

Ricardo Amorim

Múltiplas perspectivas tornam a visão mais completa da realidade

Shana Wajntraub

Estratégias para a segurança psicológica

Heli Diogo

O Preço oculto da inteligência artificial



258

emPresário digital



Gabriela

Comazzetto

A FORÇA DAS COMUNIDADES DIGITAIS
À FRENTE DA ÁREA DE NEGÓCIOS DO
TIKTOK NA AMÉRICA LATINA, ELA REVELA
COMO TRANSFORMARAM A PLATAFORMA
DE VÍDEOS EM UM PODEROSO CANAL DE
COMÉRCIO PARA AS EMPRESAS

© @fotografomikebontim

 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 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

Todos nós ganhamos superpoderes

Vivemos em um mundo onde as redes sociais têm o poder de transformar vidas. Não importa se você é famoso ou apenas mais um entre milhões de usuários, o potencial de impactar e ser impactado é enorme. E é isso que torna essas plataformas tão fascinantes.

Vamos pensar no TikTok, por exemplo. A Gabriela Comazzetto, que lidera a operação de negócios na América Latina, conseguiu transformar a plataforma em um verdadeiro motor de vendas. Desde produtos de beleza até carros e apartamentos, tudo passa pelas mãos dos criadores de conteúdo e suas comunidades engajadas.

A beleza das redes sociais está na sua capacidade de democratizar a influência. Hoje, qualquer pessoa pode construir uma reputação, criar uma rede de contatos e, quem sabe, transformar tudo isso em uma marca e até em uma fonte de renda. As redes sociais são espaços onde histórias são contadas, e essas histórias têm o poder de ressoar com milhões de pessoas.

Por outro lado, não são só os indivíduos que estão aproveitando essa onda. Empresas especializadas em gestão de redes sociais estão por toda parte, ajudando a construir e gerenciar essas presenças digitais. Elas oferecem todo tipo de suporte, desde a criação de estratégias de conteúdo até a análise de dados e engajamento.

Claro, nem tudo são flores. Existem aqueles que tentam cortar caminho comprando seguidores ou forjando autoridade para vender algo. Mas calma, os dados e algoritmos estão aí para desmascarar esses atalhos podres. As plataformas estão cada vez mais inteligentes em identificar essas práticas e garantir que a influência autêntica prevaleça.

A grande sacada aqui é entender que nas redes sociais não se trata apenas de estar presente. É sobre como você utiliza essa presença para criar valor. Seja por meio de posts autênticos, colaborações com outros influenciadores ou campanhas bem pensadas, as possibilidades são infinitas.

Então, se você está se perguntando se vale a pena investir tempo e energia nas redes sociais, a resposta é sim. Elas oferecem uma oportunidade única de se conectar, influenciar e transformar não só a sua vida, mas também a de muitas outras pessoas. E o melhor de tudo: você não precisa ser uma celebridade para fazer isso acontecer. As redes sociais estão aí para todos, prontos para dar voz a quem quiser contar a sua história.



capa ★

© @fotografomikebonfim

A FORÇA DAS COMUNIDADES DIGITAIS



in

Gabriela Comazzetto **Entrevista**

À frente da área de negócios do TikTok na América Latina, ela revela como transformaram a plataforma de vídeos



À FRENTE DA ÁREA DE NEGÓCIOS DO TIKTOK NA AMÉRICA LATINA, GABRIELA COMAZZETTO REVELA COMO TRANSFORMARAM A PLATAFORMA DE VÍDEOS EM UM PODEROSO CANAL DE COMÉRCIO PARA AS EMPRESAS, AJUDANDO A VENDER DE PRODUTOS DE BELEZA A CARROS E APARTAMENTOS.

Até o fechamento desta edição, o vídeo mais recente do perfil gabicomazzetto no TikTok comentava, com bom humor, que foi para Campos do Jordão levar as filhas adolescentes, mas que acabou descobrindo que haveria show da banda Jota Quest, então a mãe é que acabou se divertindo mais.

Esse perfil tem um diferencial importante em relação a todos os outros da plataforma: é o da Diretora Geral de Negócios do TikTok na América Latina, Gabriela Comazzetto, a executiva que implementou o TikTok for Business no Brasil e mais que dobrou o número de seus anunciantes por aqui logo nos dois primeiros anos à frente da operação.

Profissional com mais de duas décadas de experiência e mais quatro filhas no currículo, Gabriela aponta que a força comercial da plataforma está em sua própria essência, que são as comunidades que se formam no TikTok. Os consumidores estão todos ali, aguardando que as empresas os estudem e montem estratégias para se comunicar com eles, convertendo conteúdos relevantes em vendas. Para seus clientes, Gabriela sempre tem um conselho na ponta da língua: “não criem anúncios aqui, façam TikToks”.

Para entender melhor a visão de negócios dessa mulher, reconhecida por marcas como a Forbes e a Bloomberg, além de ter recebido o Prêmio Caboré, acompanhe a entrevista exclusiva que Gabriela Comazzetto cedeu para a nossa revista.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual era a sua missão ao chegar ao TikTok depois de ter assumido cargos bem importantes em empresas do porte de Ambev, de Meta...?

GABRIELA COMAZZETTO Minha missão ao chegar ao TikTok no final de 2020 era lançar a plataforma do TikTok for Business para o mercado brasileiro. Queríamos lançar essa oportunidade para que todas as marcas usassem a plataforma para se conectar com as suas comunidades. Esse foi o meu grande desafio. E fazer isso pela tela de um computador, porque estávamos bem no meio da pandemia. Todos aprendendo a dialogar apenas online naquele momento. Vim para esse lançamento e depois montar toda a estrutura e todo o time para que acontecesse. Tem sido uma jornada incrível, mas foi um grande desafio no começo. Imagina contratar 100% de uma operação por meio de uma telinha, sem você conhecer as pessoas... A gente só foi se encontrar fisicamente depois de mais de um ano, quando a



pandemia começou a melhorar aqui no Brasil. Seis meses depois de fazer o lançamento da plataforma TikTok for Business para o mercado brasileiro, eu fui convidada para fazer o mesmo para a América Latina. Hoje, já operamos em 13 mercados. Além do escritório no Brasil, temos um no México, na Colômbia (que cobre também Peru e Equador), um escritório na Argentina (que cobre Chile e Uruguai), e ainda um escritório em Miami, que atende a América Central. Então, depois de começar a operação no Brasil, contratando as pessoas virtualmente, também fui fazer esse trabalho com outros países, com culturas e línguas diferentes. Mas, com certeza, foram os maiores aprendizados da minha vida e da minha carreira.

