

Ricardo Amorim

Brasil: o país onde a empresa paga muito e o trabalhador ganha pouco

Marici Ferreira

Será que dá match?

Ricardo D'Aguani

Elon Musk: A liderança que está redefinindo o futuro



261

@fotografomikebonfim

em Presário
digital

**Magali
Leite**

CEO DA ESPAÇOLASER

CONHEÇA A EXECUTIVA QUE IMPULSIONA INOVAÇÃO,
EXPANSÃO ESTRATÉGICA E PROMOVE
A DIVERSIDADE NO SETOR DE ESTÉTICA



Renda
Variável »
Digital

Seja o próximo
investidor de unicórnios

Invista em startups
inovadoras com **Guga Stocco**

**e amplie seus ganhos
em até 20x**

A partir de R\$ 50 mil, você participa
de **um grupo VIP de mentoria**
com o empreendedor

Abra sua conta no MB
e comece já!



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

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
Serineews.co



in

Para quem fica uma homenagem a Washington Olivetto

Alguns nomes carregam mais do que uma assinatura. São marcas de uma era, de um jeito de pensar e, acima de tudo, de uma forma única de ver o mundo. Washington Olivetto não foi apenas um publicitário. Ele foi, e sempre será, um contador de histórias. Histórias que sabiam rir de si mesmas, que tocavam o público sem nunca subestimá-lo, e que, mais do que qualquer prêmio, conquistavam corações.

O que resta quando uma mente brilhante parte? Quando suas palavras cessam, mas suas ideias continuam a ecoar em corredores, em apresentações, em criações que nem ao menos sabemos que foram influenciadas por ele? Talvez o que fique não seja só a lembrança de suas campanhas geniais, mas um lembrete de como a simplicidade, quando bem feita, pode ser mais profunda que a maior das complexidades.

Washington enxergava o mundo com a leveza de quem sabia que boas ideias não nascem do peso das expectativas, mas da alegria de criar. Ele

entendeu que o astral de uma agência e, por extensão, de qualquer lugar onde a criação acontece é tão fundamental quanto a planilha de resultados. Sem alma, não há brilho. E, sem brilho, o trabalho morre.

Ele viu isso acontecer de longe, talvez com tristeza, mas nunca com resignação. Em um de seus últimos textos, Olivetto mencionou a falta de alegria nas agências, o distanciamento dos publicitários e a perigosa transformação de ideias em simples dados. Ele sabia que sem emoção, sem toque, a comunicação se perde. Ela pode alcançar muitos, mas não toca ninguém. E não é isso o que ele nos ensinou.

Falar de Washington Olivetto é falar de um mestre da sutileza, de alguém que entendeu que nem toda boa ideia precisa ir ao ar. Às vezes, a maior genialidade está em saber quando engavetar uma

proposta, respeitar o espaço do outro e, ainda assim, continuar acreditando que a próxima ideia será ainda melhor.

Washington não era “W”. Ele era muito mais. Era o símbolo de uma geração que viu na propaganda não só um meio de vender produtos, mas de contar histórias que ficaram. Seu legado é um lembrete de que a propaganda é, antes de tudo, humana. É entender pessoas, tocar vidas, e, de vez em quando, fazer o mundo parar por um segundo para pensar, rir... ou até chorar.

Para quem continua por aqui, fica a lição. Não se trata apenas de criar para vender, mas de criar para ser lembrado. O tempo vai passar, mas as ideias, quando são boas de verdade, continuam a tocar.

Washington Olivetto, você nos tocou profundamente. E seu toque permanecerá.



Washington Olivetto
morreu aos 73 anos

CEO DA ESPAÇOLASER



in

Magali Leite
Entrevista

CEO EspaçoLaser | Presidente do IBEF-SP



MAGALI LEITE, CEO DA ESPAÇOLASER, CONSTRUIU UMA CARREIRA DIVERSIFICADA, COM DESTAQUE EM REESTRUTURAÇÕES E ABERTURAS DE CAPITAL. TAMBÉM É CONSELHEIRA E PRESIDENTE DO INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS DE SÃO PAULO (IBEF-SP). NESTA ENTREVISTA, ELA COMPARTILHA SUA RÁPIDA ASCENSÃO NA EMPRESA, OS DESAFIOS SUPERADOS E SUA VISÃO SOBRE LIDERANÇA, DIVERSIDADE E O FUTURO DO MERCADO DE ESTÉTICA NO BRASIL.

A trajetória de Magali Leite é um mosaico de realizações notáveis e uma jornada que culminou com sua nomeação como CEO da Espaçolaser. Com uma carreira robusta que abrange reestruturação de empresas até o protagonismo em cenários de abertura de capital, Magali Leite demonstrou repetidamente sua habilidade em navegar com maestria pelos desafios do mercado brasileiro.

Antes de sua entrada na Espaçolaser, Magali já desempenhava papéis cruciais em conselhos de administração e liderava áreas estratégicas em corporações. Sua experiência diversificada foi a chave para sua ascensão, assumindo a liderança da empresa em um momento crítico e trazendo um sopro de inovação e estratégia refinada.

Sob sua gestão, a Espaçolaser não só comemorou seu 20º aniversário, mas também realizou um IPO de sucesso, enfrentando e superando desafios complexos.

Comprometida com a promoção da diversidade e inclusão, Magali lidera uma equipe na qual 80% dos cargos de C-Level são compostos por mulheres. Sua filosofia de liderança é definida por um estilo colaborativo, que valoriza a proximidade com sua equipe, e acredita fervorosamente no desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores como alicerce para o sucesso empresarial.

Nesta entrevista exclusiva para a Empresário Digital, Magali Leite não apenas compartilha os segredos de sua trajetória de sucesso, mas também nos dá uma visão inspiradora do futuro do trabalho e da liderança no mundo corporativo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Pode nos contar um pouco sobre sua trajetória profissional antes de ingressar na Espaçolaser? Quais experiências você considera fundamentais para sua carreira?

MAGALI LEITE Minha experiência de carreira é bastante ampla. Participei de

**"A atuação como conselheira
me mostrou a importância de
uma estrutura de governança
corporativa robusta."**



QUATRO MOTIVOS PARA VOCÊ REALIZAR SEU EVENTO NO ESPAÇO MAIS SOFISTICADO DO BRASIL



1 LOCALIZAÇÃO

No 19º andar de um dos edifícios mais inovadores de São Paulo, oferece uma vista espetacular em uma estrutura One-Stop-Shop.



