



**wide**  
E D U C A Ç Ã O

**Você sabe  
como transformar  
a realidade da  
sua empresa?**



**“As empresas morrem porque fazem bem as mesmas coisas durante tempo demais.”**

Luis Rasquilha  
Presidente & CEO na INOVA CONSULTING



Experiência de aprendizagem moderna inclui  
aprendizado por pesquisa, aprendizado por  
projeto, aprendizado por desafios, aprendizado  
por estudo de fenômenos e aprendizado  
personalizado.

Dr. Cathy Cavanaugh  
Catholic Education of Western Australia (CEWA)

Fonte:

[abrir link](#)

# Megatrends

Um estudo do IBFE (Instituto Brasileiro de Formação de Educadores), assim como o trabalho de pesquisa realizado em colaboração das empresas **Microsoft, Mc Kinsey & Company's Education Practice**, revelam as principais tendências para a educação nas próximas décadas.

## 1. Empowerment

Inspirar a descoberta · Mediação e partilha · Aluno na liderança

## 2. Experience Education

Integração de experiências · Ecossistemas de trabalho · Ideias compartilhadas

## 3. Ideação & Co-criação

Experimentar mais do que mostrar · Prototipagem rápida · Soluções memoráveis

## 4. Nanodegrees

Pílulas de conhecimento · Módulos não sequenciais · Construção de trilhas de formação

## 5. Edutech

Instantaneidade e imediatismo · Acesso e compartilhamento · Inteligência coletiva

Fonte:

[abrir link](#)

# Foco nos alunos e na aprendizagem

A maneira como as pessoas interagem, socializam e trabalham está mudando rapidamente. Quando as crianças de hoje se formarem em 2030, o mundo será muito diferente.

**98%**

dos alunos que receberam **instrução personalizada** na forma de ensino individual superaram os do ensino tradicional. Comprovado pelos indicadores do PISA (Programme for International Student Assessment)

**50%**

do trabalho pago de hoje em dia poderá ser automatizado com a tecnologia existente em 2030.

**10%**

dos empregos serão em novas categorias de trabalho.

Fonte:

[abrir link](#)



O protagonista  
é o  
aluno/funcionário.

Somos uma empresa de apaixonados pelo conhecimento, dedicados a oferecer **experiências de aprendizagem personalizadas e de qualidade, com foco na transformação do indivíduo, em busca do novo e da alta performance.**

## Propósito

Criar experiências de aprendizagem personalizadas, desenvolvendo soluções transformadoras e eficazes.



# Educação e comunicação para mudar as pessoas

Acreditamos na **transformação através da educação** e na **informação como empoderamento** para guiar melhores escolhas.

Que gerar negócios e valor econômico é desenvolvimento.

Que **tecnologia, criatividade** **inovação mudam as empresas.**

Que impactar as pessoas é a melhor forma de passar uma mensagem e que as marcas precisam tocá-las para fazer parte de suas vidas.

Acreditamos que **conhecimento transforma** e nos faz ir além.



# Alguns números sobre nós



**+130**

Empresas  
e clientes



**+1 milhão**

milhão de  
profissionais  
treinados



**+200 mil**

profissionais  
impactados por  
Comunicação  
Interna



**+5 tera**

de conteúdos  
distribuídos  
diariamente via  
internet  
e satélite





**Como  
podemos**

**ajudar**  
**o seu negócio?**

# Produtos & Serviços atuais

## TECNOLOGIA

e-commerce

LMS

### OVERVIEW DO ECOSISTEMA DA PLATAFORMA

#### E-commerce - web responsivo



Usuário acessa o site e realiza a assinatura



Após a realização da assinatura e aprovação do pagamento, o usuário tem acesso ao ambiente de aula e já pode começar a consumir os conteúdos.

LMS

#### Web responsivo



#### App Android & iOS



Ambiente de Admin para gestão de pedidos e produtos



DESIGN INSTRUCIONAL | FORBES

## EDUCAÇÃO

Consultoria

Transformação digital de Universidades Corporativas

Transformação digital de IES

Cursos

Estrutura de aulas, disciplinas e módulos

Nano degrees

Especialização

Extensão

Aperfeiçoamento

Trilhas

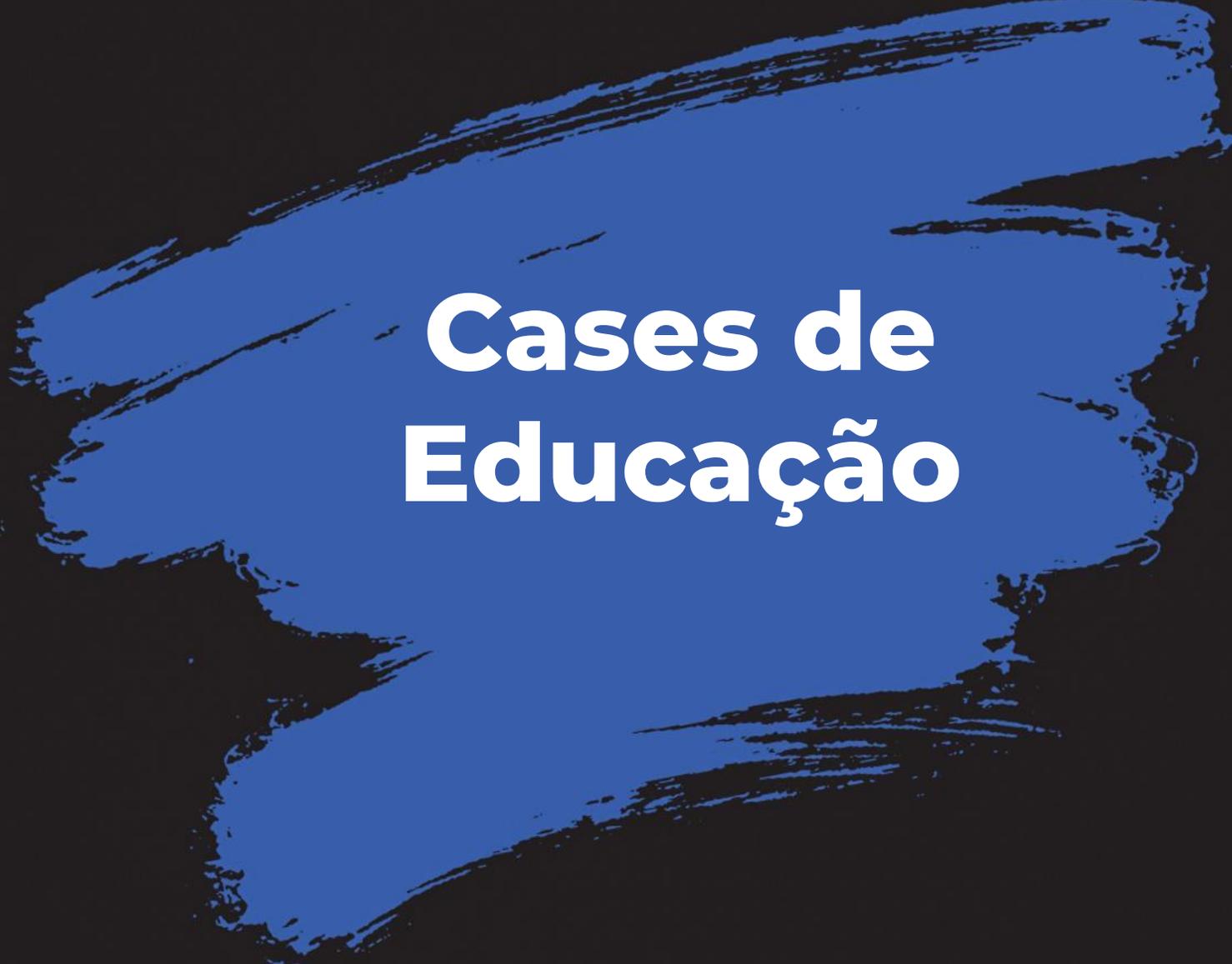
Estrutura de objetos livres, por perfis, programa de formação