EMPRESÁRIO DIGITAL Acabamos de falar que você veio de outras empresas importantes, e você já disse que não gosta de deixar um negócio antes de completar um ciclo. Que ciclos essenciais você diria que existem na trajetória de carreira?

GABRIELA COMAZZETTO Quando eu olho para a minha carreira, trabalhei em empresas diversas, comecei no Itaú Seguros, depois Fulano.com, aí eu trabalhei na Ambev, fui para a Microsoft, para o Twitter, para a Meta, e agora estou aqui no TikTok. Para cada uma dessas empresas, quando eu topei o desafio, me propus a algo, tanto do lado de entrega, que é olhando para resultado, quanto para o lado de aprendizado.

I AM LIGHT

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

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY





O que aquele momento, o que aquela empresa ou o que aquele ambiente poderiam me trazer de aprendizado? Então, eu sempre olho para os dois ângulos: o de aprendizado e o de resultado. Por exemplo, na Meta, eu atendia uma diretoria responsável por varejo; na Microsoft, era responsável por um pedaço da divisão online da operação. Quando eu vou para esses lugares, tenho muito alinhado com a liderança o que eles esperam de mim. O desafio de eu cumprir um ciclo é conseguir entregar o que foi alinhado com a empresa em seus diversos momentos. Fiquei nove anos na Microsoft. Obviamente que os desafios, os ciclos, mesmo dentro da mesma organização, foram mudando.

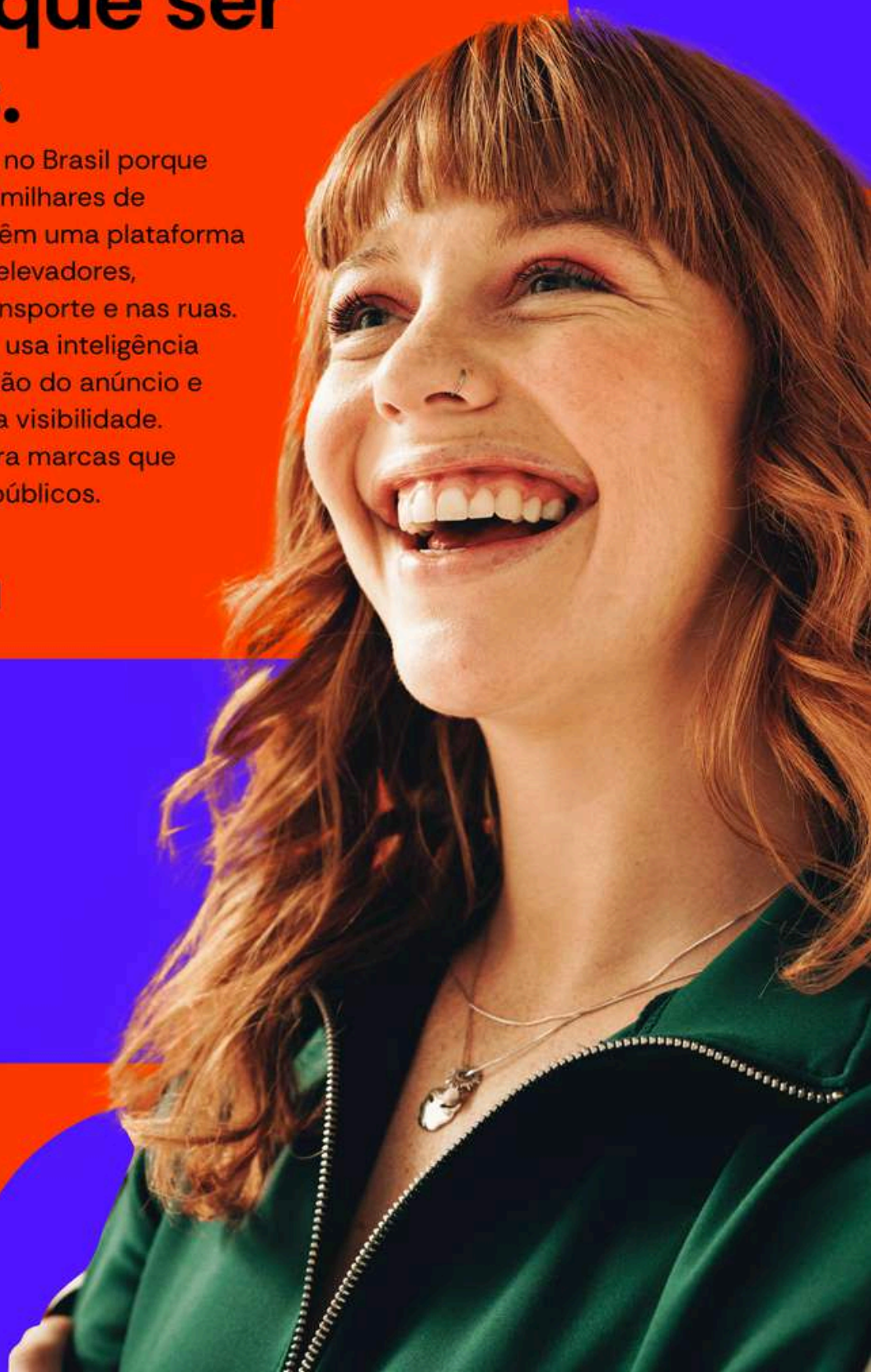
Cada hora eu tinha um desafio diferente. Perceber que esse ciclo está se encerrando é analisar o que a empresa ainda pode te oferecer e o que você pode oferecer para ela. Quando é que eu paro de aprender na velocidade que eu gostaria? Aí é o momento de ir para uma nova página. Quando eu olho para as gerações mais novas, elas têm muita pressa, muita ansiedade de fazer e fechar esses ciclos. Mas a gente não constrói nada de um dia para o outro. Requer tempo, requer uma jornada, requer pessoas, requer diversidade... Só quando você trabalha todos esses elementos, consegue entregar um resultado e aí fechar um ciclo. Para mim, é isso. É quando eu uno resultado com aprendizado.

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





É aprender e entregar. Quando eu me sinto confortável com o que eu me propus a fazer, posso fechar um ciclo e partir para o próximo, o que inclusive pode acontecer dentro da mesma empresa.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais são os desafios de você liderar equipes de diversos países?

GABRIELA COMAZZETTO São muitos desafios. Mas eu digo que todos eles são de aprendizados profundos. Acho que o primeiro é a língua. Eu sou brasileira, falo português. Passei a minha vida inteira no Brasil, não morei fora. Aprendi outras línguas estudando. Obviamente, a nossa língua nativa traz muito mais conforto na comunicação, na construção de relacionamentos, de negócios. Hoje eu lido com, no mínimo, duas línguas a mais, que são o inglês e o espanhol. E que me tiram da zona de conforto.