2 AMBIENTES CUSTOMIZÁVEIS

Com ambientes modulares, design único e áreas de experiência imersivas, criamos o cenário ideal para eventos de conteúdo, celebrações, treinamentos e muito mais.

TECNOLOGIA DE PONTA
Som e iluminação avançados, soluções de videoconferência da CISCO, cadeiras Herman Miller e 60m2 de painéis modulares da THE LED.

3



4 ONE-STOP-SHOP

Tudo isso em uma solução completa, com RSVP, criação, gastronomia, decoração, curadoria de conteúdo e produção de Gifts para o seu evento perfeito, seja qual for o formato.



EXPERIENCE HOUSE

Rua Gerivatiba, 207 - 19º and - Butantã, São Paulo



AGENDE A SUA VISITA: 011 96914-5801 (Felipe Narcizo)

www.experiencehouse.com.br



muitas iniciativas ligadas a empresas, principalmente nacionais e familiares, sempre com o objetivo de trabalhar pelo crescimento dos negócios, ou em momentos que exigiam reposicionamento ou reestruturação. Preparei empresas para abrir capital e participei de rounds internos bastante significativos, conhecidos no mercado. Há dez anos, decidi conciliar minha atuação como executiva com a de conselheira, me certifiquei e hoje atuo em ambos os papéis. Além disso, estou à frente do Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças de São Paulo. Minha experiência na Espaçolaser está muito relacionada à bagagem que acumulei ao longo dessa carreira extensa. Quando cheguei, já era presidente do IBEF e uma executiva C-Level, tendo liderado várias áreas. Minha trajetória diversificada me preparou naturalmente para assumir a posição de CEO da Espaçolaser.

EMPRESÁRIO DIGITAL Sua ascensão na Espaçolaser foi meteórica. O que você acredita ter sido um fator-chave para se tornar CEO em tão pouco tempo?

MAGALI LEITE Acredito que minha trajetória diversificada e a experiência em diferentes áreas e setores foram fundamentais. Quando o CEO anterior encerrou o contrato, eu já havia entregado o principal desafio da minha cadeira anterior e estava pronta para assumir. Foi um movimento muito natural. Eu já tinha participado ativamente da construção da estratégia da companhia, e estar imersa no dia a dia dos desafios facilitou essa transição para a liderança.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais considera suas maiores realizações à frente da Espaçolaser até o momento? Pode compartilhar algum desafio significativo que tenha superado?

Powerful by nature.



ANAPURNA
CIERVO
H3200



Tipo	Híbrida
Velocidade	→→
Largura	Até 320 cm – 126 in
Cores	CMYKcm + branco

Assim como um cervo esguio se move ágilmente pela floresta, a Anapurna Ciervo aborda qualquer trabalho de impressão com grande agilidade – pronta para enfrentar qualquer desafio que surja. Se você está procurando versatilidade para lidar com uma ampla gama de trabalhos de impressão, o Ciervo híbrido será perfeito para o seu negócio de impressão de sinalização e displays.

AGFA 



MAGALI LEITE Este ano comemoramos 20 anos da companhia, três anos após um IPO muito bem-sucedido. Um dos maiores desafios foi a remodelagem da estrutura de capital, em um contexto de juros dinâmicos e mercado volátil. Estamos constantemente repensando essa estrutura. Agora, o foco é construir os próximos 20 anos da companhia, com a definição da estratégia de longo prazo, sempre mantendo a excelência no serviço e no relacionamento com nossos clientes. A qualidade do que entregamos é o norte para o futuro da Espaçolaser.

EMPRESÁRIO DIGITAL Sabemos que você tem uma atuação forte com educação e mentoria. Como essa vertente se desenvolveu em sua carreira e qual a importância dela para você?

MAGALI LEITE A educação e a mentoria são fundamentais para mim, tanto no aspecto pessoal quanto profissional. Ao longo da minha carreira, tive a

oportunidade de trabalhar com profissionais brilhantes que hoje atuam como mentores e coaches, o que influenciou minha própria jornada. Hoje, ajudo a moldar profissionais, principalmente mulheres, mas também homens, compartilhando minha bagagem e apoiando no desenvolvimento de carreiras e negócios. Vejo isso como uma forma de retribuir à sociedade o que aprendi e construí ao longo da minha trajetória.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você atua como conselheira em diferentes organizações. Como essa experiência contribui para sua visão de negócios e liderança?

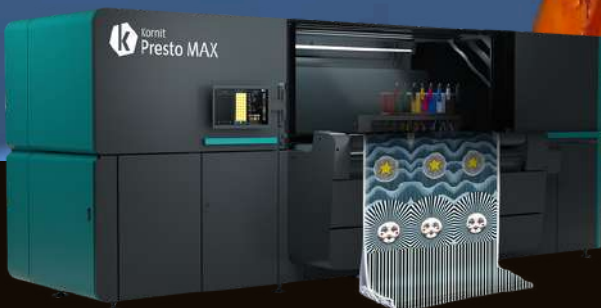
MAGALI LEITE A atuação como conselheira me mostrou a importância de uma estrutura de governança corporativa robusta. Acredito que isso faz toda a diferença nos resultados de uma empresa. Trabalhar em negócios que valorizam governança séria e bem

Moda Sustentável sob demanda.



Liberando a Criatividade

www.kornit.com





estruturada é um diferencial. Já vivi experiências que comprovaram isso ao longo da minha carreira, e hoje aplico essa visão tanto como CEO quanto conselheira.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual é sua filosofia de liderança? E como você a aplica no dia a dia da EspaçoLaser?

MAGALI LEITE Meu estilo de liderança é colaborativo e muito presente. Gosto de estar próxima das pessoas, trabalhar com equipes envolvidas, pois liderar uma empresa como a EspaçoLaser, com mais de 6 mil colaboradores e quase 900 lojas, requer uma gestão muito cuidadosa. Acredito que o desenvolvimento de pessoas e a formação de líderes são cruciais para a execução de um serviço de excelência. Ninguém faz isso sozinho, é o trabalho em equipe que faz a diferença.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual é sua visão sobre diversidade e inclusão, e como a EspaçoLaser tem trabalhado nessas frentes?

