

Ricardo Amorim

Aprender sempre é muito mais importante do que ter razão

Douglas Torres

Validando a promessa da IA

Alfredo Soares

Prioridades do varejo em 2024



257

empresário digital

Geovana

Quadros

100% INSPIRAÇÃO (E MUITO TRABALHO)

CRIADORA DA PLATAFORMA MULHERES INSPIRADORAS

 Kornit
Atlas MAX PLUS

Estilo e inovação sob demanda



A tecnologia Kornit Digital permite que você alcance excelentes resultados para **IMPRESSÃO SOB DEMANDA** da mais alta qualidade, aumentando sua produtividade e competitividade de forma criativa e sustentável.



www.kornit.com

 Kornit Digital

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: Mike Bonfim e Fpass
Web Designer: Marina Deotti
Conteúdo: Thais Margarida e Sarah Ayume
Concierge: Mariane Suzana, Roberta Coelho e Alessandra Arruda
Relações Públicas: Gustavo Fleming
✉ gmartins@empresariodigital.com.br

Diretora Executiva: Cylene Ferraz
✉ ferrazcy@serinews.com.br

Head de Operações: Fabio Peres
✉ fperes@serinews.com.br

PMO: Jéssica Camara
✉ jcamara@serinews.com.br

PMA: Luiz Vieira
✉ lvieira@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
SerineWS.co



in

Quem são as pessoas com propósito de transformação

Vivemos em uma era na qual a busca por conhecimento e o desejo de transformação caminham lado a lado. Participar de clubes de negócios e reuniões de comunidades tem se mostrado uma ferramenta poderosa para quem almeja não apenas aprender novos conteúdos, mas também obter insights que podem transformar a realidade ao nosso redor. A troca de experiências entre pessoas é um dos pilares dessa transformação, pois somos constantemente impactados por um senso de responsabilidade que nos motiva a ações inovadoras e efetivas. Esse acesso que os clubes constroem é verdadeiramente transformador.

A dinâmica dos clubes de negócios vai além das palestras e workshops. Trata-se de criar um ambiente propício para a troca de ideias e experiências, onde a conexão humana é o principal motor de transformação.

Cercados de pessoas inspiradoras, nossas perspectivas se ampliam

Quando estamos cercados de pessoas inspiradoras, nossas perspectivas se ampliam e nos sentimos impelidos a contribuir ativamente para a melhoria de nossa comunidade. Essa sensação de pertencimento e responsabilidade nos incita a repensar nossas ações e a buscar soluções inovadoras para os desafios que enfrentamos.

Um exemplo desse poder transformador pode ser visto no Bar Secreto Sweet Secret, do qual tenho a honra de ser embaixador. Além disso, participo de outros clubes de negócios e desejo trazer essas pessoas aqui para compartilharem suas experiências.

Nessa mesma linha, gostaria de destacar o trabalho das Mulheres Inspiradoras, um grupo liderado pela incrível Geovana Quadros. Conheci Geo no Clubhouse e desde então tenho sido impactado por sua habilidade de conectar pessoas e promover causas significativas. Seu bordão "COM QUEM, COM QUEM, COM QUEM" reflete sua paixão por apresentar indivíduos notáveis e criar conexões valiosas. Desde 2015, Geo tem inspirado e conectado líderes ao redor do mundo, deixando um legado de engajamento e transformação.

A edição atual é dedicada a essas mulheres que, com seu exemplo de liderança, nos mostram a importância de se envolver ativamente em nossas comunidades. Geo Quadros, em particular, é uma amiga que ganhei e que

me conectou com pessoas incríveis, algumas das quais chegaram a se tornar capa de revista. Sua habilidade de evidenciar talentos e promover a colaboração é um testemunho do impacto que uma única pessoa pode ter quando dedica sua vida a conectar e inspirar os outros.

Os insights proporcionados por essas conexões são inestimáveis. Ao participar de clubes de negócios e comunidades, somos constantemente desafiados a pensar de forma crítica e criativa. Esse ambiente nos oferece a oportunidade de aprender sobre equidade, inclusão e inovação, permitindo-nos adaptar e moldar nossas ações para melhor refletir os valores de um mundo em constante mudança. A inspiração que obtemos ao interagir com pessoas engajadas nos motiva a buscar soluções que beneficiem a todos, promovendo um ciclo virtuoso de crescimento e desenvolvimento.

Acredito que a entrevista com Geo Quadros nesta edição trará reflexões profundas e valiosas para todos. Seja você um participante ativo de clubes de negócios ou alguém que está considerando se envolver, esta leitura oferece uma compreensão clara de como podemos nos adaptar e evoluir no mundo em que vivemos. Compreender a importância da equidade e inspirar nossas comunidades são passos cruciais para conectar pessoas com oportunidades e promover um movimento de transformação contínua.



capa

100% INSPIRAÇÃO (E MUITO TRABALHO)



in

Geovana Quadros
Entrevista

Criadora da plataforma Mulheres Inspiradoras



GEOVANA QUADROS É A CRIADORA DA PLATAFORMA MULHERES INSPIRADORAS, QUE REÚNE AS GRANDES LIDERANÇAS FEMININAS DA AMÉRICA LATINA. SEU OBJETIVO É QUE ESSE GRUPO DE ELITE ESTIMULE MAIS PROFISSIONAIS DO GÊNERO FEMININO A BUSCAR SUAS REALIZAÇÕES E, POR QUE NÃO, INSPIRAR AINDA MAIS MULHERES A ENXERGAR LONGE NO HORIZONTE DOS NEGÓCIOS.

Diretora global da Johnson & Johnson para assuntos da mulher, Joy Marini definiu assim as cinco qualidades de uma mulher inspiradora: ela deve ter um propósito, acreditar no que está fazendo, ter empatia, encorajar outras e pensar grande. Todos esses atributos nós encontramos em uma mulher nascida em Belém do Pará, e que hoje é referência incontornável quando o assunto é inspiração: Geovana Quadros. Atuando em diversas frentes, com uma experiência sólida em comércio internacional, Geovana se destacou ao criar a Plataforma Mulheres Inspiradoras, que reúne o que há de melhor na alta liderança feminina na América Latina. Para se ter uma ideia do sucesso desse empreendimento, a plataforma tem como parceiros oficiais a ONU Mulheres e a Berkeley Global Society (EUA).

