

Heli Diogo

Reflexões sobre o
mercado privado

Tiago Aguiar

Quebrando regras
para criar o futuro

Marcelo Ponzoni

O poder das
escolhas
conscientes



249

empresário digital

Luiz

Candрева

UM OLHAR À FRENTE DO NOSSO TEMPO

"O FUTURO É DE QUEM SABE NAVEGAR NO CAOS
E DE QUEM FICA CONFORTÁVEL NELE."

THE BEST OF US

Inscreva seus cases de verdade no maior prêmio do marketing brasileiro, que está de volta maior, melhor e mais verdadeiro do que nunca. Marketing Best. Tendência há 30 anos.



propmark

Inscrições: marketingbest.com.br
contato@marketingbest.com.br

11 98990-0376



A revista Empresário Digital é uma publicação de propriedade da *Serinews.co*

Av. Paulista, 1079 • 8º andar
São Paulo • SP • CEP 01310-200

☎ +55 (11) 2787-6386

PUBLISHER

Marco Marcelino (MTB 44.446)

✉ mmarcelino@serinews.com.br

JORNALISTA

Jorge Luiz Mussolin (MTB 15.978)

✉ jmussolin@serinews.com.br

Projeto gráfico: Flavia Hashimoto

Designer: Patrícia Barboni e Beatriz Vaz

Imagens: Trinta Dezessete e Mike Bonfim

Web Designer: Marina Deotti

Conteúdo: Bianca Brandt e Sarah Ayume

Concierge: Mariane Suzana, Tatiane Pozze e
Alessandra Arruda

Head de Operações: Fabio Peres

✉ fperes@serinews.com.br

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da *Serinews.co*. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas e compartilhadas com devida citação da fonte *Serinews.co*.

empresário digital

A nossa proposta é conectar pessoas através de um conteúdo orientado para resultados. E com isso somar experiências, ciência e tecnologia. Faça parte! Vamos juntos construir um novo digital a cada dia.



Disponível em



App Store



Google Play

QR CODES E LINKS DIGITAIS

Nova proposta editorial pensada para ser lida em multiplataformas e conectar novas oportunidades de negócios. Um novo estilo editorial desenhado para aproximar conteúdos específicos de públicos relevantes.





**Marco
Marcelino**
Publisher

CEO | Chief Data &
Knowledge Officer
Serineews.co



in

Construa o futuro dos seus sonhos

Nesta edição, mergulhamos de cabeça em um universo de transformações e inovações que moldam o nosso futuro, impulsionado por uma crescente ansiedade por progresso. A inteligência artificial nos revela que homem e máquina podem andar de mãos dadas, trilhando um caminho de evolução sem precedentes.

Livros como "Abaixo os Gurus e Salve os Guris", de Walter Longo, nos encorajam a desafiar as métricas tradicionais e libertar nossa imaginação, explorando o potencial das IAs para criarmos algo inédito.

Nossa visão de futuro é multifacetada, contada por meio das perspectivas únicas de nossos colunistas, cujas análises são fundamentais para estarmos sempre um passo à frente, bem informados e preparados para enfrentar o amanhã.

A leitura cada vez mais se apresenta como uma poderosa aliada, permitindo-nos cocriar e encontrar novos insights, enquanto o simples ato de assistir a um vídeo nos torna meros

espectadores. Como afirmou Walter Longo, "a vida se mede em linhas e não em tempo", uma frase que ecoa em nossas mentes, nos inspirando a expandir nossos horizontes.

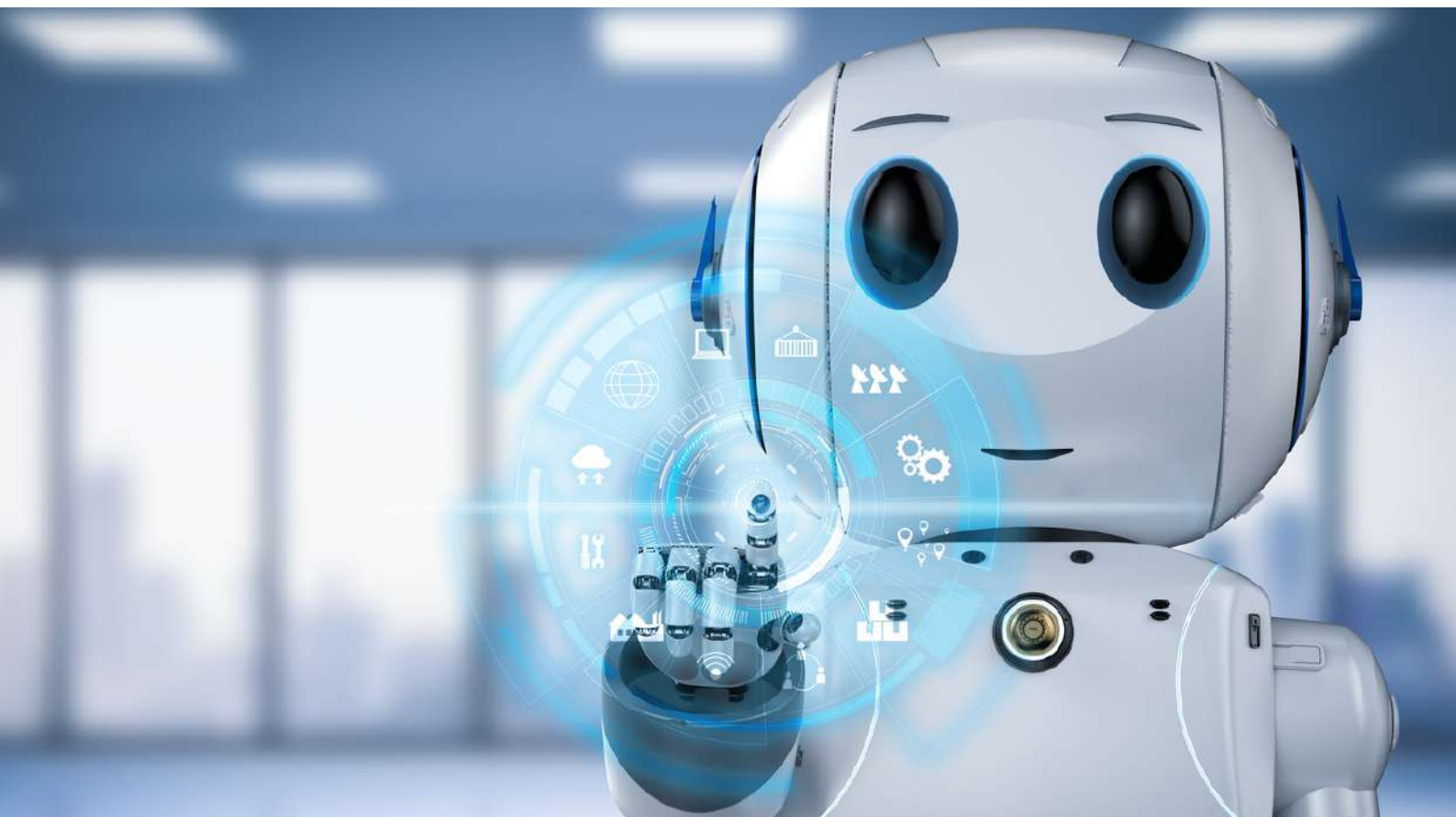
Observamos novas gerações, ansiosas por mudar o mundo, mas algumas vezes se esquecendo de organizar o próprio quarto no processo. À medida que a tecnologia avança, confrontamos a perspectiva de uma sociedade com 40 milhões de "inúteis", aqueles que vão perder suas funções. E talvez a troca seja por serviços menos braçais.

A busca incessante pelo "ter" em detrimento do "ser" nos faz refletir sobre o papel dos "terres humanos", pessoas que se pautam unicamente pelo material, relegando a humanidade e a empatia a um segundo plano.

