

E-BOOK 01/2020

PESQUISA
EMPRESAS
&
EMPRESÁRIOS

**PER
NAM
BUCO**

ALÉM
DA →
CRISE



TGI
Consultoria
em Gestão

algomais
A REVISTA DE PERNAMBUCO

INSTITUTO
DA GESTÃO
INTG



EDITORIAL

RICARDO DE ALMEIDA*

PERNAMBUCO ALÉM DA CRISE

Em sua 12ª edição, a pesquisa Empresas & Empresários, realizada pela TGI Consultoria e pelo INTG - Instituto da Gestão, sob o título "Pernambuco Além da Crise", identificou e mapeou o modo como as empresas pesquisadas estavam superando a crise econômica e política, iniciada no Brasil em meados de 2014.

Os resultados gerais da Pesquisa foram apresentados no lançamento da Agenda TGI 2020, em novembro de 2019, e apontavam os principais impactos da crise nas empresas, as práticas adotadas pelas instituições no seu enfrentamento e o que era preciso ser feito para superá-la no âmbito dos governos federal e estadual.

Nesses tempos de pandemia e de incertezas, voltamos ao tema com o lançamento da série de e-books "Pernambuco Além da Crise", inaugurada com esta publicação em parceria com a revista Algomais, a revista de Pernambuco.

Em cada publicação teremos a opinião de um conjunto de profissionais reconhecidos e com atuação destacada em suas áreas que apresentarão suas reflexões sobre o futuro do Brasil e de Pernambuco nos cenários pós-pandemia.

O nosso objetivo com a série de publicações que ora se inicia é criar um espaço para que permita, com realismo e conhecimento de causa, lançar luz e esperança em direção ao futuro que nos espera.

Temos certeza de que essa crise, como muitas outras que já enfrentamos, vai passar e, quanto mais preparados, alertas e embasados em opiniões consistentes estivermos, melhor aproveitaremos os ensinamentos obtidos nesse período de distanciamento social e de tanta dificuldade.

Em suma, consistência, realismo e esperança é o que procuraremos sempre disponibilizar para o leitor na série que iniciamos agora.

Boa leitura!

**Sócio-fundador da TGI Consultoria, Coordenador da Pesquisa Empresas & Empresários e Diretor-executivo da Algomais, a Revista de Pernambuco.*

SUMÁRIO



04. ENTREVISTA: "É PRECISO CAPACIDADE REINVENTIVA"

Thales Castro, cientista político, cônsul de Malta e vice-presidente do Iperid



09. O ÚNICO CAMINHO PARA O FUTURO: UNIÃO NACIONAL

Luana Tavares, diretora executiva do CLP - Liderança Pública



13. EDUCAÇÃO SUPERIOR PÓS-PANDEMIA. UM EXERCÍCIO

Gilliatt Falbo, coordenador acadêmico da FPS (Faculdade Pernambucana de Saúde).



17. VAREJO MODERNO PÓS-PANDEMIA

Eduardo Lemos Filho, sócio-diretor da LMS/TGI



20. ENERGIA DA CANA- -DE-AÇÚCAR, COMBUS- TÍVEL DA ECONOMIA VERDE

Renato Cunha, presidente do Sindaçúcar de Pernambuco e vice-presidente da Fiepe



24. VAMOS RESGATAR O PROTAGONISMO INOVADOR!

Sérgio Cavalcante, consultor e líder de Inovação do Grupo Cornélio Brennand



ENTREVISTA

THALES CASTRO

Cientista político, cônsul de Malta e vice-presidente do Iperid

***“É preciso
capacidade
reinventiva”***

Thales Castro, cientista político e vice-presidente do Iperid (Instituto de Pesquisas Estratégicas em Relações Internacionais e Diplomacia) aposta numa retomada mais forte de Pernambuco no cenário pós-pandemia. Embora aponte a reativação das atividades produtivas como um dos grandes desafios que temos pela frente, o especialista em relações internacionais e que também é cônsul de Malta, destaca algumas oportunidades que serão abertas no contexto global. Ele também aponta caminhos de abertura de novos mercados no Brasil. A urgência da recuperação para atender o dramático tecido socioeconômico do Estado é um dos combustíveis para a reversão da crise provocada pelo novo coronavírus.

Quais as principais ameaças e oportunidades para Pernambuco neste momento de crise promovida pela pandemia do novo coronavírus?