Como se não bastasse, Geovana também idealizou a premiação Mulheres Inspiradoras do Ano (o maior prêmio entre lideranças femininas) e o primeiro fórum de imersão dedicado apenas a mulheres líderes. Empreendedora, ativista, professora de pós-graduação, autora de livros,

palestrante... Geovana Quadros é um exemplo de que a mulher pode ocupar o espaço que ela quiser. Há desafios pela frente, claro. Mas ela mostra, aqui nesta entrevista, que inspiração não falta.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como a sua experiência com o comércio internacional e mercados globais influenciou na criação da plataforma Mulheres Inspiradoras?

GEOVANA QUADROS Eu tenho 20 anos de carreira em comércio internacional. E, quando você trabalha com isso, vê culturas diferentes, viaja por lugares diferentes e você tem interlocuções com olhares de mundo distintos. Para você ter uma conexão, precisa ter um pouquinho do olhar de quem está te olhando. Dessa forma, você faz melhores relacionamentos. Então, esses relacionamentos que eu construí, ao longo dessas duas décadas no internacional, me fizeram enxergar as pessoas e me conectar muito melhor com elas. Quando montei o Mulheres Inspiradoras, que hoje é a maior plataforma de liderança, foi um pouco disso: conectar esses olhares



diferentes de mundo de uma maneira genuína, verdadeira.

EMPRESÁRIO DIGITAL Nessa sua experiência, houve algum episódio mais marcante, que acabou influenciando a sua trajetória profissional?

GEOVANA QUADROS Houve uma situação nos Emirados Árabes, um lugar onde a cultura é muito diferente para você conseguir fazer uma negociação com locais sendo mulher. Para se ter uma ideia, em determinada negociação onde fomos para números maiores (fruto do meu trabalho), o empresário local disse que não queria continuar negociando com uma mulher e gostaria de dar sequência com um homem. No caso, o Presidente da rede informou que o "homem" seria eu mesma. Então eu, sendo uma mulher da

Amazônia, mais jovem, e estar ali negociando só com homens, com xeiques, era bem complexo, porque a estrutura é extremamente patriarcal. Com bastante esforço, consegui seguir meu trabalho nesta cultura. E olhe que, na época em que trabalhava com comércio internacional, eu não tinha tanta consciência de equidade de gênero.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual foi o principal desafio para você conseguir reunir tantas líderes brasileiras na plataforma Mulheres Inspiradoras?

GEOVANA QUADROS Relacionamento, a gente não escala. Ele precisa ser genuíno. Verdadeiro. Empático. Com mulheres em posição de liderança, é mais desafiador ainda. Porque é um ambiente muito sozinho. Nós somos multissetoriais. Cada uma está ali, geralmente, caminhando



"Inspiração é ver mulheres poderosas unidas, mostrando que podemos alcançar altos cargos e lideranças."



sozinha. E não foi do dia para a noite. Completamos nove anos de Mulheres Inspiradoras este ano. Um projeto que foi evoluindo aos poucos. Fomos conectando setores tão distintos, com mulheres tão potentes, histórias tão inspiradoras... O que mais me dá orgulho foi conseguir me conectar de forma verdadeira e genuína. Ainda mais sendo alguém como eu, que vem da Amazônia, zero contato, zero pessoa de conexão em São Paulo, me esforçando muito para conseguir um espaço no mercado de trabalho, muito jovem, sofrendo muito preconceito... E assim, mesmo em um lugar de privilégio como mulher branca, mesmo sem carteirada, criar uma das maiores potências de PIB de mulheres no Brasil, dá muita satisfação.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você já apareceu com destaque no *Jornal da Globo*, na *Forbes*, como esses reconhecimentos têm impactado na sua carreira e nos projetos que você toca?

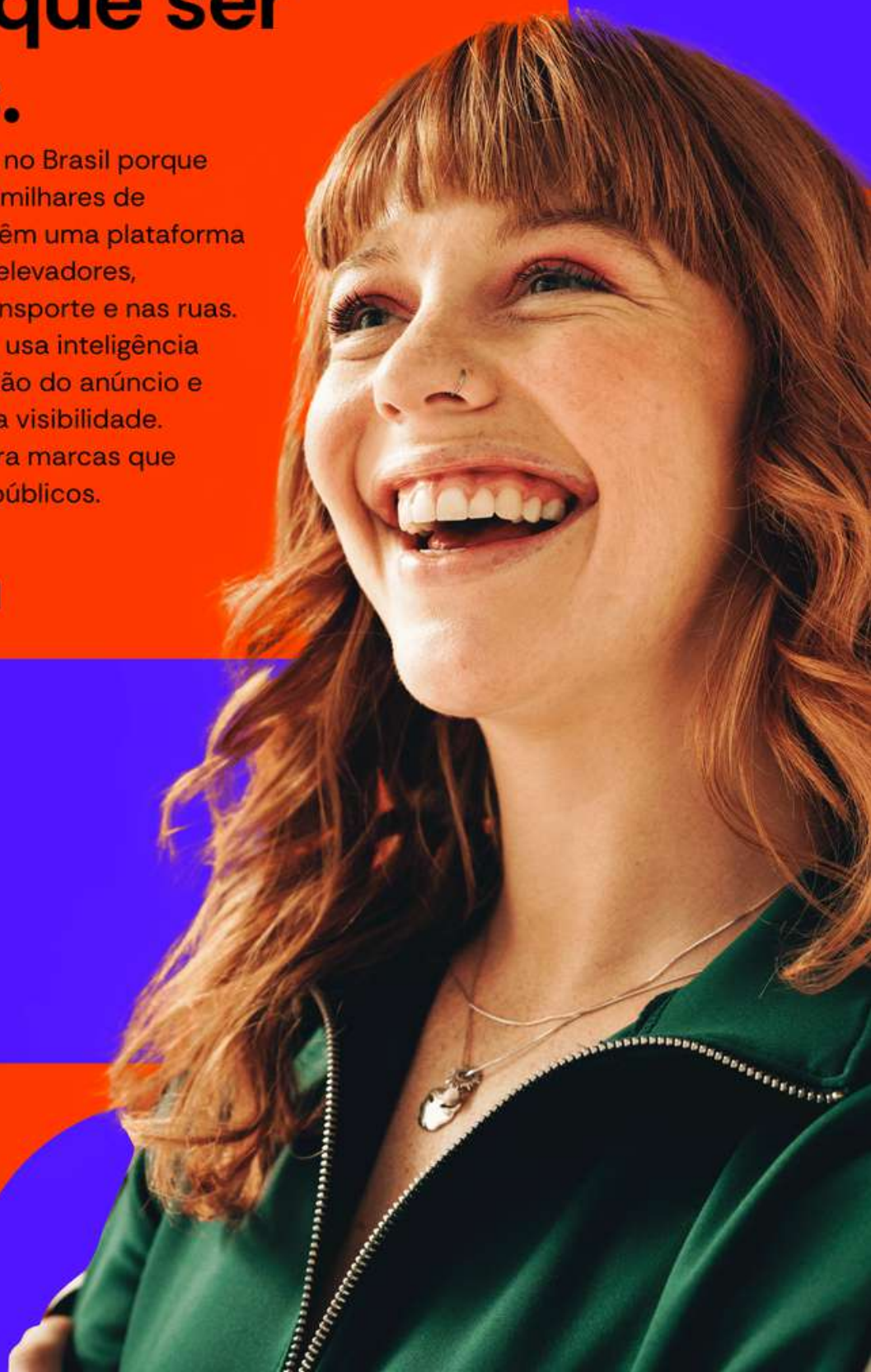
GEOVANA QUADROS As mulheres precisam estar cada vez mais em voga, em situações de protagonismo. Nós somos mais da metade da população, mãe da outra metade, e não temos representatividade, política econômica e social. Então estar nas mídias é importante para que a gente tenha esse protagonismo e possa ver cada vez mais histórias de mulheres inspiradoras. Hoje, se eu sou uma menina, uma adolescente, eu olho para os cargos e posições de liderança e não vejo mulheres, como vou