Na entrevista exclusiva desta edição, tivemos a honra de conversar com Luiz Candreva, um dos mais brilhantes provocadores de ideias, cujo raciocínio inovador vem construindo novos cenários para empresas de ponta. Ele é um palestrante inspirador e destemido, que compartilha seu conhecimento de forma emblemática, incitando a reflexão sobre o futuro.

A revista que você lê agora é, portanto, uma ode ao otimismo e à busca incessante por um mundo cada vez mais surpreendente. Que a jornada seja épica, repleta de descobertas e transformações, e que possamos, juntos, desbravar o futuro com entusiasmo e ousadia.

Prepare-se para cocriar esse amanhã com novas ideias e análises instigantes. O futuro está na moda, e no melhor sentido dessa conclusão.



UM OLHAR À FRENTE DO NOSSO TEMPO



in

Luiz Candreva
Entrevista

Futurista, Head de inovação da Ayoo



SEM BOLA DE CRISTAL, MAS MOVIDO POR UM DIA A DIA SEM ROTINA E ATENTO À DISRUPÇÃO, O FUTURISTA LUIZ CANDREVA, HEAD DE INOVAÇÃO DA AYOO, FALA SOBRE OS DESAFIOS DAS EMPRESAS NUM AMANHÃ CADA VEZ MAIS TRANSFORMADOR E COMPLEXO DE CONCEBER.

A popularização da inteligência artificial generativa, como o ChatGPT, veio provocar o pensamento de todo mundo a respeito do amanhã. O que acontecerá com os empregos? Quais os desafios entre estimular uma tecnologia que pode trazer inúmeros benefícios, sobretudo à produtividade, e manter uma sociedade em equilíbrio socioeconômico?

Hoje, as transformações são cada vez mais rápidas, tornando mais complexa a tarefa das empresas em prever cenários do porvir e se preparar para as rupturas. Felizmente, para ajudá-las, há profissionais fora de série como Luiz Candreva.

Head de inovação na Ayoo, Candreva é o tipo de especialista que as companhias procuram quando precisam descortinar horizontes: um futurista. Nesse papel, ele contribui apontando para o autoconhecimento das organizações, questionando sobre suas dores, uma reflexão que vai levar às soluções do médio e longo prazo.

Esse olhar único e de um raciocínio muito à frente do tempo da maioria das pessoas, Luiz Candreva compartilha aqui, nesta entrevista exclusiva para a nossa reportagem.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual é o papel do futurista ao auxiliar as empresas a criar estratégias para o futuro?

LUIZ CANDREVA O futurismo parece novidade, mas já existe há muito tempo, sobretudo nos Estados Unidos, que inclusive tem essa função estabelecida dentro dos quadros das empresas. O papel de um futurista, basicamente, é desenhar cenários de futuros possíveis, desejáveis e prováveis a partir dos dados, das tendências. E aí estamos falando sobre dar longevidade para a relevância das organizações. Todo mundo ganha ou perde relevância todos os dias, mas agora isso acontece com uma velocidade muito maior, e esse é o grande desafio. Caso apareça alguma coisa interessante no mercado, o que a gente pode fazer para aproveitar isso ou minimizar riscos futuros? Por isso, o futurismo é estratégico.

EMPRESÁRIO DIGITAL Por que o futurismo agora está na moda?

LUIZ CANDREVA Existe uma contextualização histórica importante para isso. Na década de 1980, qual era



o símbolo de sucesso? Era meio que aquela coisa de Wall Street, gravata fininha... Já no final dos anos 1990, começamos a falar de ponto com (.com). A empresa tem de ser digital. De 2010 para 2020, estamos falando de mentalidade de startup, de empresas que são ágeis e conseguem desenvolver velocidade. Acontece que tudo isso se tornou default. Um evento catalisador como a pandemia fez com que muita coisa fosse acelerada, e de uma maneira muito transversal. Então, se tudo aquilo que era um diferencial, "pô, eu sou bem digitalizado, eu sou ágil o suficiente, eu adapto o processo rapidamente, etc.", virou default, as empresas começaram a olhar para o próximo passo: o amanhã. Porque hoje todo mundo já está pareado. A Procter & Gamble e a Unilever entregam com qualidade, podem ter falhas aqui e ali, mas geralmente fazem com uma qualidade absurda. Atualmente as empresas podem ser muito boas no que fazem, mas se esquecem de olhar para o amanhã.

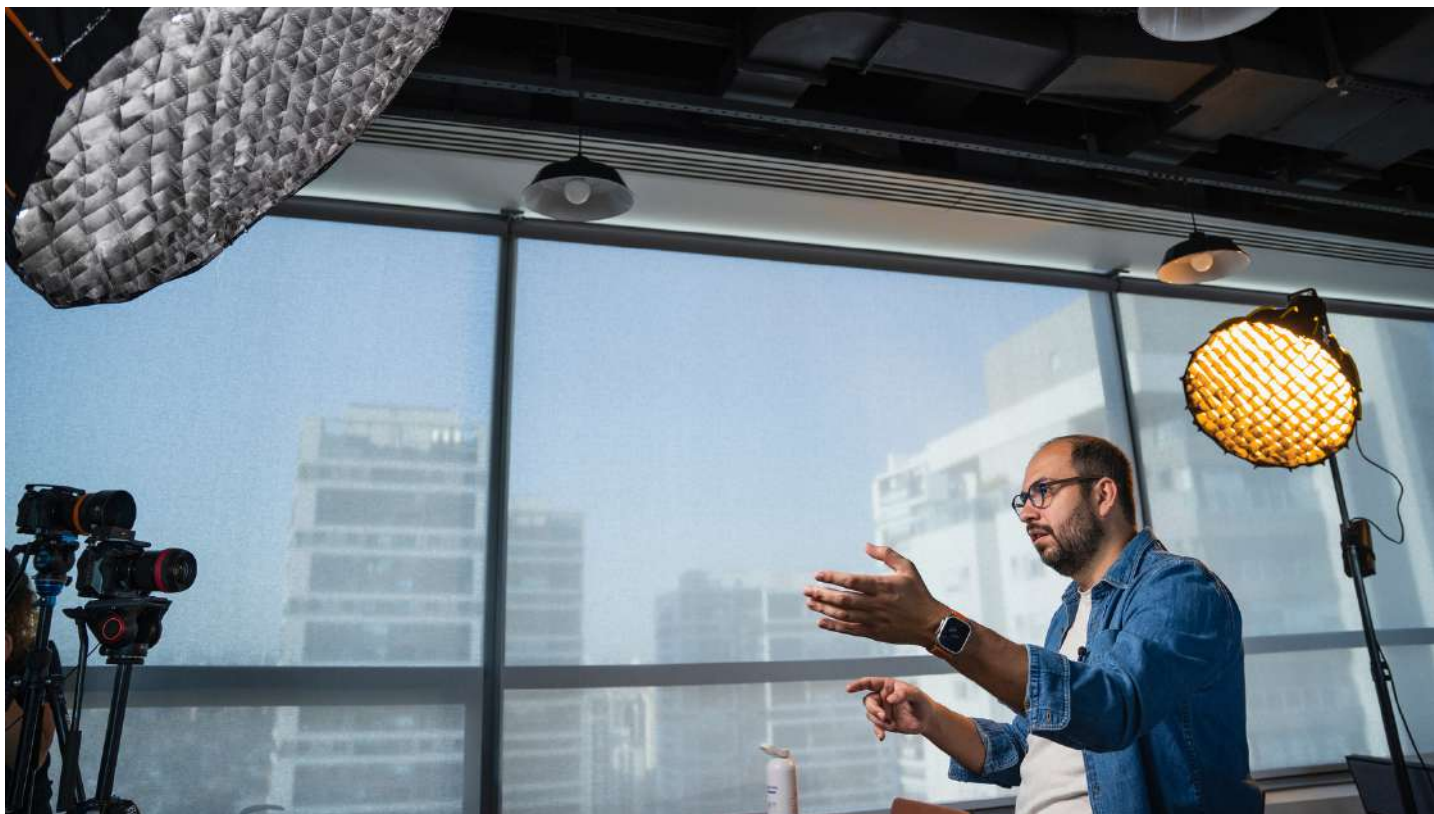
EMPRESÁRIO DIGITAL E como equilibrar essa boa performance do presente com o olhar para o amanhã?

