

L I D E

Ano 16 - nº 105 | 2021

D DORIA EDITORA



R\$ 15,00

GOVERNANÇA

**LIDERANÇAS FEMININAS PROMOVEM
A EQUIDADE DE GÊNERO E UM NOVO
MODELO DE GESTÃO DE IMPACTO SOCIAL**

PEDRO BUENO
PRESIDENTE DA DASA ESTÁ
ENGAJADO EM TRANSFORMAR
O SETOR DE SAÚDE

RECONHECIMENTO
CONHEÇA AS MELHORES
INDÚSTRIAS PARA
TRABALHAR NO BRASIL

L I D E

Ano 16 - nº 105 | 2021

D DORIA EDITORA



Sua saúde merece

“ Para cuidar da sua saúde,
é sempre bom ter em quem confiar.

Eu confio na EMS. ”

Antônio Fagundes

A EMS está há quase 60 anos investindo em tecnologias para cuidar da saúde dos brasileiros. Nosso esforço diário em inovação e pesquisa garante medicamentos de qualidade para que você tenha toda a confiança na hora de cuidar da saúde. Por isso, quando for escolher seu medicamento, peça pelos melhores medicamentos do país.

EMS. Sua saúde merece.



O privilégio de viver em uma Reserva com Náutica e Golf

APENAS 1H20 DE SÃO PAULO



Perspectiva Ilustrada da Portaria com o Campo de Golf e Reserva



Centro Náutico *Exclusivo*

Campo de Golf por Dan Blankenship

Reserva de Itupararanga

Conheça Portofino, um condomínio de campo extraordinário às margens da Represa de Itupararanga. Um refúgio de bem-estar com centro náutico privativo com 100 vagas e píer flutuante. Clube social e esportivo com áreas de lazer exclusivas. Projeto arquitetônico assinado por Gui Mattos, campo de golf de 9 buracos projetado por Dan Blankenship, com Driving Range, Chipping e Putting Green, e paisagismo do Escritório Burle Marx.



LOTES DE 1.250 A 3.600 m²
CONDOMÍNIO FECHADO

AGENDE SUA VISITA: (11) 4580-1500 | OPORTOFINO.COM.BR

GUIMATTOS
ARQUITETURA

BurleMarx
ESCRITÓRIO DE PAISAGISMO

GTG
GOLD TEE GOLF
INTERNACIONAL

Exclusividade de vendas
Bossa Nova

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

ECO LOTES
EMPREENHIMENTOS IMOBILIÁRIOS

O Empreendimento Portofino, constituído na forma da Lei 6.766/79, encontra-se registrado sob o R-2 na matrícula n. 22.932 do Serviço de Registro de Imóveis do município de Piedade/SP. Aprovação pela Prefeitura Municipal de Piedade/SP no Processo Administrativo PMP n. 08661/2012, conforme Decreto Municipal n. 7.800/2020 e aprovado pelo GRAPROHAB (certificado n. 367/2018). Alvará de Loteamento n. 8/2020. Imóvel de propriedade da realizadora Eco Lotes Empreendimentos Imobiliários SPE Ltda. (CNPJ 09.252.282/0001-33). Intermediação e Comercialização: Bossa Nova Sotheby's International Realty; Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 2.027 - Jardim Europa - CEP 01441-001 - Tel.: 3061-0000 - São Paulo (SP). Creci: 27212J. Imagens meramente ilustrativas. Agência Rfill.

| METAVERSO E METAHUMAN NO SPFW N52

Nos últimos meses, muito tem se falado sobre o metaverso, um ambiente virtual onde as pessoas podem interagir entre si por meio de avatares e que permite infinitas realidades diferentes combinando recursos como redes sociais, NFTs (non-fungible token ou token não fungível, na tradução para o português) e criptomoedas.

Mas você sabe o que é o metaverso e o Metahuman e como pode utilizá-los no evento da sua empresa?

O metaverso já é bem compreendido nos games e passa, cada vez mais, a ter outros usos, como nas áreas de Educação, Negócios, Design e, principalmente, Entretenimento. Mas os avanços tecnológicos não param por aí e a novidade, agora, é o *Metahuman*, um complemento que permite criar humanos digitais com realismo e alta precisão de detalhes de pele, olhos, dentes, cabelos e roupas. Com o uso do software, é possível começar uma base de dados com variações de contorno de rosto, expressões faciais e até perfis étnicos, de gênero ou idade e, a partir delas, criar as suas próprias combinações.

A RCE Digital é pioneira no uso desse software no Brasil e, em ação inédita no país, utilizou a ferramenta para criar um time de avatares que ocuparam o lugar dos apresentadores da edição N52 do São Paulo Fashion Week, realizada em novembro.

"Foi um grande desafio utilizar os metahumanos na SPFW N52. Em dois dias, fizemos todo o setup e gravamos com quatro apresentadores diferentes. Foi uma experiência incrível ver os avatares ganhando vida quando os narradores colocaram as suas vozes neles", explica Leandro Gonçalves.

Com o *Metahuman*, é possível capturar expressões de atores e dubladores com a câmera de um celular, em tempo real, e o resultado final é um avatar hiper-realista para você animar no cenário criado no Unreal Engine, de acordo com um roteiro.

**Quer saber mais sobre soluções audiovisuais?
Fale com a RCE Digital e transforme o seu evento!**

Acesse: rcedigital.com.br



Confiança
se constrói



Plataforma

LIDE ESG

OS IMPACTOS DO ESG NA TRANSFORMAÇÃO DA GESTÃO EMPRESARIAL

Acesse e saiba mais em:
lider.inc/ESG



ENVIRONMENT



SOCIAL



GOVERNANCE



www.lideglobal.com
Quem é líder, participa

PATROCÍNIO:



CONHEÇA A TECNOLOGIA
QUE TRANSFORMARÁ
O SEU NEGÓCIO

Plataforma

LIDE_5G

Em 2021, o LIDE lança sua plataforma LIDE 5G, reunindo protagonistas desta nova tecnologia, líderes empresariais, especialistas e autoridades para promover uma agenda construtiva da quinta geração da telefonia móvel no Brasil.

Acesse e saiba mais em: lider.inc/5G

LIDE
NEXT_5G

REVISTA
LIDE_5G

LÍDER.INC_5G

(☎)
LIDE
TALKS
_5G

LIDE CONECTA_5G LIDE PODCASTS_5G PESQUISA LIDE_5G

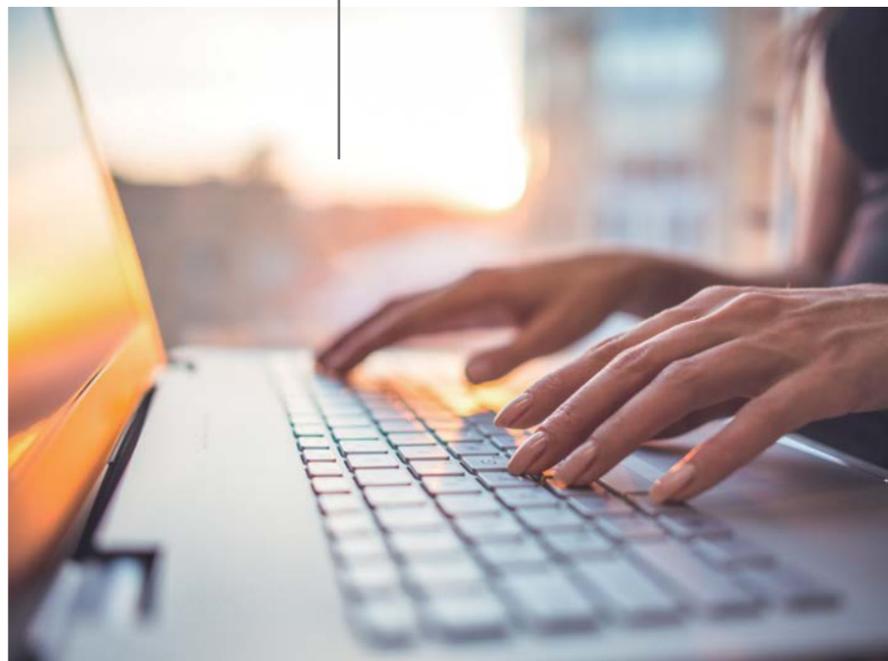
SUMÁRIO

edição de novembro/dezembro

22

Capa

Lideranças atuam para estimular a equidade de gênero em cargos estratégicos e de governança



82

Carros

Porsche Taycan Cross Turismo: esportivo 100% elétrico chega ao Brasil

14 Carta

Confiança é tudo

16 Entrevista

Pedro Bueno, presidente da Dasa, quer criar ecossistema para transformar o setor de saúde

20 Espaço LIDE ESG

32 Cenário

Iniciativas fomentam a diversidade no mercado financeiro

38 Panorama

Programas de capacitação melhoram a empregabilidade

44 Reconhecimento

Ranking Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria 2021 revela potencial de grandes e médias companhias

60 Segmento

Foodtech: Tijana Jankovic fala sobre operações da Rappi em um mercado competitivo

62

Tendência

De inteligência artificial à biotecnologia, empresas investem em novos conceitos



68 Cidadania

Empreendedores focam na produção de bens e serviços de impacto social

74 Perfil

Avon comemora 135 anos e fortalece seu relacionamento com as mulheres

78 Setor

Academias começam a retomar a força e vislumbram crescimento em 2022

86

Wellness

Spas oferecem infraestrutura luxuosa e tratamentos exclusivos

92 Aconteceu

Debates pautam o futuro econômico do país

96 Novos Filiados

Banco Rendimento, Instituto Educação sem Fronteiras, Paper Excellence e Edesoft fortalecem o LIDE



CONFIANÇA É TUDO

A pesquisa “KPMG 2021 CEO Outlook”, conduzida com 1325 CEOs das principais economias do mundo e 50 CEOs brasileiros de variados setores, registra que 82% dos líderes do país demonstram boas perspectivas com a retomada econômica. O estudo também mostrou que a ampla maioria (64%) confia no crescimento da economia global, e 86% no crescimento do setor em que suas empresas atuam.



GUSTAVO RAMPINI

Mesmo com os índices macroeconômicos indicando o período difícil para os empreendedores brasileiros, os CEOs brasileiros pesquisados no estudo indicaram algumas estratégias para crescer nos próximos anos: aumentar o investimento em detecção de disrupções e processos de inovação (64%); fazer parceria com provedores de dados terceirizados (58%); e configurar programas aceleradores ou incubadores para empresas iniciantes (56%).

Estes dados traduzem o apetite das empresas por avançar em seus projetos, criar novos produtos e serviços e se tornarem referência em um país ávido por exemplos de sucesso. Nesta edição, mostramos como companhias dos mais diferentes segmentos têm olhado para o futuro e abraçado tendências como a única

alternativa para atingirem o protagonismo, principalmente quando regidas por mulheres. Leia também reportagens que abordam o potencial da liderança feminina em cargos de governança e o impacto desta nova realidade nos negócios.

Confira entrevista com Pedro Bueno, presidente da Dasa, maior rede integrada de saúde da América Latina. Reconhecido por ser um jovem líder empresarial, o executivo evidencia sua preocupação com a transformação da sociedade. Neste clima de resiliência e esperança com novos tempos, publicamos, com exclusividade, o Ranking Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria 2021, levantamento que identificou 100 grandes e médias companhias de destaque no segmento.

Ótima leitura!

ANA LÚCIA VENTORIM
DIRETORA EDITORIAL

L I D E

www.revistalide.com.br

PUBLISHER
Célia Pompeia

DIRETORA EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim

CONSELHO EDITORIAL
Ana Lúcia Ventorim
Célia Pompeia
João Dória Neto

EDITORA
Ana Lúcia Ventorim

COORDENADORES DE CONTEÚDO
Alyne Souza
José Claudio Pimentel

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

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

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

PUBLICIDADE
Debora Leopoldo
deboraleopoldo@grupodoria.com.br

Eliana Gervasio
elianagervasio@grupodoria.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno
katiamoreno@grupodoria.com.br

VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA
Célia Pompeia
celiapompeia@grupodoria.com.br

UMA PUBLICAÇÃO

DORIA EDITORA

Av. Brigadeiro Faria Lima, 2.277, 11º andar,
Jardim Europa São Paulo, SP - CEP 01452-000
Tel./fax: (11) 3039-6011
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
Piffer Print

CAPA
123RF

OS DESAFIOS DE SUA EMPRESA MERECEM TER SOLUÇÕES PERSONALIZADAS.

Nosso objetivo é potencializar seu negócio. Conheça algumas das vantagens para você:

- Assessoria financeira completa
- Atendimento ágil, sem burocracia
- Taxas competitivas
- Mais de 20 anos de experiência

Temos soluções de investimentos, crédito, derivativos e gestão de caixa, entre outros produtos e serviços.

Abra sua conta na XP Empresas e vamos transformar o mercado juntos.

XP Empresas

Invista na transformação
do seu negócio.

XP empresas

Abra sua conta
xpempresas.com.br



ACOMPANHE
CONTEÚDO EXTRA
EM NOSSO SITE
REVISTALIDE.COM.BR



PEDRO BUENO

ENGAJAR POR UM PROPÓSITO

COM RITMO FORTE EM INOVAÇÃO E QUALIDADE, PEDRO BUENO QUER CRIAR ECOSISTEMA COM A MISSÃO DE TRANSFORMAR O SETOR

Presidente da Dasa, maior rede integrada de saúde da América Latina, Pedro Bueno é uma das principais – e mais jovens – lideranças empresariais do país. Formado em economia pela PUC-Rio, também é sócio-fundador da DNA Capital, gestora de investimentos especializada em saúde, e acionista da Viveo, maior ecossistema de produtos e serviços em *supply chain* para o mercado de saúde do Brasil.

Como uma operação completa de prestação de serviços médicos, que atua em todos os níveis de cuidados, a Dasa atende a mais de 20 milhões de usuários e 250 mil médicos todos os anos. Conta com 16 hospitais, 900 unidades ambulatoriais, a maior operação de medicina diagnóstica da América Latina e o NAV, plataforma de tecnologia em saúde. Ciente de sua capacidade de geração de valor, devido à capilaridade e avanços constantes em inovação, a Dasa dedicou mais de R\$ 40 milhões a projetos de impacto social e enfrentamento à pandemia do novo coronavírus.

Para Pedro Bueno, uma liderança jovem e consciente, com olhar que vai além do negócio para o cuidado com as pessoas e com o planeta,

é essencial neste momento de transformação da sociedade. Nesta entrevista, o empresário reflete sobre os desafios e conquistas da empresa, além de suas metas e objetivos.

REVISTA LIDE: De que maneira a Dasa tem ajudado no processo de mudança no mercado de saúde?

PEDRO BUENO: Estamos passando por uma transformação muito grande no setor de saúde, que parte de um sistema que envolve vários agentes separados, como laboratórios, hospitais, centros oncológicos e operadoras, para um ecossistema no qual esses players estão integrados, saindo da fragmentação e evoluindo para a coordenação de cuidado. Na Dasa, estamos investindo para apoiar o Brasil a fazer essa migração. Com o uso inteligente dos dados, integramos todas as etapas da jornada, desde a prevenção e atenção primária à medicina de alta complexidade, proporcionando uma medicina focada na saúde e não apenas na doença, além de uma experiência *phygital*.

Hoje, nosso ecossistema é formado por mais de 40 mil colaboradores, e mil deles são dedicados à tecnologia e inovação. Temos também 72 *squads*, que trabalham no modelo ágil de

desenvolvimento de novos produtos e colocam o paciente no centro das decisões. Entre 2018 e 2020, investimos R\$ 1,56 bilhão no maior *data lake* privado do Brasil, com 5 bilhões de dados e 50% das informações interoperáveis.

Qual foi o maior aprendizado para a Dasa neste período de pandemia?

Aprendemos que é preciso olhar para as pessoas e para a ciência e entender que, no setor da saúde, público e privado andam juntos. Desde o começo, nos apoiamos na ciência para as tomadas de decisão e, o mais importante, para gerar valor à sociedade neste momento complexo. Foi o que nos motivou a lançar o Genov, projeto pioneiro que vai sequenciar 30 mil genomas completos do coronavírus, em até 12 meses, formando o maior banco genômico privado do SARS-CoV-2 no Brasil, permitindo acompanhar e conhecer a evolução genética do vírus.

Além disso, para garantir o melhor atendimento aos nossos pacientes, criamos um comitê de crise que contribuiu para que pudéssemos tomar medidas rápidas e solucionar problemas enfrentados por nossos colaboradores, médicos e pacientes. Remodelação de ambientes, adesão ao movimento #NãoDemita, ampliação de programas de bem-estar físico e mental estão entre as iniciativas para colaboradores e médicos. Para os pacientes, a ampliação dos serviços de coleta domiciliar e atendimento *phygital* são modelos reforçados na pandemia e que já viraram realidade nos nossos serviços.

Na sua opinião, o que os clientes esperam agora de serviços médicos e laboratórios e como isso impacta no negócio?

Com o avanço da tecnologia, em especial o uso de dados e a inteligência artificial, podemos ter uma gestão de saúde completamente diferente. É isso que a gente está fazendo desde



KLEBER MARQUES

Percebi que precisamos colocar nossa energia em algo que faça nosso coração vibrar. Todos querem se engajar por um propósito

2017, quando começamos a nova estratégia. O próprio câncer de mama é um caso emblemático dessa coordenação de cuidado proporcionada pela tecnologia. Identificamos por meio de nosso *analytics* que quase três milhões de mulheres com idade elegível e indicação clínica para a realização de mamografia deixaram de fazer seus exames, no último ano, nas nossas unidades, em função da pandemia. Com base nessa informação, planejamos uma ação coordenada convidando-as a realizarem esses exames e, das pacientes ativadas, aproximadamente 310 mil aderiram. Vale aqui destacar que temos um time de *Customer Experience*, com mais de 110 profissionais dedicados a melhorar toda a jornada do usuário, física ou digital, com um time multidisciplinar, formado por arquitetos, cientistas de dados, designers, antropólogos e pesquisadores.

Como os critérios ESG têm sido aplicados nas empresas da Dasa?

Nossa visão é garantir que, como empresa, estamos cuidando das pessoas, do ambiente e da comunidade. Temos um Comitê ESG e grupos de trabalho focados na disseminação desses valores, com estabelecimento de governança e acompanhamento das atividades sob cada pilar.

E, nesse sentido, posso citar alguns exemplos interessantes. Na pandemia, investimos R\$ 60 milhões para realização de diversas ações de combate ao coronavírus, como a criação do Centro de Diagnóstico Emergencial e do Genov. Pensamos também em como minimizar o impacto social da Covid-19 com doações para ampliação de leitos, aquisição de medicamentos, insumos, respiradores e equipamentos de proteção individual. Em benefício do planeta, posso citar a nossa migração do mercado cativo de energia para o mercado livre. Em 2020, foram migradas 23 unidades, que deixaram de emitir mais de duas mil toneladas de gás carbônico.

Além disso, na Dasa, a promoção da diversidade e inclusão é construída em grande parte no dia a dia, nas pequenas atitudes, nos gestos entre líder e liderado, e entre pares. Para isso, o DiversiDasa realiza projetos perenes – e não somente em datas comemorativas – com um olhar para pessoas com deficiência, igualdade racial, equidade de gênero, LGBTQIA+ e diversidade geracional.

O que foi mais importante em sua formação e busca por avançar na posição de presidente?

Iniciei minha trajetória profissional ainda muito jovem, aos 15 anos, como estagiário na Amil. Com a venda da empresa para o grupo norte-americano UnitedHealth, em 2012, fundei a gestora de investimentos DNA Capital. Meu mundo estava nas finanças. Meu objetivo era ser investidor. Só que, por uma sequência de acontecimentos, assumi, em 2015, a liderança da Dasa. Pude contar bastante com a mentoria do meu pai, e a sua morte, em 2017, mexeu muito comigo. Foi um ano muito dolorido, mas, também, de transformação. Às vezes, a dor é o que mais nos transforma, se bem cuidada. E, naquele momento, entendi que eu tinha a capacidade e o papel de contribuir para transformar a sociedade, criando um modelo de saúde que seja preditivo, preventivo e que consiga antecipar os problemas e salvar as vidas das pessoas na hora certa, como poderia ter feito com o meu pai e com milhares de outros brasileiros que passam por situações parecidas.

Quais são suas principais metas e objetivos como presidente da Dasa?