Empreender já tem desafios demais. Anunciar em OOH não tem que ser um deles.

A Eletromidia é líder em OOH no Brasil porque pensa grande. Grande, como milhares de empreendedores que agora têm uma plataforma específica para anunciar em elevadores, shoppings, aeroportos, no transporte e nas ruas. Um sistema simplificado, que usa inteligência artificial para auxiliar na criação do anúncio e geolocalização para garantir a visibilidade. É a Eletromidia dando voz para marcas que têm muito a dizer para seus públicos.



anuncie agora
aqui.eletromidia.com.br





achar que ali é o meu lugar? O primeiro passo é protagonizar, reunir essas mulheres, que é o mais difícil, que demorou anos para a gente constituir, mas que hoje a gente pode fazer de uma forma bonita, uma vez que a plataforma vem crescendo e aparecendo. É uma forma de fazer com que toda uma nova geração possa olhar para nós e dizer "eu também posso".

EMPRESÁRIO DIGITAL Queria que você falasse um pouco sobre a parceria das Mulheres Inspiradoras e da ONU Mulheres. Como isso está fomentando o empreendedorismo feminino na América Latina?

GEOVANA QUADROS Conseguimos uma parceria oficial com a ONU Mulheres, que é a entidade máxima de gênero hoje no mundo. Eu nunca imaginei que um dia isso seria possível, porque nunca foi feito no Brasil. Então ver essa aproximação,

ver que a gente conseguiu costurar esses caminhos juntos, pró-mulheres, pró-liderança, foi lindo. E não só com a ONU Mulheres. Também atuamos com a Berkeley Global Society da universidade americana, que faz em conjunto com a gente nossa premiação Mulheres Inspiradoras do ano.

São passos importantes para que a gente tenha uma representatividade internacional e faça com que mais vozes vejam isso globalmente. Com a Berkeley Global Society, temos a mesma premiação que a do Brasil, só que dentro da Berkeley na França, o Inspiring Women of the Year. Reconhecendo lideranças femininas internacionais. Tivemos como homenageadas no ano passado, uma paquistanesa que trabalha direito das mulheres (Ramla) e uma amazonense que trabalha crédito que carbono (Thaís Chaloub), fomos parar na revista People. Ainda me belisco para acreditar no que está acontecendo.



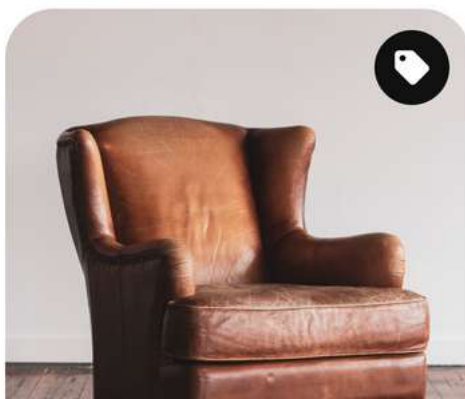
Salvar

Cresça seu negócio no Pinterest

Saiba mais em
business.pinterest.com/pt-br



 Pinterest





EMPRESÁRIO DIGITAL Queria que você falasse um pouco da sua experiência como escritora. Você é autora de livros sobre liderança feminina.

GEOVANA QUADROS Eu sempre gostei de escrever. Mas não sabia que era escritora. Sempre apreciei me comunicar, em todas as formas de expressão. Escrevia poemas quando pequena, era uma forma de libertação, de expor as ideias de forma distinta. Quando eu encontrei minha causa e meu propósito, que seriam as mulheres, a posição de liderança, gênero, como é que eu poderia protagonizar a história delas de alguma maneira que perpetuasse? Então a escrita foi uma delas. Foi colocar a história dessas mulheres inspiradoras pela primeira vez unidas em um livro. Eu não sabia que

esse livro iria parar na mão do Jô Soares, que ia ao Faustão, que ia entrar em algumas revistas dizendo que era o melhor livro para se ler. Eu não tinha ideia da repercussão. Eu não tinha ideia que seria o primeiro livro reunindo essa alta liderança no Brasil.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como é esse processo de trabalhar um livro?

GEOVANA QUADROS Uma expressão que eu genuinamente gosto. Quando entra uma nova membro no Mulheres Inspiradoras, eu me sento para escutar a história dela. Como chegou ali? De que maneira? Qual a importância do seu impacto? E isso me empolga muito. Para cada uma que conheço, eu queria montar uma obra contando a sua história.

**"Sempre apreciei me
comunicar, em todas as
formas de expressão."**



EMPRESÁRIO DIGITAL Nas suas palestras, você fala muito sobre mentalidade de sucesso das mulheres inspiradoras. Poderia mencionar algumas mentalidades que você considera mais essenciais entre essas?

