

# DA CRISE AO CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

BRUNO RODRIGUES  
bmprodriques30@gmail.com

The background of the left half of the image is a close-up, slightly blurred view of several US dollar bills. The focus is on the portrait of Benjamin Franklin on a \$100 bill, with other bills partially visible behind it. The text is overlaid on this background.

**97%  
acreditam  
que \$ é a  
solução!!**



**O plano precisa ser  
realista e tangível...**

---

**E principalmente  
implementado.**

ESTÁGIO:  
OPERACIONAL

ESTÁGIO:  
ESTRATÉGICO

ESTÁGIO:  
LIQUIDAÇÃO



- Turnaround
- Reestruturação
- Melhoria de performance empresarial
- Alocação de capital

Values  
2012

2013

Q4

Jul Sep Nov  
Aug Okt Dez

ings

Cost per Lead in €

10.19 →

Goal vs. Actual



Customer Acquisition Costs €

899.1 →

[details](#)

Goal vs. Actual

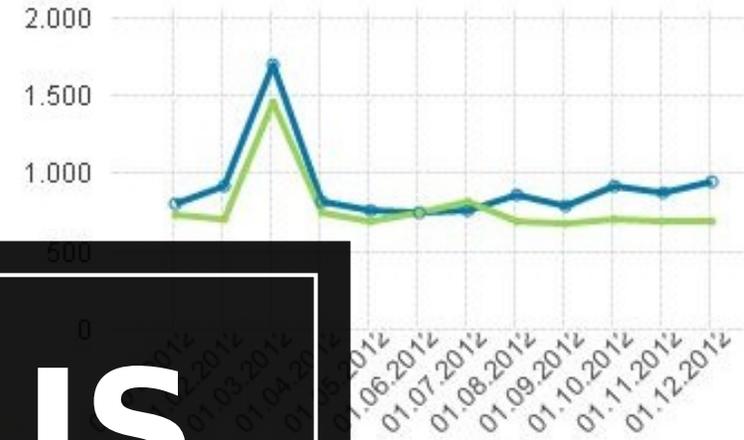