Desenvolvimento de competências

Projetos Especiais

Séries

Projetos 100% Taylor made



# Cases de Educação

# soluções

- Universidade Corporativa
- Transformação digital de IES;
- Gestão Educacional:  
do levantamento das necessidades até a gestão dos KPIs
- Estratégia de conteúdo mediada por tecnologia
- On-line, presencial e blended
- Programa de Engajamento e Mobilização

**Tailor-made, Microlearning, Edutainment**



## **Desafio:**

Criar uma solução disruptiva para atender um público segmentado de medicina.

## **Solução:**

Criação de uma série com 12 episódios de até 30 minutos para ensinar residentes a dar diagnóstico. Além disso, desenvolvemos uma plataforma exclusiva e interativa com pílulas de explicação de professores entre os episódios.

## **Resultados:**

Mais de 25mil views em 5 semanas;

2.2 mil likes e apenas 15 dislikes;

Finalista no Edtech Award 2019;

Crescimento em vendas dos outros conteúdos da Medcel em 3x

YTD alavancados pela exposição da série.



# RESIDÊNCIA MÉDICA





A SÉRIE EM  
QUE MEDICINA  
É REALMENTE  
LEVADA A SÉRIO.

LANÇAMENTO  
ABRIL 2018

Link para o trailer do projeto:

[abrir link](#)



1ª  
PRIMEIRA  
TEMPORADA



12  
DOZE  
EPISÓDIOS



4  
QUATRO  
PERSONAGENS



49  
QUARENTA E NOVE  
DIAGNÓSTICOS

RESIDÊNCIA MÉDICA
TEMPORADA 1 | EP. 6
ANEMIAS HIPOPROLIFERATIVAS

---

### 01 CONCEITOS GERAIS

A contagem de reticulócitos reflete a capacidade medular de recuperação da anemia, de tal forma que:

**Anemias hipoproliferativas** (deficiência de produção): contagem de reticulócitos <math>< 40.000/mm^3</math>;

**Anemias hiperproliferativas**: contagem de reticulócitos  $\geq 100.000/mm^3$ .

ANEMIA DA INSUFICIÊNCIA RENAL CRÔNICA

Anemia da insuficiência renal crônica;

Anemia das doenças endócrinas;

Anemia por deficiência de ferro;

Anemia de doença crônica;

Anemia sideroblástica;

Anemia megaloblástica;

Aplasia pura da série vermelha.

---

### 02 ANEMIA DA INSUFICIÊNCIA RENAL CRÔNICA

O grau de anemia é proporcional ao de insuficiência renal (clearance de creatinina  $\times 25$  a

30mL/min = Hb  $\times 10g/dL$ );

A anemia é normocítica e normocrômica;

FISIOPATOLOGIA

Diminuição da produção de eritropoetina (EPO);

Inibição da eritropoese por produtos tóxicos metabólicos;

Perdas: sangramentos, coletas de sangue frequentes, perda na hemodíalise, hemólise;

Carência: ácido fólico e ferro.

---

**Tratamento:** reposição de EPO recombinante, na dose de 100 a 150U/kg/d, 3x/sem (subcutânea). Reposição de ferro e ácido fólico quando for necessária. Valor-alvo de hemoglobina: 10 a 11,5g/dL.

**Causas do refratariedade a EPO:** ferropenia, processo inflamatório/infeccioso associado, hiperparatireoidismo secundário a insuficiência renal crônica ou intoxicação por alumínio (banho de diálise).

---

### 02 ANEMIA DAS DOENÇAS ENDÓCRINAS

O sistema endócrino age direta ou indiretamente sobre a hematopoese, sendo alguns distúrbios responsáveis por quadro de anemia, que pode ser normo, macro ou microcítica.

DOENÇAS ENDÓCRINAS QUE PODEM CURSAR COM ANEMIA

Hipo/hipertireoidismo: causa mais comum;

Hipoadosteronismo (doença de Addison);

Hiperparatireoidismo;

Deficiência androgênica.

---

O tratamento consiste em tratar a doença de base.

---

### 04 ANEMIA POR DEFICIÊNCIA DE FERRO

Esse assunto é pergunta frequente nos cursos médicos.

CONCEITOS GERAIS

O ferro é componente central da molécula heme, responsável direto pelo carreamento de oxigênio até os tecidos;

A deficiência de ferro é a causa mais comum de anemia no mundo, em especial em países em desenvolvimento;

As etiologias mais comuns são as perdas sanguíneas, déficits de ingestão e/ou absorção ou aumento rápido da demanda (grávidas adolescentes).

METABOLISMO DO FERRO E FISIOPATOLOGIA DA CARÊNCIA

**Conteúdo do ferro no organismo:** A maior parte do ferro é transportada ligada à transferrina, com pequena quantidade livre no plasma. Seu estoque é feito, principalmente, na forma de ferritina, encontrada principalmente no fígado, baço, pulmões e corrente sanguínea. Sua dosagem sérica reflete o estoque corpóreo total, mas é preciso lembrar que é também uma proteína de fase aguda e está aumentada em situações inflamatórias.

Metabolismo do ferro:

Figura 1 - Metabolismo do ferro.