GEOVANA QUADROS A mentalidade de sucesso das mulheres inspiradoras é baseada na obra da professora de Stanford, Carol Dweck. Ela tem um livro chamado *Mindset*, no qual fala sobre a mentalidade de crescimento e mentalidade fixa. Ao longo desses nove anos, com uma convivência com mais de mil lideranças multissetoriais, CEOs, presidentes de várias corporações, o que eu entendi? Que havia padrões comportamentais e de mentalidade. E que esses padrões poderiam ser replicados para atingir a liderança, o sucesso e continuar nesse patamar, que também não é simples.

Implica a gente entender que tudo que está fazendo é um caminhar. Às vezes não necessariamente linear. Mas, quando a gente entende que os erros que acontecem no meio do caminho não são intrínsecos a nós, é preciso refazê-lo para que a gente atinja determinado objetivo. Não enxergamos os erros que acontecem como algo pertinente à nossa inteligência. Hoje eu tenho uma filhinha de 4 anos, que, acredite ou não, nasceu no Dia Internacional da Mulher. Eu tento ensinar para ela sobre esse tipo de mentalidade: que todo caminhar, mesmo que inclua erros, vai me ajudar a chegar aonde eu quero, a entregar, a ter resiliência. A estrutura social nos ensinou que as mulheres precisam competir umas com as outras, por questões históricas. Mas hoje sabemos que outras mulheres podem ser agregadoras para o nosso caminho. Hoje eu posso ter uma comunidade na qual consigo desmistificar esse tipo de conceito, e unir as mulheres para que tenhamos

Enxergue novas possibilidades

Transforme seus dados, desvende caminhos inovadores para a sua prospecção e abra portas para oportunidades até então invisíveis.



www.serinews.co



o protagonismo e a força necessária do que de fato somos.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais são os desafios mais recorrentes desse protagonismo?

GEOVANA QUADROS A maternidade feminina é um exemplo. Quando chegamos a uma posição significativa no mercado de trabalho, com 30 e poucos anos, é quando vemos muitas mulheres estagnar, parar sua carreira, ou empreender por necessidade. A estrutura social impõe todo cuidado da prole para as mulheres, encontramos um ambiente de trabalho que não absorve, não aceita essa mulher que é a potência pura de gerar outros seres humanos. Enquanto não conseguirmos mudar esse status quo, de nada vale.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual a importância de as mulheres construírem um bom networking para ter mais protagonismo nas suas áreas? E que conselho você daria para elas construírem uma boa rede de contatos?

GEOVANA QUADROS É tudo relacionamento. Se a gente quer um cargo mais alto, se a gente quer mais negócios, se a gente quer protagonismo, seja qual for o objetivo, tudo é relacionamento com pessoas. Os homens têm a cultura de networking, de relacionamentos, há mil anos. E fazem sempre isso. As mulheres, no geral, elas têm tripla, quádrupla jornada. Então, geralmente, você tem de incluir isso

A woman with long, wavy blonde hair is standing in a room with large windows. She is wearing a black blazer over a black top and a leopard print skirt. She is leaning her right hand on a dark wooden table. The background shows a view of a city through the windows.

**"A ideia é celebrar a
história dessas mulheres
tão inspiradoras."**

dentro da sua agenda diária, né? Eu sei que é muito difícil. Mas é algo que precisa ser incluído. Todo mundo faz previsão anual do futuro. O que eu vou fazer para a minha saúde, nas minhas finanças etc. Mas quantos de nós fazemos, estrategicamente, um planejamento de relacionamento? Porque isso é o nosso capital social. Quantos de nós analisamos quais são as cinco pessoas, pelo menos, que vão nos levar do ponto A ao ponto B? Quem são elas? Como é que eu me conecto a elas? De que maneira eu faço isso? Eu tenho uma palestra sobre como construir uma rede poderosa de networking. São sete passos. E não é receita de bolo.

EMPRESÁRIO DIGITAL As pessoas às vezes acham que estão projetando uma imagem de interesseiras, correto?

GEOVANA QUADROS Mas não tem problema você ter relacionamentos por interesses. É um ganha-ganha. Quando eu mudo a minha mentalidade, que no networking eu tanto posso beneficiar alguém quanto ajudar, isso muda o jogo. Toda rede que eu tive ao longo desses anos, sempre construí de forma genuína. Não quer dizer que eu vou manipular alguém. Não quer dizer que eu vou me conectar com alguém de que eu não goste. Pelo contrário, eu vou criar situações nas quais a gente se reúne e eu possa fazer alguma coisa por essa pessoa. Tudo o que eu ganho é crescimento.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como professora de pós-graduação e também palestrante, que tipo de impacto você procura levar aos seus alunos e ao seu público?

GEOVANA QUADROS Com as minhas aulas, é algo mais profundo, com mais tempo, não é um encontro tão efêmero. Então ali é mais conteúdo, densidade, técnica de aplicação que você consegue levar mais para a sua vida. Quando eu faço as palestras, são encontros um pouco mais breves. Mas aí a minha ideia é trazer inspiração para aquele momento, de modo que a pessoa possa ter algum tipo de ação. Ou alguma ferramenta, alguns insights... Posso dizer que, quando eu tenho esses encontros, eles são agregadores também para mim, pois vou escutando os feedbacks. Uma das participantes me abraçou chorando e falou assim: "Eu estou passando por uma situação muito difícil na minha casa. Eu me separei. Estou com dois filhos pequenos. Eu não tinha o dinheiro do ônibus para vir aqui hoje. Mas eu consegui vir. E foi para te ouvir. Porque isso fez diferença na minha vida hoje". Quando eu consigo que uma mensagem minha faça alguma diferença positiva na vida de uma mulher, isso é um milhão de vezes mais importante do que ter saído em alguma dessas revistas famosas que você comentou.

EMPRESÁRIO DIGITAL A premiação de liderança feminina que você idealizou é a maior da América Latina. Quais são os critérios para a escolha das homenageadas?

GEOVANA QUADROS O que eu tinha idealizado para o Mulheres Inspiradoras do Ano é que fosse algo fora do comum. Eu não tinha ideia que ia tomar a proporção que tomou e que ia ser a principal premiação do país

ZÜND

PRECISÃO

CONFIABILIDADE E ALTA PRODUTIVIDADE

Industrialize-se com a solução de corte
para produção de **displays, embalagens**
e o que mais você quiser criar!