LUIZ CANDREVA Com ambidestria. É um conceito que não é novo, mas está em voga agora. É você equilibrar a receita no presente com a relevância no futuro. E como você equilibra essas duas coisas? Trata-se de um grande desafio porque os incentivos e os processos são todos desenhados para as métricas do hoje. O desafio é entender como a gente se capacita para olhar para o amanhã, aproveitar as oportunidades, acelerar esse processo, e trazer isso para executar agora. As empresas que conseguem fazer isso com mais facilidade, com mais fluidez, preponderarão dentro do mercado. Pouco a pouco elas vão aumentar suas chances de sucesso.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como é que você vê o futuro dos negócios diante do rápido avanço tecnológico?



**"O desafio é entender como
a gente se capacita para
olhar para o amanhã."**



LUIZ CANDREVA Eu costumo trazer seis lições sobre o futuro quando eu vou conversar com alguma empresa, e a primeira delas é justamente não fazer juízo de valor. A nossa opinião importa muito pouco – a minha, a sua, a de todo mundo. O que importa mesmo é como essas coisas de fato acontecem no macro. Se nós temos influência, o que podemos fazer de positivo? Se não temos, como navegamos em paralelo? Eu costumo dizer que o futuro é de quem sabe navegar no caos, de quem fica confortável nele... Porque o caos é inevitável. Então é mais importante a gente entender como é que eu maximizo o meu retorno ou diminuo o meu risco dentro do todo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você constantemente fala sobre não óbvios, sobretudo no contexto de oportunidades

para as empresas. O que são esses não óbvios e como as empresas podem se valer deles para alcançar melhores resultados?

LUIZ CANDREVA Não óbvios, para mim, são as oportunidades que estão escondidas dentro de uma disrupção original. Na Ayoo observamos que há três pilares relacionados a isso. O primeiro são as dores, necessidades e anseios humanos. Qual é o fator humano envolvido nisso? O segundo, a tecnologia. Às vezes, quando eu falo em tecnologia, me refiro a big data, IA, metaverso... Mas é qualquer coisa que usamos para resolver um problema. No futuro, vamos parar de falar em eletrônica e começar a tratar de virtualização. E o terceiro pilar é a conjuntura. Quando temos esses três pilares, conseguimos uma grande transformação.

Canon

DO CLICK AO PRINT

Suas memórias mais lindas merecem
as melhores soluções em imagem,
da captura à impressão.



EOS M200

Câmera mirrorless de alta resolução (24.1 Megapixels). Gravação de vídeos 4K também na posição vertical para postar em redes sociais. Tela LCD 3.0" sensível ao toque inclinável em 180° para selfies. Tecnologias Wi-Fi e Bluetooth integradas.



EOS Rebel SL3

A menor e mais leve câmera EOS DSLR de alta resolução (24.1 Megapixels). Gravação de vídeos 4K e time-lapse 4K. Tela LCD 3.0" articulável sensível ao toque. Tecnologias Wi-Fi e Bluetooth integradas.



Multifuncional G610

Scanner e impressora que utiliza seis cores de tinta à base de corantes. Ideal para quem quer imprimir com qualidade fotográfica, mas com baixo custo e alto rendimento. Imprime diretamente da sua câmera Canon ou smartphone.



Então o nosso trabalho, muitas vezes, é identificar quais pilares já existem na empresa e qual está faltando. Quer ver um exemplo sobre isso? Por que a gente não fazia trabalho remoto antes da pandemia? Porque a conjuntura não exigia. Mas as tecnologias para isso já existiam, assim como houve as dores humanas. Agora vai para 1994, por exemplo, e imagina que acontece uma pandemia. Você teria a dor humana, a mudança na conjuntura, mas não teria a tecnologia para o modelo remoto ser viável. No entanto, provavelmente haveria uma pressão para que uma empresa criasse uma ferramenta de comunicação, ainda que meio mambembe. Imagine o quanto essa empresa sequestraria de relevância dos outros players... Quanto ela conseguiria de oportunidades por ter abraçado essa nova tecnologia e ter sido aquela que fez

o gatilho... A verdade é que, quando acontece uma disrupção, embaixo dela aparecem oportunidades infinitas, e os não óbvios formam um véu que nós levantamos sobre elas.

EMPRESÁRIO DIGITAL Pode dar um exemplo real disso?

LUIZ CANDREVA Sim. Há vários. Um especialmente interessante é o Hyperloop, um trem de altíssima velocidade que faz, por exemplo, São Francisco a Los Angeles, uma viagem de seis horas de carro, em 15 minutos; São Paulo a Brasília em 10 minutos. Isso já existe hoje para transporte de cargas entre Emirados Árabes e Catar, e testes para transportar pessoas também. Esses testes vêm sendo feitos em desertos americanos. Agora, esse trem vai impactar diretamente as companhias



"Nosso trabalho, muitas vezes, é identificar quais pilares já existem na empresa e qual está faltando."



aéreas. Ele é muito mais rápido, produz energia por onde vai, tem uma passagem mais barata, em média, do que a de um avião. Então naturalmente você vai quebrar o mercado das companhias aéreas. Só que também vem junto com grandes oportunidades. Imagine os benefícios para a rede hoteleira... Como fica o valor de uma estadia num hotel em Fortaleza se você tem a possibilidade de ir e voltar no mesmo dia? Você vai aproveitar a praia e voltar para São Paulo em questão de minutos. Como é que fica o valor dos imóveis de maneira geral? Porque você muda a dinâmica urbana e todo o conceito de turismo com essa transformação.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como os empresários e executivos podem identificar os sinais de transformações e se preparar para o futuro?

LUIZ CANDREVA Há diversas metodologias, mas o norte é identificar qual a dor que você vai resolver. O jornal era a melhor maneira de levar a informação quando foi criado. Era rápido, era barato, distribuía de maneira

relativamente atualizada, de um dia para o outro. O modelo de negócio? Publicidade. Mas o jornal ficou preso nesse sistema de vender a atenção das pessoas por publicidade. E assim as empresas foram sendo corroídas porque hoje a informação é commodity. Tudo o que estamos falando agora tem disponível no YouTube. O difícil é a curadoria, o selo, o filtro... Você dar a chancela para aquilo que está sendo falado. Então entender qual é a dor que você resolve permite ter mais longevidade, porque a solução muda com uma frequência enorme, mas a dor geralmente permanece. Identificar sinais implica se perguntar sempre como resolver uma dor original da melhor forma possível em determinado tempo, com as tecnologias que estão aparecendo, com as mudanças de consumo na sociedade. Fazendo essa pergunta, você vai sempre desafiar o seu modelo de negócio, porque o modelo de negócio vai parar de ser a melhor opção que você tem em algum momento. O melhor modelo é vender conteúdo neste mundo que já é cheio de conteúdo? Claro que não.



**"Entender qual é a dor
que você resolve permite
ter mais longevidade."**



EMPRESÁRIO DIGITAL O que diferencia uma tendência de algo realmente impactante?

LUIZ CANDREVA Quantas empresas têm um podcast? Um monte. Mas ninguém sabe me explicar por que tem um podcast. Potencialidade não significa estratégia. Os Estados Unidos podem invadir o México, mas eles devem fazer isso? Muitos executivos estão pensando "caramba, o pessoal todo no metaverso e eu fiquei de fora", "nossa, a galera entrou no IA e eu fiquei de fora". Há esse peso no ambiente corporativo, que traz uma percepção de risco pessoal.

Então, nesse mundaréu de oportunidades e tecnologias, o maior desafio é escolher e também saber falar não. Isso remete um pouco à minha resposta anterior, inclusive: qual é a dor essencial que essa tendência resolve? As empresas maiores acabam fazendo muitas dessas coisas e desperdiçando o recurso. Daí a importância de ter uma startup mentality... Na startup, se ela não for só naquilo que é essencial, ela morre no processo. É por isso que as startups conseguem geralmente ter um foco e um desapego ao modelo de negócio muito grande. Se ela tiver apego ao modelo, ela morre junto com ele.