Algumas substâncias aumentam a absorção de ferro, como substâncias ácidas (exemplo: ácido ascórbico); por sua vez, fitatos, tanatos, fosfatos, oxalatos, antácidos, cálcio e tetraciclina reduzem sua absorção;

Existe uma perda diária pela descamação do epitélio do tubo digestivo e da pele (entre 1 e 2mg/d) e, nas mulheres, pelo sangramento menstrual;

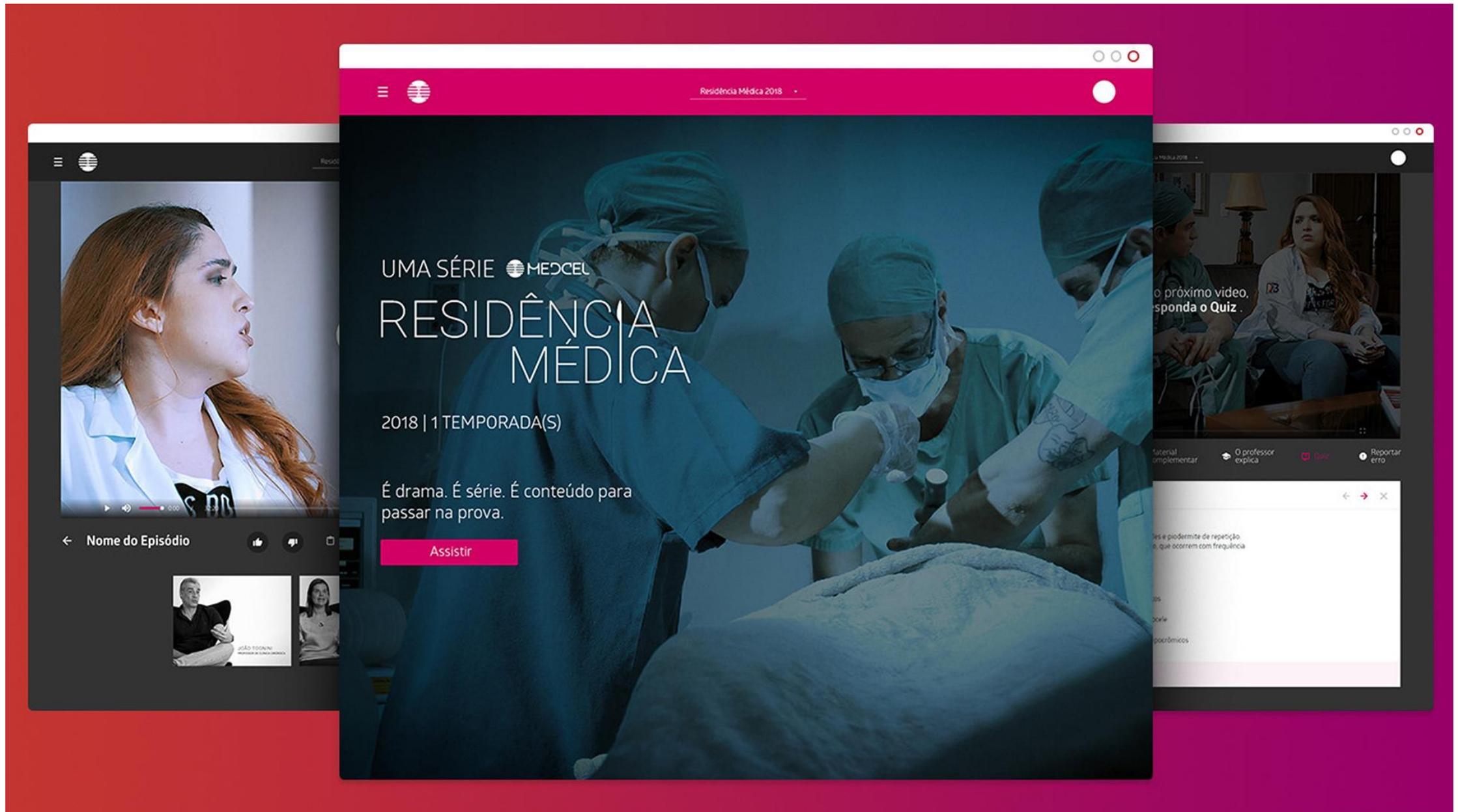
O metabolismo da hemoglobina e outras substâncias que contêm ferro (enzimas, mioglobina) "reciclam" em torno de 20mg/d de ferro; assim, o balanço total é um equilíbrio entre absorção (1 a 2mg/d) e perda diária (1 a 2mg/d);

A ferroportina e a hepcidina são proteínas reguladoras da absorção do ferro extremamente importantes no seu metabolismo: a primeira é responsável por viabilizar a saída do ferro da célula (enterócito, macrófago, hepatócito) para o plasma; já a última inibe a ferroportina, inibindo também a absorção intestinal de ferro.

1

2

Exemplo de um ebook do projeto



Link do vídeo para entender a solução desenhada/experiência do usuário:

[abrir link](#)



## **Desafio:**

Com adesão de apenas 10% no modelo anterior, o desafio era pensar em uma proposta para treinar um número grande de pessoas em um curto período de tempo, buscando atender às necessidades de diferentes públicos, espalhados ao redor do mundo, e padronizando a forma como os treinamentos são realizados das diferentes zonas da Ambev. Engajar os líderes na tarefa de se apropriarem da metodologia PDCA para que a utilizem em seu dia a dia de trabalho de maneira efetiva, mesmo com realidades tão plurais.

## **Solução:**

Criamos uma solução gamificada. Beer Box Game é um game onde a cada conteúdo aprendido, o participante ganha rolhas (tampas) das cervejas fabricadas pela companhia de forma virtual. O participante ganha pontos à medida em que passa por cada um dos objetos: vídeos, guias, quizzes e simulador. Ao cumprir as tarefas, o participante vai acumulando pontos que são trocados pelas badges (tampas das cervejas). Ao final, as badges obtidas são entregues em um quadro para o participante: Beer Box.

## **Resultados:**

Com mais de 80% de adesão ao piloto aplicado, recebeu premiação interna como projeto inovador na área de T&D.

# PONTUAÇÃO WHITE BELT BEER BOX GAME

AGORA VAMOS FALAR  
PROPRIAMENTE SOBRE A  
QUANTIDADE DE PONTOS QUE  
O PARTICIPANTE PODE OBTER  
DURANTE O JOGO.

O JOGO É ESTRUTURADO EM  
MISSÕES, COMPOSTAS POR TASKS.  
CADA MISSÃO TEM UM NÚMERO  
DE TASKS O QUE INFLUENCIA A  
PONTUAÇÃO  
FINAL DA MISSÃO: QUANTO MAIS  
TASKS, MAIS PONTOS O PARTICIPANTE  
PODE CONSEGUIR NA MISSÃO.

