

# Clube do Vinho apresenta propostas de executivos para superar a crise

4º edição do evento contou com a presença de grandes corporações do país em São Paulo

**31/08/2016 15:26:09**

O Clube do Vinho Altos Executivos 2016, que aconteceu na quinta-feira (25), no Espaço Oscar Freire, em São Paulo, reuniu executivos de grandes corporações, com o objetivo de apresentar propostas para alavancar as empresas no momento de crise. O intuito também foi de gerar canais estratégicos e oportunidades de negócios entre presidentes, diretores e membros de grandes corporações.

O painel formado por Ricardo Patrocínio, vice-presidente de Marketing da Avon; Sandra Vaz, vice-presidente Sales and Channels Brasil e América Latina da SAP, e Reginaldo Morikawa, diretor superintendente da Korin, abordou o tema: “Como Crescer a Empresa em Momentos de Crise”.

De acordo com Sandra Dias, CEO da LPM Global Relations, organizadora do evento, há dez anos nascia um sonho que se transformou em meta com o objetivo de auxiliar empresas, executivos, empresários a atravessarem momentos estratégicos cruciais em suas atividades e em suas carreiras corporativas.

- Nós somos a primeira empresa de coaching no país a ser fundada com o propósito de abrir fronteiras, fomos pioneiros e não paramos. O Clube do Vinho veio para somar e criar esse networking entre os executivos e cada ano o sucesso é maior, comemorou Sandra.

Segundo ela, a 4ª edição do evento contou com a participação de muitos profissionais que não conheciam o projeto, e que saíram de lá com a presença confirmada para o próximo ano. Ela ressaltou que o tema para esta edição do evento foi elaborada para estimular os participantes a aplicarem em suas empresas estratégias de crescimento, compartilhada por profissionais que as vivenciaram.

- Superamos todas as expectativas e nosso encontro foi excelente. Temos certeza que ano que vem será ainda melhor e já vamos começar organizar o 5º Clube do Vinho.

Em foco, a crise econômica estabelecida no país, as possibilidades para sua superação e as perspectivas para o futuro econômico. Os palestrantes contribuíram com suas visões sobre o momento que o Brasil se encontra e as estratégias adotadas por suas empresas para crescer, ainda que haja retração no mercado.

Mesmo diante de um cenário de crise, a Avon decidiu lançar um novo produto no início deste ano, o batom Ultramatte. Estimulada pela própria história da empresa que nasceu, em 1886, em momento de crise, a AVON no Brasil, que representa o maior mercado da empresa no mundo, realizou o lançamento do batom Ultramatte, com estratégia agressiva, no começo deste ano.

De acordo com o vice-presidente de marketing da empresa, Ricardo Patrocínio, a medida foi responsável pela superação da estimativa de vendas do batom. A Avon estimava vender 4 milhões de unidades, mas a demanda foi de 8 milhões e a empresa conseguiu atender 7 milhões de unidades, mesmo em período de alta do dólar, que afeta diretamente no preço dos suprimentos da empresa. Ricardo destaca que a inovação do produto, que prometia acabamento matte superior, e o investimento em mídia foram essenciais para o sucesso do lançamento.

-É preciso estar na mídia mesmo no momento de crise, para que assim que a economia melhorar, o público lembrar da sua empresa e de seu produto, aumentando sua participação no mercado. Esteja presente sempre, com produto de qualidade, esse é o diferencial. Precisamos pensar na crise como um momento de oportunidade – enfatizou Ricardo.

Para Sandra Vaz, vice-presidente Sales and Channels Brasil e América Latina da SAP, foi essencial que o Clube do Vinho Altos Executivos trouxesse profissionais que quebrassem preconceitos, um homem falando de batom e o outro de agropecuária e alimentação saudável e uma mulher falando sobre tecnologia. A executiva da SAP ressaltou que as empresas de tecnologia que investiram em serviços de inovação baseados em cloud, marketing digital, mobilidade, redes sociais, big data, internet of things, tem apresentando crescimento. Sandra resalta que ser parceiro do cliente neste momento é a forma que as empresas têm de crescer junto.

- A empresa precisa atender bem o seu cliente, nesta hora que você o fideliza, com um diálogo sincero, criando um ciclo virtuoso. É aquela história “me ajuda, que te ajudo, vamos crescer juntos” – afirmou Sandra.

O diretor superintendente da Korin Agropecuária, Reginaldo Morikawa, destacou que o crescimento do consumo consciente alavancou a empresa, que coordena com seus parceiros atualmente o desenvolvimento de 200 novos produtos. Para Reginaldo, este crescimento vem atrelado ao apoio social que a empresa fomenta, participando de organizações pelo consumo consciente e alimentação saudável.

-A Korin nasceu da oportunidade de levar saúde aos consumidores por meio da alimentação. Estruturamos a empresa para que qualquer pessoa que nos visite tenha total conhecimento sobre nosso processo de produção, a empresa e nossos produtos. A Korin monta seus produtos da forma que o consumidor quer e deseja, de outro lado este consumidor retorna o investimento da empresa, pagando mais pelo produto – detalhou Reginaldo.

Os palestrantes apontaram, ao final do painel, fatores que potencializaram os efeitos da crise como alto nível de desemprego e inadimplência, até mesmo em serviços básicos, como destacou Patrocínio relatando a pesquisa realizada entre as candidatas a revendedoras da empresa.

A alta do desemprego apontada pelos palestrantes é confirmada pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) que aponta 11,2% no trimestre encerrado em maio deste ano. A taxa é superior aos 10,2% de fevereiro e aos 8,1% do trimestre encerrado em maio de 2015, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O resultado é o mais alto da série histórica iniciada em março de 2012 e o mesmo do trimestre encerrado em abril deste ano.

Durante o painel eles apontaram também dados sobre a inadimplência no país, o Serasa apresentou em 60 milhões o número de inadimplentes , totalizando dívidas em atraso no valor de R\$ 256 bilhões. Ainda segundo a empresa, São Paulo responde por 30% de toda a inadimplência nacional e por 60% a 70% da região Sudeste.

A falta de credibilidade também é um dos fatores que aumentou a crise no país, de acordo com os palestrantes. Entretanto, para Sandra Vaz, as Olimpíadas foram um exemplo positivo da capacidade de criação e eficiência do brasileiro, que traz otimismo e pode resgatar a credibilidade do país.

Reginaldo