MAGALI LEITE A EspaçoLaser é uma referência de mercado em diversidade e inclusão. Cerca de 95% dos nossos colaboradores são mulheres, e 80% do nosso C-Level também é feminino. Temos uma representatividade significativa de mulheres negras, que representam 48% dos nossos colaboradores. Nascemos com essa forte presença feminina, e, ao longo do tempo, isso foi se consolidando como um pilar da nossa cultura. Trabalhamos com várias iniciativas no RH para promover ainda mais esse princípio, sempre alinhados com nossa liderança.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais são as principais estratégias da EspaçoLaser para o futuro próximo?

MAGALI LEITE A centralidade nas necessidades dos nossos clientes continua sendo o pilar da nossa estratégia. Nosso objetivo é entregar excelência no serviço e criar uma experiência que atenda, e até antecipe, os desejos dos nossos clientes. Embora outros elementos também façam parte

I AM LIGHT

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

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY





**"A centralidade nas
necessidades dos nossos
clientes continua sendo o
pilar da nossa estratégia."**



Bem-vindo ao anywhere office.

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

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

RegusTM Trabalhe
do seu jeito



da nossa estratégia, a satisfação do cliente é a base de tudo. Ainda temos muito espaço para crescer, pois apenas 15% da população brasileira já experimentou a depilação a laser, o que significa que há um grande potencial de expansão.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como você vê o mercado de estética e beleza evoluindo nos próximos anos?

MAGALI LEITE O mercado de estética e beleza no Brasil, especialmente o de depilação a laser, ainda é subpenetrado, o que nos dá muitas oportunidades de crescimento. Além disso, estamos estudando a expansão para o mercado de estética em algumas de nossas lojas, uma área que acreditamos que vai ao encontro dos interesses das mulheres brasileiras e latinas, que têm um grande cuidado com o corpo e a pele. A qualidade do nosso serviço nos permite capturar esse potencial de mercado com confiança.

EMPRESÁRIO DIGITAL Que conselho você daria para jovens profissionais, especialmente mulheres, que almejam posições de liderança em grandes empresas?

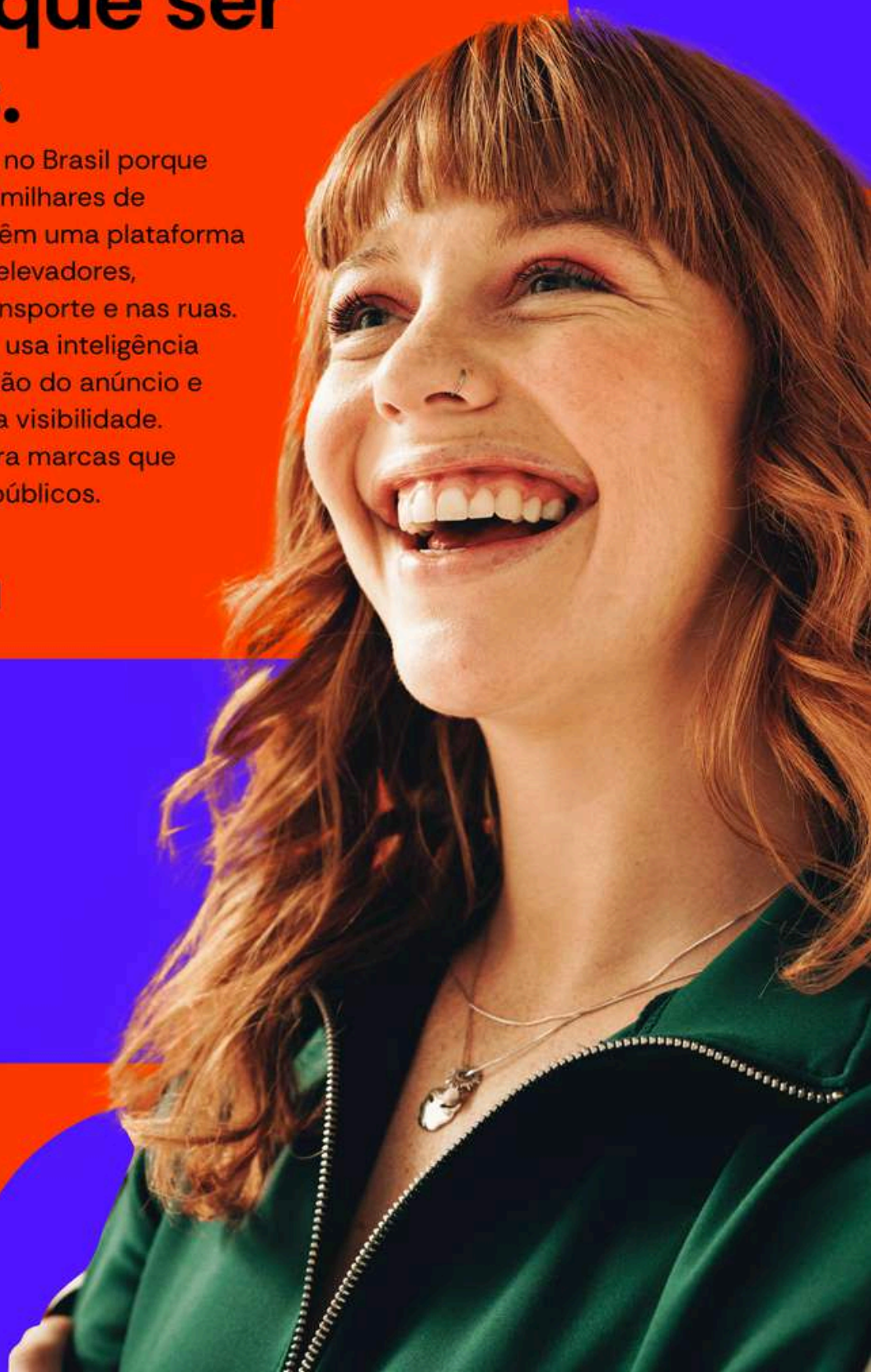
MAGALI LEITE O principal conselho que eu daria é: não desistam. O caminho é desafiador, mas requer planejamento, persistência e, principalmente, uma rede de apoio, com mentores, coaches e pessoas que possam ajudar a fortalecer sua trajetória. Além das habilidades técnicas, as soft skills são cada vez mais importantes, como a capacidade de construir relacionamentos e se comunicar bem. E, no Brasil, liderar negócios não é para amadores. A gestão aqui é extremamente desafiadora, o que nos torna profissionais preparados para qualquer cenário.

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.