I AM LIGHT

"O SER HUMANO É
LUZ E É DE DENTRO
DELE QUE PARTE UM
UNIVERSO INFINITO
DE POSSIBILIDADES."

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY



Esse apego ao modelo de negócio é um câncer corporativo. Olhando para a dor original que você precisa resolver, é possível abraçar a tendência que vai dar retorno para o seu negócio.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais são os maiores desafios do futuro?

LUIZ CANDREVA Os maiores serão os desafios éticos. Imagine que um carro autônomo se depara com uma situação em que, se virar à direita, atropela uma senhora idosa, à esquerda, uma criança atravessando a rua. E ele precisa virar para um dos lados. Qual dos dois ele atropela? Essa é uma decisão puramente filosófica, ética, humana. Se você fizer essa pergunta na Ásia, a resposta será atropelar a criança, porque lá há um respeito muito grande pelo ancião, o sábio experiente. No Ocidente é diferente. E não tem certo e errado. O problema não é técnico, o problema é humano. Como é que eu programo o carro para tomar uma decisão dessas? A questão ética passa pela IA generativa também. Sabemos que muitos empregos vão desaparecer por causa dela, e isso é natural quando surge uma tecnologia nova. Só que agora está acontecendo muito rápido. Então o grande desafio do mundo será como equilibrar para que grande parte da população não caia num buraco com a evolução da IA. E isso precisa ser pensado agora, não depois da transformação.

EMPRESÁRIO DIGITAL Temos vivido mudanças de paradigmas como o aumento de longevidade, questões como a cibersegurança e as ameaças virtuais, deepfakes, o impacto dos vieses na programação das inteligências artificiais... Como as empresas devem se mover para lidar com tudo isso?

LUIZ CANDREVA Historicamente, a humanidade sempre teve uma boa capacidade de discernir o que é verdadeiro do que é falso. Isso permitiu que, evolutivamente, chegássemos até aqui e formássemos a sociedade como um todo. Agora caminhamos para um ambiente muito próximo de não entender o que é falso, mas, para mim, o maior desafio será não saber o que é verdade. Há tecnologias que permitem que você emule ser alguém, ter a voz de um indivíduo com qualquer idade, mudando e adaptando... E não saber o que é verdade tem um efeito pernicioso para a sociedade inteira. Porque, invariavelmente, existe a busca pela verdade. Numa guerra, como parece iminente entre Taiwan e a China, dependendo da informação que for solta daqui e dali, ela incita revoltas populares gigantescas. Isso é um dos outros grandes desafios éticos que a gente tem pela frente. E falamos pouco sobre cibersegurança no Brasil, mas a terceira maior economia do mundo é o cyber crime; só perde para Estados Unidos e China. E o Brasil é um dos países mais digitalizados, portanto é um prato cheio para esse tipo de ataque. Nesses casos, as empresas precisam investir em capacitação para responder a esses crimes e fakes. Quanto à longevidade, já há uma técnica de recorte de DNA capaz de gerar seres humanos imunes a tudo quanto é doença imaginável. Então o que impede um oligarca russo doidão de fazer um super-humano? E aí temos outro desafio ético: como ter um equilíbrio numa sociedade em que convivem super-humanos com Homo sapiens comuns? Não terá mais como suplantar as desigualdades econômicas e de oportunidades. A melhor maneira de lidar com isso é aumentar o acesso de uma forma que não tenha desigualdade. Num mundo em que todos têm o superpoder de ser mais inteligente, saudável, não adoecer, ninguém é super-herói.



Bem-vindo ao anywhere office.

Conheça nossos planos especiais para empresas que buscam oferecer o uso dos escritórios flexíveis e coworking como um benefício extra aos seus colaboradores. Entre em contato e descubra mais.

Espaços de escritório, coworking e salas de reunião prontos para usar, além de escritório virtual e planos de trabalho flexível.
regus.com.br | 0800 707 3487

RegusTM Trabalhe
do seu jeito

"O **FUTURO** É DE QUEM SABE
NAVEGAR NO CAOS E DE QUEM
FICA CONFORTÁVEL NELE."

Luiz

Candрева

empresário
digital



EMPRESÁRIO DIGITAL Você tem uma rotina como futurista? Como seu lado explorador influencia a sua abordagem de futuro?

LUIZ CANDREVA Rotina é um negócio que faz algum tempo que eu não encontro mais, o que é muito bom por um lado, mas tem os seus percalços também. A minha rotina é de muitas viagens. Em 2022, por exemplo, eu peguei 171 voos, dá para perceber que eu passo boa parte do ano viajando. Inclusive, por isso, eu não tenho mais nem residência fixa. Eu não moro em lugar nenhum. Já faz mais ou menos um ano e meio... Percebi que eu já ficava muito em hotéis, passava só cinco dias por mês de fato em casa. A minha falta de rotina me impõe um desafio diferente. O profissional do futuro é aquele que consegue resolver problemas complexos. E a melhor maneira que eu encontrei para isso na vida é o que eu chamo de experiências cruzadas: a nossa capacidade de trazer experiências da nossa

vida pessoal e aplicar para resolver problemas profissionais ou vice-versa. Recentemente eu fiz uma das trilhas mais perigosas do mundo, no Havaí. Outro dia, fui aprender a fazer acrobacia em biplanos, um avião de 1935, na Califórnia. O que isso tem a ver com o futuro? Tem a ver com desafios que você encontra e habilidades que tem que desenvolver para aquele momento. Isso vale para várias situações. Às vezes, no dia a dia empresarial, você pensa "cara, como é que eu consigo acalmar o meu eu, o meu ser, para conseguir fazer isso?". Então, essas habilidades vão compondo um conjunto, um repertório, que permite que você tenha uma caixa de ferramentas maior para resolver o amanhã.

Construir experiências únicas é a missão de quem trabalha com sonhos.



A história da Agaxtur viagens é também o início da história do turismo no Brasil. E hoje, ao longo de **mais de 67 anos de tradição**, a Agaxtur preserva sua história com excelência e oferece, com modernidade e qualidade inigualável, o prazer de viajar aos seus passageiros. Consulte-nos, aponte seu celular para o QR Code abaixo e escolha como quer ser atendido!



AGAXTUR
VIAGENS
www.agaxturviagens.com.br



Tiago Aguiar
Inovação
Corporativa



in

Quebrando regras para criar o futuro

Phill Knight, o renomado fundador da Nike, afirmou uma vez: "Você é lembrado pelas regras que quebra". Essa frase emblemática pode ser aplicada não apenas ao mundo dos negócios, mas especificamente à inovação corporativa. A capacidade de desafiar o status quo, de questionar as regras estabelecidas e ultrapassadas, é essencial para impulsionar o progresso e garantir a sobrevivência das empresas em um ambiente de constante mudança. Neste artigo, vou explorar como a "quebra de regras" está intrinsecamente ligada à inovação e ao papel dos profissionais inovadores na criação de um futuro próspero para suas organizações.

A inovação corporativa é um processo desafiador que exige coragem e determinação para desafiar as convenções estabelecidas. Ao longo dos anos, muitas regras foram criadas para orientar as empresas, mas nem sempre se aplicam aos tempos atuais. Essas regras desatualizadas podem criar uma zona de conforto perigosa, onde as organizações se contentam em seguir o caminho já traçado, ignorando as mudanças do mercado.

Dentro de uma empresa, os profissionais responsáveis pela inovação têm a responsabilidade de romper com a monotonia e a complacência. Se eles não estiverem criando algum desconforto ou atrito, é um sinal de que não estão cumprindo seu papel adequadamente. Inovar requer sair da zona de conforto, desafiar as normas estabelecidas e buscar constantemente novas abordagens.

A inovação não surge do nada; é alimentada pelo atrito, pelo confronto saudável de ideias. Ao questionar as regras estabelecidas, os profissionais inovadores podem desafiar as noções preexistentes e criar espaço para a criatividade florescer.