ZÜND
swiss cutting systems





voltada para a alta liderança. As mulheres são indicadas umas pelas outras na plataforma. No ano passado a gente teve a médica, Ester Sabino que fez a codificação do coronavírus, uma mulher negra, estudiosa, pesquisadora, que fez esse bem para todos nós. Tivemos a Erika Hilton, uma mulher trans, deputada mais votada; Manzar Feres, primeira mulher atingir a alta liderança da globo; a Tânia Consentino, presidente da Microsoft; a Juliana Azevedo, presidente Latam da P&G. A gente teve uma Procuradora Nacional da Fazenda, Fernanda Santiago. Também teve a Flávia Bittencourt, presidente Latam Adidas. Então, quando você vê as mulheres em toda a sua potência, em setores totalmente distintos, isso me inspira. Era a realização de um desejo, quando as vi todas reunidas em cima de um palco, indo para a TV nacional. A ideia é celebrar a história dessas mulheres tão inspiradoras, para que tenhamos mais delas nesse nosso país.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como você vê o futuro para a plataforma Mulheres Inspiradoras?

GEOVANA QUADROS Estamos expandindo, temos alguns projetos para acontecer ainda este ano. Ainda temos um podcast que vai ser lançado e outras estratégias para sair, para avançar. Algumas parcerias com outras empresas que vão ser anunciadas em breve. Recentemente, tivemos Oprah no Brasil, com Legends in Town, e fomos a plataforma parceira oficial desse evento no país, eu pude conhecê-la pessoalmente, e é uma inspiração internacional.

EMPRESÁRIO DIGITAL E para a leitora que vai ver seu vídeo, vai ver a reportagem na revista e quer ser como você, uma pessoa tão inspiradora quanto você, que conselho você daria?

GEOVANA QUADROS Uma frase que eu sempre falo: "As vozes que insistem em dizer que eu não posso, são as mesmas que me dão força para dizer: me observe".

Locação: QG Mulheres Inspiradoras (Suite presidencial Tivoli Mofarrej)

Beleza: Duo+ (Hair: Rapha Campos e Make: Laura Matos)

Jóias: Stephanie Stein e Camila Viera

EXCELÊNCIA, PREÇO E VOLUMES INCOMPARÁVEIS

500.000+

LITROS DE TINTAS DIGITAIS POR MÊS



42+
PAÍSES

20+
MARCAS OEM

900+
FORMULAÇÕES

50+
PATENTES

30+
ANOS

Nossas tintas são projetadas para uso em uma ampla gama de cabeças de impressão, incluindo Xaar*, Dimatix* (Spectra*), Epson*, Seiko*, Konica*, Ricoh*, Toshiba*, Panasonic*, HP*, Memjet*, Kyocera*, e mais.

* Todas as marcas registradas mencionadas são de propriedade de seus respectivos proprietários e são mencionadas aqui apenas para fins ilustrativos



Rex-Tone Industries Ltd.

www.atinks.com



Ricardo Amorim Economia

Economista mais influente do Brasil de acordo com a Forbes, maior influenciador brasileiro no LinkedIn e vencedor do Prêmio iBest de Economia e Negócios.



in

Aprender sempre é muito mais importante do que ter razão

Ao longo de minha trajetória, tive o privilégio de conhecer e conviver com algumas das pessoas mais bem-sucedidas do nosso tempo, no Brasil e em todo o mundo. De presidentes americanos a gênios da tecnologia e megaempresários, passando por ícones das artes, do entretenimento, dos esportes e da ciência, esses encontros não apenas enriqueceram minha visão de mundo, mas também me permitiram observar de perto o que distingue os excepcionalmente bem-sucedidos dos demais. Surpreendentemente, na imensa maioria das vezes, a resposta não reside na inteligência superior ou em habilidades extraordinárias, mas sim em uma mentalidade distinta que, acredite, está ao alcance de todos nós: foco em aprender e se desenvolver sempre.

Essas pessoas não se destacam, principalmente, por serem superiores em QI ou habilidades, mas por olharem além do presente.

Os muito bem-sucedidos preocupam-se apenas em remediar o erro e, principalmente, aprender algo que os tornem melhores no futuro do que no presente.

Elas entendem que o sucesso demanda tempo, esforço contínuo e a paciência para ver os resultados das ações de hoje construir um futuro muito melhor. Por isso, elas estão mais preocupadas em aprender e crescer do que estarem certas hoje.

Quando erra, a maioria das pessoas busca negar o erro, jogar a responsabilidade em outra pessoa e se defender. Já os muito bem-sucedidos, que entenderam que a vida é uma maratona e que o ponto onde você está hoje não determina em nada aonde você pode chegar se você estiver evoluindo sempre, preocupam-se apenas em remediar o erro e, principalmente, aprender algo que os tornem melhores no futuro do que no presente. Repetindo isso sempre, tornam-se, ao longo da vida, muito mais capazes em determinado campo do que os outros. O mais interessante é que os outros olham para eles e acham que eles já vieram ao

mundo com os talentos que, cuidadosamente e com muito esforço, eles desenvolveram.

Essa mentalidade vencedora não é inata; é uma escolha de cada um. Não se trata de ter um dom especial, mas de decidir que aprender sempre é mais importante do que estar certo em qualquer situação específica.

Aprendizado e persistência lapidam talento. Sem eles, talento é desperdiçado. Com eles, talentos escondidos emergem das sombras.

Minha maior lição ao interagir com pessoas de muito sucesso é que alcançar grandes objetivos e realizar sonhos não precisa ser privilégio de poucos. Basta termos a mentalidade certa. O sucesso depende mais das nossas escolhas e ações do que de habilidades inatas.



**Andrea
Dietrich**
Transformação
Digital

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

**Escrito em colaboração
com Lilian Cruz, minha
sócia na Ambidestra*



in

O futuro dos negócios e a valorização das características masculinas e femininas no dia a dia do trabalho

Esse artigo não é para falar sobre equidade de gênero, mas sim sobre a importância de valorizar as características masculina e feminina, presentes em todos os seres humanos, independentemente de gênero, para o desenvolvimento e prosperidade dos negócios.

Quando a produtividade e o esforço em prol de alcançar objetivos individuais é mais importante do que a empatia, a vulnerabilidade e a abertura para contribuir com o coletivo, estamos diante de um desequilíbrio empresarial e até social. Um exemplo disso é quando, para conquistar um espaço de liderança, algumas mulheres relevam a feminilidade, ficam mais duras e diretivas. Isso também pode ser visto entre os homens que deixam de abrir espaço para a sensibilidade e a vulnerabilidade no ambiente profissional.