Eu não sou a mesma Gabriela em espanhol nem em inglês, por mais que eu estude ou por melhor que eu fale. Então, o desafio da língua é muito grande. Desde que eu assumi a operação da América Latina, há três anos, eu faço espanhol todos os dias, de segunda a sexta, uma hora por dia. Porque não dá para a gente querer construir uma relação, um negócio, falando português. E é a mesma coisa para o inglês. Então, eu me dedico muito a estudar as línguas para criar essa conexão mais verdadeira, mais autêntica com meus times ou com os meus parceiros, clientes, agências... Outro desafio é a cultura. Quando a gente fala em América Latina, todo mundo acha que é uma coisa só. Mas estamos abordando vários países com culturas diferentes. Mesmo quando a língua é a mesma. Colômbia e Argentina, por exemplo, têm culturas totalmente diferentes. Como é que eu vou aprender sobre essas culturas, sobre essas



**"A paixão pelo que fazemos
nos impulsiona a superar
obstáculos e alcançar
novos patamares."**



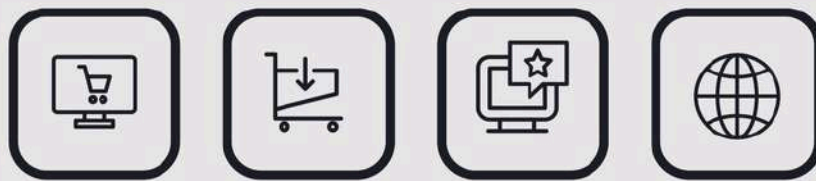
histórias, sobre como as pessoas interagem, como elas fazem negócio? Então, tem sido um aprendizado maravilhoso de vida, ter a oportunidade de conhecer cada uma dessas culturas, cada um desses países, que são muito distintos. E tem ainda a questão do fuso horário, que também é diferente, o que também traz um desafio. Acho que tudo isso me traz a oportunidade de exercer o trabalho com muito foco na diversidade. Porque exige saber dialogar com pessoas de diferentes origens, realidades, histórias, idades...

EMPRESÁRIO DIGITAL O que você destacaria na cultura organizacional do TikTok?

GABRIELA COMAZZETTO Essa é a minha paixão. Porque eu acho que aqui nós reunimos tudo de bom do que eu já conheço de culturas organizacionais. Primeiro, a gente trabalha muito como um time. Temos essa vontade, esse desejo de, de fato, fazer essa operação ser um time só. Independentemente da área. Sempre pensamos como é que podemos trabalhar melhor juntos, como podemos maximizar os recursos... Acho que todo mundo que está aqui tem uma paixão muito autêntica pela plataforma. A gente ama o TikTok. Acredita em todo o impacto que o TikTok traz hoje em cultura, comportamento e consumo. De fato, é uma plataforma que está revolucionando, que dá voz para as pessoas.



Você tem o produto e a Social
tem o jeito certo de vender



Temos **4 hubs** de
serviços com soluções
completas e integradas
para expandir suas vendas.



socialsa.com





E que permite migrar de uma cultura top-down para uma em que todo mundo pode, sim, contar a sua história e fazer a diferença. O que nos une aqui é justamente essa paixão. Ela faz com que tenhamos um senso de time muito forte. Outro fator importante dessa cultura é a diversidade. Porque a comunidade do TikTok é muito diversa, a plataforma é feita por todos e para todos, literalmente. Então como eu, como empresa, represento essa minha comunidade? Só posso servi-los, ser relevante para eles se eu souber o que querem, o que é importante para todos. Então tentamos, aqui dentro da empresa, reproduzir toda essa comunidade. É por isso que a diversidade faz parte da nossa essência. Nascemos com esse DNA, o que muda muito a dinâmica.

E não posso deixar de mencionar um grande diferencial nosso que é a flexibilidade. O que eu mais escuto dos nossos parceiros é "caramba, isso era impossível de fazer em outra empresa, e aqui vocês estão conseguindo". Nós sempre partimos do princípio que é possível e que devemos, pelo menos, tentar. Óbvio que sempre há um risco quando você vai trazer inovação, quando você vai criar um projeto novo, quando você vai sair da caixinha ou da casinha. Mas a flexibilidade permite que a gente se adeque a situações diferentes, contornando esses riscos. E temos feito projetos incríveis, como ir para o Carnaval, botar um trio elétrico do TikTok nas ruas de Salvador, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Estamos no Rock in Rio, no The Town.

Enxergue novas possibilidades

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



www.serinews.co

Então, também temos feito experiências offline, construindo experiências com a comunidade, com as marcas, com os parceiros. Tudo isso graças a um mindset de flexibilidade.

Falta ainda dizer que temos um ponto forte na velocidade. Somos muito rápidos. Seja como negócio, seja quando a gente olha para a comunidade, para lançar novas features, fazer novas parcerias, trazer novos conteúdos.

EMPRESÁRIO DIGITAL Que iniciativas inovadoras você acha que mais têm impulsionado a plataforma no país?

GABRIELA COMAZZETTO Eu sempre falo que o que impulsiona a plataforma no país é, primeiro, a comunidade. Até a chegada do TikTok, poucas pessoas tinham voz. E é isso que está acontecendo desde que começamos aqui. A gente vê música nascendo na plataforma, artistas brotando, trends surgindo, as marcas viralizando e ecoando, seja para outras plataformas ou para o offline. Isso está levando o TikTok a impactar cultura, comportamento e consumo. No que diz respeito a cultura, eu sempre gosto de contar o exemplo do BookTok. Ele é uma dessas comunidades, onde as pessoas vão compartilhar quais são seus livros de interesse, os autores de que elas gostam. E isso está fomentando a indústria da leitura. Eu amo uma autora que se chama Colleen Hoover. Seu livro *É Assim Que Acaba* viralizou no TikTok e virou best-seller mundial. A comunidade começou a pedir para ela uma sequência do livro. Pois ela escreveu essa sequência e dedicou à comunidade do TikTok. E esse livro agora está virando filme. Vai ser lançado pela Paramount em agosto. Já está com trailer. Então

você vê a força de uma comunidade do TikTok impactando a indústria da leitura e também a indústria do cinema. E esse é só um dos exemplos. A gente tem FashionTok, BeautyTok. Temos o fenômeno Sephora acontecendo na plataforma. Então as pessoas estão descobrindo produtos no TikTok e indo para o ponto de venda físico para comprar. No Brasil temos vários cases de marcas que viralizaram e tiveram um sucesso exponencial de vendas. A farmacêutica Cimed tem donos que são grandes criadores de conteúdo no TikTok. A Karla Felmanas e o João Adibe estão sempre postando sobre tudo. Sobre a empresa, sobre produtos, sobre a vida pessoal, rotina... A Karla fez um vídeo sobre um produto que ia lançar, o Carmed Fini, e ele viralizou antes mesmo de ela lançar. E aí eles aceleraram a distribuição e venderam em 15 dias o que esperavam vender em seis meses. Essa é a força da plataforma: as comunidades. É o community commerce, que é o comércio reinventado pelo boca a boca. Mas numa escala surreal, gigantesca.

