

# DIFERENCIAIS COMPETITIVOS PARA O NOVO CENÁRIO



***O QUE MUDOU NO JOGO, E O QUE SUA RETÍFICA PRECISA  
FAZER AGORA PARA MANTER SUA COMPETITIVIDADE!***

# CURRÍCULO RESUMIDO DO PALESTRANTE



## **A. Formação acadêmica**

Graduado em Administração e pós graduado em Marketing, ambos pela FGV/SP, com cursos executivos de imersão na Universidade da Califórnia.

## **B. Experiência de mercado**

Com 40 anos de experiência como executivo e empresário no Brasil e nos EUA, nos setores de indústria, varejo e serviços.

## **C. Atualmente é**

Consultor e palestrante in company, palestrante visitante da Universidade da Califórnia e professor convidado (Planejamento Estratégico) do SUPERA, parque de incubação de startups da USP.

***PDF DA PALESTRA SERÁ ENVIADO PARA SEUS PARTICIPANTES***



# Novo Cenário Exige Novo Posicionamento das Empresas

**Leopoldo Andretto**  
Diretor da Andretto Solutions

# CENÁRIO DE RÁPIDAS MUDANÇAS

No atual ambiente de negócios o ritmo de mudanças e a quebra de paradigmas são muito rápidos, exigindo do empresário e do gestor muita flexibilidade, resiliência, abertura, aprendizado e reaprendizado.

***Esta própria palestra é uma comprovação desse fato!***

Nos 45 dias de sua elaboração, o autor foi obrigado a fazer pelo menos três mudanças e duas atualizações de dados, caso contrário a palestra perderia sua contemporaneidade em importantes itens.

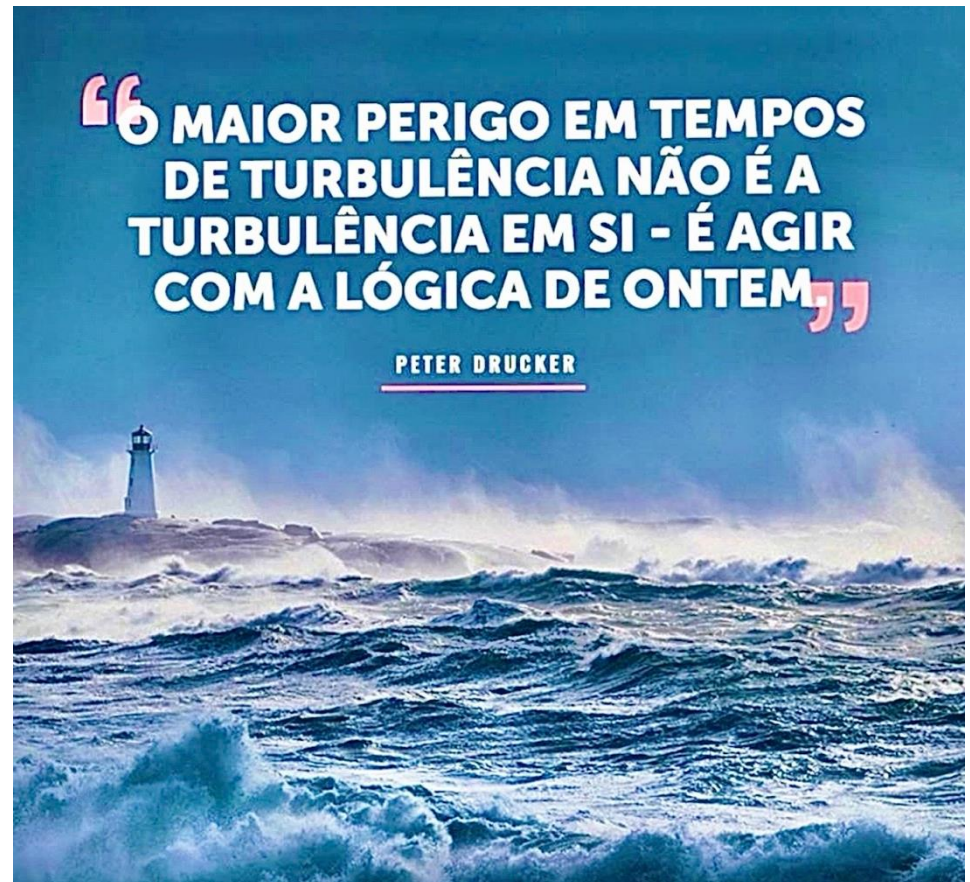
***A sua retifica, para não ficar obsoleta e perder competitividade, também deve ser regularmente repaginada visando sua adaptação ao novo ambiente de negócios.***



# TUDO MUDOU!

Mercado mudou  
Tecnologia mudou  
Cliente mudou  
Concorrência mudou

***E você?  
E sua retífica?***



NO ATUAL CENÁRIO DE MERCADO,  
SEM **APRENDIZADO E RECICLAGEM**  
DOS SEUS GESTORES  
**AS RETÍFICAS  
NÃO SOBREVIVEM**



# TENDÊNCIAS DO MERCADO DE RETÍFICAS NO BRASIL



**Tecnologia Avançada & Automatização**

**Expansão da Indústria**

**Foco na Sustentabilidade**

**Crescimento no Mercado de Serviços**

**Tecnologia Avançada &**

**Crescimento no Mercado de Serviços**

# TENDÊNCIAS MACRO

## SETOR DE RETÍFICAS

### A. Demanda crescente

Estima-se que em 2025, cerca de 6,1 milhões de motores foram retificados no Brasil, indicando um mercado robusto e em expansão.

Nesse ano foram emplacados no Brasil 2,55 milhões de veículos novos (automóveis e comerciais leves) com crescimento de 2,5% em relação a 2024. Desse total, 224.000 são de veículos elétricos, com crescimento de 26% sobre 2024.

Em 2025 cerca de 72,3 milhões de veículos leves estavam registrados no Brasil, ou seja, um veículo para cada três habitantes.

***A venda de carros usados teve um recorde, atingindo 19 milhões de unidades em 2025, com os semi novos crescendo 15% em relação a 2024.***

***A frota brasileira (125 milhões em 2025) tem grande proporção de veículos antigos (mais de 10 anos), fato que aumenta naturalmente a demanda por retíficas.***

### B. Projeções

Projeções do mercado indicam crescimento contínuo de 3 a 4% ao ano até 2040, propiciando às retíficas capitalizarem esse ambiente de demanda crescente por manutenção, peças e serviços especializados.