Não há nada mais feminino do que o cuidar.



É aí que entra a importância de compreender as características masculina e feminina. Entre elas estão: masculinas – determinação, autorresponsabilidade, eficiência; e femininas – sensibilidade, criatividade, adaptabilidade e generosidade. Buscar o equilíbrio entre elas é essencial para uma liderança ambidestra e alinhada às demandas do mundo contemporâneo.

Ao trazer o modelo da Liderança Shakti ao mundo corporativo, Nilima Bhat e Raj Sisodia – autores do livro *Liderança Shakti: equilíbrio do Poder Feminino e Masculino*, lançado em 2017 no Brasil – destacam a importância da ascensão das características do feminino tanto para a autoliderança quanto para a cultura e gestão dos negócios.

Por milênios, a sociedade, empresas e líderes operaram, na sua maioria, utilizando as características masculinas, um modelo que enaltecia a agressividade, ambição, competição e dominação ao mesmo tempo que negligenciava e desvalorizava as características femininas. O resultado disto podemos ver nos dias de hoje na falta de cuidado com as pessoas e com o planeta. A materialização da ascensão do feminino é o movimento global da sustentabilidade ou ESG que se tornou uma prioridade. Ele coloca o cuidado com as pessoas e com o planeta no

centro das discussões. Não há nada mais feminino do que o cuidar.

A base da Liderança Shakti é observar a polaridade entre o feminino e o masculino na sua forma mais consciente e equilibrada para gerar harmonia, clareza, direção e ação.

Ouvir os colaboradores, clientes e outros stakeholders e incorporar seus interesses na estratégia do negócio é uma forma de agir com características do feminino. Isso significa incluir, cuidar e levar o outro em consideração. Uma pesquisa realizada pela Humanizada, em 2023, com mais de 43 mil stakeholders, revelou que ao compreender e atender às necessidades dos stakeholders, uma organização pode promover colaboração e construir confiança. Este envolvimento leva a um ciclo positivo, proporcionando aumento da lealdade e consequentemente aumenta a reputação da organização, a retenção de clientes e a força da parceria.

Vale ressaltar que o propósito desse modelo de liderança não está em valorizar uma característica sobre a outra, mas sim em equilibrá-las e aproveitar o que elas têm de melhor. O intuito é despertar e harmonizar ambas características com a finalidade de que trabalhem as suas habilidades de liderança em sua totalidade.



**Marcelo
Ponzoni**
Publicidade

Founder CEO
na R,MP



in

Os grandes assumem responsabilidades; os fracos, nem a própria culpa!

Quatro situações definem este contexto: você pode ter culpa e responsabilidade, pode ter responsabilidade, mas não ter culpa, pode também não ter responsabilidade e ter culpa e, por fim, pode não ter nem culpa nem responsabilidade.

Essas complexas situações convivem lado a lado em nosso dia a dia. É muito normal assumirmos esses postos em silêncio, e assim, travar enormes embates de consciência. Assumir culpa não necessariamente define ter a culpa. Isso vale também para a responsabilidade.

A culpa se deve mais a quem provocou a situação, tomou a atitude, decidiu agir ou até, muitas vezes, a quem desviou ou influenciou uma decisão ou atitude de um terceiro. Em geral, a responsabilidade precede a culpa, pois a atitude assume por si só os resultados sobre os seus atos.

Enquanto pais, cônjuges, amigos, líderes, é muito comum nos culparmos por acontecimentos que se desencadeiam somente após alguns anos.

É praticamente certo que já vivenciamos e convivemos com todos esses quatro cenários embora culpa sem responsabilidade não exista na teoria.

É muito comum termos convivido com pessoas que não assumiram a culpa sobre algo que fizeram e, sendo assim, também não assumiram suas responsabilidades, pois o fato de se eximirem da culpa imediatamente já não as tornam responsáveis. Apontar o culpado não faz parte da nossa cultura (mesmo quando sabemos quem é).

Bem, este assunto embaralha muito nossas cabeças, pois convivemos em nossos íntimos com diversas culpas, e muitas delas não são nossas. Convivemos com responsabilidades de culpas que sabemos não ter.

Enquanto pais, cônjuges, amigos, líderes, é muito comum nos culparmos por acontecimentos que se desencadeiam somente após alguns anos. Temos, sim, uma grande mania de assumir culpas e até sofrer por elas,

quando, na verdade muitas delas são somente fantasmas.

Assumir culpas não nos traz nada de relevante, mas assumir responsabilidades nos dignifica, engrandece e encoraja. Grandes homens e mulheres da humanidade que conhecemos assumiram grandes responsabilidades sem que tivessem tido culpa. Culpados que não assumem suas responsabilidades são fracos, medrosos e covardes.

Assumir responsabilidades de suas culpas é nobre. Agora, assumir responsabilidades sem culpa é louvável.

De hoje em diante, preste mais atenção nas pessoas louváveis e dê o respeito e a admiração que elas merecem, pois existem muitas pessoas que fazem aquilo que não precisam fazer, simplesmente por seu senso de responsabilidade, independente da culpa, assim como também existem aqueles que jamais assumirão suas responsabilidades e muito menos suas culpas.



**Douglas
Torres**
Experiência do cliente

CEO e Fundador
Yup Chat



in

Validando a promessa da IA: Como a tecnologia está transformando a interatividade empresarial

A inteligência artificial (IA) evoluiu de uma promessa futurista para um pilar fundamental nas estratégias de negócios de empresas que lideram mercados globais. A transformação que a IA pode trazer para a interatividade empresarial não é apenas teórica; trata-se de práticas que reformulam padrões de engajamento com clientes e otimizam processos internos.

A nova geração de IA superou as expectativas, principalmente pela sua capacidade de gerenciar, em tempo real, centenas de milhões de interações entre empresas e clientes em múltiplos canais. Isso não é apenas um avanço técnico, é uma evolução operacional. A capacidade de entregar interações de qualidade superior e altamente personalizadas é agora uma realidade palpável, em contraste com soluções anteriores que prometiam muito e entregavam pouco em termos de eficácia.

A promessa da IA não é mais um sonho distante; é uma realidade que está redefinindo o cenário competitivo empresarial.