Entre as ameaças está o aumento do desemprego em razão dessa ruptura toda promovida pela Covid-19. Então, uma retomada econômica, na qual o desemprego – que em Pernambuco era já, historicamente, pelo menos na Região Metropolitana do Recife, na casa de mais ou menos 17% – continua o grande problema a ser gerido. Portanto, se no cenário pré-pandemia, a nossa taxa de desemprego aberto já estava no patamar de 17%, agora é muito razoável pensarmos que estamos na casa 20% ou mais. Um quinto da nossa população economicamente ativa está sem fonte formal de renda. A tendência disso é que aumente o índice de desalento, que é o índice do IBGE, que é muito interessante porque mostra aquelas pessoas que simplesmente desistiram de procurar emprego em razão dessa angústia existencial, desse torpor emocional muito grande que nós vivemos. É uma situação realmente de um desafio imenso: a retomada do crescimento socioeconômico a partir de uma taxa crescente, em espiral, de desemprego. Qual seria uma oportunidade para Pernambuco? É justamente ter na sua capacidade reinventiva uma forma para buscar o tempo perdido e utilizar o modelo de curva em V para retomar as atividades das cadeias produtivas, dos fornecedores, dos compradores, nesse processo de abertura muito gradativo. Trata-se de uma oportunidade, sim, embora o desafio, creio, que seja bem maior.



Por que você aposta numa curva de recuperação em V para Pernambuco?

Aposto na curva em V, mas que seria um V não acentuado de maneira muito íngreme. Seria um V mais aberto, porque o senso de urgência e o drama da perda batem à porta da consciência do trabalhador, batem à porta da consciência do empresário e fazem com que todos realmente percebam a necessidade urgente de recuperação rápida, de retomada com a velocidade maior do que aquela que está sendo programada pelo governo estadual e municipal, nesse processo de reabertura. Por isso que, de maneira meio intuitiva, eu estou realmente vendo a necessidade de recuperação mais veloz, porque o drama humano está tão grande, o drama socioeconômico está tão pronunciado, que não há outro caminho a não ser naturalmente nós nos reinventarmos de maneira rápida. Agora, é difícil? É, porque precisa da demanda e a demanda está toda aquebrantada. A área internacional já tem uma demanda que começa a flo-

É justamente ter na capacidade reinventiva de Pernambuco uma forma para buscar o tempo perdido e utilizar o modelo de curva em V para retomar as atividades das cadeias produtivas, dos fornecedores, dos compradores, nesse processo de abertura muito gradativo.



esses quatro pontos, conseguimos ter uma suavização dos danos ocasionados por esta maldita pandemia. E, obviamente, buscar competitividade. Neste cenário de antiglobalização, de *slowbalisation*, de anticlímax do processo da globalização, vamos buscar também uma alternativa interessante que não seja muito voltada para o cenário externo, mas sim estratégias voltadas para o localismo. Ou seja, desenvolver e fortalecer as múltiplas cadeias que nós temos aqui no estado, os *clusters* que nós temos, buscando demanda dentro do Brasil mesmo. Então, é um movimento assim, meio antagônico, a gente busca potencializar, por exemplo, o hub consular, ao mesmo tempo que podemos buscar novas reinvenções e demandas, a partir dos *clusters* existentes aqui no estado. O Polo Moveleiro, por exemplo, é um polo muito vitalizado, muito robusto; o Polo da Bacia Leiteira no Agreste Meridional, sobretudo com centralidade para Bom Conselho e Garanhuns; o Polo de Fruticultura Irrigada no Sertão do São Francisco; e por fim, o Polo do Gesso, eu falo muito da importância que o gesso tem. Temos 95% das reservas de gipsita do Brasil. O Polo do Gesso do Araripe é realmente maiúsculo e pode, nesta nova onda localista, ser cada vez mais dinamizado com um olhar de demanda interna. O Polo Automotivo fala por si só. Ele é tão robusto e maduro que tem os meios de buscar os dois caminhos, o caminho da demanda interna e o caminho internacional. E pela dimensão e força que a FCA tem, esse polo caminha com as próprias pernas, mesmo neste momento de escassez, de lentidão produtiva e de desassossego.

Que espaços a atual crise da globalização podem abrir para o Brasil e para Pernambuco?

Eu acho que são espaços de reenxergar o presente e o futuro. São espaços de reinvenção. São espaços que a gente deve buscar oxigenar as alternativas, mas com a dureza de uma experiência muito danosa emocionalmente que foi a pandemia. A chave da resposta aí é o que é que nós podemos aprender com esses danos que sofremos, danos emocionais, danos familiares, danos empresariais, como é que a gente pode ser mais maduro, com mais empatia, buscando rapidamente essa reinvenção em termos de retomada. Há um espaço imenso para isso, para que a gente retome o nosso papel de liderança no Nordeste, sobretudo, desse estado importante que é o Leão do Norte, que é Pernambuco. **P**

O ÚNICO CAMINHO PARA O FUTURO: UNIÃO NACIONAL

LUANA TAVARES | Diretora executiva do CLP - Liderança Pública



A crise mundial da Covid-19 deixou nosso País exposto, e não apenas ao vírus. Nunca foi tão claro e evidente as mazelas enfrentadas pela população brasileira. A desigualdade social, que foi escancarada e acentuada ao vermos milhares de famílias que, em meio ao isolamento necessário para conter o impacto no sistema de saúde, ficaram sem a mínima capacidade de sobrevivência; o populismo e o oportunismo corrosivos, que impediram lideranças políticas de aproveitarem a maior chance de nossa história de demonstrar união de esforços para combater um inimigo comum, capaz de afetar pretos e brancos, ricos e pobres, a saúde e a economia; a ineficiência do Estado brasileiro, que não possuía preparo financeiro para enfrentar tamanha crise e sequer dispunha de um simples cadastro de seus trabalhadores informais.