Tem uma outra comunidade que é muito legal: a TikTok Made Me Buy It. As pessoas ficam contando suas experiências com produtos que elas descobriram no TikTok. Já a MoneyTok faz letramento financeiro pela plataforma. Está educando as pessoas sobre como investir seu dinheiro, como rentabilizar melhor, quais são os tipos de investimentos possíveis. Uma das que eu mais amo é a Aprenda no TikTok. São vários professores dando aula sobre os mais diferentes assuntos, e de uma maneira mais divertida, mais lúdica. Então o TikTok hoje navega entre educação, saúde, bem-estar, esportes, moda, beleza, família... Isso porque tem



A woman with long dark hair, wearing a white coat over a black dress and black boots, stands next to a large, white, hand-drawn sculpture of the letter 'C'. The sculpture is decorated with various social media and creative themes, including the words 'AUTENTICIDADE', 'Criatividade', 'TREND', 'Don't make ADS', 'make TIKTOKS', 'Proxima for You', and 'TikTok'. It also features various emojis, hearts, and social media icons like a smartphone, a laptop, and a speech bubble. The woman is leaning against the sculpture with her chin resting on her hand, looking at the camera. The background shows a modern interior with wooden walls and a blue bench.

**"Desafios são oportunidades
disfarçadas para
aprendermos e crescermos."**



uma amplitude muito grande de conteúdo. E é para todo mundo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como o TikTok tem atuado para se destacar na chamada "Era da Participação"?

GABRIELA COMAZZETTO Dando voz para as comunidades. Esse é o nosso principal papel. A gente fala muito aqui que a plataforma é menos sobre filtros, e muito mais sobre quem você é. Assim, somos muito inclusivos. Tanto que os comentários são mais acolhedores. Isso é o diferencial do TikTok: ser essa plataforma que celebra todo mundo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais as principais razões por trás desse aumento significativo de anunciantes no TikTok ao longo da sua gestão?

GABRIELA COMAZZETTO Desde que começamos essa jornada, no fim de 2020, temos feito um trabalho muito grande com as marcas e as agências no sentido de trazê-las para a plataforma. E isso em cada um dos mercados nos

quais a gente atua. A audiência está aqui. Estamos falando de mais de 1 bilhão de pessoas ao redor do mundo. E as marcas querem estar onde está a sua comunidade. E ajudamos as empresas orientando como se posicionar na plataforma, que conteúdos trazer, que perfil elas vão apresentar... Nosso papel inclui torná-las relevantes na plataforma. A gente fala muito para não fazerem anúncios, mas, sim, TikToks. Numa busca muito simples, você consegue entender o que sua comunidade está falando, o que está buscando, quais são os assuntos. Então você consegue fazer uma pesquisa dentro do TikTok para entender como atuar na plataforma. E a gente ajuda muito nesse desenho, nessa estratégia. E tem oportunidades para todas as marcas trabalharem com criadores, conseguindo alcance organicamente. Amplificando os conteúdos criados e atingindo mais e mais pessoas.

EMPRESÁRIO DIGITAL Hoje o TikTok tem se transformado em uma mídia que converte muito em vendas, não só em engajamento. Qual a sua reflexão sobre isso?



GABRIELA COMAZZETTO Observar o comportamento das comunidades que estão aqui já é um funil que ajuda muito as marcas a navegarem entre seus consumidores. Ajuda demais na construção de estratégias de vendas. Hoje a gente vende carro na plataforma, vende apartamento... A plataforma, de fato, tem soluções para ajudar as marcas a trabalhar da descoberta à conversão. E elas veem o resultado efetivo no negócio.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você já recebeu o Prêmio Caboré, é uma das dez mulheres de sucesso pela Forbes Brasil, uma das 50 mulheres de impacto na América Latina pela Bloomberg... Como esse reconhecimento todo reverbera em você?

GABRIELA COMAZZETTO Ser reconhecida é uma alegria para a alma. É ver que estou no caminho certo. Mas também traz uma reflexão muito grande. O que mais eu posso fazer? Como posso trazer mais gente comigo? Porque, quanto mais avançamos nessa jornada, maior a oportunidade de abrir novos

caminhos para mais e mais pessoas, sempre com um olhar de diversidade, reconheço nossos talentos. Até porque não conquistei nada sozinha. Eu não receberia nenhum desses reconhecimentos sem a colaboração de quem trabalha comigo. São as pessoas que me empurram para a frente, que me apoiam quando tenho inseguranças, quando fraquejo... Mas o mais importante é que estamos construindo tudo junto: cada passo, cada resultado, cada oportunidade. Então o que esses prêmios me mostram é que consegui construir uma rede muito importante e muito poderosa, que tem me ajudado a atravessar os momentos mais difíceis e a impactar positivamente outras pessoas. Me dão mais força para acelerar o caminho das mulheres no mundo dos negócios. Tenho quatro filhas e quero que a jornada delas no trabalho seja mais leve, com mais oportunidades. Esses reconhecimentos me dão voz para que eu seja essa agente de transformação.



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

Múltiplas perspectivas tornam a visão mais completa da realidade

Vivemos em um mundo onde cada um de nós acredita ter uma visão clara da realidade. No entanto, essa "realidade" é profundamente influenciada por nossas experiências pessoais, nossos contextos e, sobretudo, nossas perspectivas. Recentemente, deparei-me com uma história que iluminou essa verdade de maneira profunda, mudando minha percepção sobre um hábito que, até então, me parecia difícil de compreender: o jogo da loteria.