OS PARTICIPANTES QUE TIVEREM UM  
BOM DESEMPENHO NOS QUIZZES  
SERÃO PREMIADOS AO FINAL DO  
JOGO COM UMA PONTUAÇÃO BÔNUS:  
DE 24 A 25 ACERTOS: BÔNUS 1000  
PONTOS DE 26 A 27 ACERTOS:  
BÔNUS 1200 PONTOS DE 28 A 30  
ACERTOS: BÔNUS 1000 PONTOS

MISSÃO		1 VÍDEO	2 QUIZZES	1 GUIA/ BAIXADO	PONTUAÇÃO TOTAL DA TASK
TUTORIAL		100	X	X	100
MISSION - SUPPLY	TASK PLAN - SUPPLY	300	400	100	800
	TASK DO - SUPPLY	200	400	100	700
	TASK CHECK - SUPPLY	200	400	100	700
	TASK ACTION - SUPPLY	200	400	100	700
<b>TOTAL DE PONTOS DA MISSÃO</b>		<b>900</b>	<b>1600</b>	<b>400</b>	<b>3000</b>
MISSION - LOGISTIC	TASK PLAN - LOGISTIC	300	400	100	800
	TASK DO - LOGISTIC	200	400	100	700
	TASK CHECK - LOGISTIC	200	400	100	700
	TASK ACTION - LOGISTIC	200	400	100	700
<b>TOTAL DE PONTOS DA MISSÃO</b>		<b>900</b>	<b>1600</b>	<b>400</b>	<b>2900</b>
MISSION - SALES	TASK PLAN - SALES	300	400	100	800
	TASK DO - SALES	200	400	100	700
	TASK CHECK - SALES	200	400	100	700
	TASK ACTION - SALES	200	400	100	700
<b>TOTAL DE PONTOS DA MISSÃO</b>		<b>900</b>	<b>1600</b>	<b>400</b>	<b>2900</b>
<b>TOTAL DE PONTOS POR OBJETO</b>		<b>2700</b>	<b>4800</b>	<b>1200</b>	<b>8800</b>
<b>BÔNUS QUIZZES</b>			<b>1200</b>		
<b>RECOVERY MISSION</b>			<b>4800</b>		
<b>CHALLENGE</b>			<b>5000</b>		
<b>TOTAL DE PONTOS</b>			<b>15000</b>		

CADA TASK É COMPOSTA POR 1 VÍDEO, 2 QUIZZES  
E 1 GUIA, TOTALIZANDO ATÉ 800 PONTOS POR  
TASK, CASO O PARTICIPANTE TENHA 100% DE  
APROVEITAMENTO EM TODAS AS ATIVIDADES.  
COMO VEMOS, AS PONTUAÇÕES VARIAM DE  
ACORDO COM OS OBJETOS.

AQUELES QUE NÃO ATINGIREM UMA PONTUAÇÃO  
MÍNIMA DE 3600 PONTOS NOS QUIZZES DEVERÃO  
REALIZAR UMA AVALIAÇÃO. A AVALIAÇÃO PERMITE QUE  
O PARTICIPANTE RECUPERE ATÉ 4800 PONTOS, CASO  
TENHA APROVEITAMENTO DE 100%. ANTES DE REALIZAR  
A AVALIAÇÃO, RECOMENDAREMOS UMA RETOMADA  
DOS CONTEÚDOS, PARA QUE O PARTICIPANTE POSSA  
AUMENTAR O SEU APROVEITAMENTO. A PROVA PODERÁ  
SER REALIZADA QUANTAS VEZES FOREM NECESSÁRIAS,  
ATÉ SEREM ATINGIDOS OS 2300 PONTOS.



## TASK CHECK – SUPPLY

### CHECKING

To reach this PDCA stage should be a natural step. As things stipulated on the stage Plan are being done, you must check if they are really getting done and if they have the expected results. This is a new and important phase of your game and **must be completed with no hurry and much attention.**

#### CHECK OF RESULTS

Depending on your case, you can make use of **only one tool or several tools** on this stage. Regarding the matter with the vapor, we realized that it would be necessary to use two tools: the Check of IVs and the Check of Results. On that phase you will also be able to see if you have found the ideal resolution for your problem and if it is necessary to go back to planning.

- **Check of IVs:**

This is a tool very similar to the time series. By this tool you will use **previous data and new data** to understand what the real changes are and obtain a real mean between the previous data and the new one.

Taking the case of Supply as example, we collected data on heat consumption related to must output temperature and, by means of the Check of IVs, it was possible to attest that the proposed changes was effective and the collected data revealed a considerable decrease, which also contributes to the general mean.

- **Check of Results:**

Just like the time series, the Check of IVs is great to obtain a global view and attest general means. By the Check of Results, however, it will be possible to check whether the goal was reached. If the analysis reveals that the numbers are the same, or decreased a little, and the goal was not reached, it will be time to go back and re-evaluate the decisions made, assessing whether the root cause was actually identified and the actions proposed to deal with it could be different.

By the check of results on the case of Supply, we realized that the path followed was effective, once all charts clearly indicated that the decisions made not only led to the consumption goal, but also enabled the consumption to be below the goal, which, regarding the vapor, if the production remains the same, **can be considered a positive factor.**



## TASK DO – SUPPLY

### DO

have gone through the first phase of your game. Having all analyzed, checked and planned it is time to put into practice all you strategically thought to solve the problem. The Plan is the longest and most important phase, **since it is when the problem is identified.** That does not mean the other phases are not of crucial importance.

#### IN EXECUTION

There is no use in identifying the problem **without solving it** – or planning how to solve it without checking what is being actually done. In summary: here, you need to implement everything you dealt with on the phase Plan. Take a look at what can be done during the execution: the phase do.

- **Check of IVs:**

There is a lot to be done. What should be prioritized? The Impact Effort Matrix is the perfect ally for that purpose. When we need to prioritize something on the phase Plan, the analysis aims for safe results at that moment. Now, it is necessary to consider more details that may be influenced by the causes to be solved, by assessing which actions **need to be performed more urgently.**

Based on the analysis of the Impact Effort Matrix on **heat consumption** KPI, we could realize that the we could obtain the greatest impact by reducing the kettle pressure variation, which made that our main focus.



Exemplo de um ebook do projeto

Link de uma das  
videoaulas do projeto:

[abrir link](#)





## Desafio:

Desenvolver a universidade corporativa Sapore (Service Innovation Academy) para capacitar colaboradores, em mais de 1000 unidades ao redor do Brasil, a servirem 1,2 milhão de refeições por dia nos padrões de qualidade, higiene e experiência exigidos pela companhia.

## Solução:

Criação de uma Universidade Corporativa, com mais de 100 mil horas de treinamentos oferecidos, transmitido às lideranças por uma plataforma online exclusiva e replicado à todos os colaboradores, por meio de presenciais diários.