"Empresas não morrem por fazer a coisa errada, morrem por fazer a coisa certa por tempo demais."

Essa frase proferida por Walter Longo é profundamente relevante no contexto da inovação corporativa. O sucesso passado e as práticas consolidadas nem sempre são garantia de sucesso futuro. Empresas que se apegam ao que funcionou no passado e relutam em se adaptar às mudanças do mercado correm o risco de perder sua relevância e, em última análise, sua sobrevivência. A inovação é um processo contínuo, e a capacidade de revisar, adaptar e quebrar as regras antigas é crucial para garantir a viabilidade futura.

Para inovar, é necessário questionar e, se necessário, quebrar as regras estabelecidas. Não se trata de operar

em um ambiente de anarquia, mas sim de criar um espaço onde a experimentação e a criatividade possam prosperar. Ao eliminar as regras rígidas, é possível testar novas abordagens e descobrir o que realmente funciona. À medida que um novo cenário e contexto se formam, é possível então criar regras atualizadas que permitam replicar e sustentar o sucesso alcançado.

É importante ressaltar que quando falo sobre quebrar regras para promover a inovação, isso não significa, em hipótese alguma, violar princípios éticos, valores morais ou agir de forma desonesta. A quebra de regras aqui mencionada refere-se à contestação de normas estabelecidas que possam estar limitando o potencial criativo e inovador de uma organização.

Um exemplo inspirador de uma equipe interna que desafiou as regras da própria empresa e alcançou sucesso na criação de uma inovação é a equipe da Netflix.

Antes de se tornar a gigante do streaming que conhecemos hoje, a Netflix era uma empresa que alugava DVDs pelo correio nos Estados Unidos. Em meados dos anos 2000, quando o modelo de negócio baseado em DVDs estava crescendo, a equipe interna da Netflix começou a perceber as mudanças no comportamento do consumidor e a ascensão da internet de alta velocidade.

Enquanto a maioria das empresas de locação de DVDs acreditava que seus negócios continuariam prosperando, a equipe da Netflix desafiou essa suposição e viu uma oportunidade de inovação no mercado emergente de

streaming de vídeos. Eles perceberam que o futuro estava no acesso instantâneo e conveniente ao conteúdo, em vez da dependência dos DVDs físicos enviados pelo correio.

Com essa visão, a equipe interna da Netflix, liderada por Reed Hastings e Marc Randolph, começou a investir no desenvolvimento de uma plataforma de streaming online. Eles enfrentaram resistência interna e até mesmo críticas do próprio conselho da empresa, mas permaneceram firmes em sua crença de que o streaming era o futuro do entretenimento.

Finalmente, em 2007, a Netflix lançou seu serviço de streaming de vídeos, permitindo que os assinantes assistissem a filmes e programas de TV instantaneamente em seus computadores. Essa mudança revolucionou a indústria do entretenimento, tornando a Netflix líder do setor de streaming e mudando para sempre a forma como as pessoas consomem conteúdo audiovisual.

Outro exemplo de equipe interna que quebrou o status quo e conseguiu inovar e criar um novo produto é a equipe da 3M responsável pelo desenvolvimento do Post-it.

Na década de 1970, a 3M era conhecida principalmente por seus produtos adesivos industriais. No entanto, Spencer Silver, um químico da 3M, havia desenvolvido acidentalmente um adesivo de baixa aderência que não se mostrava útil para as aplicações tradicionais da empresa. Ao invés de descartar essa descoberta, Silver decidiu compartilhar suas descobertas com colegas de trabalho.

Foi então que Arthur Fry, outro funcionário da 3M, teve a ideia de usar o adesivo de baixa aderência para criar pequenas notas autoadesivas que pudessem ser facilmente removidas e reposicionadas. Juntos, Silver e Fry formaram uma equipe interna que começou a desenvolver e aprimorar o conceito.

Apesar de enfrentarem ceticismo e resistência inicialmente, a equipe persistiu em sua visão e refinou o produto. Eles encontraram uma solução para a baixa aderência, permitindo que as notas aderissem a diferentes superfícies sem danificá-las. Em 1980, o Post-it foi lançado comercialmente pela 3M.

A equipe interna da 3M quebrou o status quo da empresa, que era focada em adesivos industriais, e criou um produto icônico e amplamente utilizado em todo o mundo.

Conclusão:

A inovação corporativa exige coragem, flexibilidade e a disposição de desafiar as regras estabelecidas. Aqueles que desempenham o papel de impulsionadores da inovação devem estar preparados para criar incômodo, gerar desconforto e enfrentar atritos. É através do confronto saudável de ideias, da revisão das regras ultrapassadas e da criação de um ambiente propício à experimentação que as empresas podem inovar e criar um futuro promissor. Lembre-se: "Você é lembrado pelas regras que quebra". Portanto, ouse desafiar o status quo, questionar o que é considerado "certo" e construir um caminho único para o sucesso empresarial.

Academia Brasileira de Marketing. Entidade com 230 integrantes entre os maiores empresários e executivos do Brasil.

Assista aos depoimentos dos principais líderes e realizadores do marketing brasileiro no portal da Abramark.



CONTEÚDOS EXCLUSIVOS
WWW.ABRAMARK.COM.BR



**CHRISTIANNE
REGO**

HFM
HALL OF FAME MEMBER



**ÍTALA
HERTA**

HFM
HALL OF FAME MEMBER



**FÁBIO
COELHO**

HFM
HALL OF FAME MEMBER



**SERGIO
GORDILHO**

HFM
HALL OF FAME MEMBER



**Andrea
Dietrich**
Transformação
Digital

Estrategista de
Transformação Digital &
Branding, Co-founder
da Ambidestra,
Podcaster e Palestrante



in

A evolução da omnicanalidade para o comércio unificado no varejo

Dados recentes da consultoria eMarketer revelaram que ambos os canais, varejo físico e online, tiveram um crescimento de cerca de 11% em 2022, onde o e-commerce desacelerou pós-pandemia e lojas físicas continuaram a ter destaque. Segundo Zia Wigder, Chief Content Officer (CCO) da eMarketer, daqui em diante o varejo digital e físico devem crescer com taxas muito similares.

Se os varejistas ainda tinham um questionamento de em qual canal investir mais e melhor, agora o racional precisa ser diferente, pois os canais de comércio estão unificados na jornada do consumidor.

Estamos vivendo uma transição entre a omnicanalidade para o comércio unificado, um conceito que está redefinindo a maneira como as empresas se relacionam com os clientes e como operam em um ambiente altamente competitivo.

SIM, RICARDO AMORIM É AMPLAMENTE CONSIDERADO UM EXCELENTE PALESTRANTE. ELE É CONHECIDO POR SUA HABILIDADE EM EXPLICAR CONCEITOS ECONÔMICOS DE MANEIRA CLARA E ACESSÍVEL, TORNANDO-OS COMPREENSÍVEIS PARA O PÚBLICO EM GERAL, INDEPENDENTEMENTE DO NÍVEL DE CONHECIMENTO PRÉVIO SOBRE O ASSUNTO. SUA EXPERIÊNCIA E CONHECIMENTO EM ECONOMIA E FINANÇAS, COMBINADOS COM SUA PERSONALIDADE CATIVANTE E ESTILO DE COMUNICAÇÃO ENVOLVENTE, FAZEM COM QUE SUAS PALESTRAS SEJAM MUITO PROCURADAS. ELE É ELOGIADO POR SUA CAPACIDADE DE OFERECER INSIGHTS VALIOSOS E RELEVANTES SOBRE A ECONOMIA GLOBAL E BRASILEIRA, ALÉM DE COMPARTILHAR PERSPECTIVAS DE LONGO PRAZO. ALÉM DISSO, RICARDO AMORIM TEM UMA ABORDAGEM OTIMISTA EM RELAÇÃO AO POTENCIAL ECONÔMICO DO BRASIL E É HABILIDOSO EM TRANSMITIR ESSA VISÃO DE FORMA INSPIRADORA. SUA EXPERIÊNCIA COMO CONSULTOR DE EMPRESAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS TAMBÉM CONTRIBUI PARA A QUALIDADE DE SUAS PALESTRAS, TRAZENDO EXEMPLOS PRÁTICOS E INSIGHTS SOBRE ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS. NO GERAL, RICARDO AMORIM É AMPLAMENTE ELOGIADO POR SUA HABILIDADE DE PALESTRANTE, COMBINANDO SEU CONHECIMENTO ECONÔMICO COM UMA COMUNICAÇÃO EFICAZ, O QUE O TORNA UMA ESCOLHA POPULAR PARA EVENTOS CORPORATIVOS, CONFERÊNCIAS E OUTROS FÓRUMS ONDE AS QUESTÕES ECONÔMICAS SÃO DISCUTIDAS.