 **eletromidia**

anuncie agora
aqui.eletromidia.com.br





Fábio Madia

Marketing

CEO Academia
Brasileira De
Marketing
CMO, Consultor,
Mentor e
Empreendedor



in

Mas o que é mesmo marketing?

Queridos amigos da Empresa Digital, há tempos não nos vemos. Estive por aqui no passado recente, quando eu e minha ignorância escrevemos por algumas edições, sem ter a real noção do que essa publicação representa para o mercado dos negócios no Brasil.

Hoje afirmo que o trabalho realizado pelo Marco Marcelino e todo o time da Serinews representa a vanguarda do que é fazer marketing em 2024.

Mas o que é mesmo marketing? Há quem diga que é uma metodologia, um departamento, que é aquele "cara" que ajuda políticos a se elegerem ou ainda é aquilo que se faz na Internet para vender mais. Fato é que até hoje não formamos profissionais de marketing, porque não existe um curso de graduação em Marketing no Brasil reconhecido pelo MEC. E não adianta falar que Administração com ênfase em Marketing, Propaganda e Marketing ou ainda que o curso superior de Tecnologia em Marketing (com duração de dois anos) sejam um curso de graduação em Marketing.

Kotler, considerado o Pai do Marketing mundial, popularizou os 4 Ps em seu livro *Administração de Marketing*, de 1967; conceitos originalmente desenvolvidos por Jerome McCarthy.

Mas, para a Academia Brasileira de Marketing, o verdadeiro pai foi Peter Drucker, que, em 1954, em seu livro *Prática de Administração de Empresas*, escreveu o seguinte: *"O marketing é a função distinta, a função única da empresa. Uma empresa distingue-se de todas as demais organizações humanas pelo fato de levar ao mercado um produto ou serviço... Assim, qualquer organização que se realizar pelo marketing, isto é, pela colocação de um produto ou serviço no mercado, será uma empresa..."*.

"O marketing é tão essencial que não basta ter um departamento e a ele entregar os assuntos de mercado. Em verdade, o marketing abarca todo o negócio. Ele é o negócio inteiro olhado do ponto de vista de seus resultados, isto é, do ponto de vista do consumidor. Assim a preocupação e a responsabilidade pelo marketing devem penetrar em todos os setores da empresa, e não apenas e exclusivamente na área de marketing".

Porém, há ainda uma forma muito mais simples e fácil de explicar o que é o marketing, por meio do termo em inglês que é "put yourself in someone's shoes", ou seja, coloque-se no lugar dos outros. Ou, resumindo mais ainda: tenha empatia.

Para que uma empresa prospere, ela deve estar permanentemente se colocando no lugar dos seus *suspects*, *prospects* e clientes, ou, como diz o ditado, "calçando seus sapatos", para entender qual a experiência e percepção que têm em relação aos seus negócios. Afinal, dentro das empresas só existem desafios, as oportunidades estão sempre no mercado. E, uma vez conectado,

ajustar tudo o que faz para que correspondam à expectativa dos seus atuais e futuros clientes.

Dito isso, marketing é marketing e todo sobrenome nada mais é do que a especialização do marketing; digital, on ou offline, live, promo, incentivo, de influência, político, de performance...

Prometo estar mensalmente por aqui escrevendo sobre o tema, trazendo novidades, bons cases, estudos e tudo aquilo que possa trazer insights para vocês e seus negócios.

Aproveito e já deixo um primeiro ótimo case do que é fazer um marketing de excepcional qualidade nos dias de hoje.

O que a Serinews faz é um ótimo exemplo, oferecendo uma solução para seus clientes de ponta a ponta aqui na revista Empresário Digital. E, se você ainda acha que ela é apenas uma revista, como eu achava lá atrás, adianto que está absolutamente equivocado.

Para começar, conhecem profundamente o mercado e uma parte expressiva dos seus (sim, dos seus aí que estão lendo) *suspects* e *prospects* – potenciais clientes. Depois, fazem com que seus conteúdos e anúncios cheguem às mãos e olhos deles. E, finalmente, se quiser, ainda aquecem esses *leads* e os deixam prontinhos para que você os converta em clientes. E tudo isso devidamente alimentado com o que há de mais moderno e relevante em tecnologia.

Se ainda assim ficou alguma dúvida do porquê anunciar aqui, fale com o Marco que ele te explica ;-)



Ricardo D'Agua Tecnologia

Engenheiro de formação,
Empreendedor de
nascimento, Executivo de
carreira. Fanático por
inovação. CTO na
Serineers | fundador da
Station Zero Lab.



in

Elon Musk: A liderança que está redefinindo o futuro

Vídeos de comunicação de todo o mundo vêm publicando análises e fatos sobre os recentes avanços tecnológicos que marcaram as últimas semanas:

- 1) SpaceX alcançando uma nova realização com sua espaçonave Starship: a recuperação bem-sucedida de seus propulsores que retornaram à base de lançamento em Boca Chica, no Texas;
- 2) Tesla apresentando avanços em seu robô doméstico, Optimus; e
- 3) a apresentação dos táxis autônomos, CyberCab e Cybervan, da Tesla.

Esses feitos representam muito mais do que progressos em tecnologia, são reflexo de uma liderança visionária, intensa e polêmica, que busca constantemente desafiar os limites do possível. Por trás disso tudo está Elon Musk, um dos líderes mais audaciosos e controversos do nosso tempo.

A jornada de Musk é um exemplo de como a inovação e a liderança podem mudar o mundo.

A jornada de Musk na SpaceX, Tesla e outras empresas não é apenas uma trajetória de sucesso empresarial, mas também um exemplo de como a inovação e a liderança podem mudar o mundo. Desde a fundação da SpaceX em 2002, Musk demonstrou uma capacidade inigualável de sonhar grande e de transformar esses sonhos em realidade. Sua visão de levar a humanidade a Marte, reduzindo o custo de viagens espaciais por meio de tecnologias reutilizáveis, parecia uma fantasia para muitos, mas hoje ele nos aproxima cada vez mais dessa meta.

Mas o que diferencia Musk de outros líderes? Aparentemente, sua capacidade de combinar uma visão ousada e um compromisso implacável com a execução, aliados à disposição de assumir riscos.

Em um momento em que a indústria automotiva parecia confortável com o status quo, ele apostou alto na ideia de que o futuro seria elétrico e sustentável. Hoje, a Tesla é líder global em veículos elétricos, e Musk é responsável por transformar a indústria automobilística.