Hoje, temos um setor de saúde fragmentado, reativo e ineficiente, que se inflaciona ao longo do tempo, ficando cada vez mais caro e menos acessível para todos. Mas, para além do custo financeiro, existe o custo humano. Tem uma história que eu gosto de contar, de um pai de



um conhecido meu. Ele teve uma crise de tosse, foi ao médico e fez um raio-x de tórax. Como o sintoma passou, ele nunca foi buscar o resultado. Passaram-se dois anos e, com a volta da tosse, ele foi novamente ao médico, fez outro raio-x de tórax e, desta vez, ele pegou o resultado: um câncer metastático. Esse é um caso que é muito emblemático da fragmentação, ineficiência e reatividade do nosso setor. Nós, da Dasa, queremos impulsionar um setor de saúde com base em medicina preventiva, preditiva e personalizada, que ajude milhares de outros casos como esse a terem um desfecho diferente, por meio da coordenação de cuidado e do estímulo ao acompanhamento da saúde, e não da doença.

Que dicas daria para jovens empresários e empreendedores que têm enfrentado dificuldades com a retomada dos negócios e reabertura da economia?

Um dos grandes aprendizados da crise do coronavírus é que a única certeza que temos é a de que não existe certeza. Estamos operando em um mundo BANI (Frágil, Ansioso, Não Linear e Incompreensível), no qual não podemos

nos assustar com nossas ‘interrogações’, pois isso significa dizer que deixaremos de ousar, de inovar. Por isso, mesmo neste momento desafiador, precisamos manter a curiosidade, a persistência, a humildade, a escuta ativa e a mão na massa. Você pode estudar gestão em uma universidade renomada mundialmente, mas, na verdade, só aprende fazendo. Admitir que seu modelo de negócio talvez precise de um novo formato não é fácil, mas quando isso acontece, nos deparamos com uma imensidão de novos caminhos a seguir.

Que tipo de liderança você procura empregar em seu dia a dia?

Percebi que precisamos colocar nossa energia em algo que faça nosso coração vibrar. Todos querem se engajar por um propósito. A liderança tem a capacidade de criar essa realidade para as pessoas e dar oportunidade delas serem a sua melhor versão. É isso que estamos fazendo na Dasa, criando um ecossistema com a missão de transformar um setor para melhor, onde as pessoas possam ser quem são e alcançar o seu máximo potencial. ■

TECNOLOGIA

Microsoft oferece ferramentas para contagem de carbono

O trabalho de redução das emissões de carbono tornou-se uma prioridade global que requer ações focadas e urgentes. A Microsoft, comprometida em contribuir para esse esforço, está promovendo a disponibilidade da visualização pública da Microsoft Cloud for Sustainability. “Nossos clientes nos dizem diariamente que o gerenciamento de dados é um dos maiores pontos de dor em sua jornada de sustentabilidade. Experimentamos isso em toda a Microsoft, enquanto trabalhamos para alcançar nossos próprios compromissos de nos tornarmos negativos em emissões de carbono, positivos em água e zero em desperdício até 2030”, comentou Brad Smith, presidente da Microsoft.



MARCELO CAMARGO / AG BRASIL

CONSERVAÇÃO

Acordo de US\$ 1 bilhão para projetos de reflorestamento na América Latina

O BTG Pactual Timberland Investment Group (TIG) anunciou acordo com a Conservação Internacional (CI) para projetos de reflorestamento na América Latina. A organização ambiental vai atuar como conselheira técnica do TIG na estratégia Landscape Capital, que compra terras desmatadas no Brasil e América Latina para reflorestamento com mata nativa. O projeto pretende movimentar US\$ 1 bilhão ao longo de cinco anos e proporcionar significativos benefícios climáticos, ambientais e sociais, além de gerar oportunidades de investimento.

GAME

Carrefour lança mapa para estimular o consumo consciente



DIVULGAÇÃO

O Carrefour lançou no Fortnite, da Epic Games, o seu próprio mapa criativo, que vai permitir que os jogadores recuperem a vida por meio de uma alimentação consciente e ambientalmente correta. O jogo on-line, que é febre entre mais de 500 milhões de pessoas em todo o mundo, transporta os jogadores por meio do mapa do Carrefour a uma loja ecológica que fomenta um consumo responsável, por meio de elementos como os pontos de carregamento de veículos elétricos, painéis de energia solar, caminhões de transporte de mercadorias que funcionam a biometano, aproveitamento de luz natural, zona de pesca responsável e exploração pecuária que respeita o bem-estar animal.

EMPREGOS

Fortalecimento da cadeia da borracha de extrativismo na Amazônia

O WWF-Brasil e a Fundação Michelin criaram uma parceria para desenvolver estratégias de fortalecimento dos elos iniciais da cadeia de borracha de extrativismo na Amazônia dentro de modelos inclusivos que favoreçam soluções positivas para as pessoas e a natureza. A parceria “Juntos pelo extrativismo da borracha na Amazônia” atuará nos próximos 3 anos com metas de gerar impacto econômico positivo para 3800 famílias, que serão beneficiadas direta ou indiretamente pelo trabalho de conservação e manejo de 6,8 milhões de hectares em 14 Unidades de Conservação no estado do Amazonas.



DIVULGAÇÃO



KARWAI TANG / UK GOVERNMENT

“Precisamos tomar outro caminho com mudanças corajosas e globais. Não é 2030 ou 2050, é agora!”

Txai Suruí, jovem ativista indígena, única brasileira que falou aos líderes mundiais na plenária da COP-26

LEITURA DINÂMICA

Desde outubro, os mais de 1,7 mil veículos utilizados pelos times de vendas da **Nestlé Brasil** estão sendo abastecidos somente com álcool. Essa é uma mudança ao encontro da jornada de sustentabilidade que a companhia vem fazendo em suas operações logísticas com o objetivo de utilizar combustíveis menos poluentes.

A **EDP**, que atua em todos os segmentos do setor elétrico, está entre as empresas mais transparentes na divulgação de informações sobre sustentabilidade. A seleção veio a partir de um estudo produzido pelo Observatório da Transparência, iniciativa do conselho consultivo no Brasil da Global Report Initiative (GRI).

Para promover a extração de lítio com eficiência e de modo ecológico, o **BMW Group** está investindo, por meio de seu fundo de capital de risco, o **BMW i Ventures**, em um processo inovador desenvolvido pela startup americana **Lilac Solutions**.

A **Accor** acaba de se juntar à **Sustainable Hospitality Alliance**, uma organização global que reúne empresas de hospitalidade e usa o poder coletivo da indústria para enfrentar os principais desafios que vem afetando o planeta.

Por meio do aplicativo mobile banking, os clientes do **Bradesco** poderão conhecer como as atividades de seu dia a dia impactam o meio ambiente e, voluntariamente, compensar sua geração de carbono. A gestão desses créditos de carbono será feita pela **Ambipar**, parceira do banco nesta iniciativa.



ACESSE AQUI
CONTEÚDO
RELACIONADO
AO TEMA ESG NO
PORTAL LIDERINC

PROTAGONISTAS DE UM NOVO TEMPO

LIDERANÇAS
FEMININAS
ASSUMEM O
COMPROMISSO
DE ESTIMULAR A
EQUIDADE EM
CARGOS
ESTRATÉGICOS E
DE GOVERNANÇA



O levantamento *Panorama Mulher*, realizado pelo Insper, apontou que uma mulher na liderança aumenta quatro vezes a chance de ter outra em cargo de conselho. Além disso, cresce em 2,5 vezes a inserção de profissionais femininas no comando operacional das empresas, criando cada vez mais paridade. Outros indicadores da FGV e um estudo publicado pela *McKinsey & Company* também constata que companhias com mais diversidade nos cargos de chefia têm 21% mais chance de apresentar resultados acima da média.

No Brasil, onde segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres somam 51,03% da população, apenas 14% do Congresso tem parlamentares mulheres, o que coloca o país na 132ª posição dos países classificados com índices de mulheres participantes na política institucional. Os números da desigualdade estão também no mercado de trabalho nacional, pois apenas 35% das empresas têm a força delas na liderança, segundo análise apresentada pela agência de governança corporativa, BR Raiting.

No entanto, há empresas que, na contramão deste cenário, destacam-se como companhias que investem no potencial feminino e fomentam práticas em favor da diversidade, igualdade e inclusão. Dentre as organizações que trabalham para mudar paradigmas do patriarcalismo, está o Grupo Sabin, que recentemente recebeu o prêm

mio Empresas Empoderando Mulheres (WEPs), realizado pelo Programa Ganha-Ganha, uma parceria entre ONU Mulheres e a Organização Internacional do Trabalho. A Sabin venceu na categoria Grandes Empresas, pelas suas políticas e programas que valorizam as pessoas. A edição do prêmio de 2021, destacou as empresas que têm em seus pilares estratégicos investir em práticas favoráveis ao empoderamento econômico e a liderança das mulheres, para um crescimento sustentável, inclusivo e equitativo.

“Está na nossa essência levantar a bandeira do protagonismo feminino, promovendo na prática os conceitos da diversidade, dentro de um ambiente plural e justo. É esse encontro de diferentes ideias que nos move e nos incentiva a criar uma atmosfera propícia à Igualdade de gênero em tudo o que fazemos. É uma conquista para celebrar e também reafirmar o nosso compromisso de seguir influenciando o mundo corporativo brasileiro a avançar nesta causa tão nobre e legítima”, destaca a presidente do Grupo Sabin, Lídia Abdalla.

Progresso

Atualmente, dos mais de 5.700 colaboradores do Grupo Sabin, 77% são mulheres e 75% ocupam cargos de liderança, enquanto a média brasileira é de 40%. Outro indicador positivo, segundo levantamento da empresa, está no índice de 0% de rotatividade de mulheres após retorno de licença maternidade. “Um mercado mais igualitário e justo resulta em corporações mais saudáveis e sustentáveis, por isso, é necessário evoluir nesta pauta para acelerar a equidade no ambiente corporativo. Precisamos que ambientes plurais sejam prioridade nas organizações. Isso promove motivação e ganho de produtividade, fatores que a elevam a competitividade, agregam valor aos modelos de negócios e propiciam crescimento do capital intelectual, clima organizacional favorável, redução de turnover, equipes mais criativas, soluções inovadoras”, ressalta a executiva.

“Um mercado mais igualitário e justo resulta em corporações mais saudáveis e sustentáveis, por isso, é necessário evoluir nesta pauta”

Lídia Abdalla, presidente do Grupo Sabin

Experiência anterior em dois grandes bancos internacionais, inclusive atuando em várias geografias e linhas de negócios, histórico nas diferentes responsabilidades que assumiu, *background* educacional e cultural e fluência em vários idiomas são algumas das habilidades que levaram Sylvia Brasil Coutinho a assumir a presidência do Grupo UBS BB *Investment Bank*. A executiva é responsável pela área de *Wealth Management* para a América Latina.

De acordo com ela, é um trabalho desafiador crescer atuando em um banco internacional no Brasil. “Este é um dos mercados financeiros mais competitivos que conheço. Foram muitas medidas tomadas ao longo destes oito anos para construir o grupo UBS no Brasil, em um período de mercado delicado. Olhando para

trás, e tendo ao lado um time coeso e focado e, além disso, uma sólida parceria com o Banco do Brasil na área de investimentos, com a formação do UBS BB, posso dizer que conseguimos superar os objetivos. Mas, além das medidas, eu destacaria as atitudes, e principalmente a resiliência frente às dificuldades do mercado brasileiro e internacional. Não podemos esquecer que estamos em um negócio de pessoas, logo, ter uma boa equipe é tudo, e saber escolher o time, desenvolvê-lo e retê-lo é fundamental”, avalia Sylvia Coutinho.

Em ação

Sylvia destaca três projetos aos quais se dedicou e orgulha-se dos resultados: “A integração da Link Investimentos, uma das maiores

“Não podemos esquecer que estamos em um negócio de pessoas, logo, ter uma boa equipe é tudo, e saber escolher o time, desenvolvê-lo e retê-lo é fundamental”

Sylvia Brasil Coutinho, presidente do Grupo UBS BB no país



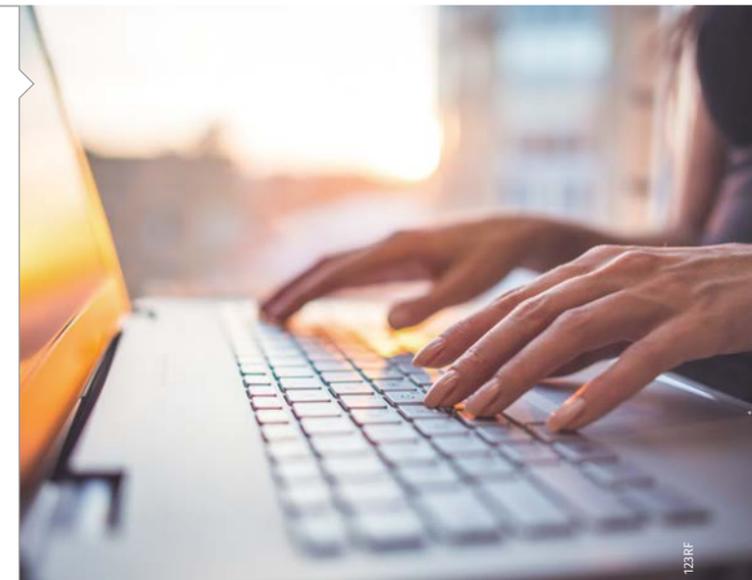
DIVULGAÇÃO

Governança feminina nas startups

Ao realizar o processo de seleção de startups para lançar suas primeiras ofertas de equity crowdfunding, a plataforma Efund Investimentos avaliou 400 empresas e constatou, na prática, o desequilíbrio de gênero existente no ecossistema de inovação brasileiro, uma vez que apenas 12 das candidatas avaliadas haviam sido fundadas por mulheres ou possuem executivas na direção. O resultado vai na direção de um levantamento recente, feito pela BR Rating, primeira agência de rating de governança corporativa do Brasil. Segundo o estudo, apenas 3,5% das corporações têm mulheres atuando como CEOs no país.

O sócio fundador da Efund, Igor Romeiro, explica que essa defasagem, no caso das startups, é vista como desperdício de diferencial competitivo na busca por financiamento já que, apoiados por diversos estudos, os investidores costumam valorizar a governança feminina por aspectos relacionados a, por exemplo, um maior conservadorismo no uso dos recursos conquistados e uma atuação mais detalhista no desenvolvimento da operação.

Segundo o fundo de capital de risco First Round Capital, as startups fundadas por mulheres apresentam performance 63% superior. Já o Boston Consulting Group demonstra que a cada dólar que uma mulher fundadora ou cofundadora levanta, ela gera 2,5 vezes mais receita do que um fundador do gênero masculino. “Na Efund, nós acreditamos que essa melhor performance se deve ao fato de a mulher conseguir se organizar melhor para realizar as várias tarefas que um cargo executivo demanda, sem perder o foco. Elas também são mais habilidosas e diplomáticas, aspecto de governança importantes para resolver conflitos e problemas”, afirma Romeiro.



corretoras institucionais do mercado, a parceria com o Banco do Brasil na área de Investment Banking, representada pelo UBS BB, onde completamos com sucesso mais de 150 transações em apenas um ano de vida, e a aquisição do *Multi-Family Office Consenso*, focado na gestão de patrimônio, além da “*last but not least*”, ter sido uma das pioneiras no Brasil nas discussões de ESG e diversidade, quando nada disso estava em voga como está hoje. Somos uma das empresas com a maior diversidade no topo no Brasil, com praticamente metade da liderança composta por mulheres”, salienta.

Pensando na formação e incentivo a novos talentos, à diversidade, equidade e liderança das mulheres no mercado financeiro, em 2019 o Grupo UBS criou, em parceria com outros quatro bancos o *Dn'A Women*, curso anual e gratuito de desenvolvimento pessoal e profissional para estudantes universitárias cisgênero e transgênero, assim como o Grupo DE&I - diversidade, equidade e inclusão, com representantes de cada área do grupo, cujo foco das iniciativas são: Programa Jovem Aprendiz, Liderança Inclusiva e Recrutamento Diverso.

Nos trilhos

A Rumo, operadora de ferrovias do Brasil, recebeu o certificado Women on Board, também criado com apoio da ONU Mulheres, que reconhece, valoriza e certifica organizações que têm ao menos duas mulheres nos conselhos de administração ou consultivo. O selo vai ao encontro dos investimentos da Companhia em práticas que colaborem para a evolução dentro do contexto de ESG - Governança Ambiental, Social e Corporativa. Pela primeira vez em sua história, a companhia tem hoje três executivas no Conselho de Administração, de um total de nove membros.

No primeiro semestre deste ano, passaram a integrar o board da Rumo, Maria Rita de Carvalho Drummond, que também é vice-presidente Jurídica da Cosan; Janet Drysdale, vice-presidente de Planejamento Financeiro da Canadian National Railway, considerada a maior ferrovia do Canadá; e Maria Carolina Ferreira Lacerda, economista com 25 anos de experiência em instituições financeiras como os bancos UBS, Merrill Lynch, Deutsche Bank e Bear Stearns.

Parte do grupo Cosan, a Rumo tem se mantido atenta e comprometida com esta agenda de diversidade. A conquista deste reconhecimento reforça o compromisso de suas lideranças em aumentar a diversidade e inclusão. "Na nossa visão, o assunto ESG tem que fazer parte da estratégia, dos processos e inclusive dos modelos de decisão para investimento e todas as ações dentro da empresa", afirma Fernanda Sacchi, diretora de Gente, ESG e Comunicação da Rumo.

Hoje, o comitê executivo do Grupo UBS no Brasil é formado por 50% homens e 50% mulheres. Além da diversidade de gênero, o UBS também tem uma preocupação com a diversidade racial, por isso, em 2015, foi criado o networking Mosaic, que conta com aproxima-



DIVULGAÇÃO

damente 3.500 funcionários da instituição ao redor do mundo, com a ambição de promover, apoiar e celebrar a diversidade cultural, por meio de educação, mentoria, engajamento e serviços à comunidade.

Resultados expressivos

Tornar-se presidente de uma grande multinacional como a Procter & Gamble – P&G, sempre foi um sonho e um objetivo pelo qual Juliana Azevedo, presidente da companhia no Brasil, trabalhava há muito tempo. Dedicção e foco são termos que definem a jornada da executiva para fazer a diferença, não só em gestão, como também trazendo resultados expressivos para o negócio que lidera.

A trajetória de Juliana, na P&G, começou em meados de 1996, ainda como estagiária, trabalhando com os produtos de cuidados femininos e para bebês. Dois anos depois, ela foi



Vamos criar um futuro mais sustentável

É hora de reinventar, reconstruir e transformar nossa economia global em uma que funcione para o bem de todos. Ao abraçar a mudança, e escalar nossas ambições, podemos criar valor 360° para todos.

Que venha a mudança


accenture

efetivada, quando a Pampers, uma das marcas do portfólio da empresa, ainda não era tão reconhecida no Brasil.

“Trabalhamos muito, construímos essas marcas e investimos em versões dos nossos produtos que eram mais acessíveis aos brasileiros, como Pampers e Always. Foi então, que assumi a posição de gerente de Produto para as marcas de cuidados femininos, tendo Always como principal. Foram projetos de muito sucesso e que levaram as marcas à liderança dos seus mercados. É um *case* que Harvard ensina até hoje em seus cursos de marketing, algo do qual tenho muito orgulho de ter criado junto com pessoas extraordinárias”, ressalta.

Mais tarde, Juliana assumiu a diretoria para as marcas de beleza da empresa no Brasil, cuidando de Pantene e Head&Shoulders. Em seguida, acumulou a função de diretora de vendas e nesse período começou a ter uma experiência fora do mercado de marketing, sendo alguns anos depois, promovida a vice-presidente de Beleza para América Latina – momento em que passou a ter uma visão de operação, entrando nas questões de fábricas, supply e recursos humanos. “Por último, antes de voltar ao Brasil, atuei como vice-presidente Global para as marcas de cuidados femininos da P&G, coordenando desde estratégias até desenvolvimento de produtos e comunicação em mais de 152 países. Foi um grande desafio, já que tinha um objetivo de, a curto prazo, transformar os resultados dessa unidade de negócios. A meta foi alcançada e mudamos o cenário global dessas marcas até os dias de hoje, em que a categoria continua crescendo fortemente. Todos esses trabalhos e estratégias me levaram até onde estou”, detalha a executiva.