Respondido pelo ChatGPT.

A omnicanalidade surgiu como uma resposta à necessidade de oferecer aos consumidores múltiplos pontos de contato.

Omnicanalidade: além dos canais tradicionais

A omnicanalidade surgiu como uma resposta à necessidade de oferecer aos consumidores múltiplos pontos de contato, independentemente do canal escolhido para interagir com a marca. Muitas vezes, esses canais funcionavam isoladamente, resultando em uma experiência fragmentada para o cliente.

A evolução da omnicanalidade trouxe consigo a integração desses canais, permitindo que os consumidores se movam suavemente entre eles, mantendo sua jornada de compra consistente. As empresas começaram a adotar tecnologias que sincronizavam dados e processos em todos os canais, permitindo, por exemplo, que os clientes pudessem comprar online e retirar na loja física ou devolver itens comprados online em uma loja local. Em 2021, a participação do omnichannel na operação da Petz, por exemplo, foi de 86,9% da receita bruta digital total.

Do omnicanal ao comércio unificado: uma transformação profunda

O comércio unificado representa a próxima fase na evolução do varejo, indo além da integração de canais para criar uma experiência verdadeiramente coesa e unificada para os clientes. Nesse cenário, não existem mais "canais separados", mas sim um ecossistema harmonizado no qual todas as interações e transações são interligadas de forma inteligente. De acordo com um relatório da consultoria Aberdeen Group, empresas que adotaram uma plataforma de comércio unificado registraram um aumento médio de 7,5% nas receitas anuais.

A base do comércio unificado é a centralização de dados. As empresas estão implementando sistemas robustos de gerenciamento de dados que unificam informações de inventário, histórico de compras, preferências dos clientes e outros dados relevantes em um único

Até 1449 m²/h

Série Inca Onset X

Impressoras de cama plana de extrema produtividade



Até 905 m²/h

Série Jeti Tauro

Impressoras híbridas de alta velocidade



Até 270 m²/h

Avinci

Impressão têxtil por sublimação de tinta - direta ou em papel transfer



Até 248 m²/h

Jeti Mira

Impressora de cama plana de alta qualidade com sistema rolo a rolo acoplável



Até 224 m²/h

Oberon

Impressora de rolo de alta velocidade



Até 129 m²/h

Série Anapurna

Impressoras de cama plana, rolo a rolo e híbridas de média velocidade



Software Asanti

- Automação de pré-impressão
- Operação intuitiva e visão geral
- Powered by Adobe PDF Print engine
- Fluxo de trabalho e gerenciamento de cores



Tintas

- UV e Sublimática
- Aplicação rígida e flexível
- Fina camada de tinta (maior rendimento)
- Certificado GREENGUARD Gold

Soluções completas para todas as suas necessidades de produção de impressão

Quando construímos soluções de impressão a jato de tinta, ajustamos todos os elementos uns aos outros: impressora, tintas, mídia, aplicações e processos de fluxo de trabalho. É por isso que você pode contar com uma qualidade de impressão excepcional e consistente, confiabilidade 24 horas por dia, 7 dias por semana, e operações sustentáveis. Além disso, prestamos serviços e suporte impecáveis em todo o mundo.

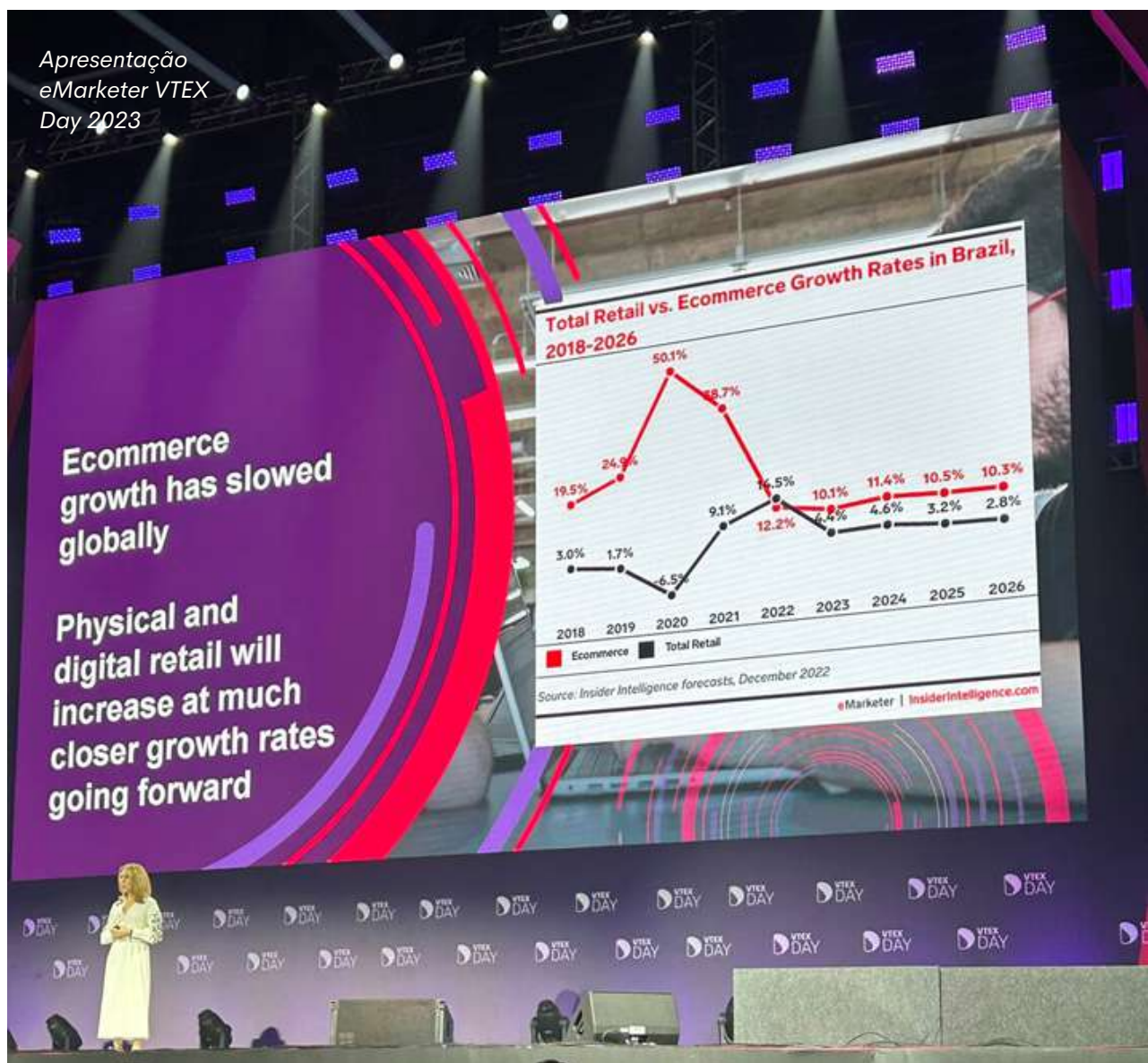
ponto de acesso. Isso permite uma visão holística dos clientes, possibilitando a personalização das interações em tempo real, independentemente do canal utilizado.

Então a questão não é um ou outro, mas sim como compor a melhor estratégia numa jornada fluida e positiva para o seu cliente, aproveitando os pontos fortes de ambos os canais.