Era uma história de um rapaz americano contando a história da infância dele e dizendo que, na infância, uma das recordações muito fortes que ele tinha é que ele vinha de uma família muito pobre e que a mãe dele, virava e mexia, comprava umas raspadinhas lá nos Estados Unidos, gastava U\$ 3 toda hora por isso, e a explicação é a seguinte: eles não tinham dinheiro suficiente para comprar comida, e com U\$ 3 ele não ia conseguir comprar

comida para ele, não ia encher a geladeira com U\$ 3, mas, eventualmente, com a raspadinha, ela tinha esperança. O que ela estava comprando era algum tempo de esperança de uma vida diferente.

Como aquela não foi, não era a minha realidade, eu nunca entendi isso e, para falar a verdade, eu sempre tive muita dificuldade de entender como é que as pessoas apostam tanto, gastam tanto dinheiro com loteria. Tem uma frase clássica que fala que loteria é um imposto que é cobrado sobre quem não sabe fazer conta, porque a probabilidade de ganhar é tão baixa que basicamente você está jogando o dinheiro fora. E finalmente com isso aqui eu entendi o ponto de vista de quem joga, principalmente quem joga muito em loteria, que é muita gente.

A revelação veio acompanhada de um dado surpreendente: nos Estados Unidos, o total gasto com loteria supera o investimento em indústrias como games, livros, música e shows. O que as pessoas estão realmente comprando com esse dinheiro? A possibilidade, por mais remota que seja, de transformar suas vidas.

Essa compreensão me fez refletir sobre como julgamos as escolhas dos outros sem nos colocarmos em seus lugares. Muitas vezes, criticamos ou desqualificamos decisões que não fazem sentido para nós, sem considerar as circunstâncias e motivações que levam

alguém a agir de determinada maneira. Esse fenômeno não se limita a escolhas pessoais, como o jogo da loteria, mas se estende a questões mais amplas, especialmente no âmbito político.

Atualmente, a incapacidade de ouvir e considerar pontos de vista diferentes não apenas empobrece o debate público, mas também compromete a qualidade das decisões governamentais ao redor do mundo. As discussões transformaram-se em confrontos, nos quais a empatia e o entendimento mútuo são os grandes derrotados.

É hora de reconhecer que a diversidade de experiências e perspectivas é uma riqueza, não um obstáculo. A história da mãe que comprava raspadinhas como uma forma de manter viva a esperança de uma vida melhor é um poderoso lembrete de que nossas realidades são moldadas por nossas experiências. Ao tentarmos entender o mundo a partir da perspectiva do outro, não apenas ampliamos nossa visão, mas também cultivamos a empatia, um ingrediente essencial para uma sociedade mais coesa e compreensiva.

Em um mundo cada vez mais polarizado, a capacidade de ouvir e valorizar diferentes pontos de vista é mais importante do que nunca. Que possamos aprender com as histórias e reconhecer que, por trás de cada escolha, há uma história, uma esperança e uma perspectiva que merece ser compreendida.



Tiago Aguiar Inovação

Superintendente de
Novas Plataformas na
TecBan S.A. | Open
Finance | Inovação |
Corporate Venture



in

Transformações do sistema financeiro com o Real Digital

Diversos fatores levaram os bancos centrais de todo o mundo a empreender estudos sobre as moedas digitais de bancos centrais. O anúncio que o Facebook estaria criando a sua moeda digital, a Libra, agitou o mercado. Soma-se a isso o surgimento e crescimento no volume de transações em criptomoedas, as stablecoins e as plataformas de finanças descentralizadas. Tudo isso junto poderia dar início a uma revolução sem precedentes no sistema financeiro mundial, sem que ninguém soubesse onde poderia parar e como tudo isso poderia atingir a estabilidade econômica das nações. Diante dessas possibilidades, os bancos centrais decidiram tomar medidas e iniciar pesquisas em relação às suas próprias moedas digitais, e assim, em agosto de 2020, o Banco Central (Bacen) do Brasil tomou uma iniciativa importante ao estabelecer um grupo de trabalho dedicado ao estudo da emissão de uma moeda digital brasileira.

Conhecida como CBDC (da sigla em inglês Central Bank Digital Currency), a moeda digital do Banco Central vem despertando a atenção. Atualmente, 105 países estão explorando

moedas digitais centralizadas. Juntos, eles representam 95% do PIB global, sendo que 60% dos Bancos Centrais em todo o mundo esperam emitir uma CBDC nos próximos seis anos. Vale lembrar que a CBDC é uma representação digital do dinheiro que conhecemos hoje nas versões físicas (cédulas e moedas) e eletrônicas (o real escritural, por exemplo). As moedas digitais de Banco Central (CBDCs) desempenharão um papel fundamental na inovação dos meios de pagamento, oferecendo benefícios como maior eficiência, segurança e inclusão financeira. Ao eliminar intermediários e permitir transações diretas entre partes, as CBDCs podem agilizar os processos de pagamento, reduzir custos e facilitar transações transfronteiriças. Além disso, ao serem emitidas por bancos centrais, as CBDCs podem fornecer confiança e estabilidade, incentivando a adoção de tecnologias financeiras avançadas, como tokenização de ativos e contratos inteligentes. Essa inovação impulsionada pelas CBDCs tem o potencial de transformar radicalmente a forma como as pessoas interagem e realizam transações financeiras em um ambiente digital cada vez mais globalizado.

É difícil prever qual será a adoção das CBDCs pelas pessoas no dia a dia, ou até mesmo pelas instituições financeiras e grandes empresas, mas na esteira dessa inovação, sem dúvida, a reboque virão duas grandes transformações: a tokenização de ativos físicos e financeiros e o uso da inteligência artificial associada à programabilidade do dinheiro digital.

A tokenização de ativos é um processo pelo qual ativos como imóveis, ações,

títulos de dívida ou até mesmo obras de arte são convertidos em tokens digitais (i.e., representações digitais dos ativos físicos), que podem ser negociados e armazenados em uma blockchain. Esses tokens representam uma fração do valor total do ativo e permitem que investidores comprem e vendam partes desses ativos de forma mais fácil e eficiente.

Um dos principais benefícios da tokenização de ativos é a maior acessibilidade e liquidez. Anteriormente, investir em certos ativos, como imóveis ou obras de arte, era (e ainda é) complicado e exigia altos montantes de capital. Com a tokenização, esses ativos podem ser divididos em partes menores, permitindo que investidores de diferentes perfis comprem frações do ativo, o que deve promover um enorme crescimento no mercado de investimento. Para se ter uma ideia do potencial da tokenização, segundo uma projeção da BinaryX, até 10% do PIB mundial estará tokenizado em 2027.