Por trás de cada um dos projetos de Musk há uma visão clara: transformar o futuro da humanidade.

A SpaceX, por exemplo, não está apenas focada em levar humanos ao espaço, mas em reduzir os custos dessas missões. A inovação implementada na reutilização de propulsores é um exemplo perfeito dessa visão pragmática. Ao recuperar esses componentes, a SpaceX pode reduzir drasticamente os custos das missões espaciais, tornando viagens interplanetárias mais acessíveis e viáveis no longo prazo.

Elon Musk é genial em suas conquistas, mas seu estilo de gestão, suas declarações nas redes sociais e sua tendência a prometer prazos que nem sempre são cumpridos, retratam um líder que desafia as normas. Sua capacidade de visualizar o futuro e uma incansável busca por inovação o colocaram à frente de algumas das maiores transformações tecnológicas do nosso tempo.

A recente conquista da SpaceX com a Starship é apenas mais uma prova de que, sob a liderança de Musk, o impossível pode, de fato, tornar-se realidade. Seja na Terra, com carros elétricos, ou no espaço, com foguetes reutilizáveis, Musk pode estar redefinindo o que significa ser um líder no século 21.



Tiago Aguiar

Inovação

Superintendente
Executivo de Novos
Negócios, Produtos e
Marketing da TecBan.



in

Open Finance aponta futuro financeiro mais eficiente e inclusivo

O crescimento do compartilhamento de dados do Open Finance no Brasil vem ocorrendo de forma acelerada. Números da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) apontam que as instituições por ela representadas investiram mais de R\$ 2 bilhões no projeto, que contabilizou cerca de 42 milhões de consentimentos registrados até janeiro de 2024 ante 21 milhões no mesmo período de 2023, um crescimento de 100%.

Dentro do escopo de players que integram o ecossistema do sistema financeiro aberto também foram registrados avanços significativos. No mês passado, o Conselho Monetário Nacional (CMN) e o Banco Central divulgaram novas regras que trazem importantes atualizações nesse segmento. A partir de agora, ele passa a abranger instituições com mais de 5 milhões de clientes, além dos conglomerados formados pelos maiores bancos brasileiros.

Com isso, a base de potenciais clientes beneficiados passa de 75% para 95% dos usuários do Sistema Financeiro Nacional (SFN). Até então, na fase de compartilhamento de dados, a participação era obrigatória apenas para grandes instituições.

A nova norma do BC também estabelece que instituições pequenas, com menos de 500 mil clientes, passam a ter participação facultativa na área de iniciação de pagamentos no Open Finance. Além disso, a partir de 2025, entrará em vigor uma nova estrutura de governança para aprimorá-la, promovendo uma interdependência maior entre custeio e poder decisório, aumentando o número de membros independentes e adicionando novos assentos para associações representativas no órgão de direção.

As mudanças contribuirão para uma governança corporativa mais sólida, com objetivos, metas de desempenho e práticas e padrões éticos bem definidos, além de maior transparência na atuação e na prestação de conta.

Em resumo, tudo aponta para um caminho financeiro mais eficiente e inclusivo. À medida que enfrentamos os desafios e abraçamos as oportunidades, fica claro que a ferramenta não é apenas uma mudança de paradigma: é um catalisador para uma era que beneficia instituições financeiras e, acima de tudo, consumidores.

Também tenho a plena convicção de que teremos maior controle e interoperabilidade dos recursos financeiros, inclusive com a ajuda de inteligência artificial para poupança programada automaticamente e recomendações de investimentos e desinvestimentos. Estou otimista com as possibilidades que o futuro reserva e, assim como o sistema, as portas estão abertas.





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

Brasil:

o país onde a empresa paga muito e o trabalhador ganha pouco

N o Brasil, vivemos uma contradição gritante: enquanto o trabalhador ganha pouco, as empresas pagam muito. Mas como isso é possível? A resposta está em um sistema que, embora batizado de *direitos trabalhistas*, esconde uma série de custos que acabam não indo para o bolso do trabalhador. Quem, então, se beneficia de todo esse dinheiro? O governo.

Esse sistema, que teoricamente deveria proteger o trabalhador, acaba desviando uma parte considerável do seu merecido pagamento. Na prática, a empresa paga um valor elevado, mas o trabalhador vê apenas uma fração disso em sua conta. O restante vai para impostos, taxas e encargos que acabam nas mãos do governo. É um ciclo vicioso, no qual os recursos gerados pelo esforço de quem realmente trabalha são absorvidos pela máquina pública.

Hoje, os encargos trabalhistas representam mais da metade do custo total que uma

Para cada R\$2,00 que a empresa paga por funcionário, o trabalhador fica com menos de R\$1,00.

