Roberto Sagot Monteiro

Vice-Presidente Executivo da Fundação Dom Cabral – FDC

TITULAÇÃO

- Mestrado Profissional em Administração, com foco em Internacionalização, pela Fundação Dom Cabral e pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2016.
- MBA, pela Fundação Dom Cabral, 2007.
- Especialista em Marketing, pela ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing, 1997.
- Graduado em Administração, pela Universidade Federal da Bahia, 1995.

FORMAÇÃO COMPLEMENTAR

- PGA – Programa de Gestão Avançada, pela FDC / Insead, 2018
- Skills, Tools & Competences, pela Kellogg Business School, 2009.
- Gestão Responsável para a Sustentabilidade - FDC, 2008.
- Programa de Desenvolvimento de Gestores – Fundação Dom Cabral, 2001.
- “Marketing & Sales Representative” na Wet’n Wild University – Orlando/Florida, 1996.

ATUAÇÃO PROFISSIONAL

- Vice-Presidente Executivo, responsável pelas áreas de Desenvolvimento de Organizações e Internacionalização, da FDC, desde 2016.
- Atuou como Diretor Executivo de Pessoas, Grandes Organizações, Marketing e Relações Internacionais da FDC.
- Foi Gerente de Marketing e Vendas da FDC, 2006-2012; responsável pelo mercado brasileiro. Atuou na reorganização completa da estrutura do departamento de marketing, em termos de pessoas, processos e estrutura; criação da área de CRM e Inteligência Competitiva, com finalidade de geração de informação para tomada de decisão e gestão do ciclo de vida dos clientes; redefinição da estratégia de abordagem de mercado, com incremento do foco em Web e marketing baseado em banco de dados; coordenação da renovação do portfólio de soluções educacionais; Idealização e implementação da rede de parceiros terceirizados FDC.
- Foi Gerente Sênior de Marketing da TIM – São Paulo, 2005/2006 (Empresa multinacional de grande porte no segmento de telecomunicação celular, maior regional da Tim no Brasil). Destacou-se na reestruturação do departamento, adequando estrutura e processos às necessidades da empresa e liderança de projeto de otimização de custos de marketing, gerando economias na ordem de R$ 6MM/ano, e viabilizando o cumprimento do orçamento anual.

- Foi Gerente Sênior Mercado *Consumer* Nacional da TIM BRASIL – Holding Tim, 2003-2005 (Empresa multinacional de grande porte no segmento de telecomunicação celular. HQ da Tim no Brasil), coordenou o plano de ações de choque (*turnaround team*), com aumento das vendas e melhoria nas margens unitárias: em apenas três meses foram alcançados resultados superiores aos nove meses anteriores à operação.
  Implementou ações continuadas de melhoria das margens unitárias por cliente, com alcance médio de 15% de incremento no público-alvo; liderou o grupo responsável pelo processo de integração operacional e de ofertas *consumer* entre a *holding* e as regionais no Brasil; liderou o desenvolvimento e a implantação do novo portfólio nacional de produtos e serviços para o mercado *consumer*.
- Foi Gerente Regional de Mercado *Consumer*, da TIM Maxitel MG/BA/SE, 1999-2003, empresa multinacional de grande porte no segmento de telecomunicação celular (regional da Tim, com sede em MG), fazendo planejamento, desenvolvimento e implantação do novo portfólio de produtos tarifários pós-pagos, com incremento das vendas em 20%, aliada a uma redução do custo unitário de aquisição; liderança do processo de planejamento e implementação do Tim Maxitel *turnaround plan*, para o segmento *consumer*. Foi responsável pelo lançamento pioneiro no Brasil do produto pré-pago, nos mercados de MG, BA e SE.
- Foi Supervisor Regional de Produtos pré-pagos, Analista de produtos e Assistente de Marketing da Maxitel BA/SE, 1997-1999.
- Atuou como Assistente de Marketing e Vendas da *Wet' N Wild Water Park* (Suarez Incorporações) - empresa multinacional de médio porte - franquia americana parque aquático, 1996/1997.
- Professor de pós-graduação da FDC, ministrando a disciplina "Gestão de Marcas".
- Professor dos programas abertos da FDC no tema "Redes Sociais".
- Palestrante da FDC nos temas: "Construção de Marcas" (Programa de Especialização), "Inovação para Geração de Vantagem Competitiva" (Supere, CRM-MG), "Marketing Jurídico" (AMCHAM).
- Foi debatedor convidado no evento HSM sobre Convergência Digital, 2008.
- Foi debatedor convidado no evento "Café da manhã digital" sobre o *Second Life*.
- Atuou como palestrante do evento da rede Paex - Fundação Dom Cabral, 2007.
- Atuou como palestrante do evento Ericsson – "Keep on Rolling", 2001.
- Atuou como palestrante no "Pre Paid Forum" – International Business Communications, 2001.

PUBLICAÇÕES

- Autor dos artigos: "Valor: o sobrenome do novo profissional de vendas" – site Interplayers 2010; "Miopia sobre Marketing – um risco que você não precisa correr" – *Revista Consumidor Moderno,* 2008, e "A Voz é Commodity?" – *Revista Teletime,* 2004.

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

- Prêmios de publicidade destacados: Profissionais do Ano, Marketing Best, Voto Popular, Colunistas, Campanha finalista no Festival de New York.
- Participante dos Fóruns Empresariais HSM e Expomanagement – 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010.
- Realizou "Treinamento Prático Vivencial em Selva Secundária" – Lighthouse Consultoria – 2003.
- Participou do Schurmann Corporate Workshop com regata com Família Schurmann – 2002.