Com uma compreensão profunda da jornada do consumidor, análise de

dados, integração dos canais, investimento em tecnologia e foco na experiência do cliente, os varejistas podem equilibrar suas contas e alavancar o crescimento em ambos os mundos, aumentando sua presença no mercado e fortalecendo sua posição competitiva.

Mas a transição para o comércio unificado não é apenas uma questão tecnológica, mas uma mudança cultural e estratégica. As empresas precisam adotar uma abordagem centrada no cliente, redefinindo processos internos e o comportamento dos times.





MODA SUSTENTÁVEL SOB DEMANDA.

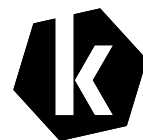


Transforme sua indústria da moda com Kornit Digital

A tecnologia da Kornit Digital, seja para a impressão de peças ou tecidos em rolo, oferece altíssima qualidade de forma sustentável, permitindo que você aumente sua produtividade e competitividade.



www.kornit.com/pt-br



Kornit
Digital
bonding
matters



Heli Diogo Blockchain, Web3 e NFT

CEO Matrix Co



Reflexões sobre o mercado privado

Em um cenário empresarial cada vez mais dinâmico, compreender as nuances do mercado privado torna-se cada vez mais crucial para investidores, startups e analistas de mercado. O recente relatório da Carta sobre o Estado dos Mercados Privados para o Q2 de 2023 serve como um farol de clareza nestes tempos incertos, revelando algumas mudanças pivotais que estão reformulando o ecossistema de investimento. Para profissionais de negócios e investidores que buscam navegar nesse terreno em evolução, apreciar o significado dessas tendências não é apenas vital – é imperativo.

Uma das primeiras revelações do relatório é o aumento dos *downrounds*. Historicamente, os *downrounds* – rodadas de investimento onde as startups recebem uma avaliação inferior em relação às rodadas anteriores – mantinham-se em uma certa norma. Contudo, os dados atuais revelam uma partida dramática do passado: *downrounds* agora representam 20% de todas as rodadas, marcando um aumento de 2x. Tal onda não apenas sublinha a cautela aumentada exercida pelos investidores, mas também destaca as pressões que as startups enfrentam ao justificar seus *valuations*.

Embora o aumento dos *downrounds* possa ser motivo de preocupação para muitos, a

O relatório lança luz sobre a ocorrência de reestruturações

proeminência das rodadas "Bridge" corrobora ainda mais essa narrativa de cautela. Segundo a Carta, as rodadas "Bridge" constituíram um impressionante 38% de todas as rodadas no Q2. Essas rodadas, frequentemente percebidas como curativos financeiros de curto prazo, são normalmente buscadas por empresas que necessitam de uma infusão imediata de capital. A dominância das rodadas "Bridge" pode ser indicativa de um padrão mais amplo: as startups estão achando cada vez mais desafiador avançar de uma grande rodada para a próxima.

Aprofundando-se ainda mais nos dados, o relatório lança luz sobre outra tendência digna de nota: a ocorrência de reestruturações. Estas foram relatadas em 2,9% das rodadas. Embora esse número possa parecer pequeno à primeira vista, as implicações de tais rodadas são profundas, muitas vezes sinalizando reestruturações significativas ou mudanças estratégicas.

No entanto, não é apenas o tipo ou natureza das rodadas que está presenciando uma mudança. A dinâmica temporal também está se transformando. O lapso de tempo entre rodadas sucessivas aumentou em 40%. Curiosamente, essa extensão reflete os ciclos de vendas cada vez mais longos que observamos em empresas de software.

Ainda assim, em meio a esses sinais claros de cautela e os desafios que as

startups parecem enfrentar, há um vislumbre de resiliência. Os *valuations* iniciais, muitas vezes um teste decisivo para o sentimento mais amplo nos mercados privados, permaneceram notavelmente estáveis. Houve apenas uma modesta queda de 15% nos *valuations pre-money*, sugerindo que, embora os investidores estejam indiscutivelmente mais circunspectos, sua fé nas empresas em early stage permanece em grande parte inabalável.

No entanto, há uma métrica do relatório particularmente pungente. As taxas de funcionários exercendo suas opções de *share option* caíram para o mais baixo desde o início da Covid. Estar em meros 26%, abaixo dos 46%, pode ser indicativo de vários fatores.

Concluindo? Os mercados privados estão indiscutivelmente em fluxo. Enquanto os desafios abundam, evidenciados pelo aumento dos *downrounds* e rodadas "Bridge", há também sinais de esperança e otimismo.

Olhando para o futuro, essas tendências, iluminadas pelas percepções da Carta, estão prontas para moldar a paisagem de investimento de inúmeras maneiras. Investidores perspicazes fariam bem em atentar-se a essas mudanças, adaptar suas estratégias e aproveitar as oportunidades que esse ecossistema em evolução promete.



Julian Tonioli Investidor

Engenheiro pela
USP e sócio-
fundador da Auddas.



in

Os três principais pilares para uma **Rodada de investimento bem-sucedida**

No mundo dos negócios, a busca por investimentos desempenha um papel crucial para as empresas que almejam expandir suas operações e atingir novos horizontes. No entanto, nem todos os investimentos são iguais, e os empreendedores devem estar atentos aos principais pilares que sustentam uma rodada de investimento bem-sucedida.

Em um cenário desafiador para o ambiente de negócios brasileiro em 2023, é animador observar que muitas empresas, que representaram aproximadamente 21% do Produto Interno Bruto (PIB) e alcançaram um faturamento de R\$ 2,1 trilhões no ano passado, ainda têm a intenção de investir na expansão de suas atividades ao longo deste ano.

Como empreendedor, mesmo dentro dessa expectativa, é crucial entender os elementos essenciais para uma rodada de investimento. Ao buscar financiamento externo, é fundamental considerar cuidadosamente os seguintes pontos para garantir uma parceria adequada e um crescimento sustentável: o primeiro deles é qual o uso do capital que será feito, ou seja, qual a sua estratégia para utilização desse investimento.

Encontrar o investidor adequado é um aspecto crucial durante uma rodada de investimento.

Captar recursos demanda tempo, é caro, traz uma série de responsabilidades e, portanto, não é uma tarefa a se fazer sem que se tenha clareza absoluta de qual a tese por trás do mesmo. O que se espera com esses recursos? Quais os impactos na companhia? Como isso gera valor adicional para o empreendedor? E se der errado, qual o impacto desse movimento? Ter clareza e um bom planejamento para esses pontos é fundamental para uma rodada de investimento bem executada.

O segundo pilar é observar o perfil do investidor ideal. Encontrar o investidor adequado é um aspecto crucial durante uma rodada de investimento. É essencial buscar um investidor cujas características estejam alinhadas com os objetivos e a visão de negócio do empreendedor. É importante avaliar se possui um conhecimento aprofundado do setor em questão ou se está disposto a aprender e compreender o modelo de negócio. Além disso, é relevante considerar se está disposto a acompanhar o empreendedor em futuras rodadas de investimento, o que pode proporcionar estabilidade e continuidade ao crescimento da empresa.

A clareza em relação à estrutura da transação é também essencial para evitar surpresas ou conflitos futuros. O empreendedor deve compreender se o investimento será disponibilizado integralmente no início ou se será liberado em etapas, de acordo com as necessidades do negócio. Além disso, é importante discutir questões relacionadas à governança da empresa após o investimento. Ter autonomia e flexibilidade para tomar decisões estratégicas pode ser extremamente valioso para os empreendedores. Portanto, é fundamental estabelecer uma estrutura que permita ao empreendedor exercer sua visão e agir de acordo com as necessidades do negócio.

Ao considerar esses três pilares – estratégia da captação, perfil do investidor ideal e estrutura da transação – os empreendedores aumentam significativamente suas chances de obter o financiamento necessário e estabelecer parcerias sólidas que impulsionam o sucesso de seus negócios no longo prazo. Portanto, ao embarcar nessa jornada de captação de recursos, reforço que é essencial que os donos de empresas estejam atentos e busquem parceiros estratégicos.