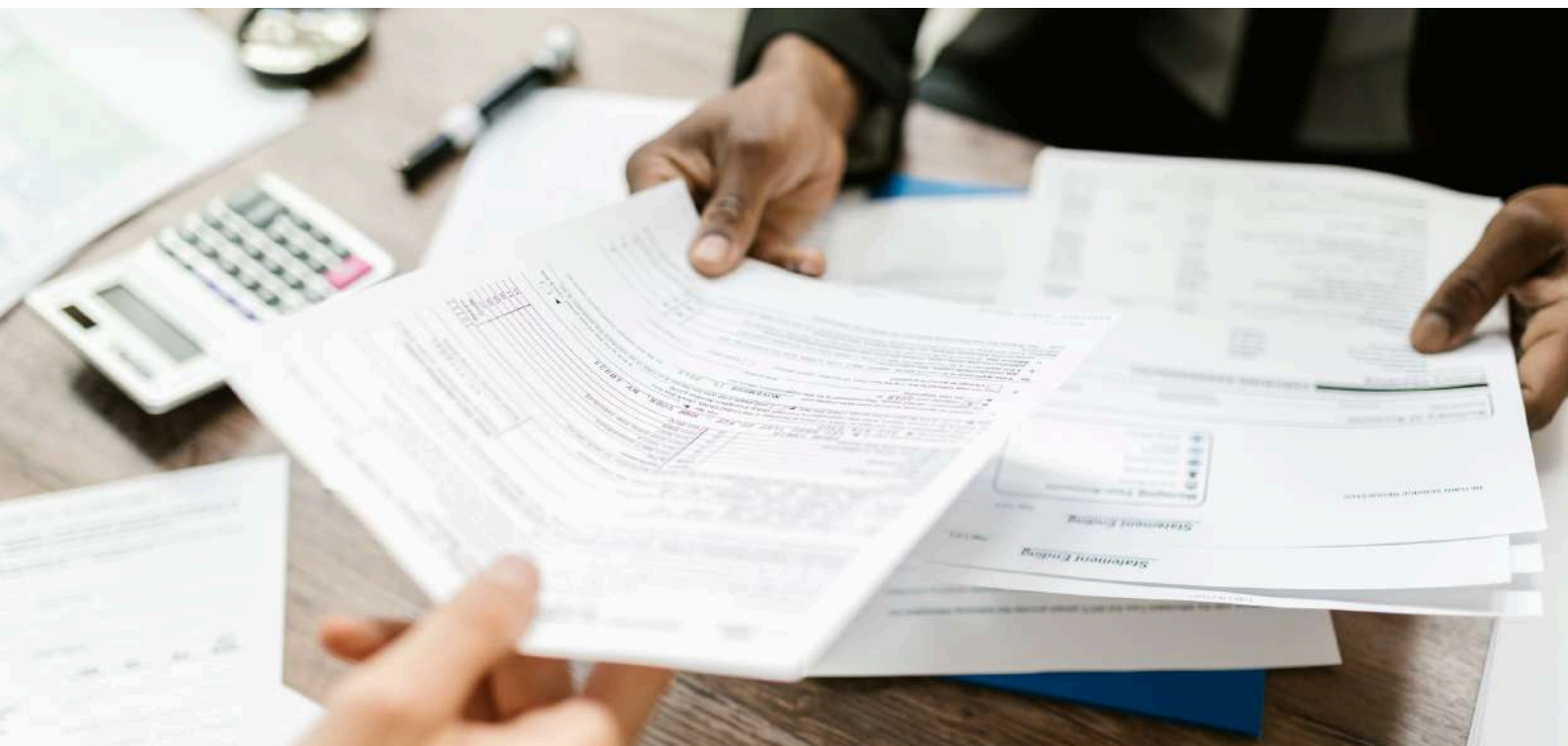
empresa tem com um funcionário. Em outras palavras, para cada R\$ 2 que a empresa paga por funcionário, o trabalhador fica com menos de R\$ 1. Isso levanta uma questão fundamental: faz sentido chamar isso de "direitos trabalhistas"? Ou seria mais apropriado chamá-los de "direitos dos políticos"?

A verdade é que esse dinheiro, que deveria recompensar o esforço e o talento do trabalhador, acaba sendo administrado pelos políticos e, não raramente, mal utilizado. É uma situação em que quem merece não recebe diretamente e quem acaba decidindo o destino desses recursos não é o próprio

trabalhador. E, em muitos casos, esses recursos são mal alocados ou até apropriados indevidamente.

Está mais do que na hora de modificarmos esse sistema. Precisamos de um modelo no qual o valor gerado por quem trabalha vá, de fato, para o bolso de quem merece: o trabalhador.

O principal direito trabalhista, o de receber uma remuneração compatível pelo seu trabalho, é usurpado, no Brasil, exatamente pelos políticos que dizem proteger o trabalhador. Isso tem de mudar imediatamente.





**Douglas
Torres**

Experiência do cliente

CEO e Fundador
Yup Chat



in

Como acelerar o crescimento
empresarial com IA:

**maximize
resultados,
minimize custos**

Você já deve ter passado por momentos em que o crescimento da sua empresa parece exigir mais do que você está disposto ou capaz de oferecer em termos de recursos. É natural – quanto mais a empresa cresce, maior a pressão para expandir operações, aumentar equipes e, com isso, elevar custos. E a questão central que surge é: como continuar crescendo sem sobrecarregar a infraestrutura, sem comprometer a experiência do cliente e sem fazer grandes investimentos adicionais?

A realidade é que, ao longo desse processo de expansão, muitas vezes acabamos ficando presos em ciclos de ineficiência. E é exatamente nessa encruzilhada que a Inteligência Artificial (IA) pode fazer a diferença. Talvez você já tenha ouvido falar dela – muito provavelmente, até já esteja utilizando alguma forma de automação no seu dia a dia.

Chatbots são capazes de resolver grande parte das questões rotineiras dos seus cliente.

Mas, acredite, a IA vai além da simples automação. Ela oferece a oportunidade de crescer com agilidade e, mais importante, com eficiência.

Pense em todas aquelas tarefas rotineiras, que são essenciais para o funcionamento da sua empresa, mas que consomem um tempo precioso: atendimento ao cliente, processamento de dados, envio de informações. Agora, imagine se esses processos pudessem ser automatizados de maneira inteligente. Com a IA, isso não só é possível como já está acontecendo. Chatbots, por exemplo, são capazes de resolver grande parte das questões rotineiras dos seus clientes, deixando sua equipe livre para focar em problemas mais estratégicos e complexos. Com isso, você não precisa expandir sua equipe na mesma proporção em que sua empresa cresce.

Agora, vamos falar de personalização – algo que todo cliente espera, mas que pode ser incrivelmente desafiador de escalar. Com a IA, personalizar a experiência do cliente em massa não é apenas possível, mas muito mais acessível. Ao analisar dados em tempo real, a IA pode antecipar necessidades e sugerir produtos ou serviços no momento exato em que seus clientes mais precisam. Pense nisso como a possibilidade de criar um relacionamento personalizado com cada cliente, em

escala. Empresas que já adotaram essa abordagem têm visto aumentos significativos nas taxas de conversão e retenção de clientes, ao mesmo tempo em que otimizam seus custos.

Mas a IA não para por aí. Para quem está olhando para o futuro, ela também possibilita a entrada em novos mercados de maneira estrategicamente inteligente. Em vez de fazer grandes apostas com base na intuição, a análise preditiva permite testar novas regiões, segmentos ou até produtos com uma precisão que antes não era possível. Isso significa que você pode explorar oportunidades de expansão com menos riscos, mantendo sua estrutura enxuta e focada em crescimento sustentável.

Eu sei que a transformação digital pode parecer um grande desafio. Mas a IA não está aqui apenas para reduzir custos ou automatizar processos. Ela está aqui para mudar a forma como você lidera o crescimento da sua empresa, fornecendo insights em tempo real e otimizando recursos de maneira estratégica. A pergunta que fica é: você está pronto para abraçar essa mudança e colocar a IA no centro da sua estratégia de crescimento?