O seu estilo de liderança - de todos os dias procurar entender onde ajudar, também faz diferença, acredita. “Estou aqui para trabalhar com e para meu time, eliminando barreiras para conquistar resultados para a companhia e para o desenvolvimento pessoal de cada um. Tenho muitos canais de comunicação. Falo com toda a organização uma vez por mês e, nos primeiros

meses de pandemia, foi uma vez por semana. E tenho meu Instagram 100% profissional, em que recebo ideias que as pessoas não dão no meu e-mail. Acho que essa transparência gera confiança. Sinto que tenho quatro mil funcionários ao meu lado, com quem posso conversar e trocar ideias. Isso é muito valioso e está diretamente ligado ao meu foco, que é vir trabalhar todos os dias e praticar uma liderança proposital, multiplicando meu impacto na sociedade”, finaliza a executiva. ■



DIVULGAÇÃO

“Trabalhamos muito, construímos essas marcas e investimos em versões dos nossos produtos que eram mais acessíveis aos brasileiros”

Juliana Azevedo, presidente da Procter & Gamble no Brasil

JHSF
apresenta

BOA VISTA

VILLAGE

GOLF · SURF · TÊNIS · EQUESTRE · TOWN CENTER

Um Village com cultura, liberdade, diversão e senso de comunidade.

O Boa Vista Village traz uma completa estrutura de serviços e amenities inéditas: campo de golfe, clube de surf, centro de tênis, centro equestre, fazendinha, Kids Center, spa internacional, academia, clube esportivo, centro orgânico e Town Center. Num projeto arquitetônico exclusivo assinado por Sig Bergamin, Murilo Lomas e Pablo Slemenson, com paisagismo de Maria João d'Orey, reunindo lotes residenciais em dois exclusivos condomínios, o Village Gardens e o Village Parks, além de Surf Lodge Residences, Golf Residences, Grand Lodge Residences e Family Offices.

Town Center Com marcas nacionais e internacionais, restaurantes, entretenimento e atrações culturais.



Campo de Golfe de 18 buracos por Rees Jones.



Centro de tênis com 15 quadras e arena para torneios internacionais.



Centro equestre com pistas, cocheiras e picadeiro coberto.



Clube de Surf de uso reservado para membros.



CONHEÇA OS DETALHES E AS OPÇÕES DE PLANTAS, **BAIXE O APP: JHSF REAL ESTATE.**

VISITE O SHOWROOM
Vendas: 11 3702.2121 | 11 97202.3702
atendimento@centraldevendasfbv.com.br

JHSF

O presente se refere às incorporações do Boa Vista Surf Lodge e Boa Vista Golf Residences, registradas no RGI de Porto Feliz/SP, e a futuros lançamentos da JHSF. Os projetos e memoriais de incorporação ou de loteamento dos futuros empreendimentos estão sujeitos à respectiva aprovação pela Prefeitura de Porto Feliz/SP e demais órgãos competentes e ao registro nas matrículas dos imóveis. As Amenities referentes à piscina de Surf, ao Spa, ao Equestre e aos Clubes de Tênis, Esportivo e de Golfe não integrarão os futuros lançamentos e/ou as incorporações já registradas. O uso de tais Amenities será feito de acordo com as regras previstas na Convenção de Condomínio de cada incorporação imobiliária e no Estatuto Social da Associação Boa Vista Village (em constituição). A JHSF poderá desistir do lançamento dos futuros empreendimentos. As ilustrações, fotografias, perspectivas e plantas deste material são meramente ilustrativas e poderão sofrer modificações a critério da JHSF e/ou por exigência do Poder Público. O memorial de incorporação ou do loteamento e o instrumento de compra e venda prevalecerão sobre quaisquer informações e dados constantes deste material. Intermediação comercial pela Conceito Gestão e Comercialização Imobiliária Ltda. CRECI 029841-J. Telefones (11) 3702-2121 e (11) 97202-3702.

FOCO, DETERMINAÇÃO E DISCIPLINA

COM INVESTIMENTOS EM SEGURANÇA, TECNOLOGIA, QUALIDADE E MERITOCRACIA, A LÍDER AVIAÇÃO É A MAIOR EMPRESA DE AVIAÇÃO EXECUTIVA DA AMÉRICA LATINA

Com uma história de 63 anos, a Líder Aviação continua seguindo seus passos firmes rumo ao crescimento. Quando o assunto é mobilidade aérea, a Líder está sempre pronta para oferecer as melhores soluções. Seja no solo ou no ar. Seu propósito é transformar a mobilidade aérea em experiências apaixonantes. Por isso, além de muito conhecimento, tecnologia e segurança, é preciso também paixão pelo o que se faz. Essa busca constante pela excelência nas entregas tem muito a ver com a cultura da organização e a forma como ela se transforma e se perpetua, sempre pautada em seus principais valores. Isso agrega e inspira pessoas.

Como COO (Chief Operating Officer) da empresa, Junia Hermont, sempre soube onde queria chegar desde a infância. O comércio da família despertou o desejo de administrar um negócio. E o balé clássico

ensinou a disciplina. “Sempre tive foco. Busquei a formação em Administração, tive oportunidade de estudar fora do Brasil, me especializei. Aprendi que temos que perseguir nossos sonhos”, diz Junia.

O objetivo de Junia e da empresa é inovar e crescer se fundem. “É muito confortável trabalhar em um lugar em que há espaço para novas ideias. Isso faz com que tenhamos equipes que visam o crescimento. Quando entrei, em 1998, a empresa tinha cinco bases operacionais no Brasil. Hoje, temos 19 e somos capazes de operar em uma ampla gama de serviços e produtos para a aviação executiva como o fretamento, gerenciamento, manutenção e vendas de aeronaves, atendimento aeroportuário e uma robusta operação de helicópteros para a cadeia produtiva de óleo e gás”, comenta.

“Na Líder, somos um time forte, diversificado e muito bem prepara-

do para nossos desafios diários”. A empresa conta atualmente com 32% de sua diretoria ocupada por mulheres. Elas estão ainda em cargos técnicos como supervisão, comando de aeronaves e mecânica. “A mulher consegue imprimir uma gestão mais afetiva e humana, mas sem perder a assertividade. E quando damos condições para o colaborador agregar e participar, desenvolvemos o pertencimento. Assim, ele consegue encontrar soluções e contribuir para o crescimento da empresa”, detalha.

Para todas as mulheres, líderes ou não, a recomendação de Junia é a mesma. “Paixão, determinação e resiliência. Essas três palavras podem resumir minha gestão e também inspirar meninas e mulheres a buscarem o que elas querem. Mesmo que pareça difícil, persistir em busca do sonho e aprimorar-se constantemente é fundamental”, diz. ■



CONSELHO DE MULHER

INICIATIVAS E AÇÕES EMPREENDEDORAS PROPÕEM MAIS EQUILÍBRIO NA DIVERSIDADE DE GÊNERO NO MERCADO FINANCEIRO

O estudo “Mulheres em Ações”, realizado pela B3 – a Bolsa de Valores brasileira, revela que das 408 companhias de capital aberto no país, 61% não possuem mulheres no quadro de diretores estatutários e 45% não têm participação feminina no Conselho de Administração, de modo geral. Quando consideradas as companhias com apenas uma mulher nessas funções, o percentual atinge 25% nos cargos de diretoria e 32% em conselhos.

Um levantamento feito em junho deste ano pela plataforma global de dados financeiros Comdinheiro a pedido do Valor Investe, indica que no comparativo dos últimos cinco anos, houve aumento na participação feminina em Conselhos de Administração das empresas de capital aberto, índice que cresceu de 6,9 para 16,1%. Porém no caso dos cargos de diretoria, a participação de mulheres é ainda menor, com 12%.

Com o objetivo de melhorar essa realidade, uma organização criada no Reino Unido, opera em 18 países por meio de grupos de trabalho que disseminam informações para conscientizar membros do alto escalão para a importância da diversidade de gênero e

trabalham a oferta, consolidando informações e promovendo profissionais que já estão preparadas para os cargos de alta liderança. “Nosso objetivo é ter paridade, refletindo a realidade do país onde 51,1% da população é representada por mulheres. Mas há estudos que mostram que com 30% de representatividade já conseguimos promover uma transformação. É por isso também que nosso foco são os Conselhos de Administração, pois entendemos que precisamos mudar o topo para conseguirmos mudar as regras do jogo, em um movimento estruturado”, explica Natalia Dias, coordenadora do grupo de trabalho do Club chamado Financial Eco System e CEO do banco de investimento sul africano Standart Bank.

Do outro lado do balcão

Fora do ambiente profissional, a presença feminina no mercado financeiro também é bem menor em relação à participação dos homens. Em maio deste ano, pela primeira vez o número de CPF de mulheres registrados na B3 atingiu o marco de um milhão. Apesar de ser um avanço, o caminho ainda é longo, já que o montante representa 28,5% do total de investidores.



DIVULGAÇÃO

“Nosso objetivo é ter paridade, refletindo a realidade do país onde 51,1% da população é representada por mulheres”

Natalia Dias, CEO do Standart Bank

Outra estratégia para mudar esse cenário está na iniciativa da especialista em ações da Clear Corretora, Pietra Guerra, com incentivos de engajamento. “Quando chegamos a essa marca, a Clear lançou o projeto ‘Rumo aos dois milhões’, que tinha por objetivo dobrar esse número até março de 2022. Mas estamos vendo um crescimento tão interessante que no final de setembro lançamos a campanha #Bolsaporelas com um ideal ainda mais ousado: chegar aos dois milhões até final de 2021 e três milhões até 2023”, diz.

“Estamos reforçando o time e procurando o público feminino em diferentes canais”

Pietra Guerra, especialista em ações da Clear Corretora



VIVIAN KOBLENSKY

Como parte da campanha que busca estimular as mulheres que já operam na Bolsa de Valores a serem inspiração e ajudarem outras que pensam em investir — atraindo novas entrantes, incentivando a troca e o aprendizado para quebrar essas barreiras, foi criado um grupo no Telegram com influenciadoras da XP Inc. Em dois meses, quase 500 mulheres passaram a se inteirar sobre o assunto diariamente pelo canal. “A ideia é que elas se sintam mais conectadas, mais incluídas. Estamos reforçando o time e procurando o público feminino em diferentes canais. E tem dado certo já que hoje uma em cada quatro mulheres na B3 são clientes da Clear”, acrescenta Pietra.

Tudo mais diverso

A busca por maior equilíbrio tem um cunho social e vai ao encontro da maior preocupação com as questões ESG (sigla em inglês para Ambiental, Social e Governança) para a qual o mercado vem apontando. Tendo em sua empresa 70% do quadro composto por mulheres, a sócia-fundadora e executiva responsável pela Alocc, Sigrid Guimarães, avalia que conselhos mais diversos tendem a obter retornos financeiros mais altos. Eleita pelo E-Investidor/Estadão como uma das dez principais mulheres do mercado financeiro, ela afirma que “as empresas que não se atua-

lizarem vão ficar para trás, principalmente agora que está se dando tanta importância às práticas de ESG”.

Para Sandra Blanco, estrategista-chefe da Órama Investimentos e responsável por um dos primeiros clubes de investimentos para mulheres no Brasil, além de melhores resultados, a diversidade contribui para que as empresas consigam atrair mais jovens talentos. Também na lista das dez mulheres de destaque no mercado financeiro, ela destaca a importância de avaliar as questões dos pilares ESG na tomada de decisões sobre os investimentos que, segundo a estrategista-chefe, ainda que inconscientemente, já estava na pauta do clube de investidoras criado por ela há 20 anos.

Com esse movimento, o fundo internacional de ações Trend Lideranças Femininas, da XP Asset Management mostra resultados. No seu primeiro ano de existência, completado em setembro de 2021, o fundo teve rendimento de 34,8%. Essa rentabilidade é até melhor que a da Bolsa americana, que foi de 33,6%. A referência do fundo é o ETF SHE (fundo de índice estrangeiro), que seleciona entre as mil companhias com maior valor de mercado nas Bolsas de Nova York as que possuem proporcionalmente o maior número de mulheres ocupando cadeiras nos Conselhos de Administração, como CEOs ou demais cargos ‘C-Levels’.

Mulheres a bordo

A B3 foi pioneira a atrelar os papéis a duas metas exclusivamente sociais: criação, até 2024, de um índice de diversidade de gênero para mostrar quem são as empresas que têm bons indicadores e medir sua performance nessa área, e atingir, até 2026, o percentual de 35% de mulheres em cargos de liderança na B3. Quanto ao Conselho de Administração, a instituição é signatária do *Women on board* (WOB), iniciativa independente

para destacar empresas que têm mulheres no Conselho de Administração ou em Conselhos Consultivos e que visa engajar o board na discussão de equidade de gênero. A B3 também apoia o Programa Diversidade em Conselho (PDeC), que tem como principal objetivo melhorar a participação da mulher no ecossistema de Conselhos de Administração, Conselhos Fiscais e comitês de organizações públicas, privadas ou do terceiro setor.

Se a ideia é curtir,

O RIO DE JANEIRO TÁ

PREPARADO PRA VOCÊ.



Você está preparado para se encantar com paisagens, experimentar sabores, entrar em contato com a natureza e ter seus sentidos chacoalhados por uma vida cultural cheia de charme? Se a resposta for sim, você está preparado para viajar pelo estado do Rio de Janeiro.

E a boa notícia é que nós também estamos preparados para você. O avanço da vacinação permitiu a retomada do turismo e a abertura de novos postos de trabalho. E estamos seguindo os protocolos para que todos possam se sentir seguros.

Faça a sua parte, vacine-se.

Prepare-se para o Rio de Janeiro.
Porque o Rio de Janeiro já tá preparado pra você.



Saiba mais



Arpoador
Rio de Janeiro

Secretaria de
Turismo



GOVERNO DO ESTADO
RIO DE JANEIRO

SEM TEMPO A PERDER



LEO AVERSA

“As empresas que não se atualizarem vão ficar para trás, principalmente agora que está se dando tanta importância às práticas de ESG”

Sigrid Guimarães, fundadora e executiva responsável pela Alocc

Mercado

Em uma carta aberta em comemoração pelo aniversário do fundo, Paula Zogbi, analista de investimentos da Rico, que distribui a aplicação, aproveita para trazer mais detalhes sobre o desempenho financeiro positivo de companhias que investiram em diversidade. Na América Latina, um estudo da McKinsey mostrou que empresas com pelo menos uma mulher no quadro executivo têm 50% mais chances de aumentar a rentabilidade e 22% de crescer a média da margem Ebitda. Em outra pesquisa mais recente (2020), a mesma Mckinsey mostrou que empresas no quartil superior em diversidade de gênero nos cargos executivos (ou seja, as 25% mais bem posicionadas) têm 25% mais probabilidade de apresentarem lucros acima da média do que as do último quartil”, destaca.

A mudança cultural deve levar tempo, mas, conforme reforça Sigrid Guimarães: “É preciso estabelecer metas de igualdade de mulheres em cargos de liderança. Daqui para frente, as empresas precisarão viver uma ressignificação para prosperar. Se antes elas eram valorizadas apenas pela capacidade de gerar lucro, hoje, só as que assumirem responsabilidade pelo que está ao redor e buscarem entregar valor a todos que fazem parte de seu ecossistema (clientes, colaboradores, fornecedores e comunidades) estarão aptas a competir de verdade e a entregar resultados consistentes em longo prazo de forma responsável. Dentro disso está também a igualdade em cargos de liderança e na equipe. Isso se faz com contratações em vagas exclusivas para mulheres e outros grupos que fujam do estereótipo atual das lideranças”, sentencia Sigrid Guimarães. ■

CEMIG E MERCADO LIVRE DE ENERGIA: UMA HISTÓRIA DE SUCESSO E LIDERANÇA DESDE 2005.

A Cemig celebra mais um ano como líder de mercado no fornecimento de energia para clientes livres e especiais. Em 2021, alcançamos a marca de 3.450 unidades consumidoras espalhadas por todos os estados do país e no Distrito Federal, proporcionando economia, previsibilidade de custos e sustentabilidade para nossos clientes.

Se sua empresa ainda não é cliente Cemig, converse com a gente, e tenha mais energia para alavancar seus negócios.



Saiba mais:
cemig.com.br/mercado-livre

GERAÇÃO DE VALORES.
ESSA É A FONTE DA NOSSA ENERGIA.



HORA DE CAPACITAR

EMPRESAS PROMOVEM INICIATIVAS PARA IMPULSIONAR EMPREGABILIDADE E O EMPREENDEDORISMO

Em sua quinta edição, o Ranking de Competitividade Digital, realizado pelo International Institute for Management Development (IMD), em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC) e com apoio do Instituto IT Mídia, identificou a falta de competência do país de reter e atrair mão de obra qualificada, fundamental para o progresso tecnológico e alinhamento da força de trabalho.

No relatório do IMD 2021, o Brasil se enquadra na 44ª posição entre 64 países avaliados no quesito fuga de cérebros, situação que agrava a escassez de profissionais nos mais diferentes segmentos e níveis. Segundo o último ranking de competitividade Global de Talentos, realizado em 2020 pela Insead, o país ficou em 80º lugar entre 132 nações.

Mas este problema não é apenas uma realidade brasileira, o que tem gerado ações para acelerar a formação profissional em todo o mundo. A IBM anunciou em outubro um plano

global para oferecer a 30 milhões de pessoas as novas habilidades necessárias para os empregos do futuro até 2030. Para atingir esse objetivo, a iniciativa irá alavancar as plataformas e programas de desenvolvimento de carreira existentes da IBM para expandir o acesso à educação e funções técnicas de alta demanda.

“O talento está em todo lugar; as oportunidades de treinamento não”, disse Arvind Krishna, CEO e Chairman da IBM. “É por isso que precisamos dar passos grandes e significativos para expandir o acesso às habilidades digitais e oportunidades de emprego para que mais pessoas, independentemente de sua origem, possam aproveitar a economia digital”, avalia.

Reorganização

O mercado de trabalho foi profundamente impactado ao longo dos últimos meses em função da pandemia. Esse cenário foi piorado pelo fato de que muitos trabalhadores desistiram

de procurar emprego por conta da falta de oportunidades. De acordo com a International Labor Organization, ainda existe um longo caminho a ser trilhado, com uma taxa regional de desemprego na América Latina de 11%, sendo que a maioria dos trabalhos recuperados foram compostos por ocupações informais.

“Eu acredito que o aprendizado contínuo é essencial para o desenvolvimento dos nossos negócios, da sociedade e dos países”, pondera Tonny Martins, gerente geral da IBM na América Latina. “Dar a oportunidade e os recursos tecnológicos para que mais pessoas possam encontrar seus talentos e estar preparadas para os trabalhos do futuro irá beneficiar profissionais, empresas e nossa região como um todo, conforme enfrentamos mudanças rápidas e constantes que exigem um novo conjunto de habilidades”, destaca.

Mulheres no controle

Desafios no acesso à educação e ao mercado de trabalho, além de preconceito em processos seletivos, fazem parte da realidade encontrada por muitas brasileiras que buscam ou estão em um emprego e também daquelas que querem empreender. Com o objetivo de transformar esse cenário, a TIM uniu grandes empresas em uma iniciativa lançada em julho para acelerar o desenvolvimento de carreiras e o acesso das mulheres ao mercado de trabalho.

O projeto conta com um aplicativo que funciona como uma plataforma digital de oportunidades de emprego, desenvolvimento profissional e conteúdos para fortalecer o



DIVULGAÇÃO

“Eu acredito que o aprendizado contínuo é essencial para o desenvolvimento dos nossos negócios, da sociedade e dos países”

Tonny Martins, gerente geral IBM na América Latina

empoderamento feminino. Por meio do app Mulheres Positivas, são divulgadas vagas de trabalho das empresas parceiras, em diversos níveis hierárquicos. Uma seção dedicada a cursos também foi criada, com informações sobre carreira, negócio, tecnologias, equidade de gênero, inovação, entre outros.