## Resultados:

16 mil colaboradores treinados. 65 conteúdos abrangentes em diferentes temas como qualidade, atendimento, gestão, compliance, liderança. Desde o início de sua implantação os funcionários passaram a preparar 12% mais refeições. A rotatividade e o absentismo também melhoraram, reduzindo 35% e 49%, respectivamente.



# *Supertime*

Sapore

Link de uma das videoaulas do projeto:

[abrir link](#)

## 10 RESPEITO AO INDIVÍDUO, PRECONCEITO E DISCRIMINAÇÃO

Acreditamos na **diversidade de colaboradores** para compor um time que reflita a cultura organizacional, os interesses de negócio e para promover um ambiente de trabalho produtivo, criativo, harmonioso e livre de qualquer preconceito, respeitando as características e as opções de cada indivíduo (religião, credo ou gênero). A SAPORE está comprometida em oferecer um ambiente de trabalho com igualdade de oportunidades a todos os seus colaboradores.

## 11 SIGILO E CONFIDENCIALIDADE

No seu trabalho, você pode tomar conhecimento de informações sobre a SAPORE ou sobre outras empresas com as quais a SAPORE mantenha parcerias comerciais, antes que estas informações sejam tornadas públicas. Pode-se ouvir uma conversa no saguão ou encontrar um memorando esquecido em uma mesa. O uso dessas informações visando o seu benefício próprio ou o auxílio de outra pessoa, ou ainda a sua divulgação, **constitui violação deste Código de Ética & Conduta, podendo constituir violação da lei.**



Consulte o código na íntegra no: xxxxx (???)

## FECHAMENTO COMPLIANCE

### PRINCÍPIOS ÉTICOS SAPORE

A seguir, listaremos os 11 temas abordados dentro do nosso Código de Conduta Ética.

### 1 PRINCÍPIOS BÁSICOS DE CONDUTA DO COLABORADOR

- ✦ Bom relacionamento entre todos os seus colaboradores, unidades, sede e regionais. **Não é tolerado qualquer tipo de desrespeito entre os mesmos;**
- ✦ Comportamento digno, respeitoso, colaborativo e cortês com todos os clientes, colegas de trabalho, prestadores de serviços e todas as demais partes que se relacionam com o nosso negócio. Tais comportamentos são esperados dentro ou fora do ambiente de trabalho, sendo inaceitáveis tratamentos inadequados, incluindo, mas não se limitando, a desrespeitos de qualquer natureza.



## PRESENTES E ENTRETENIMENTO TIVO

autoriza o recebimento ou o fornecimento de quaisquer tipos de presentes, exceto mediante solicitação e aprovação formal da Direção de manutenção de práticas negociais específicas.

reitas para os brindes institucionais (aqueles que contêm logotipo das empresas) desde que estes respeitem a condição de valor: previamente comunicado ao seu Gestor imediato.

## ADERÊNCIA COM AS LEIS, POLÍTICAS, NORMAS E PROCEDIMENTOS

participação em treinamentos da empresa, bem como participar dos treinamentos obrigatórios, para que sejam atualizados e orientados quanto aos procedimentos e políticas;

que necessário apoio e orientação do seu gestor imediato, na solução de dúvidas e entendimento das leis que devem ser seguidas para a correta execução do seu trabalho;

preocupação quanto uma potencial violação das políticas, normas e legislação aplicada aos negócios da SAPORE.





## **Desafio:**

Instrumentalizar a ação dos novos agentes de negócios, mudando seu mindset de investimento para serem bankers

## **Solução:**

Estruturamos em uma solução com metodologia microlearning, com múltiplos formatos que tem como propósito evidenciar o negócio BTG e auxiliar esses novos agentes na argumentação com seus clientes de sua carteira. Além disso, uma logomarca e todo um sistema visual e de linguagem verbal foi concebida, pensando exclusivamente na necessidade do público

## **Resultados:**

Projeto lançado em novembro/20. Mais de 92% de satisfação.

Novos  
caminhos,  
novos  
horizontes



UM  
**NOVO JEITO**  
DE OLHAR  
SEUS  
CLIENTES

Link de uma das videoaulas do projeto:

[abrir link](#)

Link de um podcast do projeto:

[abrir link](#)

DESIGN INSTRUCIONAL

**BTG Bankers B2B**

NOVEMBRO 2018



## **Desafio:**

Desenhar a estrutura e metodologia, bem como desenvolver os conteúdos da universidade corporativa.

## **Solução:**

Criação da plataforma educacional, estratégia e os conteúdos mais relevantes para lançamento da universidade. Para isso, foi realizado um levantamento com todas as áreas da companhia, mapeados mais de 300 conteúdos e priorizadas para a primeira etapa da universidade 68 unidades de estudos para um público inicial de mil colaboradores do Brasil e Cone Sul.

## **Resultados:**

Projeto em fase de implantação. O objetivo é expandir a solução para toda companhia, que tem mais de 6 mil colaboradores.

# TRANS FORMA

## Energia em Conhecimento

A Unimoura  
potencializa  
o que temos  
de melhor:  
**VOCÊ.**

Link de um ebook do projeto: [abrir link](#)

Link de uma videoaula do projeto: [abrir link](#)

## Acessar UNIMOURA

Identificação do usuário:

Senha:

Lembrar identificação do usuário

ACESSAR

[Esqueci meu e-mail ou senha](#)



## **Desafio:**

Sair dos Status de um empresa focada somente em marcas e se tornar mais efetiva em suas vendas.

## **Solução:**

Capacitação de 3 públicos interdependentes, instrutor e promotor da whirlpool e vendedor do varejo por meio de um treinamento focado na metodologia CAVABEN, que consiste em focar nas características, vantagens e benefícios dos produtos Whirlpool.

## **Resultados:**

Unificação da cadeia de conteúdo para vendas e instrumentalização do time de Trade com foco em conversão e aumento das requisições dos treinamentos presenciais por clientes do varejo.

## 2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

CWH12



CWH11



### ESPECIFICAÇÕES

Cor	Branco
Eficiência energética	A
Capacidade	12 Kg
Peso	36 kg
Voltagem	127V ou 220V
Garantia	12 meses
Consumo aprox. de energia	0,37 kWh
Consumo aprox. de água	135 litros

### ITENS

Abertura da tampa	Superior
Pés niveladores	✓
Display	Digital (Tact)
Temperatura da água	Fria
Funções	Lava, enxágua e centrifuga
Ciclos	15 programas de lavagem
Nível de água	4 níveis
Cesto	Inox com base de plástico

3

Consul

## GUIA TÉCNICO LAVADORAS



CWB09

CWH11

CWH12

1

## LAVADORAS CONSUL

Consumidores que procuram um produto Consul são motivados pela boa relação custo-benefício, boa qualidade, praticidade e combinação do design e a decoração de seus espaços. Os fatores de decisão para a escolha de uma lavadora incluem:



### CAPACIDADE

É definida conforme a necessidade, tamanho da família e recursos financeiros de cada consumidor.