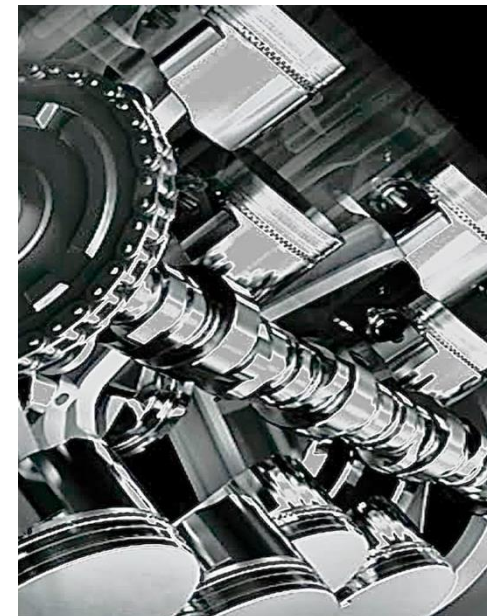


# PRINCIPAIS AMEAÇAS AO SETOR DE RETÍFICAS DO BRASIL

1. Transição tecnológica e mudança no perfil de veículos.  
Tecnologia embarcada e conectividade passa a não ser privilégio de apenas modelos mais caros.
2. Escassez de mão de obra qualificada.
3. Acesso limitado a financiamento e capital para modernização
4. Competição e pressão de custos.
5. Complexidade crescente dos motores modernos
6. Percepção do mercado e fidelização de clientes
7. Cadeia de suprimentos e volatilidade de peças e materiais.
8. Competição com serviços alternativos, como a remanufatura e reuso de motores.
9. Sucessão.
10. Vulnerabilidades macroeconômicas nacionais e globais.

# PRINCIPAIS OPORTUNIDADES PARA O MERCADO DE RETIFICAS NO BRASIL

1. O Brasil possui a 5a. maior frota de veículos do mundo sendo o oitavo maior produtor global.
2. Mercado apresenta oportunidades sólidas, sustentado por uma frota circulante envelhecida, pela necessidade de manutenção de veículos pesados e de carga, e pela alta nos preços de veículos novos, além de juros elevados para sua aquisição.
3. Crescimento do mercado de reposição e serviços automotivos.
4. Alta demanda por retificas de pesados e máquinas agrícolas, proporcionada pelo crescimento e relevância do setor de agronegócios.
5. Adoção de práticas sustentáveis.
6. Digitalização e novos canais de atendimento e pós venda.
7. Oferta de serviços complementares: diagnóstico, monitoramento remoto e manutenção preventiva.
8. Especialização em nichos e em mercados crescentes de carros híbridos, autônomos, conectados e “inteligentes”.



# ESTRATÉGIAS PARA O NOVO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

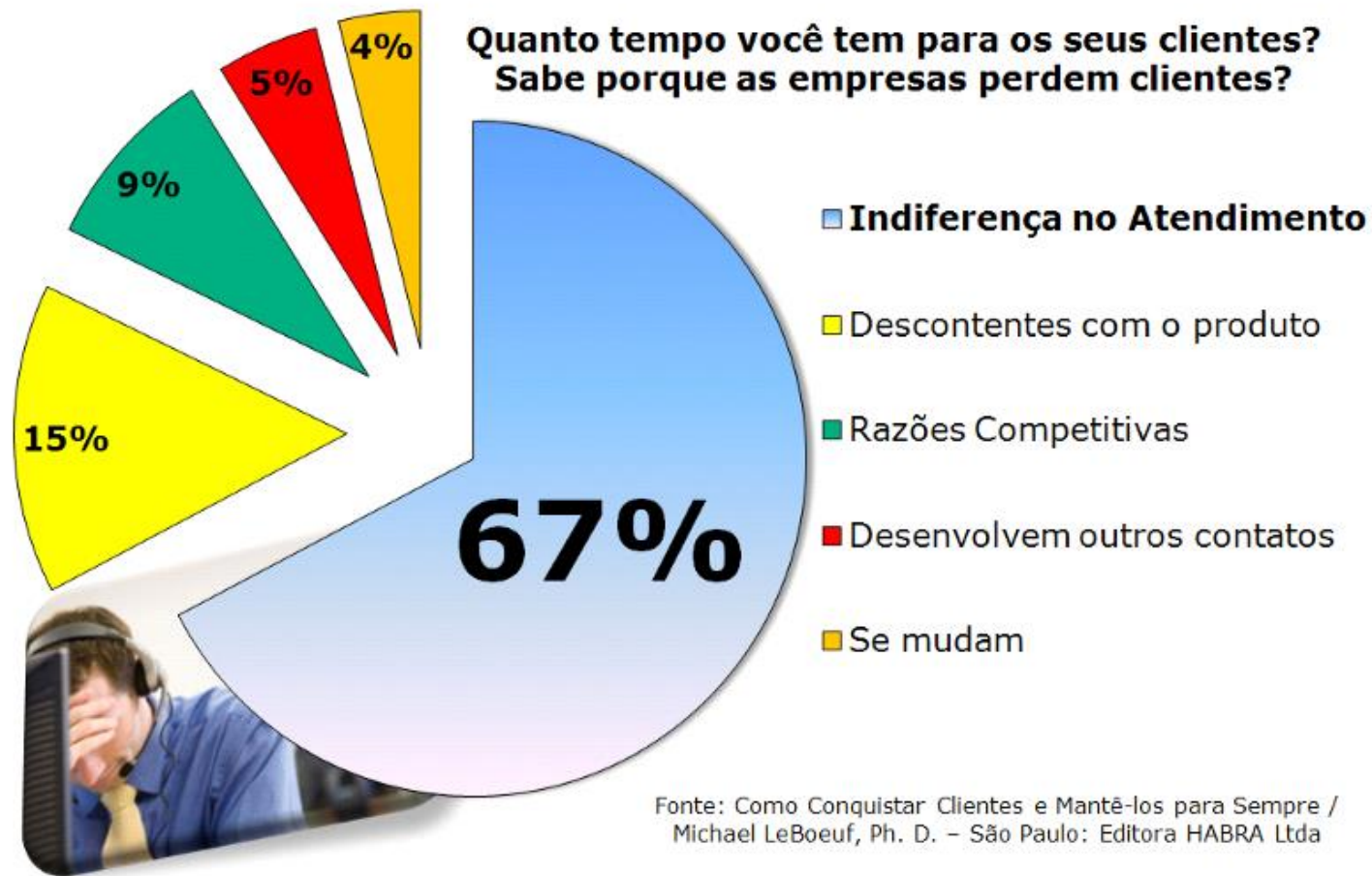


# CULTURA DUPLA DE ATENDIMENTO



***NENHUM COLABORADOR TRANSFERE AO CLIENTE  
MAIS DO QUE RECEBE DA EMPRESA!***

# PORQUE AS EMPRESAS PERDEM CLIENTES



Fonte: Como Conquistar Clientes e Mantê-los para Sempre /  
Michael LeBoeuf, Ph. D. – São Paulo: Editora HABRA Ltda

# Cliente interno é causa, cliente externo é consequência!



CLIENTE É PRIORIDADE, FOCO NO CLIENTE EXTERNO.