Outra ação é a mentoria intercompany, com duração de seis a oito meses, focada no desenvolvimento de carreira de mulheres das empresas participantes. “A mentoria é mais uma ação desse movimento coletivo, que ampliará as áreas de conhecimento das colaboradoras das empresas, gerando um pool de talentos femininos no mercado. Focamos em três pilares – qualificação, empregabilidade e crescimento pessoal e profissional – para ampliar o acesso e a representatividade das mulheres no mercado de trabalho, contribuindo assim para o avanço da equidade de gênero nas empresas, nas diversas comunidades e na sociedade como um todo”, esclarece Maria Antonietta Russo, vice-presidente de Recursos Humanos da TIM.

Reinserção no mercado

De acordo com um estudo feito pela Faculdade Getulio Vargas, após 24 meses, quase metade das mulheres que tiram licença-maternidade são demitidas. Pensando na urgência da geração de renda destas mães, a B2Mamy, empresa pioneira em capacitar e conectar mães ao ecossistema de inovação e tecnologia e a Trakto, primeira startup de edição online da América Latina se juntaram para criar o projeto Trakteiras.

Na parceria, a B2Mamy disponibiliza conteúdos sobre venda, design e marketing digital, enquanto a Trakto oferece a capacitação e o treinamento na Trakto.io, plataforma de edição usada por empreendedores para criar artes e divulgar em suas redes. “Acreditamos que profissões digitais são um divisor de águas na vida de mulheres que precisam se recolocar no mercado ou estão em transição de carreira. O programa Trakteiras confere não só capacitação, mas geração de renda imediata e uma comunidade inteira como rede de apoio para essas mulheres”, analisa Dani Junco, fundadora e CEO da B2Mamy.

Varejo de resultado

A Via, dona das marcas Casas Bahia e Ponto, lançou em outubro a Via Academy, plataforma de treinamento para os lojistas de seu Marketplace melhorarem suas estratégias e alavancarem vendas. Com a plataforma, a empresa quer ajudar os lojistas a se especializarem de maneira descomplicada e, para isso, a Via Academy conta com trilhas de treinamentos para atender diferentes perfis de lojistas, com cursos que dão acesso a técnicas e conhecimentos nos mais diversos pontos que envolvem a jornada do e-commerce.

Fernanda Winck, diretora de Operações do Marketplace da Via, conta que a plataforma também permite que a Via conheça melhor o lojista e ofereça cursos que atendam ao seu perfil. “Dentro da plataforma estabelecemos trilhas conforme interesse e maturidade do lojista, e ele pode assistir a qualquer momento. Já contamos com cursos gamificados, deixando os treinamentos ainda mais interativos e focados na experiência do empreendedor”, afirma.



DIVULGAÇÃO

“A mentoria é mais uma ação desse movimento coletivo, que ampliará as áreas de conhecimento das colaboradoras das empresas, gerando um pool de talentos femininos no mercado”

Maria Antonietta Russo, vice-presidente de Recursos Humanos da TIM

Cadeia sustentável

A marca varejista Pernambucanas, aderiu recentemente ao ModaComVerso – movimento liderado pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) que busca informar, engajar e conscientizar o consumidor e a sociedade em prol de uma moda socialmente responsável. Signatária desde 2010 do Programa de Certificação da ABVTEX, a Pernambucanas possui 100% de toda a sua cadeia têxtil nacional certificada, incluindo fornecedores e subcontratados.

De acordo com Sergio Borriello, membro do Conselho Diretor da ABVTEX e CEO da Pernambucanas, a marca acredita que o compromi-



PAULO LIEBERT



DIVULGAÇÃO

“Em 2021, dos colaboradores contratados às novas lojas, 11% deles nunca haviam trabalhado anteriormente”

Sergio Borriello, CEO da Pernambucanas

“Acreditamos que profissões digitais são um divisor de águas na vida de mulheres que precisam se recolocar no mercado”

Dani Junco, fundadora e CEO da B2Mamy

so com uma cadeia de fornecimento socialmente responsável também envolve a capacitação de toda a base de fornecedores. Para desenvolvê-los, a varejista realiza o Programa de Relacionamento com Fornecedores Pernambucanas. Equipes técnicas da empresa promovem treinamentos dentro das próprias fábricas, aprimorando a capacidade produtiva, estruturando laboratórios de qualidade, prestando consultoria nas práticas de sustentabilidade, além de realizar workshops para a troca de experiências e reconhecimento das melhores execuções. A varejista também disponibiliza o apoio de instituições de ensino para capacitação técnica da cadeia de abastecimento.

“Há 113 anos, a Pernambucanas traz em sua essência a inclusão e a diversidade. É, por exemplo, a porta de entrada a diversos profissionais. Em 2021, dos colaboradores contratados às novas lojas, 11% deles nunca haviam trabalhado anteriormente. Após ingressar na empresa todo o time tem acesso à Universidade Digital Corporativa Pernambucanas”, informa o CEO. ■



O MAIOR EVENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS DAS AMÉRICAS E O MAIOR EVENTO DE SUPERMERCADOS DO MUNDO ESTÁ DE VOLTA EM GRANDE ESTILO.

ALÉM DE ALIMENTOS Expo & Congresso



RESERVE A DATA E PARTICIPE.
16 A 19 MAIO DE 2022
EXPO CENTER NORTE

apasshow.com.br [/apasshow](https://facebook.com/apasshow) [@apasshow](https://twitter.com/apasshow) [/apasshow](https://linkedin.com/company/apasshow) [@apasshow](https://instagram.com/apasshow) [APP](#)

ADMINISTRAÇÃO E REALIZAÇÃO:
APAS
ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

DIVULGAÇÃO:
superVarejo

PRODUÇÃO E ORGANIZAÇÃO:
EVENTORMA
experiências memoráveis com resultados positivos

reconhecimento

TODOS POR UM

RANKING MELHORES EMPRESAS
PARA TRABALHAR – INDÚSTRIA
2021 REVELA POTENCIAL DO SETOR
NO BRASIL E FOCO NA GESTÃO DE
PESSOAS POR PARTE DAS
GRANDES E MÉDIAS COMPANHIAS

pela segunda vez consecutiva, a consultoria Great Place to Work (GPTW) divulga o seu Ranking Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria. A lista das empresas que conquistaram o selo na versão 2021 do levantamento contou com 375 empresas inscritas, representando 413.204 funcionários. Para esta edição, 100 empresas foram premiadas, sendo 50 de grande porte e 50 de porte médio.

A missão do GPTW, que está presente em 17 países, é apoiar organizações a obter melhores resultados por meio de uma cultura de alto desempenho. A consultoria analisa mais de 10 mil empresas anualmente, o que corresponde a pelo menos 10 milhões de funcionários.

Dentre os muitos dados que o estudo sobre Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria traz, vale destacar o crescimento do ranking 2021, passando de 244 empresas inscritas (representando cerca de 344 mil funcionários) na versão de 2020 para as atuais 375. Esse crescimento teve impacto direto no número de empresas premiadas. Nesta 2ª edição, as 100 Melhores Empresas são premiadas, 20 a mais que a 1ª edição da pesquisa.

Para Isabela Lopes, diretora executiva GPTW Brasil, saber que as organizações do setor estão intensificando sua preocupação com a sustentabilidade do negócio é extremamente importante. “O crescimento do número de empresas participantes nos mostra maior preocupação entre executivos e empresários de garantir o caixa das empresas, o destino das pessoas e o futuro do planeta – um tripé que o Great Place to Work reforça há tempos entre todos os seus *stakeholders*: ser uma boa empresa para trabalhar faz bem para os negócios, para as pessoas e para a sociedade”, enfatiza.

Dados das empresas premiadas

45 anos

é a média do tempo de existência (fundação)

83%

das empresas permitem que os funcionários participem de programas de voluntariado no horário de trabalho

83%

das empresas contam com alguém responsável por combater a discriminação e promover a diversidade

Análise

Um dos setores que mais sofreram com a crise provocada pela pandemia de Covid-19, a indústria mostrou resiliência e capacidade de inovação, zelo por seus colaboradores e ainda estratégia para se manter como segmento vital da economia. De acordo com o Informe Conjuntural do terceiro trimestre, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) prevê que o Produto Interno Bruto (PIB) da indústria para 2021 deverá alcançar crescimento de 6,1%. Com altos e baixos em um cenário pandêmico,



DIVULGAÇÃO

“O crescimento do número de empresas participantes nos mostra uma maior preocupação entre executivos e empresários de garantir o caixa das empresas, o destino das pessoas e o futuro do planeta”

Isabela Lopes, diretora executiva GPTW Brasil

a produção industrial ficou estável na passagem de setembro para outubro. O emprego na área continuou crescendo, no entanto, em ritmo bem mais moderado que nos meses anteriores. A indústria também marcou posição em meio aos debates sobre desmatamento ilegal e descarbonização das operações, tema que tem ocupado lugar de destaque entre as principais lideranças empresariais.

A Conferência das Partes sobre o Clima, da ONU (COP26), ocorrida em Glasgow (Escócia), na primeira quinzena de novembro, demonstrou que a construção de uma sociedade mais sustentável passa, necessariamente, pela mobilização do setor produtivo. Para a CNI, a agenda dos líderes globais contra o desmatamento ilegal e em defesa de uma economia de baixa emissão de gases de efeito estufa (GEE)

reforça a importância dos investimentos em inovação e está alinhada ao posicionamento das empresas brasileiras. Pesquisa divulgada recentemente pela entidade revela que 98% das médias e grandes indústrias do país adotam alguma ação de sustentabilidade nos seus processos produtivos.



DIVULGAÇÃO

“Ser reconhecida como uma excelente empresa para trabalhar significa muito para os líderes, algumas vezes donos destas empresas, para seus colaboradores e para o mercado”

Haline Aquino, diretora executiva do GPTW Brasil

Haline Aquino, diretora executiva do GPTW Brasil, explica que desde 2019, a consultoria tem uma regional responsável pelo fortalecimento de uma visão moderna da indústria. Por isso, o lançamento Ranking Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria 2021 está diretamente ligado à conscientização do setor para evolução do segmento de forma sustentável. “Ser reconhecida como uma excelente empresa para trabalhar significa muito para os líderes, algumas vezes donos destas empresas, para seus colaboradores e para o mercado. Acreditamos fortemente no impacto que um bom ambiente de trabalho provoca na vida das pessoas e em toda sociedade. Temos um profundo sentimento de orgulho e realização em mobilizar organizações do setor em prol de um bem comum: ouvir seu time e, a partir desta escuta ativa, transformar suas políticas e práticas buscando o melhor caminho para todos”, reforça. Para a executiva, esta trajetória proporciona oportunidades de transformação, de desenvolvimento, de reconhecimento, conquistas e, claro, de crescimento destas organizações.

Como foi feito

Devido ao tamanho e importância do setor no Brasil, esse é um dos maiores rankings em número de empresas premiadas, já que o total de participantes também é superior. Além disso, apesar de todas as premiadas terem em comum algum tipo de processo produtivo, ao mesmo tempo, elas possuem muitas diferenças em seus produtos, formatos de trabalho, práticas e benefícios, o que enriquece muito o conteúdo pela pluralidade cultural existente.

A pesquisa do Ranking Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria deste ano foi composta por duas etapas, as quais impactaram a nota final. A primeira é a pesquisa quantitativa – Diagnóstico Organizacional com funcionários, sendo necessário que a empresa atinja a amostra mínima de funcionários na pesquisa e o resultado é considerado no processo de avaliação. “Neste diagnóstico, utilizamos a métrica

FORÇA TOTAL

GESTÃO DE PESSOAS GARANTE ÓTIMO AMBIENTE DE TRABALHO, PRODUTIVIDADE E O CRESCIMENTO DA KORDSA

A Kordsa é uma indústria multinacional de manufatura têxtil líder mundial na produção de reforços, como fibras nylon e poliéster de alta tenacidade, compósitos e fibras sintéticas. Com unidades industriais em diferentes países, a empresa é conhecida como “The Reinforcer”, por conta de sua forte presença global, liderança tecnológica e décadas de experiência no mercado. A companhia é reconhecida como uma das melhores empresas para trabalhar no Brasil.

De acordo com Luiz França, head de RH para as Américas da Kordsa, a operação brasileira produz cerca de 20 mil toneladas de fios e lonas de nylon e poliéster todos os anos, sendo o principal mercado a América do Sul. “Temos na Kordsa Camaçari a nossa vocação para entregarmos aos nossos clientes os melhores reforços para borracha e com foco no setor



FOTOS: DIVULGAÇÃO

de produção de pneus. Atualmente, distribuimos aos clientes nossos reforços de compósitos para fibra de carbono e reforços de fibras para a construção civil (Kratos).

França destaca que o diferencial da Kordsa é o protagonismo humano, já que a alta liderança tem o compromisso, mas quem constrói uma grande e admirável empresa são as pessoas. “Temos representantes li-

derando a mudança para que nossa organização possa ser transformada rapidamente, ampliando a inclusão e a diversidade. Esta sinergia com diversas pessoas nos nutrendo com seus saberes, amplia nosso olhar para conduzir a organização. Os grupos se formam de maneira natural e as pessoas nos lembram a razão da existência de nossa empresa diariamente”, explica o gestor.

O saldo positivo da empresa é fruto da ação conjunta de todas as pessoas que trabalham na Kordsa e que valorizam a importância de construir um ambiente que é incrível e regado de felicidade. “É importante lembrar que estamos nesta empresa incrível para servirmos uns aos outros. Com o resultado do nosso progresso e evolução como indivíduos, tornamos tudo melhor ao nosso redor”, encerra o head de RH para as Américas da Kordsa. ■



Melhores Empresas para trabalhar 2021 - Indústria

Lista das Empresas Premiadas: Grandes

01.	CATERPILLAR
02.	GAZIN
03.	EUROFARMA LABORATÓRIOS S/A
04.	GRUPO NOVARTIS
05.	VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS
06.	NOVO NORDISK PRODUÇÃO FARMACÊUTICA DO BRASIL LTDA
07.	JOHNSON & JOHNSON
08.	SPECIAL DOG COMPANY
09.	INTELBRAS
10.	ALCOA
11.	STIHL
12.	BRASAL REFRIGERANTES S/A
13.	AMBEV
14.	HYUNDAI MOTOR BRASIL
15.	3M DO BRASIL LTDA
16.	WHIRLPOOL
17.	ACUMULADORES MOURA
18.	BAXTER HOSPITALAR LTDA
19.	LIBBS
20.	3CORACOES
21.	USINA ALTA MOGIANA
22.	CERBRAS
23.	USAFLEX- INDUSTRIA & COMERCIO S/A
24.	ROCHE FARMACÊUTICA
25.	RAÍZEN
26.	GENERAL MILLS
27.	SUZANO
28.	MIDEA CARRIER
29.	DOW
30.	ELECTROLUX
31.	OUROFINO SAÚDE ANIMAL
32.	IBYTE
33.	LATICÍNIOS TIROLEZ
34.	ABBOTT LABORATORIOS DO BRASIL LTDA
35.	UBERLÂNDIA REFRESCOS
36.	CONTINENTAL BRASIL PRODUTOS AUTOMOTIVOS E INDUSTRIAIS
37.	STARA S/A
38.	MINERAÇÃO RIO DO NORTE SA
39.	IRANI PAPEL E EMBALAGEM
40.	SOTREQ
41.	GRUPO BOTICÁRIO
42.	SAINT-GOBAIN DO BRASIL PRODUTOS INDUSTRIAIS E PARA CONSTRUÇÃO LTDA
43.	MERITOR DO BRASIL SISTEMAS AUTOMOTIVOS LTDA
44.	APETIT SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO LTDA
45.	CBA (COMPANHIA BRASILEIRA DE ALUMÍNIO)
46.	DIEBOLD NIXDORF
47.	AERIS
48.	TIGRE MATERIAIS E SOLUÇÕES PARA CONSTRUÇÃO LTDA
49.	SUPERGASBRAS RJ
50.	INTEGRADA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Lista das Empresas Premiadas: Médias

01.	SUPERA FARMA LABORATÓRIOS S.A
02.	FUNDIMISA - FUNDIÇÃO E USINAGEM LTDA
03.	SC JOHNSON
04.	NUTRILITE
05.	SCHMERSAL
06.	PERKINS MOTORES
07.	KORDSA
08.	BN PAPÉIS
09.	PORMADE PORTAS
10.	HERSHEY
11.	TROLLER
12.	JOST BRASIL SISTEMAS AUTOMOTIVOS LTDA
13.	ASTRAZENECA
14.	YOFC POLIRON
15.	POLLUX
16.	LABORATÓRIOS SERVIER DO BRASIL
17.	MOINHO GLOBO
18.	GRUPO OTÁVIO LAGE
19.	JBT
20.	PERÓXIDOS DO BRASIL
21.	TERPHANE
22.	ELKEM
23.	GNA - GÁS NATURAL AÇU
24.	SINAGRO PRODUTOS AGROPECUÁRIOS S.A
25.	BEBIDAS FRUKI S.A
26.	PALFINGER
27.	ZAMBON LABORATÓRIOS FARMACÊUTICOS LTDA
28.	HARALD
29.	DAIICHI SANKYO
30.	JCB DO BRASIL
31.	CARESE PINTURA AUTOMOTIVA LTDA
32.	PARKER HANNIFIN
33.	DACALDA
34.	RIO ENERGY
35.	BSBIOS
36.	SANTO ANTÔNIO ENERGIA
37.	VETNIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS VETERIN LTDA
38.	REALCAFE SOLÚVEL DO BRASIL S.A
39.	AEL SISTEMAS
40.	MESSER GASES BRASIL
41.	FILTROS PLANETA ÁGUA
42.	AGPRS
43.	QUINELATO FREIOS
44.	PANASONIC - SJC
45.	AQUÁRIO
46.	MUSASHI DO BRASIL
47.	COMPENSADOS DRABECKI
48.	VERACEL CELULOSE
49.	4BIO MEDICAMENTOS
50.	STOLLER DO BRASIL

GESTÃO EFICIENTE

SANTO ANTÔNIO ENERGIA INVESTE EM DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS E CELEBRA CERTIFICAÇÃO GPTW



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Gerar energia limpa em meio ao bioma Amazônico, no rio Madeira, é um desafio que vai além das soluções tecnológicas e práticas socioambientais que a Santo Antônio Energia possui. É na gestão das pessoas onde estão investimentos fundamentais para a formação e desenvolvimento de uma equipe com cerca de 400 pessoas, responsável pela quarta maior geradora do país, com capacidade para atender ao consumo de 45 milhões de pessoas.

Para que esta equipe esteja sempre em evolução, uma sólida cultura é tema permanente de ações estratégicas. Sinergia, Eficiência, Resultados Sustentáveis e Inovação são os pilares da Cultura SER+. Assim, programas de desenvolvimento comportamental, por exemplo, como a Trilha de Feedback e Diálogo, são oferecidos a todos, incluindo áreas operacionais, administrativas e liderança.



“Este reconhecimento nos mostra que estamos no caminho certo”

Daniel Faria Costa, presidente da Santo Antônio Energia

Como uma das maiores empresas de Porto Velho (RO), a empresa se destaca pelas melhores práticas. O Programa de Diversidade e Inclusão, iniciado em 2020, promove discussões com o objetivo de capacitação em temas até então nunca abordados, como o papel do aliado, liderança inclusiva e vieses inconscientes.

“Criamos um Comitê de Diversidade para trazer mais representatividade nas decisões e atividades que serão desenvolvidas. Além disso, também investimos em capacitação pois acreditamos que o processo de desenvolvimento deve ser contínuo”, destaca Michele Spolador, gerente de Pessoas.

O resultado destes investimentos pode ser percebido na recente certificação pela consultoria global *Great Place To Work* (GPTW) como um excelente lugar para trabalhar. Esta certificação demonstra os esforços para a criação de um ambiente democrático, inclusivo, justo e transparente para todos.