Marketing contributed Pipeline



Comparison over Time

Customer Acquisition Costs



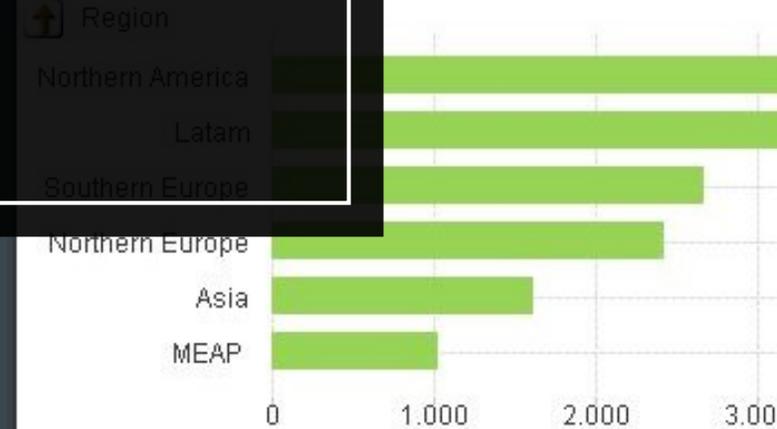
# CONHECER SEUS NÚMEROS

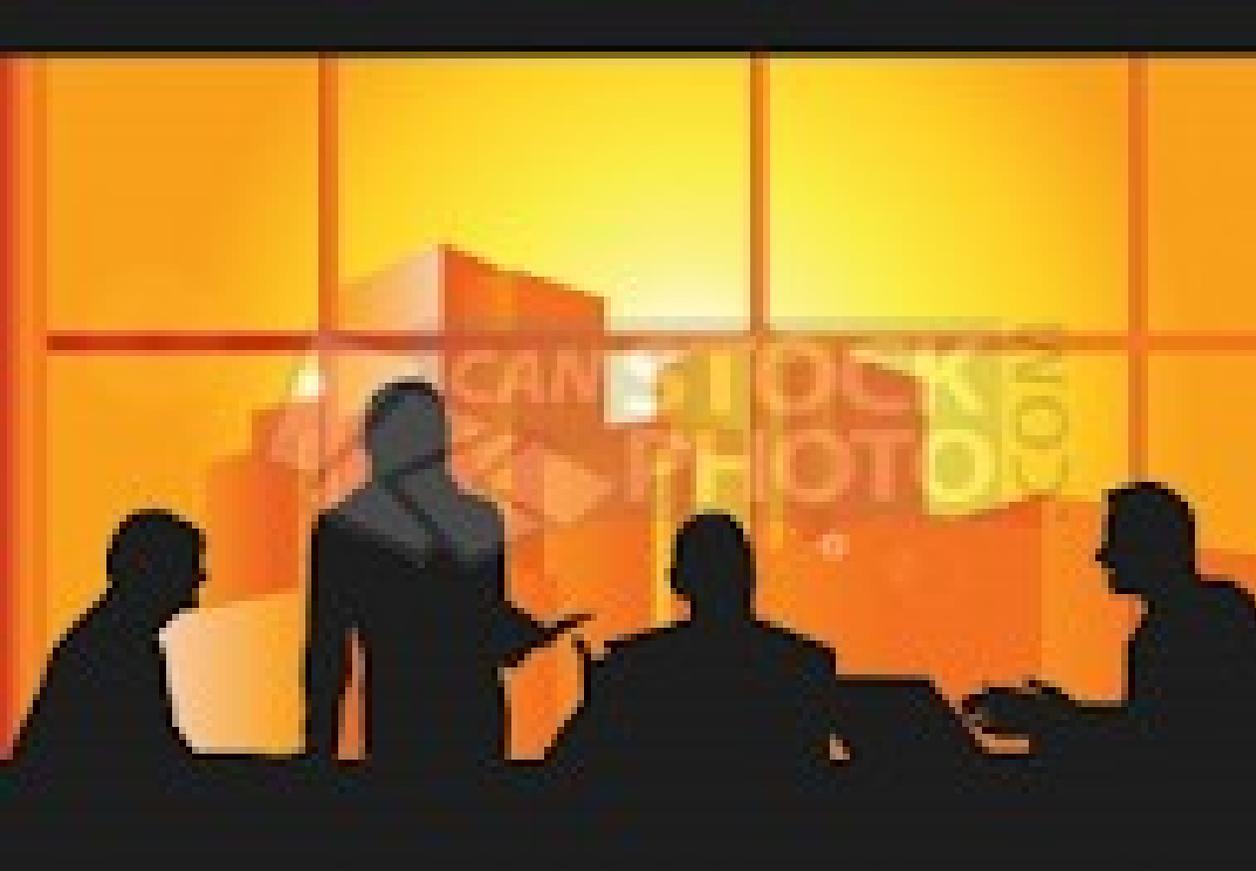
Compare Y

Cost per Lead



Number of Leads





**EQUIPE COMPROMETIDA E  
ALINHADA**

**Se você pudesse voltar  
no tempo, você  
contrataria aquela  
   pessoa?**



# ALOCAÇÃO DE CAPITAL



**LIDERE PELO EXEMPLO**

**PRIORIZE AS AÇÕES QUE  
TRAGAM RESULTADOS E  
CRIE METAS PARA ELAS**

ESTÁGIO:  
OPERACIONAL

ESTÁGIO:  
ESTRATÉGICO

ESTÁGIO:  
LIQUIDAÇÃO



- Estrutura de Capital
- M&A e Joint Venture
- Recuperação Judicial

# VENDA OU AQUISIÇÃO?

---

THAT'S A DEAL!



# ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

# S



ESTÁGIO:  
OPERACIONAL

ESTÁGIO:  
ESTRATÉGICO

ESTÁGIO:  
LIQUIDAÇÃO



- Venda de ativos
- Alteração de atividade fim
- Encerramento das atividades

I.