Impacto da IA na experiência do cliente

A personalização nas interações com o cliente, antes vista como um diferencial, é agora uma exigência inegociável. A IA permite uma gestão mais eficaz dessas interações, transformando a maneira como nos conectamos com nossos clientes. Isso possibilita entregar soluções que atendem e antecipam as necessidades dos consumidores, elevando significativamente a satisfação e a fidelização.

IA e eficiência operacional

Internamente, a IA tem sido uma força transformadora, simplificando processos e maximizando a eficiência. Automações inteligentes têm realocado recursos humanos de tarefas operacionais para áreas mais estratégicas, aprimorando não só o ambiente de trabalho, mas também o potencial criativo e inovador da equipe.

Visão de futuro empresarial

O futuro pertence às organizações que não apenas adotam novas tecnologias,

mas integram essas ferramentas para transformar dados em insights estratégicos e ações decisivas. A promessa da IA não é mais um sonho distante; é uma realidade que está redefinindo o cenário competitivo empresarial. Organizações que hesitam em adotar essa tecnologia enfrentarão dificuldades para competir em igualdade de condições no mercado global.

Como líderes, nosso papel é antecipar mudanças e agir com decisão. A adoção de IA é um exemplo claro de como a tecnologia pode ser uma vantagem significativa. Convido vocês a explorarem como essa nova geração de IA pode ser integrada em suas estratégias de negócio para não só atender às expectativas do mercado moderno, mas superá-las, garantindo uma posição de liderança no futuro digital que já chegou.

Este artigo demonstra a aplicabilidade da IA no mundo empresarial e reforça nosso compromisso, como líderes, de pensar e agir estrategicamente diante das oportunidades que a tecnologia oferece.



**Rosely
Boschini
Best Sellers**

CEO na Editora
Gente | Founder da
Imersão Best-Seller



in

Como otimizar seu tempo para alcançar sucesso profissional e pessoal

Livro “Tempo, Dinheiro e Atenção” de Guilherme Junqueira oferece ferramentas práticas para otimizar recursos escassos e maximizar resultados

O tempo pode ser um aliado poderoso na vida das pessoas, mas para isso é necessário saber como otimizá-lo. No livro *Tempo, Dinheiro e Atenção*, Guilherme oferece uma abordagem prática e estratégica para a gestão de tempo, dinheiro e atenção, três dos recursos mais escassos e valiosos no mundo profissional.

Guiado pela teoria das conexões, o autor provoca uma reflexão profunda sobre essas abstrações e apresenta ferramentas práticas para conhecer melhor suas habilidades e tirar proveito delas, alcançando crescimento financeiro, pessoal e profissional.

Com este livro, os leitores aprenderão a encerrar ciclos de insatisfação com base na teoria das

conexões e a planejar de forma prática seus objetivos profissionais. A obra conduz os leitores por uma jornada de autodiagnóstico, unindo o pragmatismo do resultado com o romantismo do propósito. O planejamento estratégico é enfatizado, demonstrando como o tempo e o esforço se traduzem em remuneração.

Uma das principais lições do livro é a construção de uma rede de contatos estrategicamente categorizada, dividida em níveis de profundidade e senioridade. Essa rede é crucial para o desenvolvimento profissional e pode ser a chave para alcançar novos patamares na carreira. Além disso, o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é abordado, destacando a importância de desfrutar do que realmente importa.

Mais de 50 mil pessoas já transformaram suas vidas e carreiras com os ensinamentos de Guilherme Junqueira. O impacto positivo do livro é comprovado por diversos profissionais que conseguiram melhorar suas habilidades de gestão de tempo e alcançar um maior equilíbrio entre suas atividades pessoais e profissionais.

Sobre o autor:

Conselheiro, empreendedor e investidor.

Fundou e vendeu a startup Gama Academy, escola de tecnologia considerada a melhor edtech do Brasil, com mais de 50 mil alunos formados, que nasceu da paixão do autor por educação, tecnologia e empreendedorismo. É Forbes Under 30, professor e palestrante internacional e criador do

conceito NESH – Negócios de Escala Híbrida™. Acredita que aprender é a única habilidade e que nada vence a execução com consistência, paciência e resiliência.



Com este livro, você:

Aprenderá como encerrar ciclos de insatisfação com base na teoria das conexões e planejar de forma prática seus objetivos profissionais;

- Mergulhará em uma jornada de autodiagnóstico para planejar o crescimento profissional, unindo o pragmatismo do resultado com o romantismo do propósito;
- Mapeará os passos de sua carreira a partir de um planejamento estratégico e entenderá como o tempo e o esforço se traduzem em remuneração;
- Construirá uma rede de contatos estrategicamente categorizada, dividida em níveis de profundidade e senioridade;
- Conseguirá equilibrar a vida pessoal e a profissional para desfrutar do que realmente importa. Mais de 50 mil vidas já foram transformadas por meio dos ensinamentos que este livro trará para sua carreira ou empresa.



Ana Fossati Tendências

Gerente de marketing
da Nissin Foods do
Brasil



in

Tendência x Modismo: Como entender o que faz sentido para a marca

Quando, trabalhando em gestão de marcas, temos diferentes conceitos e ferramentas consagrados à nossa disposição e, mesmo com tantas mudanças ocorrendo, muitos seguem valendo. Entretanto, inovações surgem todos os dias. Por isso, manter-se antenado e em constante aprendizagem é essencial para saber como utilizá-las da melhor forma e, até mesmo, entender se faz sentido inseri-las na estratégia de comunicação de uma marca, sem perder a mão da cultura e do propósito que simbolizam seu valor.

Hoje, à frente da área de marketing da uma empresa líder de segmento de macarrão instantâneo, focamos os esforços e estratégias em dois grandes pilares: inovação e comunicação. Entendo que a comunicação tem que ir além de grandes campanhas: precisa estar no dia a dia do consumidor. É preciso desenvolver maneiras de se manter presente na rotina do público e nos momentos especiais. Dessa forma, estabelecemos, de fato, uma conexão entre marca e cliente.

Para manter uma empresa como líder de categoria e referência de marca, também é preciso valorizar o pilar da inovação.