“Este reconhecimento nos mostra que estamos no caminho certo, criando um ambiente de trabalho que cuida das nossas pessoas com atenção e o devido cuidado físico e mental. Orgulho é o sentimento que nos define neste momento”, declara o presidente da Santo Antônio Energia, Daniel Faria Costa. ■

Números de destaque



4%
taxa de rotatividade
no ano



48%
têm universidade
interna



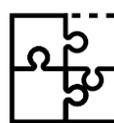
83%
oferecem bolsas de estudos para
graduação ou pós



87%
oferecem bolsa para
cursos de idiomas



12%
dos funcionários foram
promovidos



82%
oferecem programas
de coaching



27%
oferecem verba para usarem em
desenvolvimento de sua escolha



72%
têm mentoring



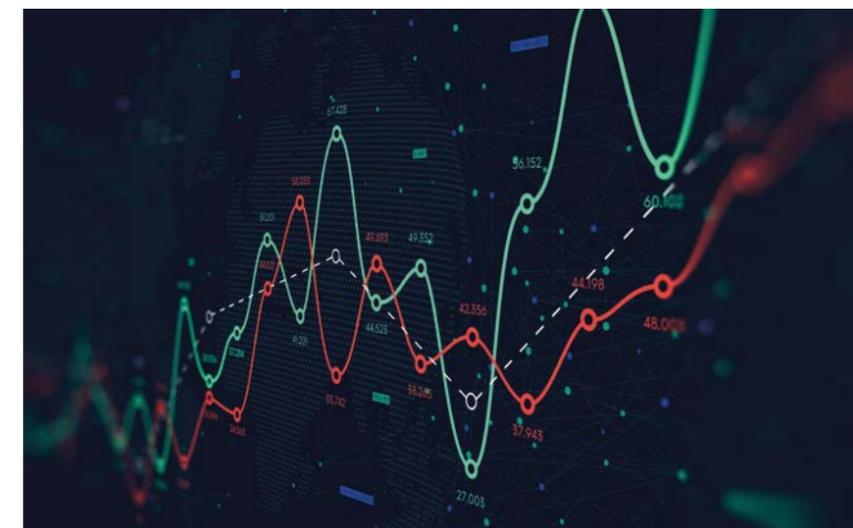
TRUCASH2012 / 123RF

ESPAÇO PARA CRESCER

FÁBIO TADEU ARAÚJO, SÓCIO-DIRETOR DA BRAIN, AVALIA A DINÂMICA DA ECONOMIA BRASILEIRA PARA 2022

Os dois últimos anos, desde o início de pandemia, foram de muitos reveses na economia mundial com reflexos e consequências nas economias nacionais. O Brasil não escapou das incertezas e turbulências. No contexto doméstico, questões estruturais da economia interna também tornaram o momento difícil para o setor produtivo nacional. Mas, passado este período mais crítico, que trouxe muito aprendizado e com o avanço do processo de imunização aqui no Brasil, é possível ser otimista e apostar num cenário mais favorável para alguns setores da economia. O ano que vem é eleitoral e o processo do pleito será um termômetro do que acontecerá na economia ao longo de 2022.

Fábio Tadeu Araújo, sócio-diretor da Brain Inteligência Estratégica, empresa de pesquisa e consultoria em negócios, com atuação nacional destacada em mercado imobiliário, pesquisa de bens e serviços e estratégia empresarial, projeta um 2022 com relativo otimismo, mas faz ressalvas importantes em relação a quais setores poderão ter melhor desempenho, além de pontuar desafios conjunturais na economia brasileira. “O que o brasileiro viveu nesses últimos dois anos vai impactar positivamente o setor de serviços. Após dois anos de restrições em relação as viagens de lazer, as refeições fora do lar e a frequência ao shopping center e seus serviços deri-



123RF

vados, como cinema, a tendência é de vermos um crescimento forte nesses segmentos. A ressalva é que ainda não é possível cravar se a trajetória de queda da inflação já começará a ser sentida como um alívio ainda no primeiro trimestre do ano ou demorará um pouco mais. Há, ainda, a incerteza quanto ao aumento dos juros, se a Selic irá parar de subir nos 11% ou um pouco mais”, prevê o analista.

O especialista esclarece que 2022 será desafiador, principalmente pela instabilidade provocada pelo período eleitoral. “Acredito que economia como um todo vai andar de lado na melhor das hipóteses. As grandes casas bancárias projetam estabilidade ou leve queda do PIB em decorrência do aumento na taxa de juros”, indica. Araújo aponta que a inflação não é um problema exclusivamente

brasileiro, mas sim mundial, inclusive que tem afetado os EUA e a Europa. “Existe outro problema mundial que são as cadeias logísticas que não estão funcionando corretamente, como o setor automobilístico que não encontra peças como os microchips, por exemplo. Aqui, tudo isso se agrava pela questão cambial”, detalha.

De acordo com o sócio-diretor da Brain, para sairmos dessa situação de estagnação, tanto governo como mercado precisam entender que não serão apenas as reformas que poderão fazer o país crescer efetivamente. “A inflação afeta todos e para criarmos mais empregos devemos buscar a pujança econômica. No curto prazo é correto o governo gastar mais, mas será com um planejamento mais pragmático que alcançaremos o crescimento almejado e necessário”, finaliza. ■

reconhecimento

Pesquisa de Clima Organizacional Trust Index para avaliação da percepção dos colaboradores em relação à experiência que vivenciam nas organizações. No diagnóstico avaliamos a relação de confiança entre líderes e liderados, a relação de confiança com a organização, por meio do orgulho e propósito do trabalho realizado individualmente, coletivamente e da empresa perante à sociedade, e a relação de confiança entre os colegas, o quanto as pessoas gostam das pessoas com quem trabalham, se existe espírito de time e um ambiente de colaboração. Além da avaliação de indicadores de resultados de negócio, como a efetividade da liderança na gestão de pessoas e condução dos negócios, o ambiente propício para gerar inovação por todos e valores aplicados na prática para fortalecer a cultura organizacional”, detalha Isabela Lopes.

Já na segunda parte, além do diagnóstico com os colaboradores, as organizações passam por uma avaliação das práticas de gestão de pessoas, baseado na metodologia das 9 Práticas Culturais. Neste momento, a avaliação é feita pelo GPTW para entender o nível de excelência e competitividade das ações de gestão em comparativo com o mercado. A empresa precisa ter no mínimo 100 funcionários e concorrer com um CNPJ registrado no setor de indústria. Todas as informações demográficas obtidas na lista Great Place to Work são referentes ao ano anterior à data da aplicação da pesquisa com os funcionários.

Retorno positivo

Haline Aquino entende que ao ser reconhecida como uma empresa Great Place to Work, a organização automaticamente eleva sua reputação e imagem, atraindo profissionais talentosos que buscam ambientes preocupados com a sustentabilidade. “A companhia atrai também investidores que passam a confiar mais no negócio, mantendo seus dividendos por mais tempo e, de quebra, pode obter vantagens financeiras, já que o mercado oferece linhas de crédito diferenciadas para que as empresas sigam inves-

O levantamento da Great Place to Work ajuda a atrair profissionais talentosos que buscam ambientes preocupados com a sustentabilidade

tindo em práticas sustentáveis. Além disso, a empresa se torna um agente de transformação, ampliando seu impacto e gerando valor para todo o setor”, enfatiza a diretora.

Isabela Lopes vai na mesma direção e considera que uma empresa se inscrever e participar do Melhores Empresas para Trabalhar – Indústria mostra uma preocupação genuína de um trabalho de gestão que leva em conta confiança como elemento da cultura organizacional e o impacto da confiança no negócio, ou seja, o crescimento do número de empresas participantes evidencia que cada vez mais as organizações entendem e reconhecem que a forma como a empresa é administrada e estabelece suas relações é fator crucial para o sucesso do negócio, o que traz impacto direto na produtividade, competitividade da indústria brasileira e, conseqüentemente, na economia. “Ano a ano, nas nossas parcerias com as empresas do setor, percebemos um impacto no entendimento de que, uma organização, para ter perenidade, não basta apenas gerar lucro. Elas precisam ter um olhar cuidadoso sobre como estão direcionando o seu desenvolvimento”. ■



O céu não é limite para nós.

Garanta as melhores imagens aéreas, seja um diferencial no mercado e aumente a visibilidade da sua empresa.

TRINCA
PRODUÇÕES

Fornecedora oficial do **LIDE Expresso**, **TV LIDE** e das **mídias digitais** do **Grupo de Líderes Empresariais**.

www.trincaproducoes.com.br

UM CAMINHO DE TRANSFORMAÇÃO

HÁ DÉCADAS, A DACALDA AÇÚCAR E ÁLCOOL TEM COMO MISSÃO CONSTRUIR HISTÓRIAS E APOIAR O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS



Com o intuito de ser referência no setor sucroenergético, por meio de uma visão inovadora e sustentável, a Dacalda Açúcar e Alcool oferece ao mercado alimentos e energia de valor para a humanidade, gerando resultados de maneira ética aos acionistas, colaboradores, parceiros, fornecedores e comunidade, sempre respeitando o meio ambiente e promovendo melhorias, por meio de projetos socioambientais.

Para Jose Luiz Mosca Jr, CEO da empresa, o maior desafio do setor neste momento está na elaboração de políticas públicas e apoio e incentivo

governamental para investimentos e aumento de produção. “Temos no etanol, na biomassa e nos resíduos uma fonte de energia limpa e renovável. O país sofre por falta de energia e nosso setor pode contribuir muito neste sentido, porém a falta de apoio, incentivo e investimento limita o aumento dessa produção sustentável. Atualmente, existem estudos na Unicamp e USP para o desenvolvimento da geração de energia elétrica a partir do hidrogênio retirado do etanol. Significa dizer que o etanol pode contribuir ainda mais na redução da poluição”, analisa.

Gestão de pessoas

Com as constantes mudanças que ocorrem no mercado de trabalho e nas relações trabalhistas, as empresas precisam ter em mente estratégias claras. É preciso criar uma ligação harmoniosa entre todos os níveis de relacionamento, tanto interno como externo. Com isso, a Dacalda estimula permanentemente o espírito de equipe e incentiva a troca de conhecimento entre todos, provendo investimentos em treinamento e desenvolvimento organizacional. A família Dacalda busca essa excelência no relacionamento com seus profissionais, contribuindo para a construção de uma empresa de alto desempenho e que visa o crescimento pessoal e profissional de seus colaboradores.

Estar entre as melhores indústrias para se trabalhar só é possível por meio do investimento em ações voltadas ao capital humano, como a criação de um espaço de convivência, interação, integração e descanso dos colaboradores, a realização de festas comemorativas ou a Corrida Dacalda, tradicional evento esportivo de 5 km que acontece no início e final da safra. Exclusiva para os talentos da companhia, a corrida já está em sua



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Em ação

A Dacalda possui todas as suas áreas próprias devidamente regularizadas, com suas Reservas Legais e APP's (área de preservação permanente) recuperadas. Este trabalho de recuperação foi realizado com o apoio do IAP. Através deste programa a empresa mantém anualmente a conservação destas áreas.

terceira edição. “Também garantimos refeições quentes e balanceadas aos nossos talentos do campo, profissionais que têm contato direto com o corte da cana. Realizamos diversas ações para garantir maior qualidade de vida, como a disponibilidade de filtro solar, uniforme com proteção UV, um guarda sol para cada funcionário, além de ônibus com um ambiente para descanso, incluindo banheiro masculino e feminino para

cada equipe do campo. Agora, estamos lançando o projeto Vestibular Dacalda para destinar bolsas de graduação de forma justa e direcionada ao desenvolvimento profissional de nossas pessoas”, detalha o CEO.

Respeito às pessoas, ética e transparência nos negócios; constante inovação nos processos; responsabilidade econômica, social e ambiental; respeito aos acionistas, fornecedores, clientes e concorrentes são valores que elevam a Dacalda ao patamar de uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil. “Fazemos uma gestão muito simples, próxima e humana, baseada no respeito e na confiança, mas isso exige tempo, dedicação e empatia. Atuamos da forma mais simples possível para que não haja barreiras que os impeçam de buscar nosso apoio. Deixamos sempre um canal de comunicação para que eles nos tragam seus problemas, anseios ou dificuldades, só assim poderemos ajudar e isso é extensivo aos seus familiares, afinal somos a família Dacalda”, finaliza Jose Luiz Mosca Jr.■



“Fazemos uma gestão muito simples, próxima e humana, baseada no respeito e na confiança, mas isso exige tempo, dedicação, doação e empatia”

Jose Luiz Mosca Jr, CEO da Dacalda Açúcar e Alcool

GIGANTE EM EVOLUÇÃO

VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS ESTÁ ENTRE AS MELHORES INDÚSTRIAS PARA TRABALHAR NO BRASIL E É A MELHOR NO ESTADO DO RIO

A VW Caminhões e Ônibus acaba de comemorar mais uma conquista histórica: a montadora está entre as melhores indústrias para trabalhar no Brasil e é a melhor empresa do Estado do Rio de Janeiro, de acordo com o ranking Great Place to Work (GPTW). O reconhecimento ocorre no ano em que a montadora celebra quatro décadas de existência, além dos 25 anos de operação da fábrica de Resende.

“Esse resultado demonstra que a nossa jornada até aqui para construir um ambiente de trabalho harmonioso, pautado no respeito e sinergia entre os colaboradores, está no caminho certo. Por isso, essa conquista é de todos os nossos colaboradores, que fazem da VW Caminhões e Ônibus uma empresa tão diferenciada”, afirma Roberto Cortes, presidente e CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Várias iniciativas estão por trás desse resultado e vão além do clima familiar. Nos últimos anos, a Volkswagen Caminhões e Ônibus investiu para apoiar ainda mais seus colaboradores

e respondeu de forma rápida aos desafios de gestão de pessoas impostos pela pandemia.

A empresa criou o programa Trabalho Sob Medida para flexibilizar a jornada e o formato do expediente. Também inovou com o Mente Saudável, que oferece incentivos para o bem-estar dos colaboradores e familiares, até mesmo com terapia psicológica.

Em outra frente, a empresa fortaleceu sua política de Pluralismo e

Inclusão e o principal resultado dessa jornada foi reforçar na liderança e, principalmente, nos colaboradores de maneira geral que existem inúmeras vantagens de se trabalhar em um ambiente plural, inclusivo, respeitoso das diferenças que existem entre as pessoas. A VWCO valoriza as diferenças de pensamento e encoraja os colaboradores a exporem isso.

Para o futuro, o que a empresa espera é se manter entre as melhores



FOTOS: DIVULGAÇÃO

empresas para trabalhar e que faça isso sendo cada vez mais diversa e inclusiva, consolidando um ambiente em que todos se sintam livres para expor suas ideias e perspectivas, que possam compartilhar suas experiências e realizar os seus sonhos.

Essa tradição de pluralismo na Volkswagen Caminhões e Ônibus vem de longa data. Há dez anos, a empresa desenvolve o programa Novos Horizontes, em que contrata pessoas com deficiência sem formação acadêmica e, além da oportunidade profissional financia a graduação de ensino superior. Mais recentemente, a VWCO foi pioneira no Brasil apoiando a iniciativa de um novo modelo de estudo universitário: o programa Dual Study mescla a teoria com a prática já a partir dos primeiros anos de faculdade.

A empresa entende que a diversidade e a inclusão são uma jornada contínua e que levam sempre a patamares mais elevados, especialmente por contribuírem com sua missão de deixar um legado para as futuras gerações e tornar o mundo melhor.

“Nesse caminho, estamos em desenvolvimento com nossos grupos de afinidade para avançar em temas que importam para esses públicos e, consequentemente, para todos nós que fortalecemos a inovação em nossa empresa”, afirma Lineu Takayama, vice-presidente de Recursos Humanos da VWCO.

Com foco no desenvolvimento dos colaboradores, neste ano, a VWCO implementou ainda três novos programas. O Multiplicador do Conhecimento + é voltado para a transferência de conhecimentos e experiências aos colaboradores da nova geração. O Programa de Preparação para a Aposentadoria tem por objetivo pavimentar o caminho para a transição dos colaboradores para uma nova etapa da vida. E há ainda o programa Climb, cujo foco é preparar colaboradores para a primeira liderança.

“Nossos programas existem para dar ainda mais confiança e capacidade para nossos colaboradores se desenvolverem em aspectos profissionais e pessoais. É por isso que estamos sempre indo além e implementando novidades,

pois a excelência em clima organizacional é um compromisso contínuo da VWCO”, comenta Roberto Cortes.

Todos os esforços para promover mudanças dentro da VW Caminhões e Ônibus trouxeram reconhecimentos muito grandes. A montadora recebeu sua maior pontuação nos 14 anos em que participa da pesquisa do ranking GPTW, chegando à nota 96 de satisfação na avaliação de seus colaboradores.

Outro reconhecimento recebido pela VWCO foi a certificação de Destaque Gestão Saudável, estudo realizado pela GPTW, que dá destaque às empresas com as melhores práticas de em qualidade de vida e gestão de saúde física e mental. Além disso, a certificação colocou a montadora entre as dez melhores empresas do Brasil em Gestão de Saúde.

A VW Caminhões e Ônibus também recebeu a premiação de Empresa do Ano e Montadora de Veículos Comerciais no 22º Prêmio Autodata, um dos mais tradicionais reconhecimentos do setor automotivo. ■

REVOLUCIONANDO O MERCADO

TIJANA JANKOVIC, PRIMEIRA MULHER A ASSUMIR A LIDERANÇA DO RAPPI, FALA SOBRE O POSICIONAMENTO DA COMPANHIA NO SETOR DE *FOODTECHS*

A inclusão cada vez maior de pessoas na economia digital é um caminho evolutivo e sem volta. As contingências impostas pela pandemia impulsionaram o consumo pelas plataformas digitais, que deve permanecer em trajetória ascendente, mesmo que em menor ritmo após o fim das restrições sanitárias.

É neste cenário que as *foodtechs* têm crescido no Brasil e se apresentado em uma vertical que consiste em diversas operações como delivery de refeições, compra em supermercado e drogarias, entre outros serviços. Uma realidade global, levantamento da *Research and Markets* destaca que as *foodtechs* devem movimentar cerca de US\$ 250 bilhões em todo o mundo no próximo ano.

Fundado em 2015, o Rappi é o primeiro SuperApp da América Latina e está presente em mais de 100 cidades brasileiras. A empresa, que anunciou Tijana Jankovic como sua nova country manager no Brasil, tem se posicionado ativamente como um meio para o desenvolvimento econômico a partir do impulsionamento dos mercados locais e do atendimento e da antecipação das necessidades dos consumidores.

“A tecnologia é premissa de nossa existência, pois o Rappi nasceu em um contexto totalmente digital e com funcionamento *mobile first*.

Conseguimos aperfeiçoar nossos sistemas de atendimento, criando uma jornada cada vez mais personalizada para nossos clientes, o que nos permite levar a eles mais comodidade e agilidade na resolução de suas demandas em todos os momentos de seu dia a dia”, analisa Tijana.

“Acredito que a tendência é que os serviços digitais continuem em alta no pós-pandemia, abrangendo não só as operações de food delivery como também as demais verticais do Rappi – Supermercados, Qualquer Coisa, Turbo-Fresh, Rappi Travel, dentre outras – que o consolidam como um superapp no Brasil e na América Latina”, completa.

Evolução

A executiva, primeira mulher a assumir a liderança da companhia, ocupava anteriormente o cargo de *general manager* de São Paulo. Nascida na Sérvia, Tijana está radicada há oito anos no Brasil. Formada em Economia Internacional, pela Università Bocconi, em Milão, na Itália, a profissional é mestre em Matemática Aplicada pela The London School of Economics and Political Science, e já trabalhou em empresas como Google e Uber.

Com sua experiência, Tijana prevê um avanço no serviço de assinaturas da empresa, o Rappi Prime, que será atualizado com atra-



“A tecnologia é premissa de nossa existência, pois o Rappi nasceu em um contexto totalmente digital e com funcionamento *mobile first*”

Tijana Jankovic, country manager Rappi no Brasil

tivos e parcerias que prometem atrair novos assinantes, de modo a ampliar a base de usuários. “Também em 2022, devemos continuar com a forte adesão ao Turbo-Fresh, nosso serviço de entregas ultrarrápidas que realiza a entrega de 1500 tipos de produtos em até 10 minutos. A forte aceitação ao Turbo reflete o comportamento do consumidor que está cada vez mais valorizando a qualidade e o tempo das entregas”, detalha.

Cozinhas

Um dos grandes responsáveis pela evolução das *foodtechs*, o conceito de *dark kitchen*, ou cozinhas sem atendimento no local, também compõe o DNA do Rappi. Atualmente, a empresa possui 11 hubs destas operações, utiliza-

dos por mais de 70 restaurantes parceiros, que estão em cidades como São Paulo, Campinas, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza e Recife. Ainda neste ano, há a previsão de abertura de mais três unidades.