Todas as chagas brasileiras ficaram evidentes e nos vimos em uma encruzilhada imoral na qual nós mesmos nos colocamos: salvar vidas ou evitar um colapso econômico? Um estudo recente publicado pelo *VirtúNews* mostra que para salvar vidas e também a economia, países tiveram que adotar diferentes estratégias de isolamento de acordo com o seu nível de desenvolvimento econômico.

E a resposta tardia à crise somente agravou o impacto que a ausência de capacidade financeira do País trará à vida de seus cidadãos nos médio e longo prazos. O resultado da nossa encruzilhada se traduz em números: o Brasil se posicionou como recordista de mortes com mais de 70 mil vidas ceifadas pela Covid-19 e, ao mesmo tempo, jogamos mais da metade de nossa população economicamente ativa para o desemprego e contratamos uma dívida que consumirá quase 100% de nosso produto interno bruto.



Em contrapartida, esse quadro despertou a consciência da sociedade de que em meio ao despreparo e descoordenação nacional só restaria um caminho de não sermos partícipes da história que deixará para nossos filhos e netos uma herança de miséria e destruição do futuro que lhes aguarda: a união cívica no combate à pandemia e nossas mazelas. Assisti e participei com muita admiração da criação de diversos grupos e atos individuais que, em resposta à desigualdade social, arrecadaram milhares de reais em doações e voluntários para atender famílias em situação de extrema vulnerabilidade.

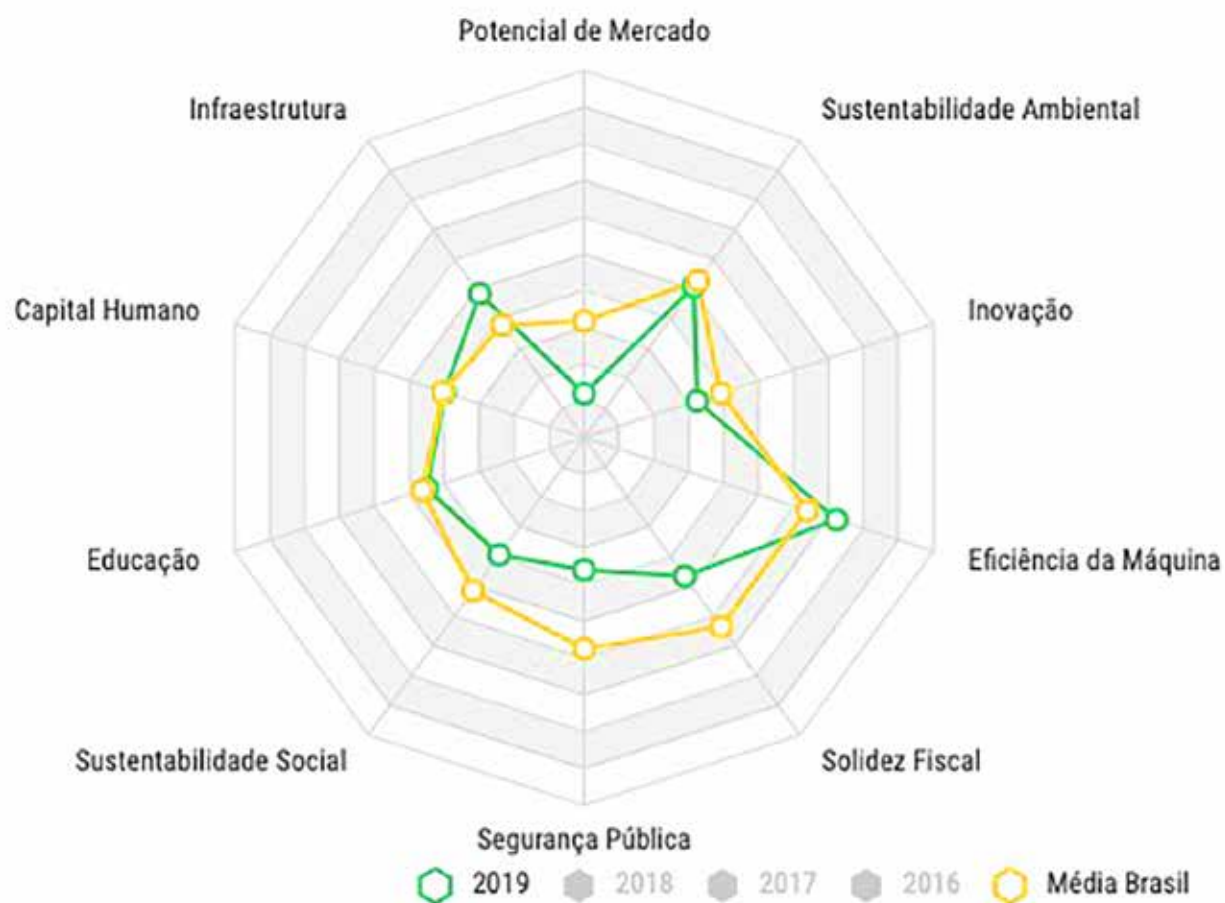
Em um segundo momento, centenas de movimentos saíram em defesa da democracia e do diálogo, ao constatarem os riscos de diversos atos não republicanos, tal como a presença de um chefe de Estado, em meio à pandemia, em manifestações que pregavam o autoritarismo nas ruas e nas redes sociais. Neste momento, o foco desse despertar cívico se dará pela união em torno de uma agenda nacional com medidas pragmáticas capazes de cavar um túnel por onde nosso País conseguirá fazer a travessia de uma das piores crises de sua história, resgatando ao mesmo tempo a dignidade social, a democracia e confiança no Brasil.

