HUMANOS

Fernando Lottenberg

HEAD DO LIDE DIVERSIDADE

Edgar Souza

HEAD DO LIDE ECONOMIA

Caio Megale

HEAD DO LIDE EDUCAÇÃO

Rossieli Soares

HEAD DO LIDE EMPREENDEDOR

Sergio Zimerman

HEAD DO LIDE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Eduardo Lyra

HEAD DO LIDE ENERGIA

Roberto Giannetti

HEAD DO LIDE EQUIDADE RACIAL

Ivan Lima

HEAD DO LIDE ESPORTE

Lars Grael

HEAD DO LIDE FUTURO

Vittorio Furlan

HEAD DO LIDE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Mario Anseloni

HEAD DO LIDE HABITAÇÃO

Flávio Amary

HEAD DO LIDE INCLUSÃO

Célia Leão

HEAD DO LIDE JUSTIÇA

Fernando José da Costa

HEAD DO LIDE MASTER

Afonso Celso

HEAD DO LIDE MINERAÇÃO

Raul Jungmann

HEAD DO LIDE MULHER

Nadir Moreno

HEAD DO LIDE PESQUISA

Fernando Meirelles

HEAD DO LIDE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Julio Serson

ADVISORY BOARD**CHAIRMAN**

Luiz Fernando Furlan

CO-CHAIRWOMAN

Izabella Teixeira

CO-CHAIRMAN

Henrique Meirelles

CO-CHAIRMAN

Celso Lafer

CO-CHAIRMAN

João Doria

CONSELHO ESTRATÉGICO

Celia Pompeia

Leonardo Framil

Mônica Bergamaschi

Roberto Lima

Daniel Mendez

Luiz D'Urso

Paulo Nigro

Roger Ingold

UNIDADES NACIONAIS**PRESIDENTE DO LIDE BAHIA**

Mário Dantas

PRESIDENTE DO LIDE BRASÍLIA

Paulo Octávio

PRESIDENTE DO LIDE CAMPINAS

Sílvia Quirós

PRESIDENTE DO LIDE CEARÁ

Emília Buarque

PRESIDENTE DO LIDE ESPÍRITO SANTO

Thiago Santos

PRESIDENTE DO LIDE GOIÁS

André Rocha

PRESIDENTE DO LIDE GRANDE ABC

Jarbas Vieira Marques Jr.

PRESIDENTE DO LIDE LITORAL PAULISTA

Jarbas Vieira Marques Jr.

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO

Evandro César A. dos Santos

PRESIDENTE DO LIDE MATO GROSSO DO SUL

Aurélio Rocha

PRESIDENTE DO LIDE MINAS GERAIS - BH

Patrícia Leiva

PRESIDENTE DO LIDE NOROESTE PAULISTA

Marcos Scaldelai

PRESIDENTE DO LIDE PARÁ

Ronaldo Maiorana Júnior

PRESIDENTE DO LIDE PARAÍBA

Gabriel Galvão

PRESIDENTE DO LIDE PARANÁ

Heloisa Garrett

PRESIDENTE DO LIDE PERNAMBUCO

Drayton Nejaim

PRESIDENTE DO LIDE RIBEIRÃO PRETO

Fabio Fernandes

PRESIDENTE DO LIDE RIO DE JANEIRO

Andréia Repsold

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO NORTE

Jean Valério

PRESIDENTE DO LIDE RIO GRANDE DO SUL

Delton Batista

PRESIDENTE DO LIDE SANTA CATARINA

Delton Batista

PRESIDENTE DO LIDE SERGIPE

Victor Rollemberg

PRESIDENTE DO LIDE VALE DO PARAÍBA

Marco Fenerich

UNIDADES INTERNACIONAIS**PRESIDENTE DO LIDE ALEMANHA**

Christian Hirmer

PRESIDENTE DO LIDE ARÁBIA SAUDITA

Abdulmalik Al Qhatani

PRESIDENTE DO LIDE ARGENTINA

Rodolfo de Felipe

PRESIDENTE DO LIDE CHINA

Everton Monezzi

PRESIDENTE DO LIDE EMIRADOS (DUBAI)

Rodrigo Paiva

PRESIDENTE DO LIDE FRANÇA

Pedro Antônio Gouveia

PRESIDENTE DO LIDE INGLATERRA

Breno Silva

PRESIDENTE DO LIDE ISRAEL

Shaul Shashoua

PRESIDENTE DO LIDE ITÁLIA

Giácomo Guarnera

PRESIDENTE DO LIDE MARROCOS

Hicham Essghir

PRESIDENTE DO LIDE NOVA YORK

Fernanda Baggio

PRESIDENTE DO LIDE ORLANDO

Gustavo Prezia

PRESIDENTE DO LIDE PANAMÁ

André Bianchi

PRESIDENTE DO LIDE PORTUGAL

Marcelo Salomão

PRESIDENTE DO LIDE REPÚBLICA DOMINICANA

Orlando Villegas

PRESIDENTE DO LIDE WASHINGTON

Fernanda Baggio

www.lide.com.br**SHOW BUSINESS**
COM BRUNO MEYER

Toda Quarta-feira

22h00**SHOW BUSINESS, o mais tradicional talk show de negócios da televisão brasileira, agora também na Jovem Pan.****J P NEWS**

ASSISTA TAMBÉM NO

PANFLIX



Se você quer um Banco preparado para acompanhar todas as suas conquistas, o BTG Pactual é o seu Banco.

Com o atendimento humanizado 24 horas por dia, você é muito bem-atendido sempre que precisar. Usando o cartão Black, você pode personalizar benefícios que se adaptam ao seu estilo de vida e ainda ter pontos ou cashback na fatura, com IOF Especial. Além da nossa assessoria especializada, com mais de mil produtos de investimentos para recomendar, você ainda tem contas internacionais para diversificar suas aplicações no exterior.

Tudo isso no Melhor Banco da América Latina, pela Global Finance 2024. E Melhor Plataforma para Investir, pela FGV.



Abra sua
conta.