Tijana explica que a abertura dos hubs atende às demandas dos restaurantes que querem operar regiões onde não possuem espaço físico próprio. Há casos, inclusive, em que um restaurante de um determinado estado leva seu cardápio para outra região do país. “Quando decidimos abrir os hubs, já sabemos de seu potencial e a projeção de vendas para os restaurantes parceiros. Praticamente inauguramos esse conceito por aqui. Hoje, ele já está mais desenvolvido, com mais players especializados atuando”, encerra. ■

INOVAÇÃO SEM LIMITES

DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL À BIOTECNOLOGIA, EMPRESAS DOS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS ABRAÇAM TENDÊNCIAS SEM TIRAR O OLHO DA GESTÃO DE PESSOAS

Empreendedorismo é iniciativa, inovação e risco. A pandemia testou essas capacidades em empresários e executivos de maneira nunca antes vista. Para continuar na briga, empresas tiveram de tirar da gaveta rapidamente projetos que vinham sendo adiados há tempos. Alguns hábitos antes impensáveis, como trabalho 100% remoto e reuniões a distância, assumiram protagonismo. Mas o que vem pela frente? O mercado está sempre de olho no que jovens empresários,

fundadores de companhias disruptivas, têm a dizer. Para o presidente do iFood, por exemplo, empreendedores de diferentes segmentos devem estar atentos a sete áreas: energia, saúde, fintechs, educação, biologia genética, inteligência artificial e comida.

A justificativa de Fabricio Bloisi é a de que, em breve, o mundo terá 7 bilhões de pessoas com um smartphone em mãos conectado à internet, realizando tudo de maneira diferente do que é feito hoje. O executivo explica que nos próximos cin-



co anos haverá muito mais mudanças no mundo do que aconteceram nos últimos dez. “Algumas das próximas grandes empresas do Brasil daqui a cinco anos, ainda não existem ou estão sendo criadas agora”, disse Bloisi recentemente durante uma live.

De olho nas oportunidades, a Marpa Gestão Tributária (MGT), especializada na recuperação de créditos tributários, abraçou a inteligência artificial. Soa curioso o que um escritório de direito tributário possa querer com algoritmos, mas a resposta é simples: agilidade. Os sócios da MGT, Michael Soares e Eduardo Bitello, desenvolveram um sistema que realiza uma varredura no histórico tributário de qualquer porte de empresa em até cinco dias. Com o resultado em mãos, eles conseguem com que a companhia passe a pagar impostos corretamente, além de recuperar os valores pagos indevidamente. “Uma empresa precisa seguir mais de 4,6 mil normas para estar em dia com o Fisco, sendo que, a cada dia, 53 novas normas são criadas, segundo o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação. É impossível estar totalmente atualizado sem a ajuda da inteligência artificial”, afirma Soares.



CHIPA/SDII

Fabrizio Bloisi, presidente do iFood, sugere atenção ao processo de evolução tecnológica

O mercado está de olho no que jovens empresários, fundadores de empresas disruptivas, têm a dizer

Tudo em casa

Assim como a MGT, a BeCapital, especializada em investimentos, também se apropriou da tecnologia e mergulhou em um mundo que não tem ligação direta com o seu core business: o audiovisual. “Nosso objetivo é fazer cinema no mercado financeiro, trazendo informações de qualidade com foco em educação financeira e investimentos aliados a uma estética visual e fotográfica de personalidade”, afirma Paulo Paiva, CEO da BeCapital.

A aposta é tão séria nos corredores da BeCapital que o audiovisual virou uma unidade de negócios dentro da holding. A companhia investiu em um estúdio próprio e recrutou alguns colaboradores para serem as estrelas dos vídeos produzidos, fornecendo dicas aos seguidores de suas redes sociais como verdadeiros influenciadores. “Em vez de contratar uma agência especializada, optamos por fazer tudo internamente para formar e desenvolver pessoas. Acreditamos nas *soft skills* como fatores singulares de crescimento profissional e pessoal. Ter uma equipe interna para a produção de conteúdo é desenvolver nossos colaboradores em sinergia com os valores da cultura da empresa”, acredita Paiva.

E se existe um modelo de negócio conectado à cultura, transformação e tendências é o de startups. Conhecidas por adotarem um modelo de gestão descolado, as startups geralmente exigem alto grau de confiança de seus colaboradores e possuem baixíssima complacência. Atualmente, existem mais de 13 mil startups no Brasil, sendo que o crescimento desse tipo de negócio foi de 300% nos últimos cinco anos, segundo a Associação Brasileira de Startups (Abstartups). Finanças, saúde e educação são as áreas com maior procura para empresas de inovação, de acordo com a entidade.

“Essas empresas atraem um tipo de colaborador altamente comprometido, que chega a ser mais exigentes do que as próprias companhias. O caminho que as startups têm adotado está correto, pois cada empresa atrai o colaborador que merece e vice-versa. O desafio é ajustar a dose de exigência, impedindo cola-



BRUNO VAN ENCK

Michael Soares e Eduardo Bitello, sócios da MGT, desenvolveram um sistema que realiza uma varredura no histórico tributário de uma empresa em até cinco dias

boradores de cometerem excessos por diversos meios”, afirma Marcel Scalco, treinador comportamental e CEO do Grupo Scalco, consultoria em gestão para alta performance.

O especialista tem entre seus clientes uma startup que, para evitar que seus colaboradores prejudiquem seus momentos de descanso e vida pessoal, corta a energia elétrica do escritório a partir de um determinado horário. “Há um incentivo na busca pela vida plena, que tenha espaço para o trabalho pesado, mas que também respeite os momentos de folga e lazer”, explica.

As cifras corroboram a opinião de Scalco de que as startups estão no caminho certo. Segundo levanta-

Paulo Paiva, CEO da BeCapital, mergulhou no mundo do audiovisual como caminho para a inovação



FOTOS: SÉRGIO FÁBIA



JHONES PROENCI

Nada de bolha

A biotecnologia ganhou novos holofotes com o desenvolvimento de vacinas em prazos recordes e deve ser uma promissora área de investimento. Isso se deve ao crescimento do número de pessoas de terceira idade, que aumentam a demanda por novos medicamentos, e ao próprio amadurecimento do setor. Atuante nesse mercado, a Superbac investiu R\$ 100 milhões no Innovation Center. “Ele representa uma mudança em nosso modelo de negócios e coloca o Brasil como uma das principais referências internacionais em biotecnologia”, garante Luiz Chacon Filho, CEO da companhia. A nova biofábrica é estratégica, tanto para a fabricação internalizada e verticalizada dos diversos produtos atuais da Superbac, como para produção de componentes (proteínas, enzimas e microrganismos). Além dos defensivos, a empresa atuará em saúde, fármacos, probióticos e IFAs, os insumos para fabricação de vacinas. O plano da companhia é crescer 25% ao ano na próxima década.

mento da comunidade independente Distrito, elas receberam por meio de 22 aportes de grandes empresas realizados entre janeiro e julho de 2021, mais de US\$ 622 milhões, valor três vezes maior do que o total captado durante todo o ano de 2020 em 27 negociações.

Desde 2000, quando começou a medição da Distrito, o país acumula 212 rodadas de investimentos de empresas em startups. Desse total, 162 tiveram os valores revelados, somando US\$ 1,3 bilhão. As startups de varejo se destacam: receberam 17 aportes que somaram US\$ 206 milhões.

Remote-first

As mudanças verificadas nas empresas a partir de março de 2020 são inúmeras. “Home office em muito

Remote-first é o conceito que privilegia o trabalho remoto como principal opção para os funcionários

mais funções, redução significativa de custos com viagens comerciais, além de treinamentos por conta da adoção massiva de apresentações on-line são características desses novos tempos”, diz Scalcko, que também aponta que as empresas estão mais ágeis para rever e implantar processos e que, uma das maiores lições do mundo corporativo nos últimos tempos, foi a necessidade de uma política de caixa mais austera e conservadora.

Com muitas empresas retornando às atividades presenciais, a questão do trabalho remoto ainda parece uma dúvida. A última edição do Liga Open Innovation Summit, um dos maiores eventos de inovação do país, procurou responder dúvidas como essa. Em três dias, os participantes chegaram a uma lista com 21 insi-

ghts, que seriam as principais tendências de inovação para diferentes mercados. Ela abrange desde inovação corporativa na prática, corporate venture e tecnologias emergentes, até equidade de gênero, ESG e experiência do consumidor.

Em termos de gestão, uma das tendências apontadas é a de que toda empresa pode ser remote-first, o conceito que privilegia o trabalho

remoto como principal opção para os funcionários. “Para o negócio, a vantagem é permitir significativa redução de custos e atração de talentos mais maduros e responsáveis, sem a limitação geográfica. Já para os colaboradores, há um incremento na qualidade de vida, além de acesso às melhores oportunidades na carreira, também pela falta de barreira geográfica”, diz Scalcko. ■

15 TENDÊNCIAS PARA DIFERENTES MERCADOS

1. Intraempreendedorismo como chave para ser uma empresa Inovadora
2. Equidade de gênero não é uma boa ação, é uma estratégia de negócios
3. As universidades são catalisadores da inovação
4. Precisamos equilibrar o tempo da academia e o do mercado
5. Society-centric: a inovação centrada na sociedade
6. Comunidades e periferias são potências que devem ser incluídas no desenvolvimento econômico
7. Mobilidade aérea e urbana: voando até 2040
8. 5G como habilitador para tecnologias de precisão
9. LGPD e inovação: indispensáveis e indissociáveis
10. Sandboxes: um passo para o mercado funcionar como um sistema operacional
11. Os dados só são úteis quando você consegue tirar insights próprios
12. O customer experience vale tanto quanto a marca
13. O relacionamento com o consumidor depende do contexto
14. Mercados hiperpersonalizados e mercados massificados: caminhos que apontam para a mesma direção como oportunidades para a inovação
15. A logística como conveniência

FONTE: LIGA OPEN INNOVATION SUMMIT

ALIANÇA COLETIVA

SOLUÇÕES PARA PROBLEMAS SOCIAIS
ESTIMULAM EMPREENDEDORES A
PRODUZIREM NOVO IMPACTO



Referência em economia circular, a startup social Boomera foi comprada pela Ambipar neste ano, demonstrando todo o potencial do mercado de gestão ambiental para o lixo pós-consumo e geração de matéria-prima baseada na reciclagem



Resina plástica criada a partir do lixo

A importância do comprometimento com a cultura do ESG, cidadania e democracia, jogam luz a iniciativas de negócio, com ou sem fins lucrativos, focadas na transformação socioambiental, geração de oportunidades e autonomia. De acordo com o apontamento do 3º Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental, pesquisa conduzida pela Pipe.Labo, a cada 10 negócios de impacto, oito permanecem entre os estágios de desenvolvimento da solução até a organização do projeto, especialmente na busca por um modelo que gere sustentabilidade financeira, o que revela um cenário amplo para a evolução do segmento e a criação de novas iniciativas.

Guilherme Brammer, fundador e CEO da Boomera, empresa com 10 anos de mercado, especializada em soluções de economia circular, entende que esse novo modelo de negócio vem crescendo do Brasil, embora ainda passe por grandes desafios. “Esse tipo de negócio, tem um ciclo maior de tempo para se tornar

lucrativo. Então, você acaba tendo que lidar com burocracias um tanto quanto desiguais”, explica. Para o executivo, se o negócio social realmente tivesse apoio governamental, linhas de crédito específicas, o crescimento e surgimento de novas empresas com esse propósito aconteceriam forma mais veloz.

Outro ponto estratégico é como desenvolver o modelo de gestão do empreendimento social, em um ambiente que na maioria das vezes é cercado pela vulnerabilidade. “É muito importante ter a visão de fluxo de caixa, de planejamento estratégico, formação de equipe, assim como em qualquer outro tipo de negócio. Falando em um cenário de vulnerabilidade, como acontece em nosso país, criar um dialeto próprio do negócio é fundamental para você conseguir realmente ter o comprometimento e engajamento das pessoas”, revela Brammer, que implementou o método Kaizen, criado na década de 1950 no Japão, e que com ele viu o faturamento dos seus parceiros de negócio triplicar.



Guilherme Brammer, fundador e CEO da Boomera

Cultura de doções

E ao falar em geração de capital social, inclusão e emancipação, levando autonomia e oportunidade às pessoas, Edu Lyra, CEO da Gerando Falcões e presidente do LIDE Empreendedorismo Social, detalha a importância de criar um ecossistema de investidores para chamar atenção às causas nevrálgicas brasileiras e a necessidade de criar oportunidade de emprego e conhecimento. “Nos dedicamos por anos a montar um time peso-pesado de investidores com assento em nosso board, o que aumenta a sustentabilidade financeira de toda a operação e viabiliza nossa caminhada de longo prazo. O grande desafio é mobilizar poder público, setor privado e sociedade civil para a importância de acabar como ciclo de pobreza não apenas para quem está na favela, mas também para o rico, o empresário, os governantes. A pobreza é um problema crônico que atinge a todos e não só os pobres. Levei Jorge Paulo Lemann, Elie Horn e Guilherme Benchimol para a favela. O Lemann, aliás, me



FLAVIO SAMPARO

“Nos dedicamos por anos a montar um time peso-pesado de investidores com assento em nosso board, o que aumenta a sustentabilidade financeira de toda a operação e viabiliza nossa caminhada de longo prazo”

Edu Lyra, CEO da Gerando Falcões



RENATO STOCKLER



Roberta Faria, jornalista e Co-CEO da Editora MOL e presidente do Instituto MOL e presidente do Instituto MOL ao lado de seu sócio Rodrigo Pipponzi, Co-CEO da editora

leveu para Harvard. A troca de experiências e conhecimentos une todos contra um problema comum: a pobreza”, conta Lyra.

Co-CEO da Editora MOL e presidente do Instituto MOL, Roberta Faria é jornalista, empreendedora social, ativista e grande propagadora da cultura de doação no país, junto com seu sócio e Co-CEO da editora, Rodrigo Pipponzi que tem como reconhecimento internacional o prêmio de líderes em inovação social pela Schwab Foundation For Social Entrepreneurship. Entendendo que essa pauta é uma discussão mais profunda e complexa que envolve a sociedade como um todo, a empreendedora argumenta: “A gente acredita que doar é um ato de cidadania assim como é o de votar, pagar impostos, cumprir leis, exercer seus direitos e participar da vida comunitária. É algo que precisa ser feito com consciência, consistência, coerência, constância e, claro com coração”. A democratização do acesso à leitura está no centro do negócio, e uma

das estratégias para viabilizá-lo, é a venda de publicações a preços abaixo do mercado, nos caixas de grandes redes varejistas.

Um exemplo é a revista Sorria, disponível na rede de drogarias Raia, com renda revertida para o GRAACC – outro pioneiro no empreendedorismo social brasileiro. Roberta pontua que a união da sociedade civil organizada por meio de seus negócios sociais, sejam eles ONGS, Fundações, Institutos e demais formatos possíveis, são potências e agentes profundamente transformadores. “Todo o meu trabalho na Editora e no Instituto Mol é muito recompensador, principalmente porque eu me sinto parte da solução. Ser empreendedor social é pegar para si a responsabilidade, arregaçar as mangas e dar um jeito. Não é fácil, não é rápido, não é nem sequer garantido. Pode ser que a gente continue nadando contra a maré e não chegue na praia nunca, mas seguimos em frente, mirando nesse sonho de construir o mundo que a gente quer ver”, analisa.

Novo mundo S/A

Em evento on-line realizado pelo LIDE na segunda quinzena de outubro para debater os rumos da sociedade, Luiza Helena Trajano, presidente do Grupo Mulheres do Brasil, evidenciou que a pandemia não deixou por acaso coisas novas para nossa realidade. “Nós não somos os mesmos. Entramos em um novo ciclo de muitas mudanças. Assim, é preciso se apegar ao novo para não cair na repetição de cometer certos erros já conhecidos”, disse. Com a participação de diversas lideranças femininas, entre elas Celia Pompeia, Sônia Hess e Claudia Cohn, Luiza Helena lembrou que já foi muito criticada no passado por defender o sistema de cotas, até por mulheres. “Estou acostumada a ouvir os discursos que não gosto de ouvir e a escutar pessoas que pensam diferente de mim. Esse é um exercício essencial para não cairmos em uma bolha. Inclusive, nós incentivamos a prática de ouvir diferentes conceitos, dentro de várias áreas de nossa companhia”, concluiu.

DIVULGAÇÃO



Empreendedorismo e experiência

Segundo dados do estudo Empreendedorismo Negro no Brasil, realizado pela aceleradora de empresários negros PretaHub, da Feira Preta, em parceria com a Plano CDE e JP Morgan, cerca de 51% dos brasileiros que empreendem são pretos ou pardos. Eles movimentam R\$ 1,7 trilhão por ano no país. “Chego aos lugares e as pessoas perguntam para quem trabalho ou falam somente com meus sócios, isso é muito comum. Acredito que a melhor forma de responder seja por meus resultados e eles falam por si só, mas é desafiador mesmo”, afirma Márcio Cafezeiro, CEO & Co-Founder da IP School – Inglês Particular que atualmente conta com 13 escolas, todas no estado de São Paulo, e expande-se pelo sistema de franquias.

Também fundador do Instituto Márcio Cafezeiro, o empreendedor vê sua trajetória pessoal como uma das suas fontes de motivação para transformar realidades ao redor. “Trabalhamos essencialmente com doações, parceiros e benfeitorias. Costumo dizer que meu empreendedorismo não é social e sim para a sociedade, para transformar a pessoa de dentro para fora”, destaca sobre o trabalho que realiza no Instituto, onde são ensinadas diferentes disciplinas, como Inteligência Emocional, Primeiros Socorros, Convivência e Valores, Palestras, Nutrição, Vendas, Meditação, Artes Cênicas, Educação Financeira. “O propósito do Instituto é ainda maior. Em uma parceria com o projeto O Sonho É Nosso são feitas arrecadações e toda segunda-feira, à noite, são entregues marmitas para pessoas em situação de rua de Guarulhos, que também recebem o café da manhã aos sábados. No pe-

ríodo de frio, agasalhos também são doados. Ao longo do ano, outras atividades também são desempenhadas pelo Instituto, como serviços de odontologia, corte de cabelo, a fim de dar maior apoio para essa parte da população”, diz.

Diretora executiva do Alana, organização de impacto socioambiental que promove o direito e o desenvolvimento integral da criança, Flavia Doria, enfatiza que o empreendedorismo social brasileiro já acontece de forma estruturada, profissional e internacionalmente reconhecida. “Um exemplo é o fundo Vox de investimento de impacto, no qual o Alana foi um dos primeiros a investir. A Vox é uma gestora pioneira de investimentos de impacto com quase R\$ 500 milhões de ativos sob gestão, e



Márcio Cafezeiro, empreendedor que tem o objetivo de transformar internamente as pessoas



Atividade no Espaço Alana, localizado no Jardim Pantanal, bairro da periferia de São Paulo



“Tenho visto o número de empreendimentos e investidores crescendo. Não só em quantidade, mas em profissionalismo e impacto”

Flavia Doria, diretora executiva do Alana

com fundos de VC entre os top 10% melhores fundos globais da classe de ativos. Além de fundos proprietários, a gestora também foi selecionada pelo Albert Einstein, maior hospital da América, para a gestão de seu veículo de Corporate Venture Capital, que dedicará R\$ 100 milhões para aportes em startups de impacto na área da saúde. E tenho visto o número de empreendimentos e investidores crescendo. Não só em quantidade, mas em profissionalismo e impacto”, sublinha a diretora.

Estruturado em três frentes: Instituto Alana, fundado em 1994 pelos irmãos Ana Lucia Villela e Alfredo Egydio Arruda Villela Filho, AlanaLab e Alana Foundation, juntos são prova que a multiplicidade de formatos contribui na ampliação das possibilidades de resolução de problemas, já que passam a acessar agentes e “bolsos” diferentes. “Somos um Instituto que

faz Advocacy com foco na vivência plena da infância e, para isso, contamos com iniciativas próprias, como Banda Alana, Criança e Consumo, Criança e Natureza, Criativos da Escola, Espaço Alana, TiNis, Urbanizar, a pesquisa Território do Brincar e as plataformas Lunetas e Videocamp. A atuação de todos corrobora tanto a missão do Instituto quanto a nossa visão: a de que as crianças são prioridade absoluta e que seu desenvolvimento integral deve ser garantido de maneira compartilhada entre famílias, sociedade e Estado”, finaliza Flávia. ■

MEMÓRIA INSPIRADORA

AVON COMEMORA 135 ANOS, LANÇA PLATAFORMA DIGITAL SOBRE A TRAJETÓRIA DA MARCA E FORTALECE RELACIONAMENTO COM AS CLIENTES

Avon acaba de lançar o Memória Avon, plataforma digital que retrata a jornada da empresa desde a sua fundação, em 1886, até hoje, quando passa por um intenso processo de transformação digital e se consolida como marca disruptiva. O ambiente reúne conteúdos históricos sobre a empresa no mundo e em suas mais de seis décadas no Brasil. A viagem no tempo inclui projetos inovadores, produtos icônicos, campanhas publicitárias marcantes e causas sociais apoiadas. Além disso, traz entrevistas com colaboradores, representantes e personalidades que fazem parte da história da companhia.