**Actividades**

- Crisis
- Problemas apremiantes
- Proyectos cuyas fechas vencen

II.

**Actividades**

- **Planeación estratégica**
- Prevención
- Construir relaciones
- Conocer nuevas oportunidades
- Planificación, recreación

III.

**Actividades**

- Interrupciones, algunas llamadas
- Correo, algunos informes
- Algunas reuniones
- Cuestiones inmediatas superfluas
- Compromisos sociales

IV.

**Actividades**

- Trivialidades, ajetreo
- Algunas Cartas
- Algunas llamadas telefónicas
- Pérdidas de tiempo
- Actividades agradables

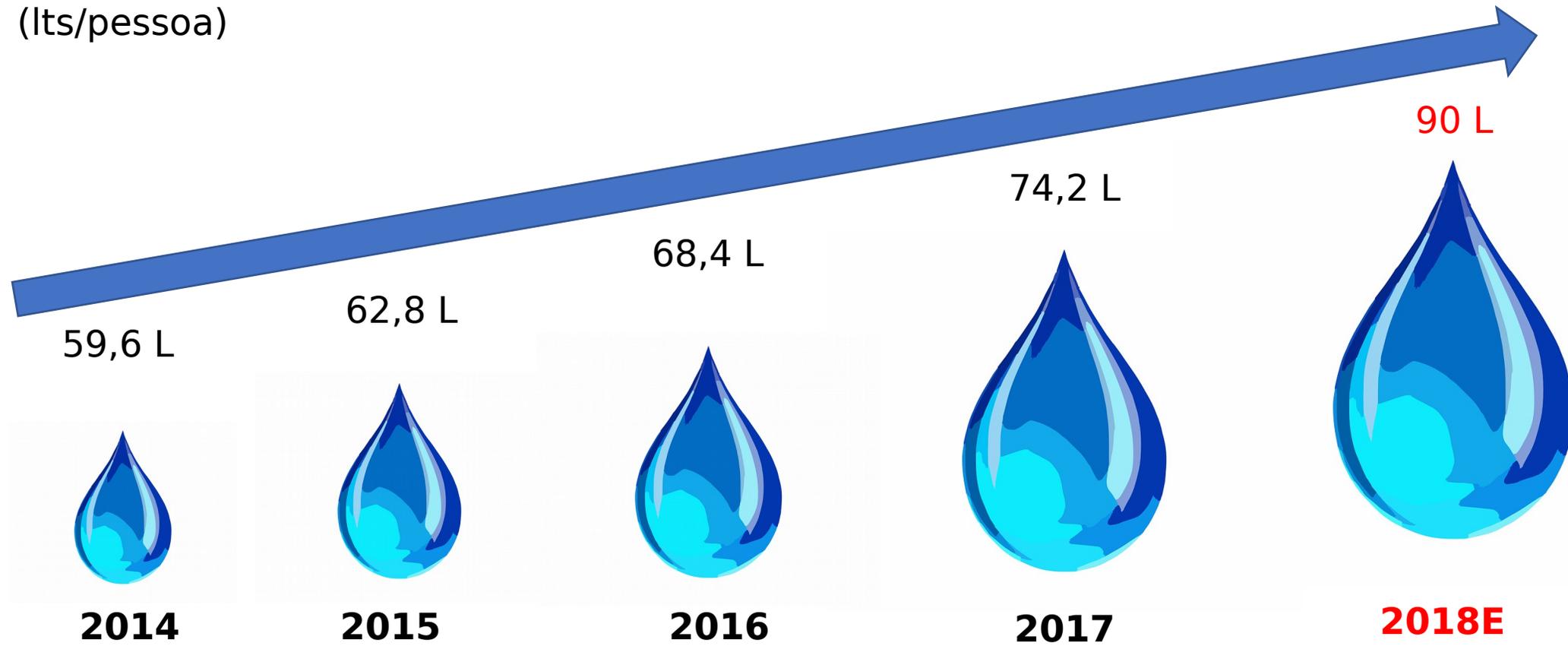
Urgente

No urgente

**CRIE  
UMA  
ROTINA**

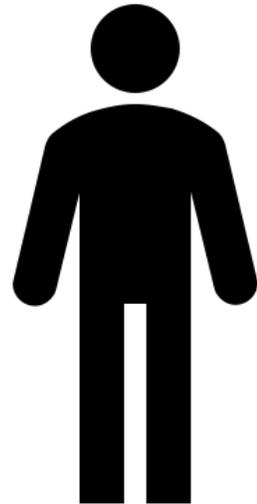
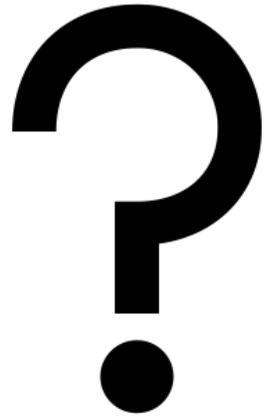
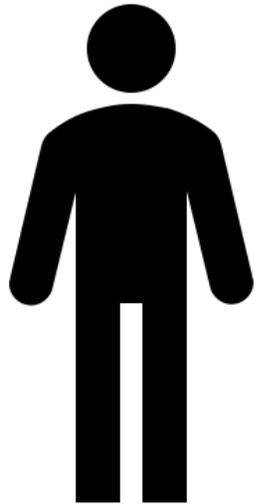
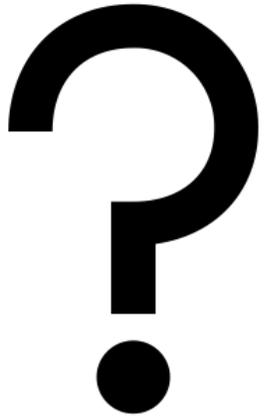
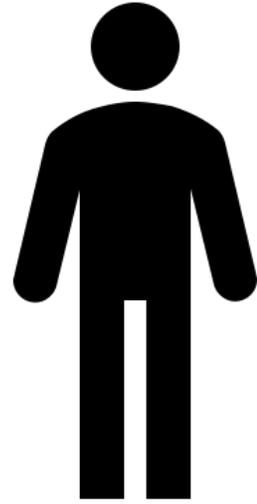
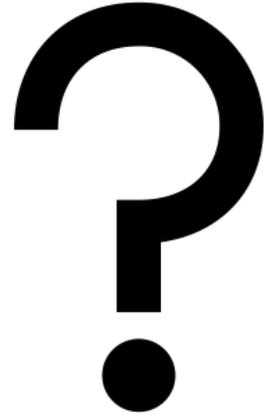
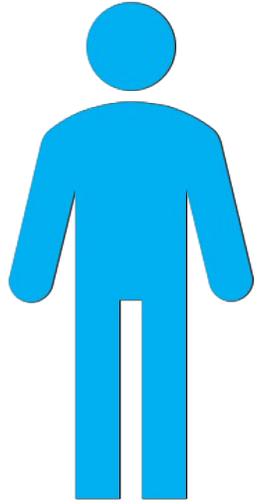
# Consumo de Água Mineral Natural no Brasil

Consumo per capita  
(lts/pessoa)