Neste contexto, a participação dos estados foi e será ainda mais fundamental. Ao olhar para o futuro, é necessário compreendermos o nosso ponto de partida. O estado de Pernambuco ocupa a 17ª colocação no *Ranking de Competitividade dos Estados Brasileiros (2019)*, publicado anualmente pelo CLP. Dentre os principais desafios, estão resultados refletidos nos pilares de Potencial de Mercado, Solidez Fiscal, Segurança Pública e Sustentabilidade Social. Para que o estado possa oferecer um futuro mais digno aos seus 9,5 milhões de habitantes, utilizando da crise sanitária que vivemos como impulso para romper as barreiras do atraso e da desigualdade, é necessário repensar com base em indicadores e evidências uma agenda pragmática de políticas que possam reverter esse quadro.

Devido à baixa capacidade de investimento do estado, contar com o apoio e investimentos da iniciativa privada será essencial. Desenvolver políticas pú-



NOTAS DO ESTADO DE PERNAMBUCO POR PILARES



blicas e parcerias público-privadas em áreas como as de saneamento, a partir do novo Marco Nacional, Infraestrutura, Inserção Econômica de Jovens, além de um programa estrutural de redução dos gastos públicos por meio do uso da tecnologia e uma extensa reforma administrativa, será essencial para garantir uma agenda efetiva capaz de resgatar o desenvolvimento sustentável do estado.

Somos a nação conhecida por seu potencial de ser o “país do futuro”. Porém, somente com a união de sociedade civil (cidadão, entidades sociais, empresários), Congresso e Governo é que teremos condições concretas de transformar a crise em oportunidade, pegar impulso e atravessar a crise criando músculos para, de fato, ocuparmos o lugar que é nosso por potencial. O momento é agora! Unidos, é possível mudar o Brasil e construirmos o país que queremos. **P**

EDUCAÇÃO SUPERIOR PÓS-PANDEMIA. UM EXERCÍCIO.



GILLIATT FALBO | Coordenador acadêmico da FPS
(Faculdade Pernambucana de Saúde)

Sempre que tenho oportunidade, gosto de afirmar que todo docente tem que fazer constantemente um exercício de futurologia. Imaginar e compreender as mudanças que estão por vir deve ser um pressuposto ético de todos que trabalham com a educação dos mais jovens.

Na atualidade a pandemia da Covid-19 torna essa ação um compromisso imprescindível. Fui instado pelos realizadores da pesquisa Empresas & Empresários a compartilhar o meu exercício sobre o que poderá acontecer na educação superior, passada a pandemia com todos os seus ensinamentos. Senão vejamos: acredito que vamos presenciar um rearranjo do número e tamanho das instituições de ensino superior em todo o mundo. Vão acontecer falências, incorporações de instituições menores por grandes conglomerados nacionais e transnacionais que negociam suas ações em bolsas de valores, até mesmo fusões desses grandes conglomerados. Não se espantem se, em algum momento no futuro, acontecer com o segmento da educação o mesmo o que aconteceu em passado recente nas bolsas de valores com o setor imobiliário.

A esse rearranjo resistirão pequenas instituições que se caracterizam pela qualidade do ensino, focadas em determinadas áreas do conhecimento e tecnologicamente atualizadas, mas forçosamente vão ter que elevar o valor dos seus *tickets* para continuarem existindo. Os estudantes (os mais velhos já são *millenials*) vão optar por uma aprendizagem híbrida, pois não mais se justificará deslocamentos no trânsito, nem aglomerações para atividades unicamente teóricas.

As práticas em laboratórios e nos ambientes de ensino em serviço, onde o fazer procedural e as relações humanas são fundamentais, aí sim a presença física se impõe. A ruptura do binômio tempo/espço será cada vez mais experimentada. A necessidade da presença física será desafiada e a flexibilização será uma regra.