“O aniversário de 135 anos da Avon celebra, acima de tudo, o pioneirismo da primeira empresa do mundo voltada para mulheres e sua evolução ao longo das gerações. A data convida a olhar novamente para essa marca que busca gerar impacto positivo no mundo, para que seja

um lugar mais justo, diverso e inclusivo”, detalha Daniel Silveira, presidente da Avon Brasil.

O executivo destaca que a companhia nasceu do objetivo transformador de gerar autonomia e independência financeira para as mulheres em uma época na qual sequer tinham direito ao voto. “Temos um modelo de negócio democrático e flexível que abre portas para o empoderamento e o empreendedorismo feminino. Este modelo é responsável por levar renda e desenvolvimento profissional para mais de 1 milhão de ‘Representantes da Beleza’, em mais de 5500 municípios brasileiros. As inovações que implantamos recentemente em nosso modelo reduzem a barreira de entrada e ampliam a inclusão de pessoas em nossa rede, sendo, sem dúvida alguma, uma das melhores opções de renda não apenas para os 14 milhões de desempregados, mas também para aqueles que querem aumentar sua renda e ter controle de seu tempo”, analisa.

Daniel Silveira,
presidente da
Avon Brasil

Relacionamento e transformação digital

A venda direta ganhou força: cresceu 5,5% em 2020, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta (ABEVD), e segue impactando positivamente a vida de milhões de pessoas, principalmente das mulheres, que representam cerca de 57,8% desse segmento. Em seu novo modelo comercial, lançado neste ano no Brasil, durante o reposicionamento da marca, a companhia prometeu gerar mais oportunidade de renda, que permite a muitas mulheres conquistarem a autonomia. A empresa criou uma oferta de novos benefícios para as suas representantes no Brasil, sendo que alguns se estendem aos seus familiares, como descontos exclusivos em faculdades, escolas de idioma, medicamentos e exames.

“O novo modelo comercial da Avon, que tem como foco a venda por relacionamentos, apresenta três mudanças-chave: maior possibilidade de lucro, mais benefícios para as representantes e seus familiares e mais facilidade para iniciar a jornada empreendedora ao lado da Avon, ampliando oportunidades para mais pessoas”, relata Silveira.

A companhia, que em 1996 foi pioneira na venda direta a firmar presença digital no Brasil, disponibiliza ferramentas digitais que prezam pelo bem-estar e auxiliam as representantes via social selling, como aplicativos para gerenciar seus negócios, criar lojas virtuais, revistas digitais e oferece ainda a plataforma Avon Desenvolve, com mais de 600 treinamentos virtuais focados em empreendedorismo, técnicas de vendas, marketing digital e produtos.

Chegada da empresa no Brasil também marcou o mercado publicitário



“Nesse caminho, posso dizer que os próximos passos da Avon no mundo digital darão ainda mais potência à nossa essência, que busca impulsionar o empreendedorismo e o empoderamento femininos e priorizar a beleza democrática, por meio da diversidade e inclusão”, garante.

Suporte às mulheres

A Avon realmente se destaca pela sua atuação em prol da diversidade e inclusão, tanto externamente como internamente. Ainda em 1992, a marca foi considerada um dos 25 melhores lugares para trabalhar no mundo pela revista Black Enterprise. Em 2020, criou o seu Compromisso Antirracista, um plano de ação com metas que visam ampliar a empregabilidade de pessoas negras e sua presença em cargos de liderança, além de criar cada vez mais produtos adequados à diversidade da beleza brasileira e ampliar o protagonismo das mulheres negras

A Avon foi a primeira empresa de venda direta a firmar presença digital no Brasil, em 1996



Segurança e saúde feminina

O Instituto Avon trabalhou ativamente durante o isolamento social para eliminar barreiras geográficas e sociais impostas pela pandemia, buscando soluções que melhorassem a qualidade de vida e acesso a direitos das mulheres com câncer de mama e em situação de violência. “No pilar de detecção precoce do câncer de mama, por exemplo, investimos mais de R\$1 milhão em projetos. Para o enfrentamento à violência contra mulheres e meninas desenvolvemos iniciativas tecnológicas e inovadoras como a assistente virtual Ângela que, sem o uso da voz, direciona as mulheres para uma ampla rede de apoio e acolhimento”, explica Daniela Grelin.



ROBERTO SETTON



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Com os índices de feminicídio crescendo durante a pandemia, o Instituto Avon decidiu criar a assistente virtual Ângela para dar suporte às mulheres em situação de violência doméstica.

MARCA INFLUENTE

Levantamento inédito realizado pela Quaest, consultoria de reputação de marcas, o ranking “100 Marcas Mais Influentes do País” revelou que a Avon está no Top 5 das marcas mais influentes no ambiente digital brasileiro. Baseado no Índice de Popularidade Digital (IPD), ferramenta da Quaest, o ranking ainda apontou a Avon como única empresa do setor de beleza e cosméticos no Top 10. O estudo usa inteligência artificial para cruzar dados das redes sociais, comparando as marcas e personalidades com maior popularidade. O ranking leva em conta 152 variáveis do ambiente digital, medindo engajamento, fama, valência (se as referências são positivas ou negativas) e capacidade de mobilização, que é o compartilhamento espontâneo.

nas campanhas e canais de comunicação. Alguns dos principais objetivos da empresa no Brasil incluem a inserção de 30% de mulheres negras em posições de liderança até 2030 e ter 50% de pessoas autodeclaradas negras em todo o seu quadro de colaboradores.

“Quando avaliamos o comportamento, a percepção é que os consumidores buscam cada vez mais por empresas que promovem impacto positivo para a sociedade, e o alinhamento de valores e propósitos é fator fundamental. As companhias são vistas como agentes de transformação social e econômica, marcando um espaço protagonista e ativista diante de temas urgentes. A Avon, como a primeira empresa do mundo voltada às mulheres, tem como parte de sua identidade o ativismo nas tantas causas intrínsecas a elas, como a equidade de gênero e a diversidade. Essa atuação é representada na relação da empresa com a população, seus clientes, seus colaboradores e sua força de vendas”, finaliza Daniel Silveira. ■

DE VOLTA AO JOGO

NEGÓCIOS DO RAMO ESPORTIVO RECOMEÇAM COM FORÇA E VISLUMBRAM CRESCIMENTO SIGNIFICATIVO EM 2022

Durante a pandemia, estima-se que o esporte profissional global tenha registrado perdas na ordem de US\$ 15 bilhões, de acordo com a Sports Value, empresa de marketing esportivo brasileira. No caso do Brasil, a perda de receita foi de R\$ 1,4 bilhão. Redes de academia, como a SmartFit, fecharam o segundo trimestre de 2021 com um prejuízo milionário. Com a queda de restrições em grande parte do território nacional, o setor começa a dar sinais de reação e se prepara para um 2022 com alta demanda.

“Existe o desejo das pessoas de retomarem suas atividades físicas. Até setembro, nossa base de clientes era de 2,7 milhões de pessoas, ante 2,8 milhões de quando fechamos por conta da pandemia, em março de 2020. Uma pesquisa realizada com 10 mil ex-alunos

O plano apresentado no IPO da SmartFit é abrir 200 unidades por ano



Edgard Gomes Corona, fundador e CEO da SmartFit

FOTOS: DIVULGAÇÃO



mostrou que 82% deles pretendem retornar assim que estiverem completamente vacinados. Nossos planos são de voltar a abrir novas lojas no ritmo pré-pandemia. Neste ano, mesmo com todas as restrições, abrimos 107 unidades”, conta Edgard Gomes Corona, fundador e CEO da SmartFit.

Com mais de 976 unidades em operação no Brasil e em mais 12 países da América Latina, a Smart Fit, que levantou R\$ 2,3 bilhões no IPO realizado em julho, colocou na rua quatro novas marcas de franquia de microacademias. A rede não revela seus planos de expansão, mas demonstra interesse nas cidades que possuem mais de 500 mil habitantes.

“O IPO reflete a confiança dos investidores no nosso modelo de negócio com expectativas pelo fim da pandemia. Com espera que a vida volte ao normal e que as pessoas cuidarão da saúde, talvez até mais do que antes”, avalia o executivo.

Em relação às expectativas para 2022, Corona enxerga com otimismo a retomada do setor. “O plano apresentado no IPO é abrir 200 unidades por ano, o que temos capacidade de realizar em condições normais de temperatura e pressão. Hoje, temos 15% do mercado brasileiro de academias e 13% do latino-americano. A projeção é que essa participação cresça entre 2% e 3% ao ano com a abertura de novas lojas”, encerra.

Experiência do cliente

Presente em 10 países e com uma rede de mais de 50 mil parceiros globais, atendendo mais de 3 mil empresas, o Gympass, plataforma de bem-estar corporativo que estimula todas as maneiras de atividades físicas, mentais e emocionais para que as pessoas se sintam bem, sentia a necessidade de novas ferramentas capazes de otimizar a experiência de seus usuários. Pensando nisso, a companhia se uniu à Inbenta, empresa global especializada em ferra-

mentas para o atendimento e autoatendimento nos canais digitais em 30 idiomas, para buscar as melhores soluções em tecnologia, por meio de Inteligência Artificial.

“O Gympass tem a preocupação de oferecer a melhor experiência para os nossos parceiros e clientes, de ponta a ponta. Neste sentido, tanto nossas áreas de Atendimento ao Cliente quanto a maneira como organiza seus canais de atendimento tem papéis extremamente importantes nesta missão”, explica Rogerio Nunes, vice-presidente de CX do Gympass.

Nunes elucida que a parceria com a Inbenta foi importante para o Gympass otimizar a experiência dos usuários com novas ferramentas. “Utilizamos *chatbot* e *search* no autoatendimento, que são divididas pelo tipo de usuário, sendo que cada uma possui um conteúdo e abordagens de acordo com cada perfil. Os assistentes virtuais também possuem integrações que auxiliam os usuários em ações pontuais, como desbloqueio de conta e reset de senha, mas, caso exista a necessidade, o bot conecta os usuários ao atendimento humano”, complementa.

Conceitos inéditos

Em 2020, ano marcado pelo início da pandemia, saiu do papel o Grupo Ultra, holding do mercado de academias, inspirada no modelo americano de fitness focado em segmentação. Idealizado pelo empresário do setor fitness Fernando Nero. O Grupo, de acordo com seu fundador, “vislumbrou oportunidades em cenários nos quais outras pessoas não enxergaram”. Ainda que ninguém estivesse esperando a crise que assolaria o mundo nem as dificuldades encontradas pelo caminho devido às restrições impostas pela Covid-19, a empresa manteve seus lançamentos e hoje conta com 10 unidades em operação e perspectivas de expansão internacional.

O Grupo Ultra já possui mais de 50 contratos assinados para unidades ao redor do Brasil e meta de atingir mais 80 até o final do ano que vem. A expectativa para 2022 é atingir os R\$ 150 milhões. Seu portfólio reúne academia completa no modelo “Big Gym” até estúdios de HIIT, bike, beach sports, personal, pilates, yoga e ballet fitness.



RICHARD CHELES

De acordo com o empresário Fernando Nero, o Grupo Ultra está em tratativas para assinar contratos no exterior, aproveitando principalmente a marca com Anderson Silva, conhecido no mercado internacional

A Gympass oferece planos de assinatura corporativos para que funcionários tenham acesso a aulas on-line sob demanda ou transmitidas ao vivo, aplicativos de planejamento nutricional e de saúde mental, além de sessões individuais com personal trainers



REPRODUÇÃO

“Embarquei nesse projeto junto com Marcel Gandra, executivo referência no setor. Nós damos atenção especial para nossos franqueados e isso faz toda a diferença para o negócio”, comenta Nero. Além de oferecer opções de franquias fitness para todos os tipos de investidores - desde o pequeno até investidores profissionais, o Grupo Ultra também conta com lojas próprias.

Versatilidade

Seu guarda-chuva é composto por sete marcas, que visam atrair clientes que buscam inovação e personalização: A Ultra Academia, 100% alinhada com a expectativa de clientes; a Spider Kick, que leva o nome do golpe mais famoso do seu idealizador, o campeão do UFC, Anderson Silva; a BYD, inspirada nos studios de Nova Ior-

que e Los Angeles e oferece o método exclusivo do Ballet Fitness da Betina Dantas; a Ride State, que oferece diversas modalidades de treinos de ciclismo indoor; a The Flame, que propõe uma aula coletiva especialmente desenhada para promover o emagrecimento; a Leven, estúdio premium especializando em Personal Trainer e Pilates; e a Urban Beach, academia de esportes de areia que leva o conceito de praia para as cidades.

O Grupo Ultra também está em tratativas para assinar contratos no exterior, atrelando a marca ao Anderson Silva, conhecido no mercado internacional. “Esse é o resultado de um trabalho que vem sendo desenvolvido por quem acredita que é possível unir excelência com bom custo-benefício. Nossa expectativa agora é expandir cada vez mais o alcance do nosso serviço”, finaliza Nero. ■

O modelo tem dois
motores elétricos
que desenvolvem até
476 cv de potência

ENERGIA BRASILEIRA

PORSCHE LANÇA TAYCAN
CROSS TURISMO, O ESPORTIVO
MAIS VERSÁTIL ENTRE OS
MODELOS 100% ELÉTRICOS
PRESENTES NO PAÍS





FOTOS: DIVULGAÇÃO / PORSCHE

Como em sua versão sedan, o modelo exibe propulsão 100% elétrica, com base em uma arquitetura de 800 volts e capacidade total de armazenamento de 93,4 kWh. Inicialmente, disponível apenas na versão Taycan 4 Cross Turismo, capaz de desenvolver 280 kW (380 CV) ou até 350 kW (476 CV) com a utilização dos recursos *overboost* e controle de largada, com quatro rodas motrizes, este Porsche permite aceleração de 0 a 100 km/h em 5,1 segundos, velocidade máxima de 220 km/h. O torque máximo é de 500 Nm.

Design exclusivo

A aparência do Taycan Cross Turismo possui aspecto inovador, com silhueta definida pela linha esportiva do teto se inclinando em direção à traseira - que os designers da Porsche chamam de *flyline*. Os elementos do design *off-road* incluem revestimento do arco das rodas, proteções inferiores dianteiras e traseiras exclusivas e soleiras laterais.

A decisão da União Europeia em proibir a venda de carros com motores a combustão, a partir de 2035, deve acelerar o processo de transição e vendas no mercado de veículos elétricos. O órgão executivo da UE também sugeriu o corte de 100% nas emissões de CO2 até meados da próxima década, o que tornará impossível a venda de veículos a combustão no bloco. A comercialização de veículos elétricos devem criar 3,5 milhões de

estações de recarga de baterias para carros e vans até 2030 e este número deverá crescer para 16,3 milhões até 2050 em toda a Europa, segundo a estimativa.

A expansão no portfólio de veículos totalmente elétricos da alemã Porsche ganha um capítulo especial com a chegada do Taycan Cross Turismo ao Brasil. Versão *off-road* que exibe versatilidade, dá continuidade à busca sistemática pela mobilidade sustentável.



O Taycan Cross Turismo consegue ir de 0 a 100 km/h em 5,1 segundos, alcançando velocidade máxima de 220 km/h



KOSLOVSKI/PHOTO 2020

ACESSÓRIOS ESPORTIVOS

A Porsche desenvolveu suporte traseiro para até três bicicletas, especialmente para o Taycan Cross Turismo, estabelecendo uma referência em termos de tamanho e manuseio de armazenamento. O equipamento pode ser utilizado universalmente, para diversos tipos de bicicletas. Uma das características inovadoras desse suporte para bicicletas é que o porta-malas traseiro pode ser aberto mesmo quando o suporte está carregado.

Os elementos do design *off-road* incluem revestimento do arco das rodas, proteções inferiores dianteiras e traseira

Adicionalmente, o pacote inclui elementos de proteção nas extremidades dos para-choques dianteiro e traseiro e nas extremidades das soleiras. Isso torna o exterior marcante, assim como protege contra impactos de pedras. Esse pacote aumenta a altura livre do

solo em até 30 mm, possibilitando a direção em terrenos difíceis. O *Gravel Mode* padrão melhora a adequação do novo modelo para a condução em trechos de estradas malconservadas. Trinta e seis milímetros a mais no espaço entre a cabeça e o teto para os



Taycan Cross Turismo atravessa o Brasil

Simultaneamente à apresentação do Taycan Cross Turismo, a Porsche Brasil deu início a uma expedição inédita. Durante 26 dias, um modelo da marca enfrentou uma travessia de cerca de 9 mil km do sul ao norte do país, passando por 14 estados. Este foi o primeiro carro elétrico a realizar uma expedição desse gênero no país, passando por paisagens tão distintas como deslumbran-

tes, como a Serra do Rio do Rastro, em Santa Catarina, Serra da Canastra, em Minas Gerais e Chapada Diamantina, na Bahia. A equipe organizadora captou centenas de horas de imagens e editou uma minissérie de episódios documentais, que pode ser acompanhada no site oficial: www.expedicaobrasil-porsche.com.br ou pelo perfil @porschebrasiloficial no Instagram.

passageiros do banco traseiro e mais de 1,2 mil litros de capacidade de carga útil no porta-malas também tornam o Cross Turismo um veículo extremamente versátil.

O preço público sugerido do Porsche Taycan 4 Cross Turismo é a partir de R\$ 685 mil, já inclusa a instalação do carregador doméstico, em que a montadora executa um projeto específico de acordo com condições específicas da residência do cliente. ■

PARA LAVAR



DIVULGAÇÃO

Dior Spa – Paris

No movimentado coração de Paris, os hóspedes podem parar, respirar e relaxar no casulo silencioso do Dior Spa, localizado no novo Cheval Blanc Hotel. Uma união de paixões e emoções francesas, o Cheval Blanc Spa está comprometido em proporcionar uma experiência íntima e inspiradora de puro bem-estar. A estrela do menu é o exclusivo tratamento Dior Prestige Ultimate, um tratamento holístico inspirado na linha Dior Prestige que combina o extraordinário poder regenerador da Rose de Granville com um ballet de movimentos envolventes para deixar a pele intensamente nutrida e restaurada. Em seguida, os hóspedes podem relaxar à beira da piscina e maravilhar-se com o brilho dos azulejos de mosaico em azul e pastel.



ACESSE O SITE DO SPA



DIVULGAÇÃO

A ALMA



DON RIDDLE

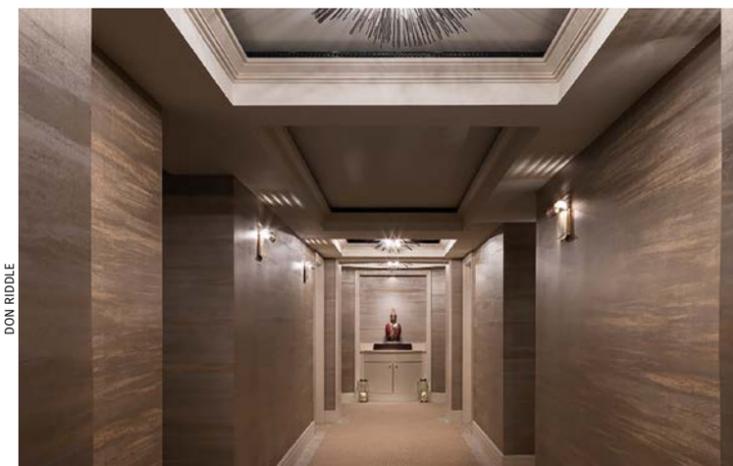
SPAS PELO MUNDO APRESENTAM TRATAMENTOS EXCLUSIVOS PARA SEUS CLIENTES RELAXAREM E APROVEITAREM MOMENTOS ÚNICOS

The Ritz-Carlton Spa, South Beach – Miami

Considerado um “oásis urbano” no coração de South Beach, o Ritz-Carlton Spa concentra-se em uma abordagem que celebra a atenção plena e oferece uma variedade de terapias cuidadosamente projetadas para promover o descanso e o rejuvenescimento. Lar da única Timeless Capsule nos Estados Unidos, este espaço elíptico foi projetado para condensar tratamentos de spa e é a oferta ideal para hóspedes com restrição de tempo. Com 14 salas, um salão de cabeleireiro e manicure com serviço completo e uma ampla variedade de linhas de produtos locais e internacionais, o Ritz-Carlton Spa foi eleito o Melhor Spa de Hotel na Flórida no World Spa Awards, em 2021. O local mantém parceria exclusiva com a marca espanhola de cuidados com a pele de luxo Natura Bissé.