### MARCA

Os consumidores buscam por marcas que se identifiquem e que atendam suas necessidades.



### ESTÉTICA/DESIGN

A cor e design são pouco relevantes se a lavadora for comparada com outros eletrodomésticos, os consumidores costumam achar os modelos de lavadoras bem parecidos.

Consumidores buscam por produtos com bom custo-benefício, boa qualidade, praticidade e combinação do design e a decoração de seus espaços. Os fatores de decisão para a escolha de uma lavadora incluem:

Este guia apresenta a renovação do portfólio de lavadoras Consul de 9, 10 e 12 kg. Os novos modelos consideram esses fatores de decisão. A nova linha de lavadoras vem em **robustez, economia e facilidade de uso**, além de diversos recursos que são bem explorados, podem influenciar ainda mais o consumidor no processo decisório de compra, conforme veremos adiante.

2

SUMÁRIO

ESCOLA TÉCNICA BRASTEMP Consul KitchenAid

### CARACTERÍSTICAS



Código do Manual de Serviços	MSRF0153 - R 0.0
Modelo dos produtos	CZE12A
Categoria dos produtos	REFRIGERADOR
Marca dos produtos	CONSUL

Quer entender como a Cervejeira Consul Smartbeer melhora a experiência do consumidor? Ela possui um aplicativo que possibilita o controle de **estoque** e de **temperatura**, além de outras facilidades. Uma vez conectada ao Wi-Fi, ela permite acesso às lojas online **Empório.com** e o **Zé Delivery**, onde o consumidor pode realizar compras diretamente pelo aplicativo. Fácil né? :)

**IMPORTANTE!**

A Cervejeira e o smartphone trabalham com um servidor em comum, recebendo e emitindo informações de acordo com o comando do consumidor.



SUMÁRIO

ESCOLA TÉCNICA BRASTEMP Consul KitchenAid

### SOBRE A CERVEJEIRA CONSUL SMARTBEER

Todo mundo quer ter mais facilidade e praticidade no dia a dia. E se for pelo smartphone, melhor ainda. A tecnologia da Consul Smartbeer se conecta ao aplicativo no smartphone do consumidor, possibilitando o controle de estoque e de temperatura.

- Controle de Temperatura**  
É possível controlar a temperatura da Cervejeira de qualquer lugar.
- Alarme de porta aberta**  
A Cervejeira avisa se a sua porta for esquecida aberta, tanto na interface quanto no aplicativo.
- Cerveja com apenas um toque**  
É possível comprar cerveja pelo aplicativo e a entrega é feita na casa do consumidor. *Verificar disponibilidade da região*
- Sistema Frost Free**  
A Cervejeira faz o degelo automaticamente.



ESPECIFICAÇÕES

CARACTERÍSTICAS

SUMÁRIO

ESCOLA TÉCNICA BRASTEMP Consul KitchenAid

### USANDO O APLICATIVO E A CERVEJEIRA CONSUL SMARTBEER

#### INTERFACE



- Liga/Desliga a luz interna e trava/Des trava o painel
- Porta aberta
- Temperatura escolhida
- Função happy hour
- Indicativo de conexão com o servidor
- Intensidade da conexão Wi-Fi
- Indicativo de conexão Wi-Fi
- Indicador de temperatura
- Indicativo de painel travado
- Indicador de temperatura

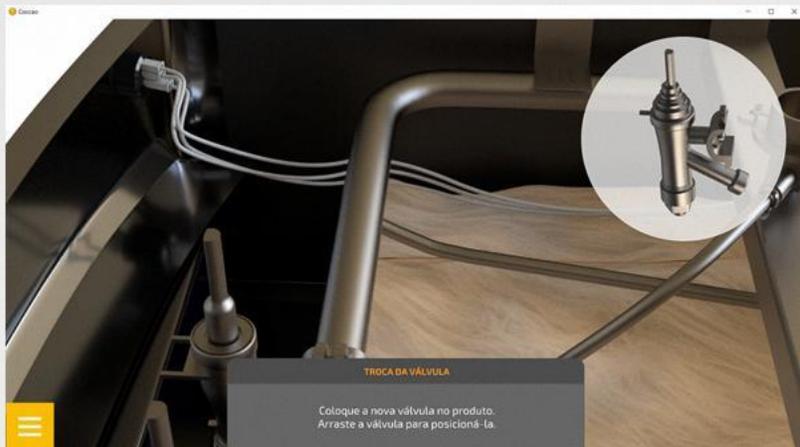
Você poderá travar o painel do produto segurando a tecla "Luz" por 3 segundos. Você ouvirá um aviso sonoro e as demais luzes irão reduzir sua intensidade. Para desativar, basta repetir o procedimento.

HAPPY HOUR

Link de um ebook interativo do projeto:

[abrir link](#)





Exemplo de simulador



Link do vídeo em 3D do produto:

[abrir link](#)



# Cases de Comunicação



## **Desafio:**

Estruturar os pilares da cultura da empresa, de forma a padronizar e tangibilizar, para os colaboradores, o Jeito de Ser Oba.

## **Solução:**

Criação de uma minissérie, com 5 episódios que retratam cada pilar de cultura da companhia, consolidando as informações que compõe o jeito Oba de ser, por meio de relatos de colaboradores reais que exemplificam a cultura que a empresa quer instituir e propagar em cada unidade.

## **Resultados:**

Lançamento do projeto em março de 2022, com grande aceitação dos colaboradores e reconhecimento dos pilares retratados.





# Sapore

**Sapore**

*Um pequeno gesto pode salvar a sua vida*



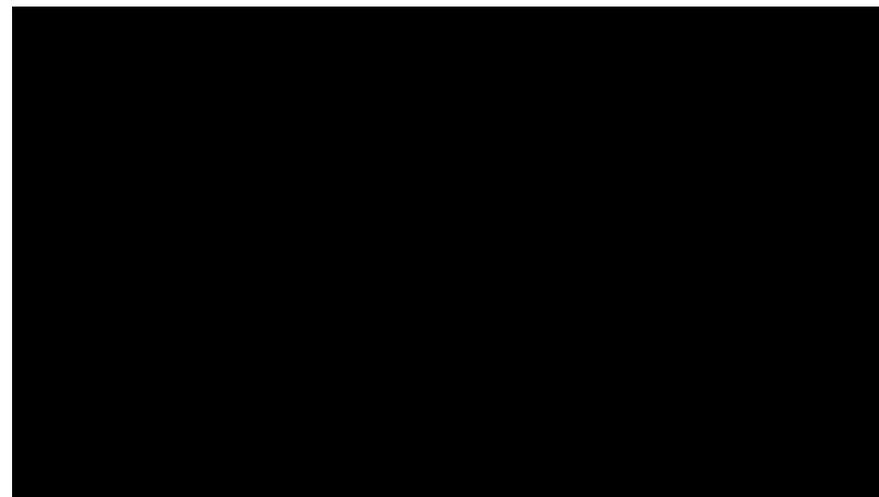
**Outubro Rosa**  
CUIDAR FAZ BEM

O câncer de mama, quando detectado no início, tem até **95% de chance de cura**. As mulheres representam mais de **70%** do quadro de funcionários da Sapore. Cuide-se, tempere sua relação com você mesma.