Os estudantes vão querer aprender como estiverem, onde estiverem, no tempo que quiserem. Teremos um novo tipo de representação social das instituições de ensino, novas profissões, novos cursos online abertos e pagos com certificação. A tecnologia vai tornar quase impossível evitar a "fila", a "cola". As avaliações deverão ser sistêmicas, longitudinais, contínuas, formativas e os testes cognitivos, usualmente, de múltipla escolha, cederão às provas com consultas, nas quais o estudante deverá demonstrar a capacidade de aplicar o seu conhecimento construído para resolver os problemas apresentados no teste. A criatividade e o protagonismo serão mais importantes do que o diploma no momento da contratação. Até o conteúdo do *curriculum vitae* sofrerá mudanças.

O turismo de eventos vai diminuir, com repercussões para o setor de hotelaria e as companhias aéreas. Os congressos serão remotos e o congressista poderá assistir em casa a conferência de um importante professor convidado internacional, que estará no seu país e falando nas línguas oficiais do congresso sem legendas por sua imagem holográfica em tempo real. Esta tecnologia também vai impactar os profissionais da tradução simultânea.

A sociedade vai exigir cada vez mais uma ética ecológica global, representada pela responsabilidade social, respeito ao meio ambiente e à sus-

tentabilidade. O que hoje é incipiente vai crescer, muitas corporações irão formar e especializar os seus próprios quadros funcionais, aprofundando a formação para o trabalho, utilizando as tecnologias educacionais para tal.

Os ambientes das faculdades também sofrerão ajustes permanentes, as salas de aula mais se parecerão locais de *startups* e *coworking* do que grandes anfiteatros. As plataformas LSM (*learning management system*) de gestão de aprendizagem, exemplo: *moodle*, mudarão seus ambientes para permitir uma aprendizagem híbrida. Tudo isso terá um grande impacto no fazer docente. A importância em resolver

.....
“Não mais se justificará deslocamentos no trânsito, nem aglomerações para atividades unicamente teóricas. As práticas em laboratórios e nos ambientes de ensino em serviço, onde o fazer procedural e as relações humanas são fundamentais, aí sim a presença física se impõe.”
.....



um problema, ou seja, o resultado da construção do conhecimento pelo estudante, é mais importante que o repasse passivo de um conteúdo e o cumprimento de uma determinada carga horária.

Não será mais possível aceitar um docente sem um forte preparo pedagógico no método utilizado pela instituição de ensino, para que possa efetivamente facilitar a aprendizagem dos seus estudantes. Portanto, a capacitação docente se torna imperiosa. Também acredito, por tudo que foi exposto, que as instituições de ensino deverão trabalhar em parceria com empresas de tecnologia e ter seu próprio parque de incubação, aceleração de *startups*, onde poderão introduzir os seus estudantes em estágios, ao mesmo tempo que podem apresentar soluções criativas para os problemas existentes, tendo a possibilidade de validar os seus projetos e gerar recursos para a sustentabilidade das próprias instituições. Portanto, acredito que a pandemia e o necessário distanciamento social que nos impôs, apresentaram vários desafios à educação como um todo e à educação superior em especial, mas também nos deixaram um legado de soluções e muitas perspectivas de mudanças para melhores dias.

Acredito que sairemos deste momento de sofrimento e reflexão com as possibilidades de construir no futuro um processo de aprendizagem mais efetivo, mais específico, em menor tempo, com menos custos, mais atraente e para um maior número de jovens estudantes.

O Recife e Pernambuco, por sua aproximação geográfica com a Europa, sempre se colocaram na vanguarda do pensamento nacional. Conclamo então, todos os educadores pernambucanos a encarnar o espírito irredento e libertário daqueles que nos ensinaram no passado. Padre João Ribeiro em 1817, Pedro de Souza Tenório, o vigário Tenório em 1824, Frei Caneca e todos os líderes do Movimento de Cultura Popular MCP de Arraes.

Temos a oportunidade de colocar Pernambuco mais uma vez no seu lugar de destaque no cenário nacional da educação. Temos capacidade de refletir, elaborar, planejar e realizar muito mais pela educação do que temos feito até agora.

Posso ser criticado pelo otimismo da minha visão, mas não me importo. Continuarei caminhando com um pé no chão e outro no sonho. **P**

VAREJO MODERNO PÓS-PANDEMIA

Eduardo Lemos Filho | Sócio-diretor da LMS/TGI



As incertezas em relação ao novo coronavírus ainda são muitas, mas já existe uma curva de aprendizado na compreensão dos seus efeitos nos hábitos sociais, que serão refletidos no mercado varejista. A crise atingiu o mundo inteiro. Fechou o mercado e isolou as pessoas por meses. Nunca o digital foi tão demandado. Essa situação também interferiu no emocional do consumidor, que sairá dessa experiência com muitas mudanças. O tamanho e o impacto disso ainda dependem das descobertas da ciência para questões ainda sem respostas.