Mas e seus funcionários,  
**COMO ESTÃO?**

***OS MAIORES ATIVOS DA EMPRESA NÃO SÃO SEUS COLABORADORES E CLIENTES  
E SIM SEUS COLABORADORES E CLIENTES SATISFEITOS!***

# Cliente **externo**

---

## **Meios do colaborador atender bem o cliente externo**

1. Requisito básico: receber treinamento adequado para isso.
2. Conhecimento apurado do produto/serviço vendido.
3. Cordialidade e prestatividade.
4. Demonstrar interesse real pelo cliente, pelas suas necessidades, ouvindo-o com muita atenção.
5. Resolver de fato suas dúvidas e atender suas expectativas.
6. Saber lidar com objeções e reclamações.
7. Serenidade e bom humor.
8. Empatia.
9. Entregar ao cliente mais do que ele espera em termos de expectativas e atendimento.

## **IMPORTANTE: ATENDIMENTO PADRÃO FUNCIONÁRIO OU PADRÃO EMPRESA?**

Se a empresa, através da sua Cultura de Atendimento, não desenvolver normas objetivas e claras de atendimento para seus funcionários, eles espontaneamente atenderão de acordo com seus próprios padrões, via de regra inadequados para a manutenção da boa imagem da empresa e fidelização de seus clientes.

**Reflexão:** no seu negócio o padrão de atendimento aos clientes é determinado pela empresa ou pelos seus funcionários?



# “SEGREDO” DA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: ENTREGAR-LHES MAIS QUE O ESPERADO



***Superando expectativas: atendente de cafeteria tomando a iniciativa de dar um copo de água para nosso cão (Bailey), percebendo que ele estava com sede após caminhada dominical.***

***Efeito: nos tornamos “advogado da marca”, ambição de todo negócio!***

# A FORÇA DA CORRENTE É DETERMINADA PELO SEU ELO MAIS FRACO



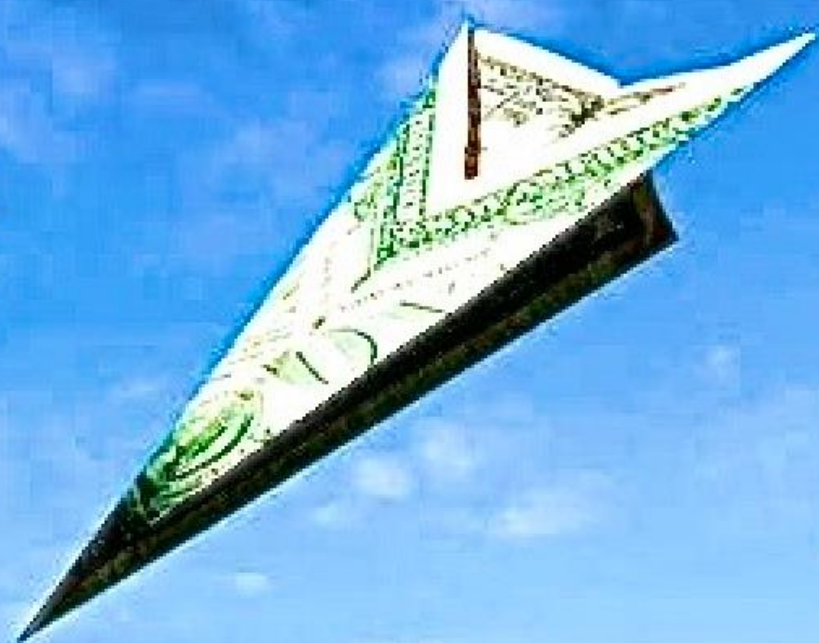
A empresa é como uma corrente, seu elos precisam estar perfeitos e bem conectados para que funcione bem.

***O TREINAMENTO DEVE ABRANGER TODAS ÁREAS E TODOS FUNCIONÁRIOS DA RETIFICA, ESPECIALMENTE OS QUE TENHAM CONTATO COM CLIENTE, DIRETA OU INDIRETAMENTE.***




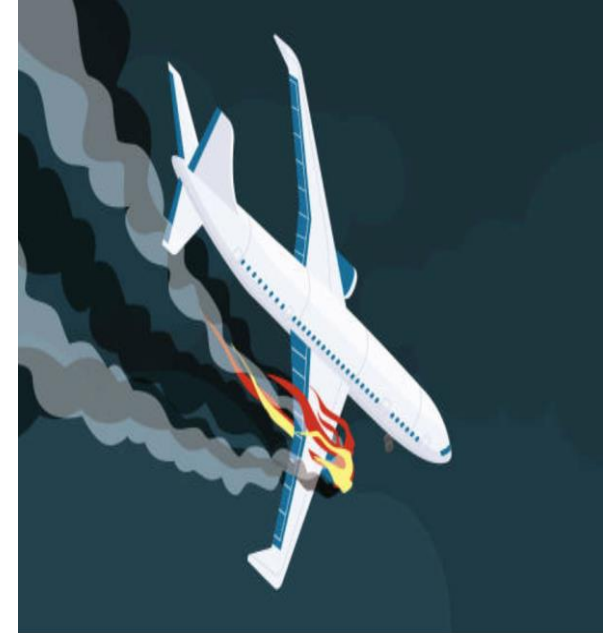
1. Definição de clientes alvos: frotistas, agrícola, diesel, oficinas mecânicas.
2. Estabelecer proposta de valor: cliente não quer "retifica de motor", e sim suporte técnico, garantia real, prazo confiável, motor que não dá retrabalho.
3. Atração digital através de WhatsApp, "Google Meu Negócio", Instagram técnico.
4. Visitas técnicas estruturadas: contatar quem decide de fato e com conteúdo persuasivo bem estruturado e documentado.
5. Programa de parcerias com oficinas.
6. Estabelecer "diferenciação técnica visível", mostrando o que a maioria não mostra: equipamentos modernos, funcionários especializados, certificação CONAREM, sustentabilidade, especialização em nichos, controle dimensional, rastreabilidade, laudo técnico, garantia formal documentada.
7. Programa de indicação premiada para oficinas e mecânicos.

**Você entraria em  
um avião sem um  
plano de voo?**



# RISCOS DA FALTA DE PLANO ESTRATÉGICO

Uma empresa sem planejamento estratégico equivale a um avião decolando sem plano de voo: **corre sérios riscos de gastar recursos desnecessariamente, perder a rota e não atingir o destino final.** O planejamento define o destino, combustível (recursos) e instrumentos, permitindo que a empresa navegue com segurança, controle a operação e ajuste a rota conforme necessário. 