*Faça o exame!*  
A MAMOGRAFIA É O MODO MAIS EFICAZ DE IDENTIFICAR QUALQUER TUMOR.

Um pouco de tempero pode salvar uma comida. O autoexame e a mamografia podem salvar a sua vida.

*Fazendo diferente sempre*



**Sapore**



**Time de Ouro**

A Sapore tem muito orgulho de ser o **restaurante oficial da Vila Olímpica**. Foi com esse espírito de Olimpíadas que o nosso **Time de Ouro** se preparou para servir com excelência as melhores refeições durante os Jogos!

**AGORA É A SUA VEZ DE TER ACESSO A ESSE CONTEÚDO!**

A PARTIR DO DIA **5 DE AGOSTO**, VOCÊ FARÁ PARTE DESSE MOMENTO ÚNICO. TODO O CONTEÚDO PRODUZIDO PARA CAPACITAR A EQUIPE QUE ATUARÁ DURANTE AS OLIMPIADAS E PARALIMPIADAS NO RIO DE JANEIRO **ESTARÃO DISPONÍVEIS PARA TODO O TIME SAPORE!**

O treinamento será composto por duas etapas, online e presencial, e você terá até um mês para concluir cada uma delas. Foram preparadas **novas videoaulas** com técnicas e abordagens sobre temas que envolvem desde liderança até operações.

*Lembre-se: você faz parte do nosso Time de Ouro!*

*Orgulho de fazer parte!*

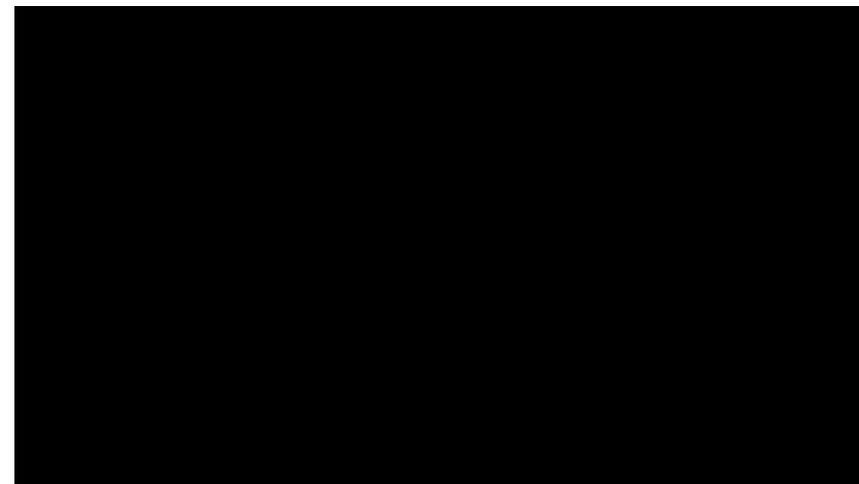
# ambev

EU ♥ SER  
*Cervejeira*

8 DE MARÇO  
DIA INTERNACIONAL DA MULHER



UM BRINDE A QUEM FAZ A DIFERENÇA TODOS OS DIAS!



ESTAMOS JUNTOS!

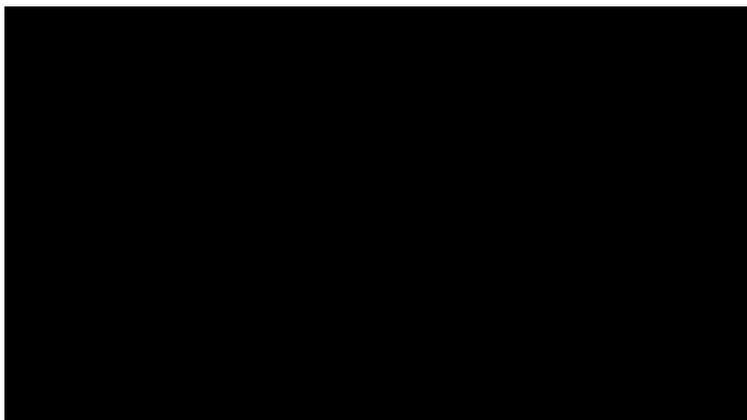
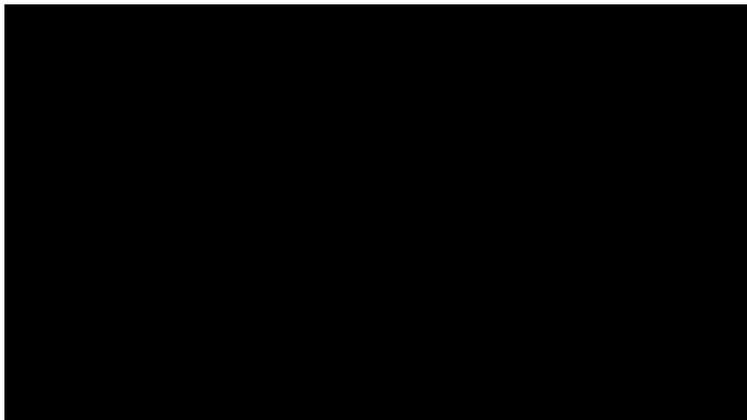
# ZIKA

A AMBEV CONTA COM VOCÊ PARA QUE POSSAMOS,  
JUNTOS, LUTAR CONTRA O ZIKA VÍRUS.

raízen

Itaú

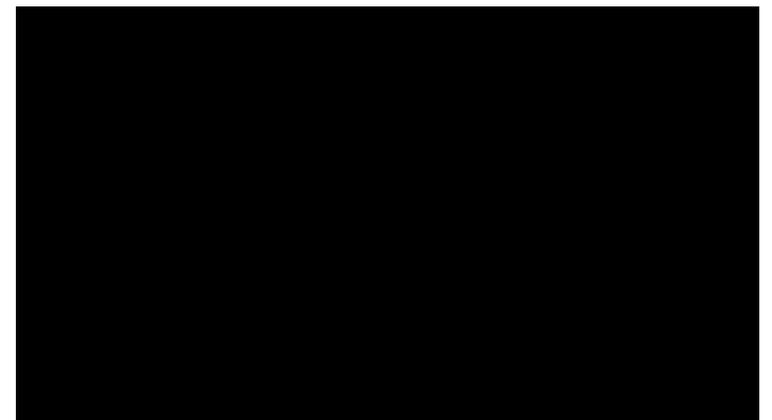
GRUPO  
SEB  
SISTEMA EDUCACIONAL BRASILEIRO



**SENSOR 50 Hz**

A FIMÇÃO DEVE ESTAR COM A FRAÇÃO DA TUBERIA CORRENDO PARA SER DETECTADA.