Quanto a combinação da inteligência artificial com a programabilidade do dinheiro digital (CBDC) e os contratos inteligentes, estes têm o potencial de transformar a forma como as pessoas lidam com suas economias, poupanças e investimentos. A inteligência artificial pode ser utilizada para analisar dados financeiros e comportamentais, fornecendo insights personalizados e recomendações precisas para auxiliar as pessoas na tomada de decisões financeiras. Além disso, por meio dos contratos inteligentes, as transações financeiras podem ser automatizadas e executadas com base em condições pré-programadas, eliminando a necessidade de intermediários e aumentando a

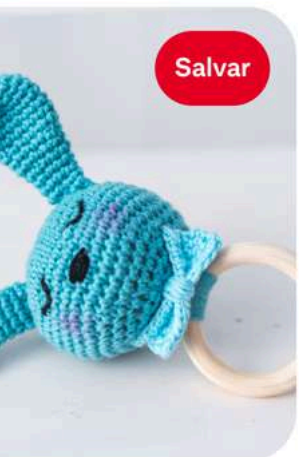
O sistema financeiro brasileiro já é um dos mais avançados do mundo e nos próximos anos uma série de transformações vai acontecer.

eficiência dos processos. Isso permite que as pessoas gerenciem seus investimentos de forma mais autônoma, estabelecendo regras e parâmetros que atendam às suas metas e preferências. Com a interação entre inteligência artificial, dinheiro digital programável e contratos inteligentes, as pessoas poderão ter maior controle sobre suas finanças, otimizando seus recursos, maximizando suas economias e realizando investimentos mais informados e personalizados.

Também não podemos esquecer que nesta mesma evolução do sistema financeiro, estamos em meio à implementação do Open Banking (iniciativa que permite o compartilhamento seguro de dados financeiros de clientes entre instituições financeiras), o qual desempenhará um papel fundamental na integração entre a programabilidade do dinheiro digital (CBDC), os contratos inteligentes, a inteligência artificial e o setor financeiro. Com o Open Banking, os usuários têm a possibilidade de compartilhar seus dados financeiros de forma segura e controlada com terceiros, incluindo aplicativos de inteligência artificial e plataformas de investimento. Isso possibilita que a

inteligência artificial acesse informações detalhadas sobre as finanças pessoais dos usuários, analise padrões de gastos, histórico de investimentos e outros dados relevantes. Com base nesses insights, os contratos inteligentes podem ser programados para executar ações automatizadas, como investir em determinados ativos ou otimizar uma carteira de investimentos de acordo com metas pré-definidas. Além disso, a combinação do Open Banking com a programabilidade do dinheiro digital (CBDC) permite que os usuários acessem serviços financeiros inovadores, como empréstimos descentralizados (pessoa a pessoa) ou serviços de gestão de ativos baseados em contratos inteligentes.

O sistema financeiro brasileiro já é um dos mais avançados do mundo e nos próximos anos uma série de transformações vai acontecer garantindo a bancarização de milhares de pessoas. Essa interação sinérgica entre as diversas inovações, combinadas aos meios atuais de acesso ao sistema financeiro, oferecem um cenário promissor para pessoas comuns gerenciarem suas finanças de forma mais eficiente, segura e personalizada, potencializando suas economias.



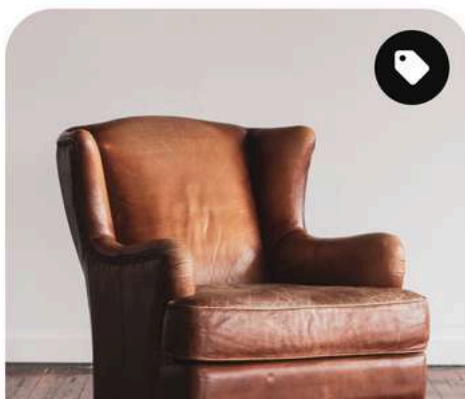
Salvar

Cresça seu negócio no Pinterest

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



 Pinterest





**Shana
Wajntraub
Comunicação**

CEO Eleve Consulting e
Tedx Speaker



in

Cultura de confiança: estratégias para a segurança psicológica

"O MEU MAIOR MEDO COMO LÍDER É QUE AS
PESSOAS NÃO ME CONTEM A VERDADE."

Pode parecer uma frase romântica e utópica, mas a preocupação em estar conectado com o nosso time e manter um ambiente saudável é extremamente necessária. A neurociência demonstra amplamente que uma cultura onde as pessoas têm medo de falar inibe o aprendizado e a cooperação. Na prática, ainda há um longo caminho a ser percorrido. Para ilustrar esse cenário, trago uma pesquisa da Talenses Executive, com o apoio da FGV:

87% dos colaboradores já tiveram um líder tóxico e 62% já pediram demissão por causa desse estilo de liderança. Com base nisso, o modelo proposto por Amy Edmondson, pesquisadora de psicologia organizacional, delineia estratégias concretas para construir a segurança psicológica. Ao adotar práticas que encorajam a vulnerabilidade, promovem uma cultura de responsabilidade coletiva diante dos erros, incentivam a escuta ativa e a diversidade de vozes, bem como lidam prontamente com preocupações, as organizações criam um ambiente onde o medo de julgamento e retaliação diminui, dando espaço para a inovação florescer.

Para entender melhor como a segurança psicológica impacta o desempenho das equipes, é útil identificar as diferentes zonas em que uma equipe pode se encontrar:

	BAIXOS PADRÕES	ALTOS PADRÕES
Alta segurança psicológica	ZONA DE CONFORTO	APRENDIZADO E ZONA DE ALTO DESEMPENHO
Baixa segurança psicológica	ZONA DE APATIA	ZONA DE ANSIEDADE

Zona de Conforto: As pessoas são amigáveis e há colaboração, mas não são impulsionadas a se desafiarem, resultando em pouco progresso.

Zona de Aprendizado: As pessoas trabalham juntas, desafiam umas às outras e enfrentam tarefas difíceis e criativas, realizando um ótimo trabalho.

Zona de Apatia: As pessoas vão ao trabalho, mas seus corações e mentes estão em outro lugar, resultando em baixa produtividade.

Zona de Ansiedade: A maioria está neste eixo, com medo de compartilhar ideias, assumir riscos ou pedir ajuda, prejudicando a produtividade e o crescimento.

Compartilho cinco passos para criar a zona de aprendizado nos times:

1. Construir confiança: Começar sendo vulnerável, mostrando à sua equipe que é normal ter sentimentos.

Ação 1: Compartilhar uma história pessoal ou um erro que cometeu para incentivar a abertura.

Ação 2: Reconhecer publicamente os esforços e sucessos de sua equipe, fortalecendo a confiança mútua.