**PLANO ESTRATÉGICO É INDISPENSÁVEL PARA QUALQUER TIPO E TAMANHO DE EMPRESA!**

***NO CURSO ONLINE SOBRE O TEMA SERÁ APRESENTADO UM MODELO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SIMPLIFICADO ESPECÍFICO PARA RETÍFICAS.***

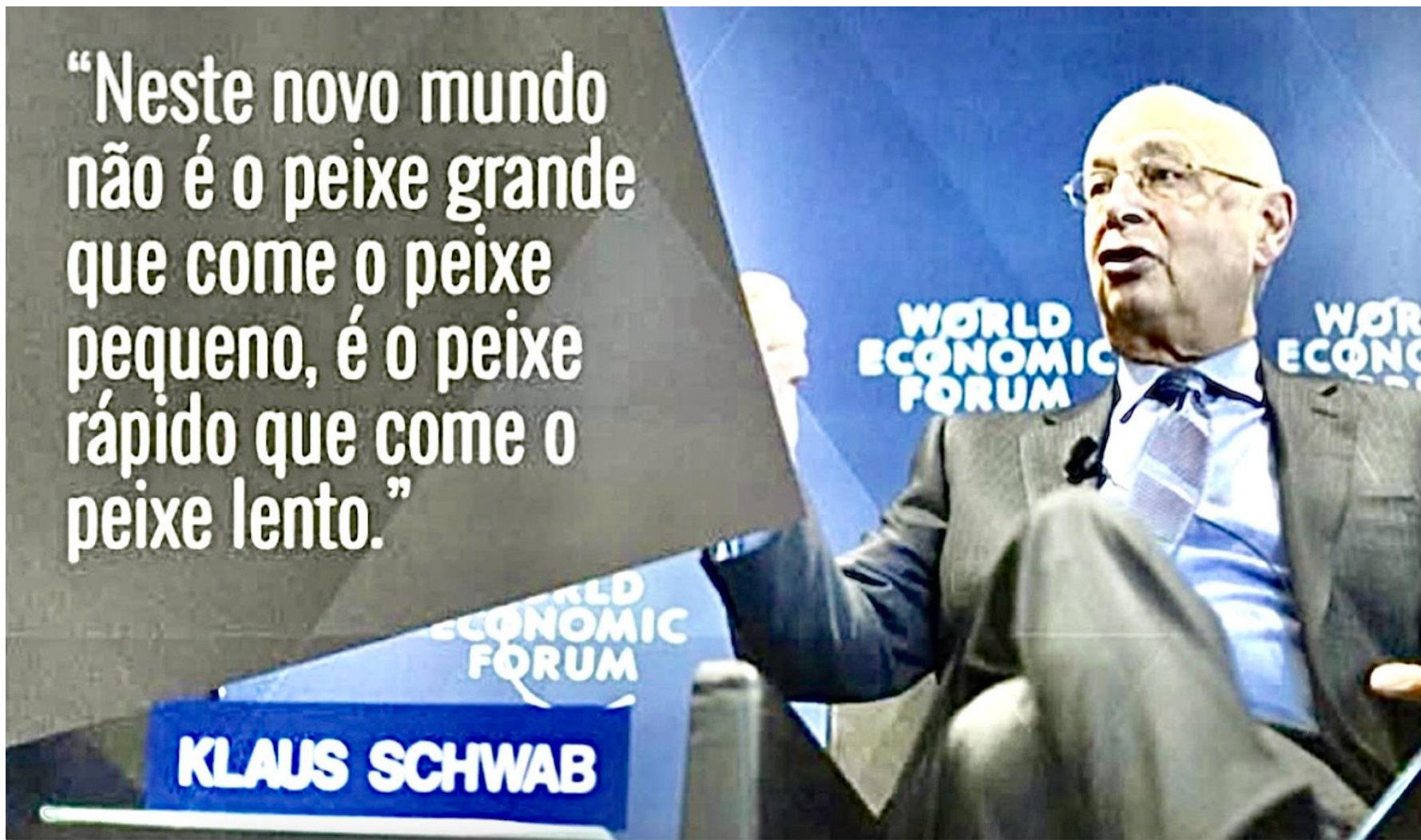
“Neste novo mundo não é o peixe grande que come o peixe pequeno, é o peixe rápido que come o peixe lento.”

**KLAUS SCHWAB**

WORLD  
ECONOMIC  
FORUM

WOR  
ECONC

WORLD  
ECONOMIC  
FORUM



# PLANEJAMENTO SUCESSÓRIO EM RETÍFICAS



 **Transição Familiar**

 **Preparação & Treinamento**

 **Gestão & Planejamento**

 **Visão & Futuro**

 **SUCESSÃO EFICIENTE**

Sucessão  
não é só sobre  
quem assume,  
é sobre como  
a ***empresa  
continua!***

***COMO ESTÁ O PROCESSO DE SUCESSÃO NA SUA RETÍFICA?***

# OS DESAFIOS DAS EMPRESAS FAMILIARES NA SUCESSÃO

1. A maioria das empresas familiares do Brasil não supera a 2a. Geração.
2. Apego ao poder, falta de preparo e desalinhamento estratégico são causas recorrentes.
- 3. A transição geracional exige mais que boa vontade, exige método.**
4. Mas existe um caminho diferente, e ele começa com estrutura, planejamento e governança sólida



SUCCESSÃO: O FUTURO QUE  
COMEÇA AGORA

Governança, legado e responsabilidade geracional

# SUCCESSÃO É PROJETO DE LONGO PRAZO

A sucessão falha quando:

- não é planejada,
- não é profissionalizada,
- e principalmente, quando é tratada como um tabu.

---

 Insight estratégico (principal)

Empresas que fazem boas sucessões tratam isso como um projeto de longo prazo, envolvendo:

- formação do sucessor
- criação de governança
- comunicação interna clara
- transição gradual de poder



*ESSE GUIA SERÁ ENTREGUE NO CURSO ONLINE  
"PLANEJAMENTO EFICAZ DA SUCESSÃO NA RETÍFICA"*



# POSICIONAMENTO DO GESTOR

Necessidade de entender e absorver as mudanças nos hábitos e padrões de consumo, ajustando a estratégia da empresa à nova realidade



# MENSURAÇÃO DA LEALDADE DO CLIENTE



Entender para encantar. Medir para evoluir.



## COLETE

Reúna feedbacks e dados em diferentes pontos de contato.



## MEÇA

Utilize indicadores como NPS, taxa de retenção e recompra para avaliar a lealdade.



## ANALISE

Identifique tendências, pontos fortes e oportunidades de melhoria.



## AÇÃO

Transforme insights em ações que geram mais valor e fortalecem relacionamentos.

📍 Clientes leais não são apenas satisfeitos, **são promotores da sua marca.**

9:45 AM



INOVAR PARA DESENVOLVER VANTAGENS COMPETITIVAS  
DURADOURAS DIFÍCEIS DE SEREM COPIADAS PELOS  
CONCORRENTES



***DOIS EXEMPLOS DE VANTAGENS COMPETITIVAS DURADOURAS:  
ATENDIMENTO E PÓS VENDA DIFERENCIADOS.***

# ADAPTAÇÃO À NOVA ECONOMIA, INCLUINDO AO “NOVO MARKETING”.



Pensar o futuro do marketing a partir de agentes de compra e agentes de pesquisa exige abandonar uma zona de conforto histórica. Durante décadas, o marketing foi treinado para persuadir pessoas: construir narrativas, criar desejo, reduzir objeções e conduzir escolhas. Mas quando a decisão passa a ser mediada por IA, o interlocutor muda. Já não falamos apenas com o consumidor. Falamos com sistemas que pesquisam, comparam, filtram, priorizam e decidem em nome dele.