Há 26 anos ininterruptos, trabalho diretamente com o varejo. Durante esse período, me tornei um admirador da capacidade de resiliência dos empresários do setor, sobretudo no Brasil, onde empreender é quase um ato de heroísmo. Apesar de ter vivenciado várias crises, esta foi a que mais me impressionou, pois foi capaz de atingir toda a cadeia produtiva. De uma hora para outra, quase toda a oferta física fechou por tempo indeterminado, com exceção dos serviços considerados essenciais. Uma situação impensável até pouco tempo atrás.

Mesmo com demanda, não foi possível vender pelo canal físico, apenas pelo digital. As pessoas e as empresas demoraram para perceber a gravidade do momento, mas aos poucos entenderam que precisavam proteger o negócio e a saúde ao mesmo tempo. Será preciso equilíbrio e criatividade para superar esse contexto.

Também enxergo a crise como um fator acelerador de tendências. Quem já estava no digital, reforçou esse canal, quem não estava, correu atrás do tempo perdido. No Brasil, o e-commerce dobrou a sua relevância, e esse



nível deve continuar ascendendo. No entanto, o digital precisa da loja, e vice-versa, uma vez que são membros de um único corpo. É o já consagrado conceito *omnichannel*, que elimina os limites entre os ambientes online e offline. A experiência na loja física, porém, também mudará. Na realidade, já vinha mudando, e essa será outra forte tendência. Os novos projetos contemplam mais tecnologia e conforto com muitos serviços agregados.

A expectativa de uma vacina para o novo coronavírus é de seis meses a um ano. Portanto, o isolamento social continuará a fazer parte das nossas vidas, e isso terá consequências no comportamento do consumidor. Em resumo, as pessoas estão mais conectadas e preocupadas com a saúde. Portanto, as marcas que conseguirem atrelar esses atributos às suas estratégias sairão na frente.

Infelizmente, a crise irá reduzir momentaneamente a oferta instalada do varejo. Entendo que a recuperação da demanda será mais rápida do que a reconstrução de parte da oferta perdida. Ou seja, quem conseguir superar essa fase e preservar os seus ativos, como marca, pontos de vendas e equi-

pe, terá a oportunidade de aumentar a sua participação no mercado.

Também enxergo, a partir de experiências anteriores, que muitos varejistas passarão por uma transformação, até mesmo criando negócios para melhor atender às novas demandas, que, como foi dito, já eram tendências em sua maioria, mas foram aceleradas pelas mudanças a partir da pandemia.

Aqui, no estado de Pernambuco, as lojas já retomaram as vendas. Destaco o competente trabalho das nossas entidades de classe que uniram o setor e dialogaram com o Gabinete de Crise do Governo. Registro também que os shopping centers reabriram com total segurança e responsabilidade, características marcantes dessa indústria, sempre comprometida com o social.

Nosso estado terá, ainda, duas grandes novidades: o Centro de Distribuição da Amazon, maior varejista do mundo, e o Recife Outlet, empreendimento de padrão internacional. Será o primeiro Outlet Premium de Pernambuco. Está sendo construído na BR-232, no Município de Moreno. Localização cuidadosamente escolhida. Projeto aberto que vai oferecer marcas com preços baixos. **P**



ENERGIA DA CANA-DE-AÇÚCAR, COMBUSTÍVEL DA ECONOMIA VERDE

RENATO CUNHA

Presidente do Sindaçúcar de Pernambuco
e vice-presidente da Fiepe



Os biocombustíveis para destinação veicular, provenientes da agricultura da cana-de-açúcar, apresentam diferenciais muito consistentes na sustentabilidade do planeta, notadamente na geração de benefícios à saúde pública, sempre na direção do incremento da qualidade do ar que respiramos, o que foi absolutamente notório na atual pandemia do coronavírus.

Tratam-se, assim, de energias que de fato acarretam benefícios tangíveis, prevenindo inclusive doenças, como atesta a Organização Mundial da Saúde, que já aferiu que 90% da população mundial vive em locais com qualidade do ar crítica e deficitária, e que, a poluição é causadora direta de 7 milhões de mortes prematuras por ano. E mais, comprovam por estatísticas que existe ligação direta entre taxas mais elevadas de mortalidade nas cidades com índices de pior qualidade ambiental, que passam a ter 15% mais de chances de óbitos nesta terrível pandemia da Covid-19.

Por outro viés, a vida tem se desenvolvido com mais intensidade nas áreas urbanas, apesar de a produção de alimentos e de agroenergia ocorrer nos campos, onde se realizam as agriculturas, com perspectivas inexoráveis de crescimento para a “química verde” e para os chamados plásticos ou biopolímeros verdes, que já são realidade, fruto da capacidade que apresentam de absorção de Co2 vis-a-vis aqueles de origem petroquímica.

Os modelos econômicos, por sua vez, não deverão incentivar mais energias fósseis. No Brasil, as energias oriundas da cana-de-açúcar já representam mais de 17,4% de nossa matriz energética. Portanto, é inegável que há em curso um processo com diminuição gradativa, porém com celeridade, em busca do amadurecimento de modelos para cidades, que proporcionem melhor



qualidade na saúde de suas populações. Nesse particular, Pernambuco tem se constituído, nas três últimas safras passadas, como o maior produtor do etanol hidratado da Região Nordeste, promovendo o abastecimento de sua frota de automóveis flexíveis, com um suprimento que incrementa em muito, a qualidade do ar que respiramos.