2. Escutar Ativamente: Dar atenção total quando alguém estiver falando e fazer perguntas sinceras.

Ação 1: Na próxima reunião, resumir o que alguém disse antes de responder

para garantir compreensão e valorização.

Ação 2: Utilizar técnicas de escuta ativa, como contato visual e feedback verbal, para demonstrar que está realmente ouvindo.

3. Normalizar o Fracasso: Usar falhas como experiências de aprendizado, não como motivo de vergonha.

Ação 1: Criar um segmento "O que aprendi com isso" nas reuniões para compartilhar aprendizados.

Ação 2: Estabelecer um ambiente onde os erros são analisados coletivamente para encontrar soluções em vez de buscar culpados.

4. Incentivar Vozes Diversas: Promover a participação ativa das pessoas que falam menos, assegurando que todos sejam ouvidos.

Ação 1: Fazer rodízio dos responsáveis por conduzir as reuniões, dando a todos a oportunidade de liderar.

Ação 2: Criar grupos de discussão menores para facilitar a participação de todos, principalmente dos mais introvertidos.

5. Abordar Problemas Prontamente:

Ignorar preocupações prejudica a segurança psicológica; enfrentar os problemas de frente.

Ação 1: Quando um problema for levantado, reservar tempo para encontrar soluções, mostrando que a equipe é ouvida e valorizada.

Ação 2: Estabelecer um canal de comunicação anônimo para que os colaboradores possam levantar preocupações sem medo de retaliação.

Ao implementar essas estratégias, as organizações podem não apenas melhorar o bem-estar de seus colaboradores, mas também impulsionar a produtividade e a inovação.



**Douglas
Torres**
Experiência do cliente

CEO e Fundador
Yup Chat



in

Construindo o futuro empresarial: colocando o cliente no coração da inovação e do crescimento

o repensar o papel do cliente em sua estratégia de inovação, questione-se: como isso poderia redefinir suas metas empresariais e acelerar seu progresso no mercado? Este enfoque permite não somente atender, mas prever e superar as expectativas dos seus clientes. Diante de demandas que mudam rapidamente, adotar uma abordagem que genuinamente priorize o cliente é essencial para garantir um futuro empresarial sustentável e de sucesso prolongado.

A centralidade do cliente: uma visão ampliada

Para prosperar no cenário atual, as empresas precisam ampliar sua compreensão dos clientes, cujas prioridades frequentemente mudam. Essa visão, conhecida como centralidade no cliente,

Empresas que adotam essa abordagem reconhecem a importância de entender as forças econômicas, sociais e culturais que influenciam o comportamento dos clientes.

envolve enxergar os clientes onde eles estão e adaptar-se continuamente às suas necessidades. Empresas que adotam essa abordagem reconhecem a importância de entender as forças econômicas, sociais e culturais que influenciam o comportamento dos clientes. Mantendo-se atualizadas e prontas para responder de maneira inovadora, essas empresas se posicionam melhor para manter sua relevância e prosperar.

Inovando a experiência do cliente: a jornada começa agora

A inovação na experiência do cliente vai além de oferecer novos produtos ou serviços; trata-se de reimaginar a entrega de valor e encontrar soluções criativas para os desafios dos clientes. Isso pode significar:

- **Simplificação de processos:** Reduzir atritos e tornar interações mais fluidas.

- **Novos canais de comunicação:**

Introduzir plataformas preferidas pelos clientes, como chatbots, redes sociais ou aplicativos.

- **Antecipação de necessidades futuras:**

Desenvolver serviços que prevejam e atendam às demandas emergentes.

A tecnologia a serviço da experiência do cliente

Adotar novas tecnologias é crucial para inovar na experiência do cliente. A integração de plataformas avançadas de IA, nas funções de suporte ao cliente, exemplifica essa abordagem. Essas plataformas não apenas fornecem respostas; criam uma experiência de aprendizagem dinâmica e interativa, capacitando os clientes a encontrar informações com eficiência. Empresas que adotam ferramentas de suporte baseadas em IA estabelecem novos padrões de excelência, beneficiando tanto os clientes quanto as operações internas.

Enfrentando os desafios do amanhã: adaptando-se à mudança

Para enfrentar os desafios futuros, é essencial antecipar e se preparar para as incertezas. Compreender os sistemas e contextos atuais ajuda a prever o que está por vir. Além disso, é necessário adotar uma mentalidade que abraça a incerteza, utilizando a sabedoria coletiva das equipes e diversas perspectivas. Esse enfoque permite desenvolver as competências necessárias para uma adaptação eficaz em tempos de mudanças desafiadoras.

Construindo o futuro juntos: um convite à ação

Construir o futuro empresarial é uma jornada de descoberta e criação. Convido você, líder empresarial, a unir-se a nós nesta emocionante

missão de inovação e transformação. Juntos, podemos:

- **Reimaginar o relacionamento com o cliente:** Colocando-o no centro da inovação e da mudança.
- **Adotar uma abordagem centrada no cliente:** Compreendendo e atendendo às suas necessidades em constante evolução.
- **Inovar a experiência do cliente:** Utilizando soluções criativas e tecnológicas.
- **Enfrentar os desafios do futuro:** Com agilidade e adaptabilidade.
- **Construir um futuro empresarial próspero e sustentável:** Para todos.

A mudança começa agora. É hora de antecipar, adaptar e liderar com visão e coragem. Vamos construir, juntos, um futuro no qual a inovação centrada no cliente é a chave para o sucesso sustentável.



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



**Marcel
Spadoto
Netweaving**

Especialista em
Desenvolvimento de
Negócios



in

Raio X das vendas complexas

Na minha humilde opinião, com um certo grau de assertividade, boa parte da falta de sucesso advém de algumas atitudes que não tomamos, e, em contrapartida, boa parte do nosso sucesso resulta de algumas atitudes que adotamos. Claro que não é uma ciência exata, mas podemos refletir sobre esses pontos.

O mundo muda a todo instante, o mundo mudou radicalmente nesses últimos quatro anos, e vai continuar a mudar, queiramos ou não queiramos que isso aconteça.

Tivemos que mudar o nosso comportamento de um dia para o outro, e conseguimos fazer isso, com mais ou menos sacrifício, mas conseguimos. Em março de 2020 demos um restart nas nossas vidas!

Creio que chegamos a um ponto em que precisamos dar um novo restart, mas agora de forma mais planejada e consciente.

A mudança de cada um de nós irá produzir um grande impacto nas famílias, empresas, sociedade etc. A necessidade de mudança varia de acordo com cada indivíduo. Para alguns, ajustes sutis serão suficientes, enquanto outros precisarão de uma transformação mais profunda. O importante é que cada um esteja disposto a se adaptar e evoluir.