# Como usar o WhatsApp no Marketing Digital

Já percebeu que seu público está no WhatsApp, mas não sabe como usá-lo para fortalecer sua estratégia de Marketing Digital? Confira como aproveitar os melhores recursos e ações nesse canal.

99%

dos smartphones  
brasileiros têm  
WhatsApp instalado

+80%

dos consumidores  
querem se comunicar  
com empresas por  
mensagens

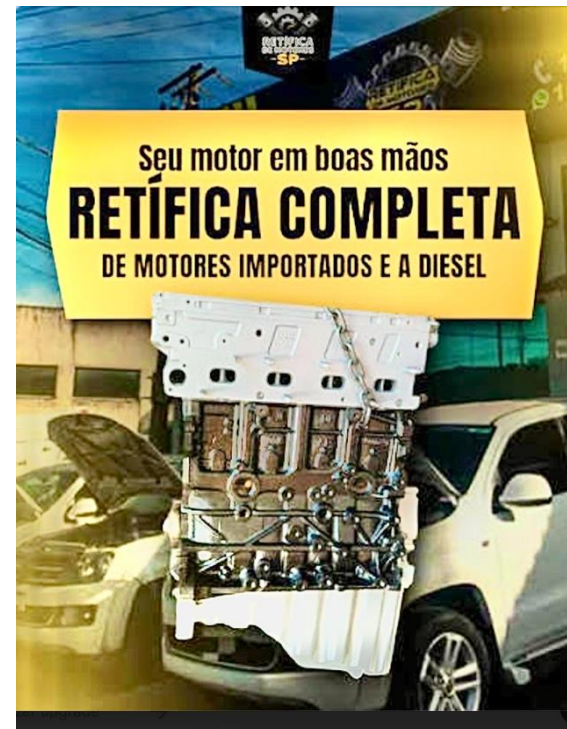
83%

já receberam suporte  
ou tiraram dúvidas via  
WhatsApp

# EXEMPLOS VEICULAÇÕES/POSTS DE RETÍFICAS DO BRASIL



**DEPOIMENTO DE CLIENTES  
GERA CREDIBILIDADE**



**ESPECIALIZAÇÃO COMO PERCEPÇÃO  
DE VALOR**

# EXEMPLOS VEIC. RETÍFICAS



GRUPO  
**AVENIDA**

Quando o assunto é motor e confiança... Escolha uma retífica credenciada.

Retífica Credenciada  
**CONAREM**  
Qualidade Comprovada & Garantia Nacional.

Retífica Credenciada  
**CONAREM**  
Qualidade Comprovada & Garantia Nacional.

**CREDENCIAMENTO CONAREM GERA CONFIABILIDADE**



Fez retífica?

Então presta atenção nesses cuidados essenciais

»»»

RETIFICA DE MOTORES  
**VIAMÃO**  
AUTO PEÇAS

**DIFERENCIAL DE PÓS VENDA FIDELIZA CLIENTE**

# TÉCNICAS DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES UTILIZADAS POR RETIFICAS DOS EUA



*VISITA EM RETÍFICA DE SAN DIEGO, CALIFÓRNIA*

# ALGUMAS AÇÕES RELEVANTES DE FIDELIZAÇÃO UTILIZADAS POR RETIFICAS NORTE AMERICANAS

Apesar do declínio das retificas dos EUA devido a problemas estruturais do seu mercado automotivo, suas técnicas de fidelização bem sucedidas merecem ser analisadas e adaptadas ao mercado brasileiro.

## 1. Contratos de manutenção recorrentes

Prevendo revisões preventivas e programadas, especialmente com frotistas.

## 2. Histórico técnico do motor

Possibilitando atendimento customizado.

## 3. Pós venda ativo

Nos EUA pós venda é a principal regra para fidelização de clientes.

Conquistar cliente novo é 7 vezes mais caro que fidelizar um cliente atual!

## 4. Especialização clara

Visando projetar imagem de melhor expertise e qualidade devido à especialização em alguns tipos de motores (frotas comerciais, diesel, motores importados e de performance, híbridos, etc)

## 5. Garantia estendida

## 6. Estabelecimento de parcerias com oficinas e frotistas

## 7. Comunicação constante com clientes através de Marketing técnico e conteúdo digital

Via WhatsApp, e-mail, ligações.

## 8. Forte integração com oficinas

## 9. Diversificação oferecendo produtos e serviços complementares.



# RETÍFICA EUA X BRASIL

## Reflexão estratégica para o Brasil

O Brasil ainda tem:

- Frota majoritariamente a combustão
- Cultura forte de retífica
- Custo elevado de motor novo
- Mercado agrícola e diesel robusto

Mas os sinais americanos mostram um alerta:

Quem não se posicionar estrategicamente pode sofrer o mesmo processo de redução gradual.

# AJUSTES DAS RETÍFICAS AO NOVO CENÁRIO

## 1. Estratégicos

De "oficina técnica" para "empresa de soluções".

## 2. Posicionamento claro

Competir por preço\* ou por qualidade premium.

*\*preço atrativo deve ser acompanhado de qualidade e bom atendimento, pois o que se conquista sómente pelo preço, também se perde pelo preço.*

Atuação geral ou especializada (veic. leves, linha pesada, agrícola).

Atuar local ou regionalmente.

## 3. Gestão por indicadores e não por "feeling"

## 4. Ajuste de pessoas

Treinamenro técnico contínuo e ajustável às novas exigências de mercado.

Cultura organizacional saudável.