\*Fonte: DNPM

\*Dados estimados pela IBWA



# Consumo médio europeu x consumo Brasil



192 lts



90 lts

**Por que o Brasil possui um consumo tão baixo mesmo tendo a maior reserva de água mineral natural?**

---



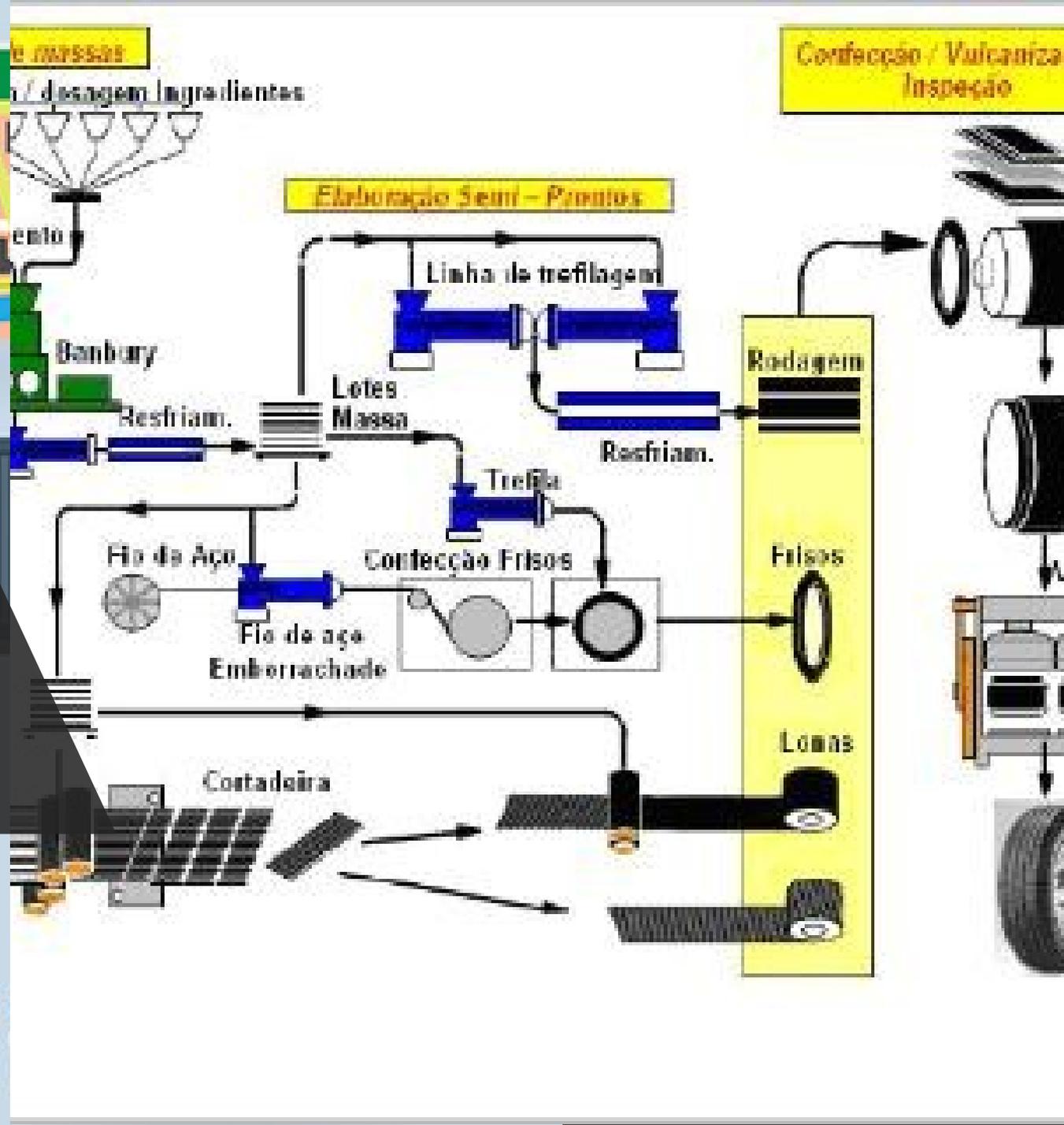
# Qual é a tendência de consumo?

---

Produtos naturais



# CONHEÇA A CADEIA DE VALOR





[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-NC-ND](#)

# PILARES

1. Missão e Valores
2. Visão de Longo Prazo
3. Equipe comprometida
4. Investem primeiro
5. Busca pela evolução
6. Possuem uma rotina

**GESTÃO**

**PESSO  
AS**

**PROCES  
SO**

**VENDA  
S**

**FINANÇ  
AS**

**BASE**

# Q&A

Bruno Rodrigues  
bmprodriques30@gmail.com  
+ 55 11 98245-4655