Lembre-se, o crescimento ágil não é uma meta distante – é uma jornada contínua, construída sobre as decisões inteligentes que você toma hoje.



Jorge Gueren Negócio

Diretor Global na
Team Business Group



in

Segredo para negociações de sucesso:

Como criar acordos sustentáveis e vantajosos para todos

Por que algumas negociações resultam em acordos duradouros e lucrativos, enquanto outras parecem desmoronar ao menor obstáculo? O que separa os grandes negociadores daqueles que conseguem acordos superficiais? Será que a chave para uma negociação bem-sucedida vai além de obter o que você quer? E se o verdadeiro segredo estivesse em algo mais profundo, como a colaboração e a confiança mútua?

Dando continuidade aos insights do último artigo do mês passado, vamos explorar o poder de trabalhar juntos para obter resultados duradouros e mutuamente benéficos. Muitos acreditam que a negociação é uma batalha onde o vencedor é quem consegue mais. Mas será que essa é a melhor abordagem para garantir o sucesso a longo prazo?

Não me entenda mal! É possível conseguir muito agindo de forma competitiva, sem colaboração.

Ouvir é outra habilidade subestimada, mas poderosa na negociação.

No entanto, a probabilidade de alcançar acordos que sejam verdadeiramente sustentáveis e vantajosos para ambos os lados é significativamente maior quando você adota uma abordagem colaborativa.

Por exemplo, imagine uma equipe discutindo as prioridades de um projeto. Se cada membro insistir apenas em suas próprias necessidades, é provável que haja conflitos e frustrações. Agora, considere a diferença quando cada pessoa compartilha sua visão de forma aberta e transparente. Nesse cenário, a equipe pode alinhar prioridades que ajudem a todos a ter sucesso, garantindo que cada um se sinta valorizado e ouvido. Isso não só aumenta a satisfação geral, mas também melhora os resultados do projeto.

A confiança desempenha um papel fundamental nas negociações. Ser honesto sobre o que você pode ou não pode fazer constrói confiança. Imagine uma situação em que um cliente deseja um serviço que sua equipe não consegue entregar no prazo desejado. Se você for franco sobre as limitações, há uma boa chance de que o cliente valorize a honestidade e esteja disposto a negociar novos prazos ou ajustar expectativas. Essa transparência evita promessas quebradas e cria um ambiente de confiança, no qual ambas as partes sabem que podem contar uma com a outra.

Ouvir é outra habilidade subestimada, mas poderosa na negociação. Ao realmente ouvir os outros –, seja um colega, cliente ou fornecedor – você consegue identificar suas necessidades, preocupações e interesses. Isso permite encontrar soluções que beneficiem ambas as partes. Por exemplo, em vez de forçar um cliente a aceitar um preço mais alto, você pode descobrir que ele valoriza a flexibilidade no prazo de pagamento ou a oferta de um serviço extra. Essas pequenas concessões podem transformar uma negociação difícil em um acordo de longo prazo.

Se você deseja melhorar seus resultados nas negociações e garantir acordos mais vantajosos e duradouros, aqui estão algumas ações práticas que você pode adotar:

1. Seja transparente desde o início sobre o que você pode entregar e o que não pode. Isso evita frustrações futuras.
2. Ouça mais do que fale. Ao realmente ouvir os interesses da outra parte, você pode identificar oportunidades para oferecer valor adicional.
3. Construa confiança com ações consistentes. Pequenas vitórias e compromissos cumpridos pavimentam o caminho para grandes acordos.

Ao seguir esses princípios, você não só irá fechar acordos melhores, mas também fortalecerá relacionamentos profissionais e ganhará a reputação de ser um negociador confiável e estratégico.



**Andrea
Dietrich**
Transformação
Digital

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



in

Inteligência organizacional: a chave para a resiliência e inovação

Você já parou para pensar se a sua empresa é uma organização que aprende? Embora essa pergunta possa parecer estranha, é crucial refletir sobre isso neste momento.

O aprendizado é fundamental para qualquer organização que busca se adaptar e prosperar. Empresas que promovem uma cultura de aprendizado contínuo conseguem se ajustar rapidamente às mudanças do mercado, inovar e resolver problemas de forma mais eficaz. A capacidade de adaptação é essencial para a sobrevivência no dinâmico ambiente de negócios atual. Enquanto algumas organizações navegam com facilidade pelas transformações, outras enfrentam dificuldades.

Nós, seres humanos, estamos sempre aprendendo para evoluir, e isso também deve ser aplicado às empresas. A inteligência organizacional é a capacidade de uma empresa de aprender,

adaptar-se e evoluir continuamente. Assim como o Quociente de Inteligência (QI) humano, as organizações precisam desenvolver um "QI organizacional" que envolva todos os colaboradores no processo de aprendizado e inovação.

Mas como desenvolver essa habilidade nas organizações? O primeiro passo é conscientizar os colaboradores. Estudos revelam que 70% das transformações organizacionais falham devido à resistência humana. Portanto, é essencial que as empresas implementem práticas de gestão de mudanças que priorizem o aprendizado coletivo de forma contínua. É importante ter uma visão de longo prazo, fazendo do aprendizado um dos pilares da cultura da empresa.

Peter Senge, professor do MIT e autor de "A Quinta Disciplina", apresenta cinco disciplinas essenciais que alimentam um ciclo dinâmico de aprendizado:

1. Domínio Pessoal: Assim como indivíduos buscam aperfeiçoamento, as organizações devem incentivar seus colaboradores a perseguir objetivos pessoais e profissionais. Boas práticas incluem:

- Estimular o autoconhecimento por meio de avaliações de perfil e habilidades, ajudando os colaboradores a identificar suas forças e áreas de melhoria.
- Promover a reflexão regular, aumentando a autoconsciência com sessões de coaching ou mentoria.
- Oferecer oportunidades para participação em projetos desafiadores, permitindo o desenvolvimento de novas habilidades e incentivando a colaboração em iniciativas comunitárias.

2. Modelos Mentais: Nossas crenças e suposições moldam nossas ações. Em uma organização que aprende, é crucial desafiar e revisar esses modelos mentais para se adaptar a novas realidades. Práticas úteis incluem:

- Mentoria reversa, na qual profissionais mais jovens atuam como mentores para colegas mais experientes, promovendo a troca de conhecimentos e inovação.
- Explorar exposições de arte e repertórios diversos, questionando vieses e modelos preexistentes.