As metas de redução das emissões têm sido o alvo das conferências internacionais do clima, onde se reúnem mais de 200 países a cada dois anos. Os protocolos de redução têm norteado as metas desde a Rio 92, e assim sucessivamente, pelas “conferências das partes” que ocorreram até a COP 25 na Espanha em 2019, estando, no entanto, adiada a próxima convenção do clima: A COP 26 da Escócia, para um período pós-pandemia, provavelmente para fins de 2021.

O Brasil, em sua perspectiva de produção de biocombustíveis, tem tido destaque, produzindo na safra 2019/2020 cerca 34 bilhões de litros de etanol de cana e 6 bilhões de litros de biodiesel. Contamos com um agronegócio da cana presente em mais de 1.200 municípios brasileiros, sendo cerca de 230 só no Nordeste e mais de 60 em Pernambuco, com geração no País, de 1 milhão de empregos diretos, processando-se matérias-primas próprias e cultivadas por 70 mil fornecedores de canas, destinadas a cerca de 380 usinas, das quais 132 que produzem, exclusivamente o etanol e 248, etanol e açúcar.

Vale a lembrança de que na atual pandemia, com uma ausência maior de poluição, a fauna começou a ressurgir nas grandes cidades, notadamente pela diminuição da mobilidade de veículos abastecidos por combustíveis fósseis, posto que, um grande diferencial do etanol em relação à gasolina recai exatamente no fato de que emite 90% menos gases causadores do efeito estufa. Além disso, o preço do etanol hidratado, ao ser comparado ao da gasolina, confere mais competitividade econômica, indo até a 76% no desempenho do custo x benefício para o consumidor.

Impressionantes são ainda as estatísticas que mostram que, desde o ano de 2003, as emissões evitadas pelo etanol foram de 603 milhões de toneladas de gás carbônico na atmosfera de nosso País. Por consequência, os produtos da chamada economia verde ganham mais e mais espaço no nosso planeta, sobretudo por proporcionarem ar limpo, mais saúde e inclusão social efetiva, num projeto de desenvolvimento que passa necessariamente por aperfeiçoamentos tecnológicos, aliás já em francos processos de implementação nas energias veiculares. Esses pressupostos deverão ser consolidados no Brasil, por meio da Política Nacional de Biocombustíveis, disciplinada na lei do "Renovabio", número 13.576, de dezembro de 2017.

A política em referência pretende expandir a produção de biocombustíveis em geral, com previsibilidade e sustentabilidade ambiental, compatíveis com



as regras de mercado e traduzida por certificações de descarbonização que formarão um mercado de ativos negociados em bolsas. Por meio de metas anualmente fixadas pelo governo federal, as distribuidoras de combustíveis que comercializarem produtos fósseis serão orientadas a efetuarem as compensações dos pertinentes danos, por meio da compra de Certificados de Descarbonização-Cbios, sob pena de multas ambientais.

As Usinas de Pernambuco e do Nordeste estão desenvolvendo um firme esforço de participação, com total determinação em seus processos de certificação perante as empresas supervisoras, credenciadas pela ANP (Agencia Nacional do Petróleo e Biocombustíveis). Dessa maneira, se credenciam mais e mais na era do “carbono zero”, agindo sobretudo por uma filosofia de trabalho, cuja atitude resultará em mais sustentabilidade para os ecossistemas que se consolidam na economia verde e circular do nosso planeta.

Para concluir, a nossa indústria tem sido reconhecida como essencial na atual pandemia, não só por gerar e manter inúmeros empregos, inclusive nos interiores do País, voltados à produção de alimentos e de bioenergias, mas também por consolidar uma diversificação de produção na direção da rota do “álcool 70 e sanitizantes”. Como sabemos, os produtos antissépticos oriundos do álcool são muito eficientes nos combates a agentes infecciosos, germes, bactérias etc. que se proliferam em diversas superfícies de contato do ser humano. É oportuno ainda, o registro das doações efetuadas pelas usinas, em números superiores a 140 mil litros do álcool 70, para hospitais, asilos, clínicas de saúde, creches, maternidades, municípios, universidades, faculdades e agentes de segurança pública que, preventivamente, combateram e reduziram em muito o vírus da Covid-19. **P**



VAMOS RESGATAR O PROTAGONISMO INOVADOR!

SÉRGIO CAVALCANTE

Consultor e líder de Inovação do Grupo
Cornélio Brennand



Com a pandemia, uma parte expressiva da transformação digital foi acelerada. Transformação digital não é digitalizar tudo na sua empresa. Como também as transformações provocadas pela máquina a vapor e pela eletricidade foram mais culturais do que tecnológicas. A tecnologia apenas permitiu aquelas transformações. O digital proporciona uma comunicação ágil entre pessoas, empresas, clientes, fornecedores, sociedade em geral. Essa comunicação não é como a do rádio ou da TV. É individualizada e em mão dupla, permitindo campanhas direcionadas a cada cliente, o qual passa a atingir sua empresa de forma mais fácil, tanto para elogiar quanto para reclamar.