Para manter uma empresa como líder de categoria e referência de marca, também é preciso valorizar o pilar da inovação. No nosso caso, por exemplo, uma das decisões foi inovar no produto e trazer algo inusitado, como um Lámen Doce, que se configurou como um grande desafio envolvendo estudos e pesquisas que pudessem justificar e atender os desejos do nosso consumidor em desenvolver uma opção inédita que mantivesse a cultura de facilidade, versatilidade e praticidade de preparo que permeiam os produtos da marca. São insights como esse que permitiram também criar um sabor totalmente exclusivo e desenvolvido para o Brasil, como o item Feijoada, que integra a linha Cup Noodles.

Para isso, acompanhar de perto as tendências de mercado é uma importante peça no processo de inovação. No entanto, nem tudo que está em alta faz sentido para a marca. Na era da internet, das novidades diárias sobre inteligência artificial e do imediatismo, fica difícil diferenciar tendências de modismos e entender o que o consumidor quer,

aquilo que realmente precisa ou se segue somente uma nova "onda" rápida de sucesso. Além disso, muitas dessas tendências são globais, mas exigem o olhar cuidadoso para o desenvolvimento local.

Não faz mais sentido termos simplesmente o produto na mesa do consumidor. É essencial criar e manter uma conexão verdadeira com nosso público. Mas precisamos estar presentes em todos os modismos que aparecem? Nem sempre.

Atuar com uma marca com tanta tradição de mercado requer muito cuidado com modismos. É preciso avaliar e entender como podemos inovar sem perder a essência e a personalidade que as tornam especiais e únicas para os seus consumidores. Por isso os questionamentos sobre "o que faz sentido para o seu consumidor?" e "o que faz sentido para a sua marca?" precisam permear todas as estratégias. É preciso priorizar as experiências e não apenas seguir uma tendência. É tudo uma questão de imersão, cultura, estudo e pesquisa.



**Alfredo
Soares**
#boravender

Presidente na Loja
Integrada, Fundador
G4 Educação



in

Prioridades do varejo em 2024

Durante o NRF 2024 – Retail's Big Show, uma série de tendências emergentes para o varejo global foram destacadas, com a Inteligência Artificial (IA) ocupando o centro das atenções. A democratização da IA, especialmente a IA Generativa (AIGen), promete revolucionar o setor, impactando áreas como marketing, experiência do cliente, operações e planejamento de merchandising. Até 2027, 95% dos varejistas devem adotar AIGen para melhorar a análise de dados e o atendimento ao cliente, enquanto a sustentabilidade e a personalização se tornam pilares centrais para atender às crescentes expectativas dos consumidores (Total Retail) (Euromonitor) (FashionUnited). Algum desses tópicos precisa estar no radar da sua empresa para já começar a ser implementados o mais rápido possível:

Democratização da IA no varejo

A inteligência artificial Generativa AIGen está pronta para transformar radicalmente o varejo, penetrando principalmente quatro áreas:

I AM LIGHT

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

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY



marketing e comércio digital, experiência do cliente, operações/cadeia de suprimentos, merchandising/planejamento. Até 2027, 95% dos varejistas provavelmente investirão em AIGen para fortalecer suas leituras de dados de produtos e serviços ao cliente. Até 2028, prevê-se que metade dos varejistas, 51% oferecerá recomendações baseadas em IA, aumentando as interações em tempo real em 30% e as taxas de conversão em 20% (Total Retail) (Euromonitor).

Aperfeiçoamento do cliente e melhoria nas operações

A IA Generativa pretende reduzir o risco nas escolhas e a precisão para reduzir 80% da informação incorreta até 2026. Além disso, bots sensatos poderão, em 80% dos casos, transmitir um upgrade do status dos pedidos com mais eficiência do que o apoio humano. IoT torna-se crítico também com 55% das cadeias de supermercados usando IoT para monitorar produtos perecíveis. O efeito é reduzir os alimentos desperdiçados em 25% e melhorar os produtos em 40%. Fonte: NRF | Homepage; FashionUnited

Sustentabilidade e segurança

A sustentabilidade ainda é um tópico nos negócios. Por meio da IA em nuvem, as empresas estão melhorando sua eficiência energética e os esforços para reduzir as emissões e garantir o trabalho ético em toda a cadeia de suprimentos. Há uma demanda crescente dos consumidores por mais informações sobre as práticas sustentáveis do negócio: "54% dos consumidores globais hoje só confiam nas alegações de sustentabilidade dos

produtos se tiverem provas independentes" (Total Retail) (FashionUnited).

Personalização e previsibilidade

Ferramentas como o ChatGPT estão sendo usadas para prever a demanda e analisar o sentimento do cliente, ajudando a determinar mudanças nos padrões de gastos. A omnicanalidade será mais explorada com IA, permitindo que os varejistas atendam os clientes onde quer que estejam. A personalização se estenderá desde a fase de descoberta até o pós-compra, com bots fornecendo informações detalhadas sobre produtos e sugestões personalizadas (Euromonitor).

Envelhecimento da população e oportunidades tecnológicas

A vice-presidente de Consumer Insights da WGSN, Andrea Bell, destacou que o envelhecimento global da população e o desenvolvimento desigual entre países serão grandes desafios. Em 2026, mais de 1,2 bilhão de pessoas na Ásia terão mais de 60 anos. As empresas precisarão considerar a personalização e como se comunicar com famílias maiores. A adoção ativa de tecnologias e a incorporação de tech em produtos e serviços serão essenciais para atender essas novas demandas (Euromonitor).

Essas tendências mostram que o varejo está em um ponto de inflexão, onde a inovação tecnológica e a sustentabilidade serão cruciais para o sucesso futuro. As empresas que se adaptarem a essas mudanças estarão mais bem posicionadas para prosperar em um mercado cada vez mais competitivo e exigente.

**GRANDES NOMES
DA PROPAGANDA**
CHEGOU AO CANAL:



MARKKET

VOCÊ ASSITE AO
CANAL MARKKET NO:

Claro^{tv} Claro^{tv}
TV
CANAL 001

vivo^{live} **PLAY**
CANAL 01

TODOS OS SÁBADOS ÀS 18H30
E REPRÍSE AOS DOMINGOS
ÀS 12H15 E 18H30



FIQUE POR DENTRO DO NOSSO CANAL
DE NOTÍCIAS NO PORTAL E NO SITE
GRANDESNOMESDAPROPAGANDA.COM.BR

 [GRANDESNOMESDAPROPAGANDA](https://www.youtube.com/grandesnomesdapropaganda)  [@PROPAGANDAEMP](https://twitter.com/propagandaemp)  [/PORTALDNP](https://www.facebook.com/portaldnp)

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