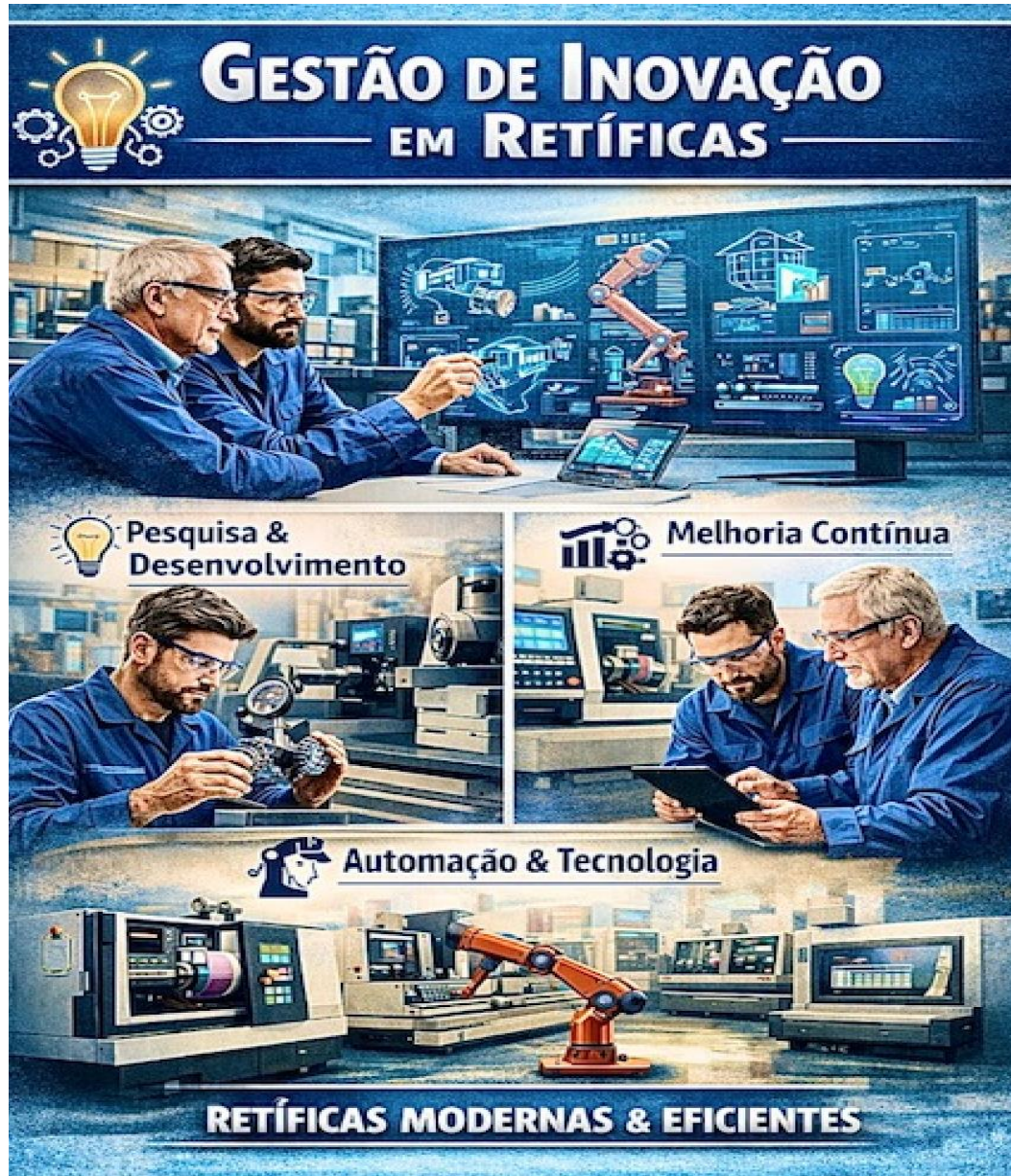
Liderança mais profissional.

Plano de carreira.


## 5. Ajuste da Cultura Empresarial


*Passar de "sempre fizemos assim" para "o que precisamos mudar para continuarmos relevantes".*






# GESTÃO DE INOVAÇÃO EM RETÍFICAS

 **Pesquisa & Desenvolvimento**

 **Melhoria Contínua**

 **Automação & Tecnologia**

## RETÍFICAS MODERNAS & EFICIENTES



As empresas não foram feitas para inovar, e sim para produzir, vender, ter lucro, etc. Este é justamente o inimigo no. 1 para se inovar!

***A Inovação deve ser considerada não como um evento, mas como uma competência do negócio, indispensável para sua sobrevivência e diferenciação.***

Uma frase de Warren Buffett, maior investidor individual dos Estados Unidos, deixou os empresários varejistas com o cabelo em pé:

**“O Varejo como você o conhece está para morrer!”**

No Brasil, podemos citar alguns exemplos de empresas que eram líderes de mercado e que sucumbiram pelas dificuldades de adaptação ao novo cenário, além de problemas de gestão: Mappin, Mesbla, Gurgel, Gradiente, Vasp, Varig, Peixe Urbano, dentre outras.

# INOVAÇÃO E JOBS



Conceito amplo e importante de Inovação foi um dos legados de Steve Jobs, fundador e ex CEO da Apple, uma das empresas mais inovadoras do planeta e entre as de maior valor de mercado do mundo:

***“Inovar é antecipar o que seus clientes querem... bem antes deles saberem por si próprios”***

**Jobs não acreditava em pesquisas de mercado para lançamento de novos produtos devido à sua crença de que as pessoas não sabem exatamente o que querem.**

***Razão do sucesso dos produtos Apple: Ipod, Iphone, etc***

# QUALCOMM INC.

# tbt Durante curso de Gestão Estratégica para empresários brasileiros promovido pela Andretto Solutions na Universidade da Califórnia, visita técnica em San Diego na sede mundial da Qualcomm Inc., maior fabricante mundial de chip para celulares e listada entre as 15 empresas mais inovadoras do mundo.



***VISITAS TÉCNICAS TAMBÉM AOS CENTROS DE INOVAÇÃO DA NISSAN E DA JOHNSON & JOHNSON, AMBOS NA CALIFÓRNIA.***

# CHAVES PARA A CRIAÇÃO DE UMA CULTURA DE INOVAÇÃO

- A. Criar uma cultura que apoia e premia a Inovação para todos os seus funcionários e permite o erro.
- B. Disseminar que a Inovação é trabalho de TODOS.
- C. Criar um processo de feedback entre os funcionários, parceiros e clientes: Onde estão as mudanças que estão acontecendo em seu mercado? Como são as necessidades em evolução? Onde estão as oportunidades?
- D. Desenvolver ferramentas para entender o que os clientes querem, mesmo que eles não saibam disso ainda.
- E. Incentivar o foco para criar soluções únicas para o seu Marketing com produtos e serviços diferenciados.

**FONTE: QUALCOMM INC.**

***O MANUAL DE INOVAÇÃO DA QUALCOMM E DA NISSAN SERÃO ENTREGUES NO CURSO ONLINE “GESTÃO DE INOVAÇÃO NAS RETÍFICAS.***



eVTOL  
↙

# REVOLUÇÃO DA EMBRAER





## Teoria da Simplicidade

**1950**



**1980**



**2021**



**Às vezes é só fazer  
o básico bem feito!**

*Na mesma linha:*

*“Nasceu perfeito, nasceu  
tarde!”*

**2026: 76 APÓS SEU LANÇAMENTO DESIGN DA  
CANETA CONTINUA IGUAL E VENDENDO MUITO!**



# CONSELHO DE CLIENTES

Sua participação  
faz a diferença!



# CAIXA DE SUGESTÕES

Sua opinião nos ajuda  
a melhorar sempre!



9:45 AM



# SUGESTÕES DE INOVAÇÕES RETÍFICAS

## A. Operacionais

1. Laudo técnico digital com fotos
2. Digitalização do processo e gestão integrada
3. Utilização de equipamentos CNC
4. Ferramentas de diagnóstico avançado
5. Sustentabilidade
6. Uso de IA para previsão de falhas e aumento da produtividade

## B. Comerciais

1. Marketing Digital e presença on-line
2. Atendimento automático, orçamento digital rápido
3. Agendamento on-line
4. Manutenção preventiva e consultoria técnica para frotistas e empresas que utilizam motores industriais
5. Diagnóstico com tecnologia avançada
6. Oferta de serviços complementares: retífica + balanço dinâmico + alinhamento
7. Rastreamento de serviços pelo cliente (desmontagem, usinagem, finalização) via WhatsApp ou aplicativo simples
8. Foco em nichos como diesel, agrícola, motores importados, cujo impacto é o maior valor agregado e menos guerra de preços, além da projeção de maior expertise pela especialização.