**SENSOR INDUTIVO**



  
Unilever

 **BOSCH**

Agr  
Thathi



# **Tecnologia**

**(LMS & e-commerce+)**



## Aplicativo de distribuição de conteúdos e engajamento

Inspirado em aplicativos como Netflix, Spotify entre outros, o objetivo é que o usuário tenha agilidade, liberdade e facilidade no **consumo dos conteúdos dos mais diversos formatos** tais como: Vídeos, Podcasts, Materiais em PDF, Quizzes etc.

Para isso, desenvolvemos um **aplicativo baseado em princípios andragógicos e heutagógicos**, que traz referências a realidade do usuário de forma simples, pois apresenta um formato que proporciona **fácil usabilidade e navegabilidade**, aliada a uma **estrutura com recursos de LMS (*learning management system*)**.

# OVERVIEW DO ECOSISTEMA DO PRODUTO

## SITE



Usuário acessa o site e realiza a assinatura



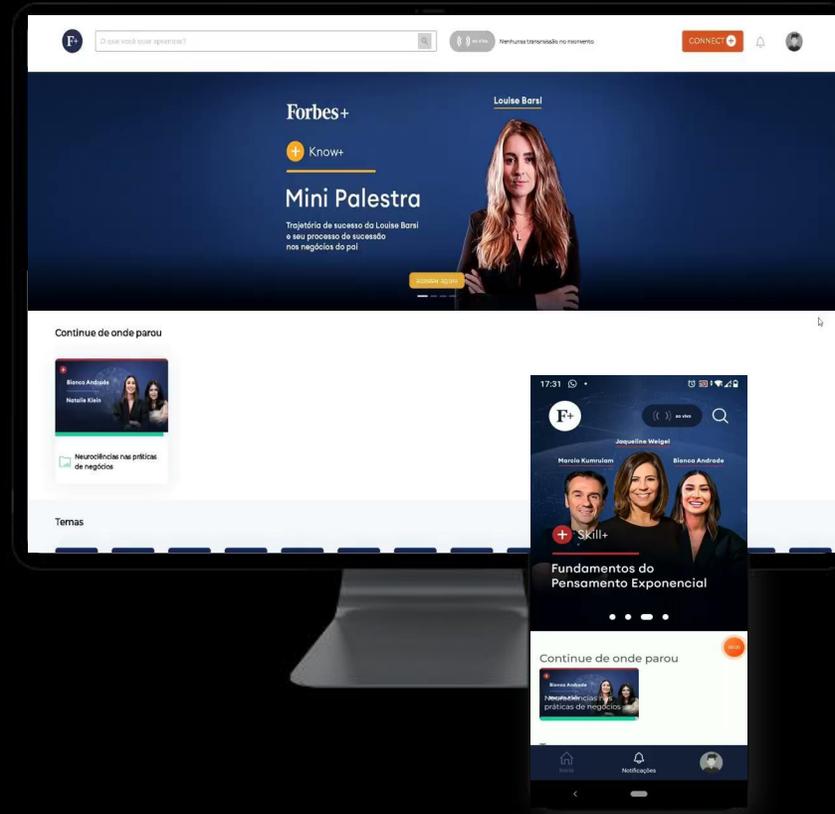
Após a realização da assinatura e aprovação do pagamento, o usuário tem acesso ao ambiente de aula e já pode começar a consumir os conteúdos



Ambiente administrativo para gestão de todo ambiente (gestão de usuários, conteúdos, consumos de conteúdos, parametrizações em geral etc.)

ADMIN

## LMS



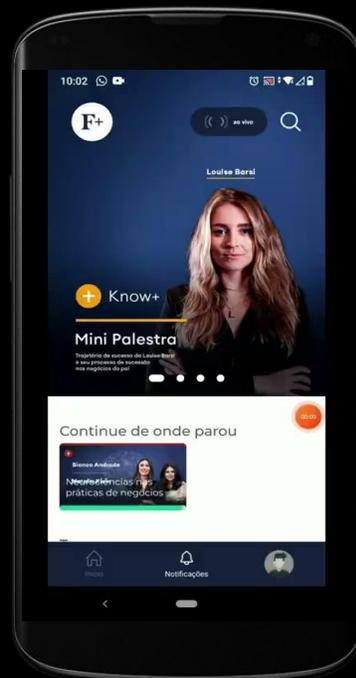
Sistema de pagamento com split automático e gestão das compras em geral

## SISTEMA DE PAGAMENTO COM SPLIT



# Forbes+

A **Forbes** é conceituada mundialmente como uma revista de negócios e economia e, comumente, está associada ao universo do luxo, graças ao caráter premium de suas publicações e à divulgação de listas contendo os afortunados globais, atraindo um público ávido por compreender e pertencer a esse universo.



Tendo em vista o interesse desse público, em relação à ampliação de seu conhecimento sobre os mais variados temas que envolvem os conceitos de negócios e sucesso, **é que surge a Forbes+: uma plataforma de aprendizagem que tem na curadoria Forbes, sob o olhar educacional da Wide e a participação de grandes nomes do mercado e será ofertado no formato de assinatura para o público em geral**, a chave para levar um repertório diferenciado, com base em vivências e que credencia o acesso a saberes rumo ao sucesso pessoal e profissional.



# Sobre a Wide Educação

Criamos soluções de aprendizagem personalizadas que transformam as pessoas, as empresas e a sociedade. Um Lab de inovação que ajuda nossos clientes e empresas a realizarem a transformação digital por meio dos projetos e plataformas educacionais.

Em um universo cada vez mais conectado e ágil, garantir que as ideias se renovem e se realizem é uma missão de alto impacto para os negócios.

A Wide atua fortemente em projetos de inovação, capacitação e tecnologias, gerando tração para ajudar a impulsionar os projetos dos nossos clientes.



w i d e e d u . c o m . b r

 wideedu  wide\_edu  wideeducacao  wideedu

R. Rússia, 82 | Pinheiros | São Paulo - SP | 01448-040