3. Visão Compartilhada: Um alto QI é irrelevante sem uma direção clara. Portanto, é fundamental que a organização tenha uma visão compartilhada que motive e alinhe todos os membros em torno dos mesmos objetivos.

4. Aprendizagem em Equipe: A inteligência coletiva supera a soma das inteligências individuais. Promover a aprendizagem em equipe permite que a organização resolva problemas complexos de maneira colaborativa e inovadora e isso pode ser desenvolvido em todos os setores. Exemplos incluem:

- O Google promove uma cultura de inovação, incentivando os funcionários a dedicar parte do seu tempo a projetos pessoais (o famoso "20% do tempo"). A empresa também investe em feedback contínuo e aprendizado por meio de dados.
- A Toyota é conhecida por seu sistema de produção, o "Toyota Production System" (TPS), que enfatiza o aprendizado e a melhoria contínua (Kaizen). A empresa encoraja os colaboradores a sugerir melhorias e a aprender com os erros.

O segredo das empresas que aprendem é que elas entendem profundamente a diferença entre ação e aprendizado.

A Pixar é conhecida por suas "revisões de filme" em que equipes discutem abertamente pontos fortes e fracos dos projetos. Esse feedback contribui para a melhoria contínua e a inovação criativa.

5. Pensamento Sistêmico: Essa disciplina integra todas as outras. Funciona como a cola que une todas as peças do quebra-cabeça das empresas que aprendem em um quadro coeso e interligado. Imagine um gênio que enxerga além das partes separadas de um problema e compreende suas inter-relações.

Promover uma cultura que valorize tanto a exploração de novas oportunidades

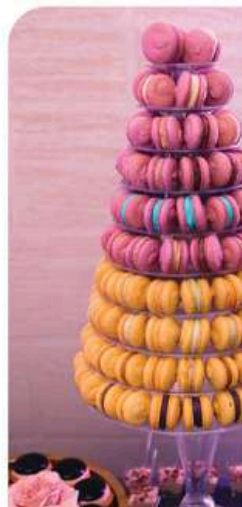
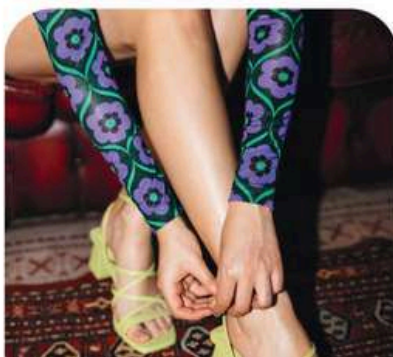
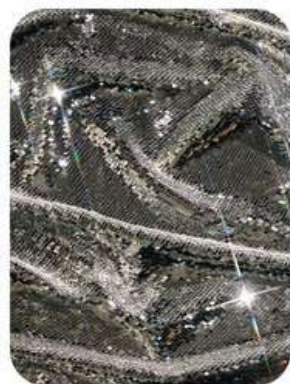
quanto a eficiência nos processos existentes é fundamental. Essa abordagem ambidestra permite que as empresas não apenas sobrevivam, mas também prosperem em um ambiente de constantes mudanças.

O segredo das empresas que aprendem é que elas entendem profundamente a diferença entre ação e aprendizado. Elas não apenas reagem às circunstâncias, mas também aprendem com elas. Cada ação é uma oportunidade de aprendizado que contribui para a construção de um futuro mais brilhante. Comece hoje a desenvolver essa inteligência organizacional e prepare sua empresa para enfrentar os desafios do futuro!





O fim de ano merece mais ação





Marici Ferreira Licensing

CEO do EP Grupo –
agência de conteúdos e
eventos B2B, Presidente
da ABRAL – Associação
Brasileira de
Licenciamento de
Marcas e Personagens,
professora na ESPM e
autora do livro "Que
história é essa? O
Licenciamento de
marcas e personagens
no Brasil".



in

Será que dá match?

Você viu que a Coca-Cola anunciou a chegada em seu portfólio de um drink alcoólico inédito pronto para beber em collab com a Bacardi? Pois é, essa estratégia de extensão de marca não é exatamente uma novidade, mas as companhias seguem inovando e encantando os consumidores.

A extensão de marca tem dois caminhos principais: o licenciamento e a collab. Quando uma marca busca parcerias com foco em monetizar IP, são estabelecidas colaborações entre a indústria ou o varejo, visando elevar o reconhecimento da marca licenciada, com o objetivo de satisfazer o desejo de seus fãs, trata-se do trâmite clássico do negócio. Agora, quando uma marca busca parcerias para fortalecer seus laços com públicos estratégicos, essas colaborações geralmente ocorrem entre duas marcas de igual renome. O objetivo não se limita à monetização, mas visa principalmente promover inovação e exclusividade. Essa é a collab!

Esse movimento das colaborações reflete um mercado cada dia mais competitivo, no qual as marcas precisam se reinventar. O desafio é ser presente 24 horas por dia, sete dias na semana na vida desse fã, para estar sempre um passo à frente e conquistar um novo patamar de lealdade e relevância para a marca.

Enxergue novas possibilidades

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



www.serinews.co

Sendo assim, são uma ótima ferramenta para: alcançar novos públicos, novas categorias do mercado, gerar conversa e surpreender.

As colaborações realizadas por aqui evidenciam o olhar disruptivo dos executivos brasileiros. Segmentos diversos se unindo e gerando muito buzz junto aos consumidores.

We Coffe e Granado, Panvel e Stikadinho, Vult e Fruit Tela são recentes collabs que movimentaram as redes e o desejo dos consumidores. Se você ficou com vontade de provar a combinação do rum mais premiado e do refrigerante mais popular do mundo terá que aguardar até o ano que vem. É para quando está previsto o lançamento!



Imagem: Vult

Aroma inconfundível. Hidratação irresistível.



EXISTEM VÁRIOS JEITOS DE **VOCÊ ASSISTIR** AOS GRANDES NOMES DA PROPAGANDA, **O CANAL MARKKET É UM DELES**

**AOS SÁBADOS 18H30
E REPRISE AOS
DOMINGOS ÀS 15:40
E ÀS SEGUNDA 14:30**



**VOCÊ ASSITE AO
CANAL MARKKET NA:**

Claro
tv+

Claro-tv

CANAL 692

vivo
VÍVOFIBRA

boxbrazil
PLAY

CANAL 611

NOTÍCIAS DIARIAMENTE NO PORTAL E NO SITE

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