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

*BILL GATES AFIRMOU TEMPOS ATRÁS: "EXISTIRÃO DOIS TIPOS DE EMPRESA, AS QUE FAZEM NEGÓCIOS PELA INTERNET E AS QUE ESTARÃO FORA DOS NEGÓCIOS!"  
SERÁ O MESMO COM A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL??*



- O mundo vive um momento decisivo para a humanidade: após anos de avanços, a inteligência artificial está entrando em cena. **Não é exagero quando os especialistas a comparam com a invenção da mídia impressa ou da Internet.**
- A IA revolucionará grandes segmentos da sociedade, embora não seja possível ainda conhecer todas as ramificações dessa tecnologia



**IA não é o futuro, é o presente.**

# UTILIZAÇÃO GERAL DA IA

A. Alta adoção global: 3 em cada 4 PMEs a utilizam.

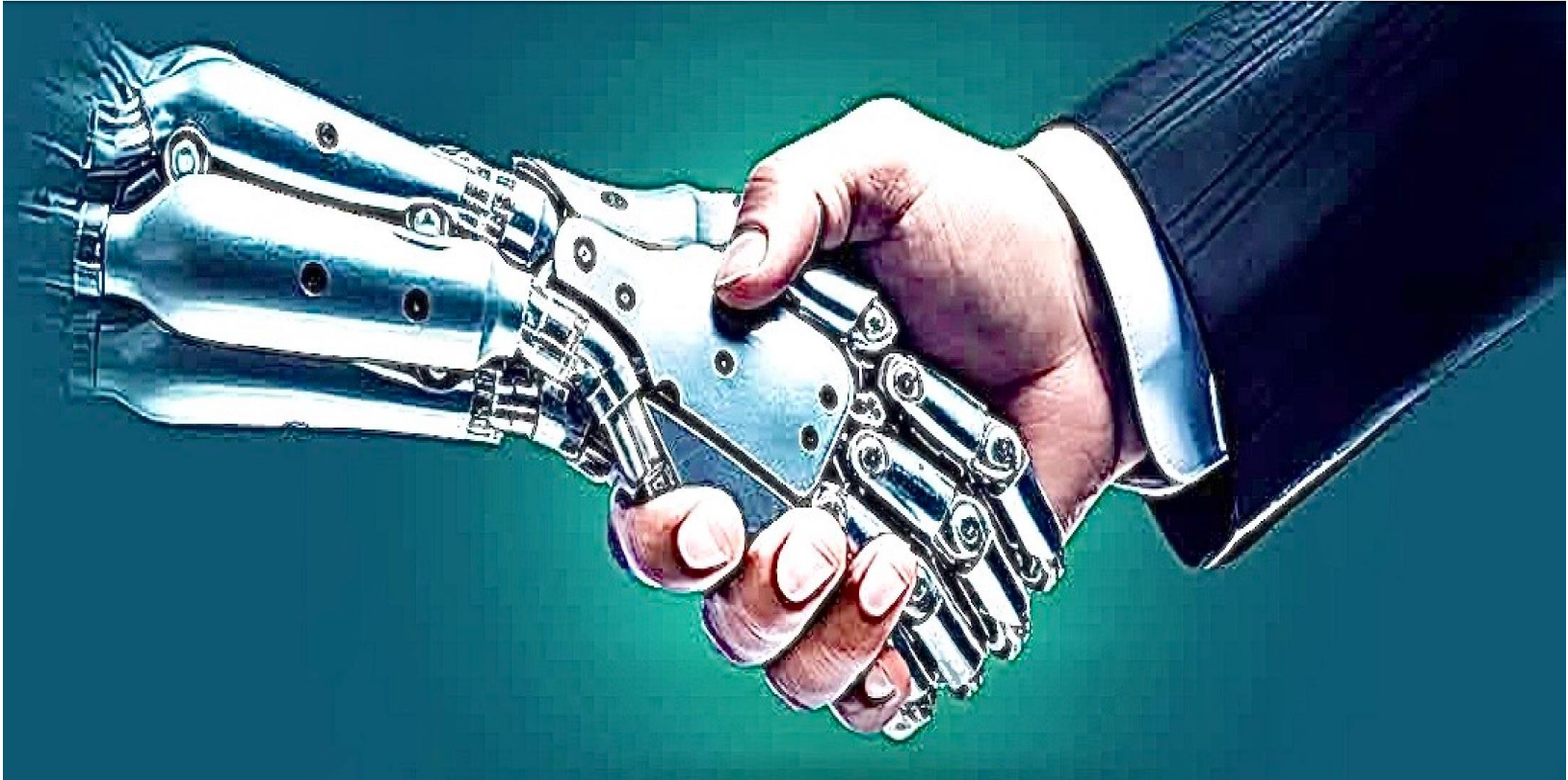
B. No Brasil mais da metade das PMEs já incorporaram a IA no seu dia a dia.

C. As ferramentas mais utilizadas:

1. Chatbots e assistentes
2. Ferramentas de Marketing
3. Plataformas de IA de grandes provedores: Google, Microsoft, Salesforce.



# IA COMO PARCEIRA



*AS IMAGENS DESTA APRESENTAÇÃO FORAM GERADAS PELA IA*

# QUANDO A TECNOLOGIA AUMENTA O CAOS NA EMPRESA DESORGANIZADA.



Quando a tecnologia vira o problema,  
não a solução.

Inovar virou quase um reflexo corporativo.

Surgem novas tecnologias, novas promessas, novas urgências. E muitas empresas entram nessa corrida como quem instala motores mais potentes em um carro que ainda não tem direção.

A verdade pouco dita é simples: tecnologia também pode sabotar um negócio.

Não por maldade. Mas por ausência de maturidade.

Quando não existe clareza de prioridades, cada novidade vira projeto.

Quando não existe governança, cada área segue em uma direção.

Quando não existem critérios, o que deveria gerar valor vira apenas mais custo.

O resultado aparece rápido.

Mais sistemas.  
Mais iniciativas.  
Mais reuniões.