A inovação sempre existiu. O que mudou foi a forma de inovar, que é mais ágil, de fora para dentro, entendendo as demandas dos clientes de maneira segmentada, quase individual. E com muito mais acesso a novas tecnologias, com modelos de negócio disruptivos, provocando novos comportamentos, contato direto, desintermediação, preocupação com o consumidor final mesmo para indústrias na base da cadeia.

A inovação disruptiva vem, muitas vezes, de ideias divergentes. O que você diria se, há 12 anos, um colaborador ou conselheiro seu lhe propusesse fazer um negócio que, por meio de um app, permitisse a uma pessoa que você nunca viu, e que pode vir do outro lado do mundo, alugassem sua casa ou apartamento? A ideia, um tanto esdrúxula, deu origem ao AirBnB. A questão é que alguém decidiu experimentar sem medo de errar. Foi protagonista!

O consumidor está no centro das inovações e está mais exigente, sabe mais o que quer, pesquisa mais, não só o produto, mas também a empresa. Quer viver uma experiência positiva. A proximidade geográfica pode ser usada a



seu favor. Embora parte substancial do conhecimento sobre o cliente possa ser obtido por meios virtuais, para certos comportamentos é mais eficaz observá-lo estando junto dele.

Mas, com o aumento do *e-commerce*, a geografia diminuiu de importância. Posso comprar produtos de qualquer lugar do mundo. Toda a experiência de compra e uso do produto tem que passar para um nível de excelência mundial.

Os setores econômicos de Pernambuco têm muito a aprender com o polo de informática do estado, que enfrenta a competição global. Seus clientes, locais ou internacionais, têm acesso a níveis de atendimento e a soluções de qualquer lugar do mundo. As empresas locais se apresentam como parceiros e não como fornecedores. Para estas empresas, em sua maioria de pequeno ou médio porte, cada cliente é importante e, por isso, não podem se dar ao luxo de tratar mal ou ofertar serviços ruins, como algumas vezes ocorre com grandes empresas. Seu cliente tem que prosperar para que ele prospere.

Podemos buscar apoio para a inovação em qualquer lugar do mundo! Não temos mais justificativas para esperar uma viagem para contactar um especialista. A comunicação por videoconferência é uma realidade. Você precisa falar com seu cliente, fornecedor, parceiro? Faça-o pelo computador! Afinal,



é por intermédio do meio digital que você vai vender o seu produto, que conhecerá seu cliente e ele vai lhe conhecer, elogiar, reclamar e, eventualmente, viralizar informações positivas e negativas sobre a experiência que ele teve com seu serviço, produto, empresa.

Por sinal, o cliente não quer um serviço ou um produto. Quer uma solução completa. Para ele, tudo tem que ser simples, fluido, prazeroso, único. Pode até ser um pouco mais caro, mas que não lhe traga apertado. Não interessa se a nota fiscal sai por aqui ou por ali, de onde vem o produto, se envolve 10 empresas e fornecedores.

Todos estão sendo observados, não só empresas e seus produtos, mas também dirigentes e colaboradores. Isso se mostra bem refletido no manifesto de 2019 da Business Roundtable (associação de CEOs das maiores empresas americanas) que redefine o papel de uma companhia alinhado com a promoção de uma economia que serve não apenas aos acionistas, mas aos clientes, fornecedores, colaboradores e comunidades onde atuam. Isso já é um reflexo da transformação digital.



É importante que você identifique seu propósito, crie uma visão comum a todos e mantenha-os informados da situação onde a empresa está, mesmo, ou até principalmente, se não estiver indo bem. Só assim todos entrarão na batalha com você.

E de batalha nós, pernambucanos, entendemos! Embora, no Século 20, parece que decidimos achar que não somos capazes. Às vezes me parece que o “complexo de vira-lata”, termo criado pelo conterrâneo Nelson Rodrigues, se instalou por aqui de forma definitiva!

A pandemia trouxe a economia do distanciamento, mas também a economia da empatia, da aproximação, do cuidado com a comunidade, com o entorno geográfico. Estamos mais preocupados com nossos vizinhos, com a venda da esquina, com o vendedor de rua. Sua empresa é brasileira, é pernambucana, aproveite isso! Vamos tornar esta proximidade do produtor com o cliente um hábito, quer seja por meios digitais ou contato físico! Vamos resgatar o protagonismo! A hora é essa! #Vamossimbora! **P**

PESQUISA
EMPRESAS
&
EMPRESÁRIOS

PER
NAM
BUCO

ALÉM
DA →
CRISE



Consultoria
em Gestão
tgi.com.br

algomais

A REVISTA DE PERNAMBUCO

algomais.com

INSTITUTO
DA GESTÃO

INTG

intg.org.br