

## Setor automotivo se reinventa com cultura do acesso e sustentabilidade



Foto: B. V. CEO da Volkswagen Brasil e diretor "O desenvolvimento está estruturado e liderado"

Três grandes vetores movimentam setores de mobilidade e fabricantes de carros. Um deles é a economia de compartilhamento, que alimenta uma indústria em crescimento acelerado em volta de empresas como Uber, Didi (99) e Lyft. Marcas como BMW, Citroën, GM, Toyota e Volkswagen já investem em serviços próprios de carros compartilhados. Essas mesmas companhias, entre outras, têm modelos elétricos, alguns inclusive no Brasil, em resposta a outro grande problema do segmento: combustíveis fósseis para transportes são a segunda maior causa do aquecimento global. Por fim, a visão de um futuro sem motoristas tem atraído investimentos bilionários na pesquisa de veículos autônomos. **Page 30 e 31**

### MARKETING

## Varejo investe em serviço financeiro digital ao cliente



Foto: Françoise Sávio, via Reddix. São 42 agências físicas em alguns estados e mais próximas

O varejo de varejo está dando passos para mais serviços digitais, serviços digitais no Brasil. Empresas como Via Varejo (C, Investida e Controlada), Ponto de Varejo, Carrefour e J. J. Leite estão apostando em serviços digitais.

do Banco Central sobre o direito por parte das instituições financeiras digitais. Tudo que não está proibido tem possibilidade de ser usado, com algumas exceções, como o uso de dados bancários. **Page 32 e 33**

### CENP-NEIOS

## Mídia de agências girou R\$ 3,8 bilhões no 1º trimestre

Page 34

### EM PÁGUA

## Ambev amplia in-house Draftline com SapientAG2

Page 34

### ENTREVISTA

## “O desafio é criar valor para o consumidor em todo contexto”

Essas palavras de abertura de 2018, a 100ª edição da revista, são “valor operacional” — segundo o CEO, Dennis Fiorini, diretor de operações da empresa. A ideia é trabalhar para proporcionar uma experiência, com foco em companhias que oferecem serviços em todo contexto. “O desafio é criar valor para o consumidor em todo contexto”, diz. **Page 35 e 36**

### GAMES & E-SPORTS

## Influenciadores gamers buscam profissionalização

Os jogadores de videogame, videogame e outros, estão se profissionalizando no mundo digital. Tudo que não está proibido tem possibilidade de ser usado, com algumas exceções, como o uso de dados bancários. **Page 37 e 38**

Entre as atividades mais comuns que geram receita para os jogadores de videogame, estão as transmissões ao vivo no YouTube e Twitch. **Page 37 e 38**



Os jogadores Marcia, João, Paulo, André e Fábio Gonçalves, além de outros, estão presentes em eventos.

# Lousa virtual

Projeto de renovação da Nova Escola envolveu processo de cocriação com três mil professores de todo Brasil

A Nova Escola deixou de circular em impresso na terça-feira, 15, Dia dos Professores. Entretanto, uma nova versão digital foi ao ar no mesmo dia, produzida em parceria com mais de três mil professores. A Nova Escola Box é uma plataforma online que conta com dicas práticas para serem usadas na sala de aula. Semanalmente novos conteúdos em texto e vídeo serão publicados na plataforma que segue um modelo de assinaturas mensal, semestral, anual ou bienal. "Por 33 anos a revista serviu como um canal de diálogo com o professor, mas hoje, com a tecnologia, o impresso não estava servindo mais", diz Guilherme Luz, CEO da Nova Escola.

O processo de criação do Nova Escola Box começou em julho deste ano, contou com a participação de professores de todo o Brasil e foi dividido em quatro etapas, com encontros presenciais e virtuais, questionários e publicações interativas

nas redes sociais. Os desafios, necessidades e problemas enfrentados no dia a dia da sala de aula e as possíveis soluções foram estudados na primeira etapa. Na segunda, a equipe de Nova Escola apresentou três possibilidades de soluções e os educadores escolheram as que mais os agradaram. Em seguida foi desenvolvido um protótipo a partir das hipóteses criadas na etapa anterior. Os professores testaram e avaliaram uma versão inicial do produto.

Na etapa final, em setembro, a Nova Escola foi até os professores e testou os protótipos nas escolas onde trabalham. "Fazer um processo de criação fechado para nós mesmos não tem sentido. O que nos faz vibrar é poder estar próximo desse professor, estar com ele e ajudá-lo no dia a dia", comenta Guilherme. Para anunciar as mudanças, a Nova Escola lançou uma campanha institucional que trabalha o reposicionamento da marca.



Equipe da Nova Escola em encontro com professores: cocriação de plataforma educativa

A companhia possuía um acordo com o governo federal, no qual grande parte de seus exemplares eram distribuídos de forma gratuita para escolas públicas, mas Guilherme garante que isso não tem relação com o novo projeto. "O contrato se encerrou há quatro anos, e isso não influenciou a nossa decisão, que surgiu da necessidade de mudar de formato", refor-

ça. O CEO da companhia também afirma que a venda da marca da Abril para a Fundação Lemann em 2015 não influenciou o processo. "Continuou seu curso normal. Mudamos a mantenedora, mas ambas sempre tiveram um compromisso com garantir a autonomia da Nova Escola", diz Guilherme.

Amanda Schröder