**Marcelo
Ponzoni
Publicidade**

Founder CEO
na R,MP



in

O poder das escolhas conscientes

Conhecemos o passado pelos fatos históricos, vivemos o presente numa jornada desenfreada de acontecimentos e descobertas e pouco ou nada sabemos de fato sobre o futuro, dizem até que a grande maioria das pessoas se acostuma com a situação, mesmo que caótica, por total medo deste amanhã desconhecido, fazendo com que se paralise ao invés de se jogar ao futuro com otimismo, descoberta e verdadeira disposição ao enfrentamento do novo.

Por algum motivo, nunca gostei do estável, do cotidiano, em saber o que já estava programado ou possível de se acontecer amanhã. No fundo, esta é só uma das inúmeras formas de viver a vida. De fato, no que acredito e onde deposito as minhas fichas é no hoje, na lucidez da minha consciência, na deflagração de minhas ideias, e claro, nas causas efetivas, decisões e escolhas que poderão desenhar razoavelmente os objetivos do amanhã.

O fato do desconhecimento total sobre o amanhã sempre me manteve com uma sensação de adrenalina permanente, e assim, diariamente fico conciliando os efeitos e resultados dos meus atos anteriores.

GRANDES NOMES DA PROPAGANDA 100% ONLINE

DIRETORES DE MARKETING, CRIATIVOS E PERSONALIDADES DA PROPAGANDA ESTÃO AQUI.
NOS ACOMPANHE EM NOSSOS CANAIS E FIQUE POR DENTRO DOS ACONTECIMENTOS
QUE MOVIMENTAM O MERCADO PUBLICITÁRIO.

 GRANDESNOMESDAPROPAGANDA.COM.BR

 [GRANDESNOMESDAPROPAGANDA](https://www.youtube.com/GRANDESNOMESDAPROPAGANDA)

 [@PROGRAMAGNP](https://twitter.com/PROGRAMAGNP)

 [/PORTALGNP](https://www.facebook.com/PORTALGNP)



P&D Comunicação

APOIO:



ecommerce
CAMP:)



Com a maturidade compreendemos com mais nitidez a desnecessidade de ficarmos tão ansiosos com o dia, semana e mês seguinte, passamos a focar mais nos entendimentos das leis universais que regem nossa jornada, tendo ainda mais foco no crescimento de uma consciência humanizada, percebendo ainda mais as reais importâncias da vida em suas inúmeras formas de relacionamento.

Futuristas de todas as partes do mundo tentam conseguir desenhar os próximos meses, anos, décadas, e acho isto bem interessante, pois tentam de alguma forma acender faróis como guias.

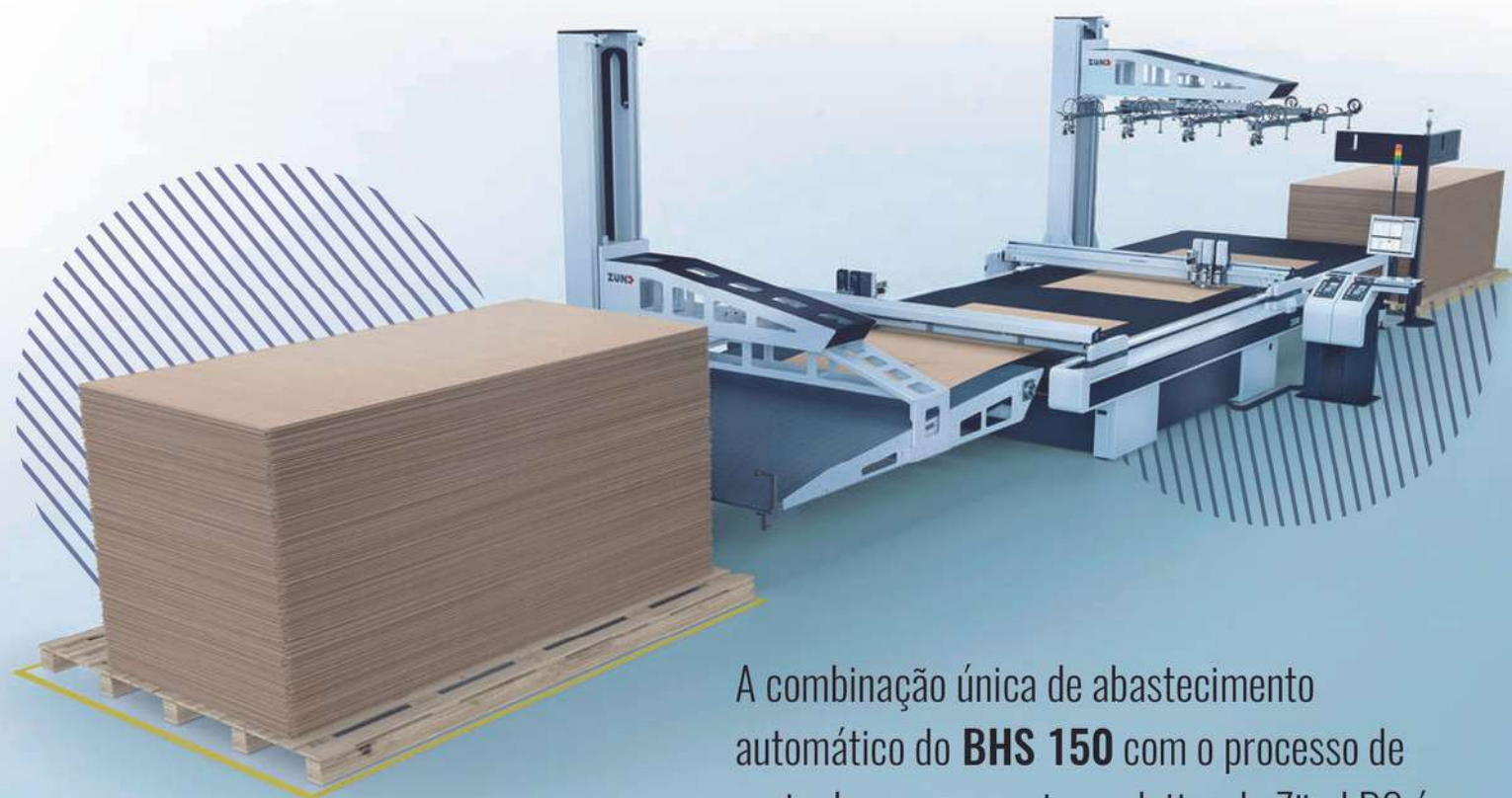
Mas também sinto um desequilíbrio na evolução humana, em detrimento das obsessões do TER a qualquer custo, sem que o SER acompanhe os entendimentos da vida por óticas mais éticas e nobres.

De uma forma ou de outra, teremos que enfrentar os nossos futuros e, enquanto não temos uma bola de cristal com IA, continuarei focado em minha evolução pessoal, com olhar sempre especial à conscientização humana, e muito, muito cuidado com o direcionamento de nossos pensamentos, falas e atitudes, pois são eles que irão de fato desenhar o resultado do seu amanhã.



BHS150

CORTE DIGITAL DE NÍVEL INDUSTRIAL



A combinação única de abastecimento automático do **BHS 150** com o processo de corte duas vezes mais produtivo da Zünd D3 é a chave para a produção industrial automatizada. Graças a essa solução completa da Zünd, você poderá estender sua produtividade sem impactar nos custos operacionais de sua empresa.



Dados Inteligentes na palma da mão



IMAGINE UMA PLATAFORMA DE
INTELIGÊNCIA COMERCIAL PENSADA
EM VOCÊ E NO SEU NEGÓCIO?

O Ni_lab* é um laboratório de inteligência de mercado que reúne inteligência humana e artificial para ajudar na construção de novos cenários competitivos. Quanto mais você usa, mais o Ni_lab* aprende e ajuda você, nos seus negócios.



NÜRNBERGMESSE
INTELLIGENCE LAB

SMARTDATA MOBILE