DON RIDDLE



DON RIDDLE



ACESSE O SITE DO SPA

Mi Xun Spa – Xangai

Localizado em um santuário subterrâneo de corredores curvos de bambu, corredores futuristas brilhantes e tons de concreto no The Middle House Hotel em Xangai, o Mi Xun Spa combina o poder da medicina tradicional chinesa com a arte da beleza e rejuvenescimento europeu. Os hóspedes encontram uma infraestrutura de bem-estar completa, desde a piscina interior aquecida a uma academia 24 horas, estúdio de bem-estar e tratamentos de spa de luxo. O lugar oferece tratamentos boutique da marca Cha Ling, desenvolvida pela LVMH, para rearmar o fluxo de energia e desintoxicar a pele, e da marca francesa Gemology, que usa 20 diferentes pedras preciosas naturais com elementos minerais para alcançar uma pele jovem e radiante e a marca de cuidados da pele de alta tecnologia DIBI que usa a máquina de radiofrequência KRF para proporcionar efeitos rejuvenescedores, firmadores e modeladores.



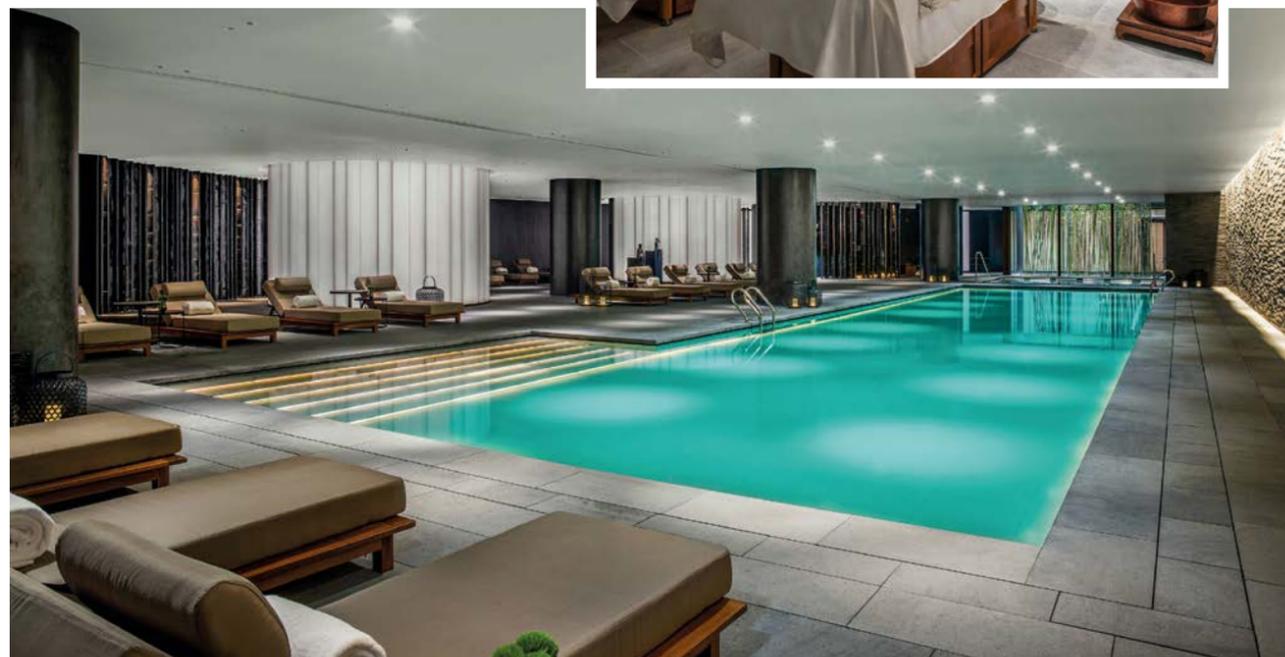
MICHAEL WEBER



MICHAEL WEBER



ACESSE O
SITE DO SPA



MICHAEL WEBER



DIVULGAÇÃO

Alunco SPA & Wellness – Chile

Prestes a reabrir em janeiro de 2022, o hotel Termas Chillan reserva surpresas a seus visitantes. Uma delas foi especialmente pensada para quem ama relaxar: o Alunco SPA & Wellness. Ocupando um edifício de três andares, este é um dos maiores spas do Chile, equipado com sauna, banho turco, jacuzzis, piscina climatizada, piscina externa, salas de massagem e hidroterapia. Possui circuito de águas e área de relaxamento exclusiva para mulheres e outra para homens, garantindo maior conforto aos hóspedes no momento de seus tratamentos. Alunco significa reflexo da água na língua local e foi o nome escolhido para o ambiente em que a água é o foco principal do projeto de arquitetura e design de interiores que incorpora o frescor da floresta que rodeia o hotel e a fluidez das águas serranas.



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



ACESSE O
SITE DO SPA



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

The Spa – Londres

O vibrante e luxuoso hotel 45 Park Lane, membro da Dorchester Collection, lança o The Spa projetado por Jouin Manku. Ele conta com a maior piscina de Park Lane (20 metros) bem como uma sala de treino pessoal e um moderno e espaçoso ginásio. O novo espaço de bem-estar faz parte do Mayfair Park Residences, empreendimento recém-concluído entregue pelos desenvolvedores de ponta Clivedale London, localizado ao lado e atendido pelo 45 Park Lane. Os hóspedes do hotel terão pleno uso das instalações como parte de sua experiência de estadia que incluem sauna seca e a vapor separadas, piscina de hidroterapia, vestiários e chuveiros privativos, além do menu de pratos saudáveis criados pelo chef Jamie Shears.



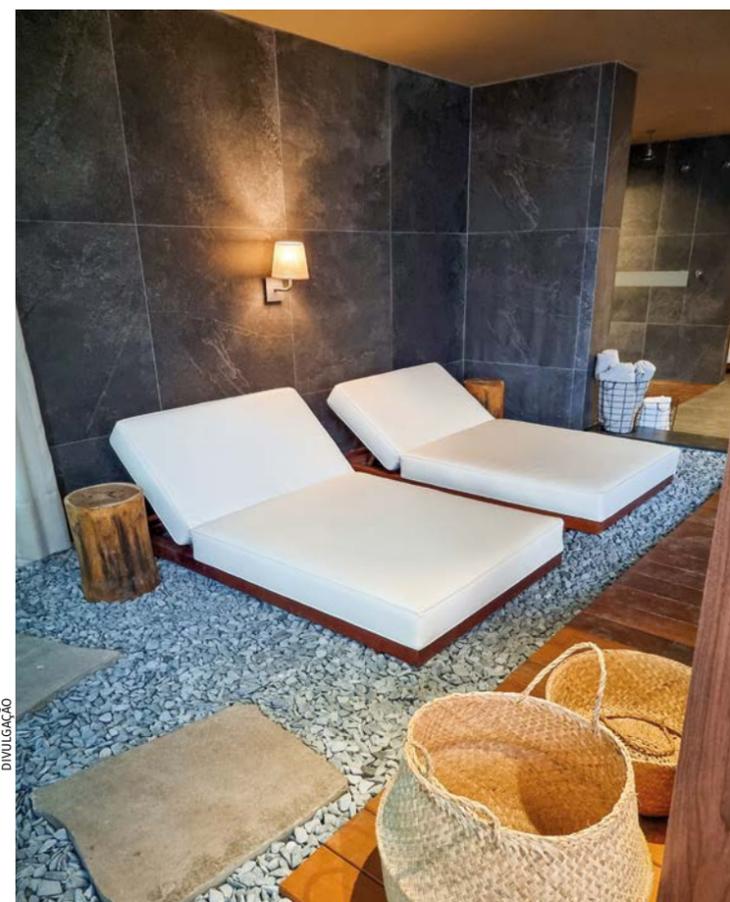
ACESSE O SITE DO SPA



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Natin Spa – Gramado

O Wish Serrano, resort da GJP Hotels & Resorts em Gramado, Rio Grande do Sul, acaba de ganhar uma unidade do Natin Spa, marca própria de spas da rede hoteleira. Integrado aos pilares da marca Wish. O projeto do Natin Spa Wish Serrano traz uma atmosfera confortável e em perfeita sintonia com a natureza do entorno, junto às araucárias e com cores e aromas que combinam perfeitamente com o ambiente de montanha. São duas salas de massagem individual com ducha, uma individual com banheira de imersão e outra sala dupla com hidromassagem, além de área de banho, acesso exclusivo à piscina coberta e climatizada do resort, espaço de descanso, contemplação e desconexão, espaço para cromoterapia, saunas seca e úmida, e nova área fitness para completar a experiência.



DIVULGAÇÃO



ACESSE O SITE DO SPA

ENCONTROS DEBATEM O BRASIL DO FUTURO

CENÁRIO ECONÔMICO, PANORAMA POLÍTICO E DO DESENVOLVIMENTO PAUTAM PAINÉIS DO FÓRUM EMPRESARIAL LIDE

CÁRMEN LÚCIA REFLETE SOBRE DEMOCRACIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO



verdadeiro, e falou sobre a ânsia de liberdade que sempre existiu e se mantém como parte da sociedade.

No mesmo dia, o painel “Cenário econômico brasileiro, desafios e oportunidades” teve a participação do secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, Henrique Meirelles, do senior partner no BTG Pactual, André Esteves, do presidente da Vibra Energia, Wilson Ferreira Jr, e moderação do membro do Comitê de Gestão do LIDE, Roberto Giannetti da Fonseca e do jornalista William Waack.

Meirelles avaliou o atual cenário econômico e destacou a importância de investimentos direcionados. “Os mercados antecipam o que vai acontecer à frente, essa é a função fundamental dele: entender as consequências de curto e longo prazo. E é essencial que esses desdobramentos sempre respeitem os fundamentos da economia”.



POLÍTICOS, JORNALISTAS E EMPRESÁRIOS PONTUARAM INICIATIVAS CONTRA A CRISE



Trazendo importantes nomes da opinião pública, o **20º Fórum Empresarial LIDE** foi aberto na manhã do dia 21 de outubro, dando início ao ciclo de dois dias de debates dos principais assuntos de interesse nacional, tendo como tema principal “O futuro do Brasil: eleições, democracia e recuperação econômica”.

No evento de abertura estiveram presentes o governador do Estado de São Paulo, João Dória, a presidente do Instituto Ayrton Senna, Viviane Senna, o membro

do Comitê de Gestão do **LIDE**, Roberto Giannetti da Fonseca, e o chairman do LIDE, Luiz Fernando Furlan. Na ocasião, Dória destacou os programas de saúde ampliados na pandemia da covid-19.

No primeiro painel do encontro, “Democracia, eleições e ambiente político”, fizeram parte o presidente nacional do MDB, Baleia Rossi, o presidente nacional do PSDB, Bruno Araújo, o presidente nacional do PSL, Luciano Bivar, o presidente nacional do Cidadania, Roberto Freire.

Com o tema “O futuro da saúde com novas demandas do setor”, o segundo painel do bloco da tarde contou com a participação do Ministro da Saúde (2019-2020), Luiz Henrique Mandetta, o presidente do LIDE Saúde, Claudio Lottenberg e o presidente da UnitedHealth Group, José Carlos Magalhães.





DIVULGAÇÃO

LIDE ENTREGA MANIFESTO COM AÇÕES PROPOSITIVAS NA COP26

O **Grupo de Líderes Empresariais** apresentou no dia 1º de novembro, um manifesto durante a 26ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP26), em Glasgow, na Escócia. O documento apresenta o potencial, a ambição e o protagonismo do setor produtivo brasileiro na agenda ESG (Environmental, social and corporate governance), e contextualiza ações organizadas com o apoio do grupo.

O manifesto “COP26 - Setor Privado Brasileiro na Agenda Climática Mundial: Contribuição para as metas da COP26 e NDC’s Brasileiras” é assinado por Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE, e Roberto Klabin, presidente do LIDE Sustentabilidade. O curador da plataforma LIDE ESG, Ricardo Assumpção, CEO da GrapeESG, foi responsável pela entrega do documento na Blue Zone, conhecida como zona de negociação.



FOTOS: FREDY UEHARA/LIDE

JEAN GORINCHEYN FALA SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UMA MEDICINA MAIS SOCIALIZADA

O secretário de Saúde do Estado de São Paulo, Jean Gorinchteyn, afirmou que o “novo normal” chegou e que os investimentos na saúde pública devem ser ampliados para tornar a medicina qualitativa mais acessível. O médico e gestor público participou do **Almoço-Debate LIDE** com empresários, no dia 8 de outubro, em São Paulo. Gorinchteyn afirmou aos empresários e executivos participantes do evento que o Estado é o que mais vacina no Brasil e pode ser comparado, de maneira independente, às nações no mundo. “Se fossemos um país, São Paulo seria uma potencial nação vacinadora. Nós entendemos que vacinar era primordial para a retomada e defendemos a ciência desde o começo”, afirmou.



TATIANA FERRO/LIDE

BUSINESS DINNER PRESTA HOMENAGEM AO PREFEITO DE CAMPINAS DÁRIO SAADI

Seguindo todos os protocolos atuais, e com número reduzido de participantes, o evento ocorrido no dia 28 de outubro contou com filiados do **LIDE Campinas**, que são presidentes de grandes empresas e empresários, além de alguns convidados. Durante o jantar o prefeito foi homenageado por sua liderança no primeiro ano de governo e recebeu a estatueta das mãos da presidente do LIDE Campinas Sílvia Quirós.



JOEL VARGAS

SEMINÁRIO LIDE EXALTA INTERLOCUÇÃO ENTRE SETORES PÚBLICO E PRIVADO

Em uma grande comunhão de ações de empresários e agentes políticos para melhorar o ambiente de negócios, o Seminário **LIDE Bento Gonçalves**, realizado no dia 16 de outubro, no Centro da Indústria, Comércio e Serviços (CIC-BG) do município, celebrou a interlocução entre os setores público e privado para pensar o Rio Grande do Sul da retomada econômica. A programação reuniu representantes dos três poderes e de especialistas da área do turismo em dois painéis distintos, ambos com foco no estímulo à competitividade.

ENCONTRO LIDE ESG DISCUTE A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

O presidente do **LIDE Esporte** e campeão olímpico, Lars Graef foi o destaque do Encontro **LIDE ESG** realizado no dia 4 de novembro na **Casa LIDE** em Curitiba. Com o tema “Transformação Social”, o evento teve a participação da diretora administrativa da Engie Brasil, Luciana Nabarrete, que apresentou as ações da empresa filiada ao LIDE Paraná. Lars comentou sobre o aprendizado, parceiros e empresas que contribuíram para manter o projeto e captar mais recursos para o esporte. Captação essa vinculada à Lei de Incentivo ao Esporte, que como dirigente e atleta contribuiu para a aprovação.



DIVULGAÇÃO

EMPRESAS DE DIFERENTES SETORES FORTALECEM O LIDE

BANCO RENDIMENTO, INSTITUTO EDUCAÇÃO SEM FRONTEIRAS, PAPER EXCELLENCE E EDESOFT COMPARTILHAM INICIATIVAS DE SUCESSO

O Banco Rendimento, com mais de 28 anos de experiência, concentra seus esforços nas áreas de câmbio, crédito, investimentos e soluções de pagamentos. Novo associado do Grupo de Líderes Empresariais, em 2019, o banco foi avaliado positivamente pela agência de classificação de risco Fitch Ratings, e teve o seu rating nacional de longo prazo aumentado para A e manteve o de curto prazo em F1. Recentemente, o Fitch ratificou essa avaliação.

Primeiro Instituto de Educação na América Latina para migrantes e refugiados, o Educação Sem Fronteiras completa um ano de atividades e compartilha suas conquistas como nova filiada do LIDE. Fundado como um investimento social familiar, o Instituto surgiu como resposta ao aumento no fluxo de deslocamento forçado para o Brasil, e reconhecendo as potencialidades, inteligência social e o impacto que o apoio a essas pessoas representa para a sociedade brasileira como um todo.

Outra nova associada, a Paper Excellence é uma das maiores e mais diversificadas fabricantes de papel e celulose do mundo. A empresa tem crescido por meio de investimentos em suas fábricas e aquisições estratégicas. Iniciou as atividades em 2007, com a aquisição de sua primeira fábrica de celulose em Meadow Lake, Canadá, contando hoje com um time de 7600 colaboradores em diversas unidades de atuação pelo mundo.

Agora no LIDE MULHER, a Edesoft foi criada em 2007 e, em 2015, iniciou a primeira operação para exportação de projetos de software, sendo escolhida por uma empresa norte-americana para contribuir com o desenvolvimento de seu software de BI baseado em balanced scorecard. A Edesoft é reconhecida no mercado pelo alto desempenho que proporciona aos seus clientes nos serviços de desenvolvimento de projetos, *body shop* e outsourcing. ■

LIDE

BANCO RENDIMENTO
ABRAMO DOUEK, PRESIDENTE

INSTITUTO EDUCAÇÃO SEM FRONTEIRAS
ADRIANO ABDO, PRESIDENTE

PAPER EXCELLENCE
CLAUDIO PASSOS, PRESIDENTE

LIDE BAHIA

AÇO PARTICIPAÇÕES
PAULO CAVALCANTI, PRESIDENTE

LIDE CAMPINAS

CLÍNICA ECLAT
LUIS HENRIQUE PELÁ, SÓCIO

INSTITUTO IOU- FASCAMP
AGRÍCIO CRESPO, PRESIDENTE

LIDE CEARÁ

EXPRESS ALIMENTOS
JOÃO DE MENDONÇA, PRESIDENTE

MOTA ADVOGADOS
GLADSON MOTA, SÓCIO

LIDE NOROESTE PAULISTA

COENGISA CONSTRUTORA
SÉRGIO FERNANDES, PRESIDENTE

GRUPO FAJ
FERNANDO JORGE, PRESIDENTE

LIDE PARANÁ

AKTRION BRASIL
MARCIO HEROLD, DIRETOR

POTENCIAL PETRÓLEO
CARLOS HAMMERSCHMIDT, DIRETOR

LIDE PERNAMBUCO

CONNECTOWAY
CARLOS CARTAXO, CEO

ZRO BANK
EDISIO NETO, DIRETOR

LIDE RIO DE JANEIRO

CHOCOLATE Q
RODRIGO AQUIM, PRESIDENTE

LIDE MULHER

EDESOFT
CAROLINE PISTORE, DIRETORA

GRUPO PROJETO FIGITAL
TATYANE LUNCAH, CEO

LIDE MULHER LITORAL PAULISTA

CALASSERH
ADRIANA CALASSE, SÓCIA

LIDE MULHER PARANÁ

CÂMERAS INFO
MICHELLE GULIN, SÓCIA

INCOM SOLUÇÕES DIGITAIS
GEORGIA DELFINI, CEO

LIDE MULHER PERNAMBUCO

MARVAN ADMINISTRADORA
MARTHA PONZI, DIRETORA-EXECUTIVA

NUNES COSTA ADVOCACIA
FABIANA NUNES COSTA, SÓCIA

LIDE JUSTIÇA LITORAL PAULISTA

ADVOCACIA ROBERTO MOHAMED
ROBERTO MOHAMED AMIN JR., SÓCIO

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

Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE
LÍDER.INC

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

Dar um BTG é ter o melhor

- 1º Banco do Ano no Brasil
- 1º Banco do Ano na América Latina
- 1º Banco de Investimentos no Brasil
- 1º Private Bank do ano

As melhores oportunidades, o melhor serviço e o melhor atendimento do mercado. Ano após ano, prêmio após prêmio, reforçamos nosso compromisso de buscar sempre o melhor para nossos clientes.