No primeiro momento, traga uma fala, um vídeo ou mesmo um artigo sobre o tema. Depois escolha um facilitador para conduzir essa conversa de forma estruturada.

O "restartar" não é mudar tudo, jogar tudo fora e fazer de novo, é mudar o que precisa mudar, ajustar alguns dos pontos, calibrá-los para a realidade que vivemos agora.

Pensando em uma empresa, podemos fazer uma análise das suas necessidades e desafios, e comparar com os recursos que ela possui, sejam eles financeiros, materiais, tecnológicos ou intelectuais. De posse desse panorama, podemos verificar como, quando e o que "restartar".

Eu tenho participado de alguns processos de restart de pessoas, e com impactos em parte do meio que convivem.

Muitas vezes estamos fazendo isso sem ter a noção exata do movimento que está acontecendo, mas precisamos fazê-lo de forma absolutamente consciente, pois vai produzir bons frutos para todos.

Vejo que a melhor forma é chamar os envolvidos para uma conversa franca sobre o tema. No primeiro momento, traga uma fala, um vídeo ou mesmo um artigo sobre o tema. Depois escolha um facilitador para conduzir essa conversa de forma estruturada, e depois é deixar as pessoas falarem sobre as suas expectativas, anseios e temores.

Não se vai resolver tudo nesse momento, podemos ter a impressão que o temor está alto, faz parte do processo, só garanta que todos os envolvidos na condução tenham maturidade para lidar com o novo e com o desconhecido, e que, principalmente, vamos cumprir essa jornada juntos e estaremos colaborando uns com os outros. O comprometimento, sentimento de pertencimento e engajamento tendem a aumentar, e muito.

Melhor disparar o processo do que ser atropelado por ele.

Chegou a hora do restart.



Heli Diogo
Blockchain,
Web3 e NFT

CEO Tilt



O Preço Oculto da Inteligência Artificial

Hoje, os data centers devoram cerca de 2% da energia global, com uma pegada de carbono que faz sombra à da indústria aérea.

Vamos ser francos: com o crescimento vertiginoso da inteligência artificial (IA), as demandas vão disparar, exigindo novos investimentos em data centers e, inevitavelmente, um aumento alarmante no consumo de energia. Mas faz sentido isso tudo enquanto o mundo inteiro clama por soluções ESG?

Para ilustrar, uma pesquisa banal no Google, que envolve uma computação ridiculamente simples, consome em média 0,3Wh de energia. Agora, compare isso com a resposta de um sistema avançado de IA, como o ChatGPT, que pode sugar entre 3 e 30Wh, dependendo da complexidade da pergunta. Estamos falando de um consumo equivalente a uma lâmpada de LED de 10 watts acesa de 18 minutos a 3 horas – por apenas uma resposta!

O problema não é se a IA vai dominar o mundo, mas sim se ela vai se tornar uma ameaça existencial.



FUTURO INCERTO?

O futuro econômico do Brasil e do mundo é cheio de incertezas, mas, com a **orientação certa**, você estará mais preparado para enfrentar qualquer desafio.

Uma palestra do **Ricardo Amorim** pode ajudar você e seus clientes.

RICAM

www.ricamconsultoria.com.br

A única saída? Computação distribuída. E o que isso quer dizer?

O futuro dos data centers reside no uso da ociosidade dos nossos celulares e tablets comuns para ajudar a processar novas demandas de dados com segurança. Distribuindo a carga de trabalho computacional por uma rede de dispositivos ociosos, podemos diminuir a dependência de grandes data centers centralizados. Isso não só economiza energia, mas também melhora a eficiência geral do sistema.

Em paralelo, a otimização dos algoritmos de IA é fundamental para reduzir a quantidade de energia necessária para realizar tarefas complexas. A contínua pesquisa e desenvolvimento em algoritmos mais eficientes e menos energívoros são cruciais para essa transformação.

É quase cômico afirmar que investir em eficiência energética reduz o impacto ambiental dos data centers. Tecnologias de resfriamento mais eficazes podem, de fato, cortar drasticamente o consumo de energia. Além disso, a utilização de fontes de energia renovável para alimentar data centers está se tornando cada vez mais prevalente, diminuindo nossa dependência de fontes não renováveis.

Armazenar e processar dados em localizações frias? Genial! Colocar data centers em regiões com climas mais frios pode reduzir a necessidade de resfriamento artificial, economizando energia. Países como a Islândia estão emergindo como hubs para data centers devido às suas condições climáticas ideais, oferecendo uma alternativa sustentável para a indústria.

Governos e organizações internacionais têm um papel vital a desempenhar na promoção da sustentabilidade na computação. Políticas que incentivem o uso de energias renováveis, imponham limites de emissão de carbono e promovam a pesquisa em tecnologias de eficiência energética são essenciais para mitigar o impacto ambiental dos data centers. A transição para um futuro mais sustentável na computação exigirá a colaboração entre empresas de tecnologia, governos e consumidores.

À medida que o mundo continua a adotar a IA em ritmo acelerado, a sustentabilidade deve ser a prioridade máxima. Soluções inovadoras mostram que é possível avançar tecnologicamente sem sacrificar o meio ambiente, garantindo um futuro mais promissor e sustentável para todos. A questão não é se a IA dominará o mundo, mas como podemos integrar essa tecnologia de maneira sustentável. Adotando tecnologias de computação mais eficientes e políticas de apoio à sustentabilidade, podemos reduzir significativamente o consumo de energia e a pegada de carbono, pavimentando o caminho para um futuro mais verde e eficiente.

- **Data centers locais de empresas ficam ociosos 82% a 88% do tempo.**
- **Provedores de grande escala (AWS) ficam ociosos 35% do tempo.**
- **Smartphones ficam ociosos 85% do tempo.**

Soluções como a computação distribuída poderiam melhor aproveitar esses recursos ociosos e reduzir o desperdício energético.

GRANDES NOMES DA PROPAGANDA CHEGOU AO CANAL:

MARKKET

VOCÊ ASSITE AO
CANAL MARKKET NA:

Claro-
tv+
CANAL 692

Claro-tv

vivo
VIVO FIERA

boxbrazil
PLAY

CANAL 611

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



FIQUE POR DENTRO DO NOSSO CANAL
DE NOTÍCIAS NO PORTAL E NO SITE

GRANDESNOMESDAPROPAGANDA.COM.BR

GRANDESNOMESDAPROPAGANDA | @PROGRAMAGNP | /PORTALGNP

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