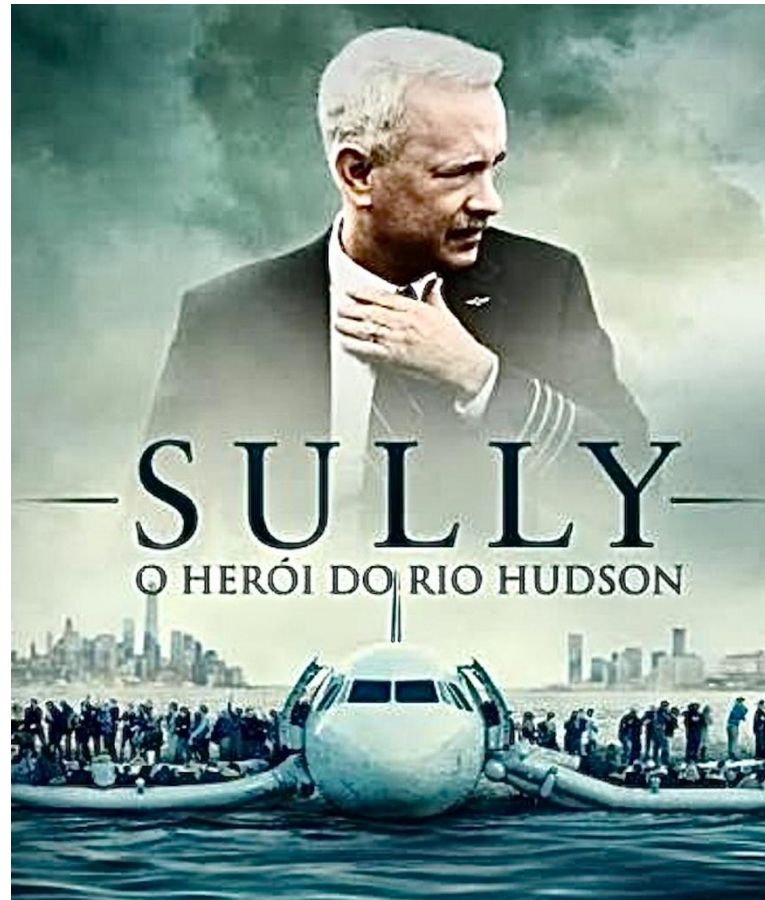
E menos entrega real.

A tecnologia que deveria simplificar passa a criar complexidade. O que deveria acelerar começa a travar decisões.

# HOMEM X MÁQUINA



***ATERRISSAGEM DE EMERGÊNCIA DE AIRBUS NO RIO HUDSON (NEW YORK)  
EM 2009 APÓS PANE NOS DOIS MOTORES, LOGO APÓS A DECOLAGEM***



**O piloto (Comandante Sully), fazendo o improvável, contrariou as instruções da torre de comando e do computador de bordo e aterrisou o avião “na mão” no rio, com o instinto , a experiência e a habilidade de improvisação que só o humano tem, salvando todos passageiros e tripulantes!**

***Investigação posterior concluiu que o piloto tomou a decisão correta.***

**Evento transformou-se em filme de sucesso.**

# MENSAGENS FINAIS

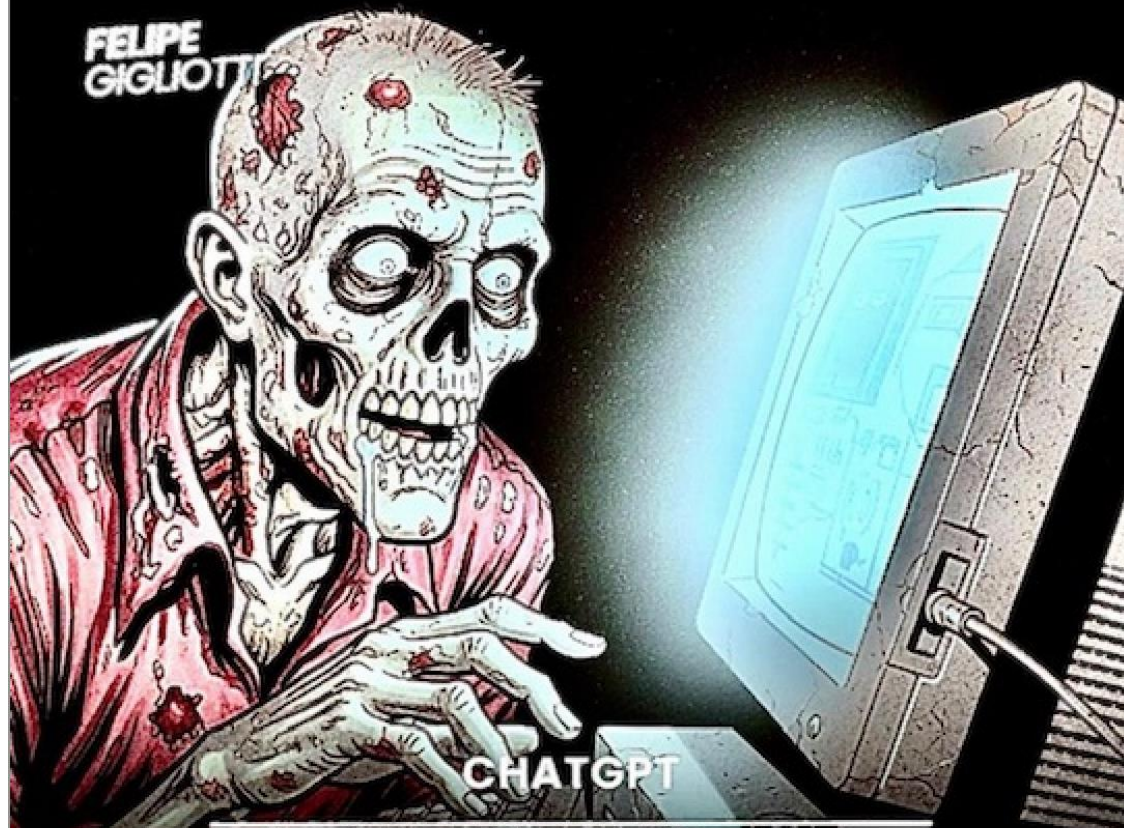


***A TECNOLOGIA DEVE SER CONSIDERADA COMO MEIO E NÃO COMO FIM!***



**2026 não é sobre  
tendências. É sobre admitir  
que o modelo atual não se  
sustenta mais.**

FELIPE  
GIGLIOTTI



CHATGPT

# VOCÊ OFICIALMENTE TERCEIRIZOU SEU CÉREBRO PARA UMA MÁQUINA

MIT comprovou que os usuários de  
ChatGPT têm cérebros 40% menos ativos!

Cargos são temporários,  
títulos são provisórios,  
mas a maneira como você  
trata as pessoas, sempre  
será lembrada.

# NUNCA DESISTA

@successpictures  
@rafaelmoreiraof



@successpictures

@successpictures

# CURSOS RÁPIDOS ONLINE DE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA O ATUAL CENÁRIO

FIESP  
(24/02)



***DIRETORIAS DO CONAREM, INSIGHT E ANDRETTO SOLUTIONS NA APRESENTAÇÃO E FECHAMENTO DE PARCERIA PARA A PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE CURSOS DE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA A REDE CONAREM***

# DADOS PALESTRANTE PARA CONTATO

*Email: [leopoldo@andrettosolutions.com.br](mailto:leopoldo@andrettosolutions.com.br)*

*Cel. : (16) 99610 9270 (WhatsApp)*

