

Andrea Dietrich

Carreiras não lineares e os nossos múltiplos "EUs"

Fábio Madia

O marketing é do bem

Marici Ferreira

CONectando histórias e negócios!



270

divulgação

em **Presário**
digital

**Gustavo
Borges**

MENTE DE ATLETA, ALMA DE EMPRESÁRIO
O EX-NADADOR OLÍMPICO MERGULHOU NO UNIVERSO DO EMPREENDEDORISMO E CONSTRUIU UM IMPÉRIO NA ÁREA DE EDUCAÇÃO ESPORTIVA, SAÚDE E BEM-ESTAR.



CONECTAMOS TECNOLOGIA E
CRIATIVIDADE PARA
TRANSFORMAR MARCAS EM
EXPERIÊNCIAS INESQUECÍVEIS.

 **THE LED**

INFINITAS POSSIBILIDADES

DESDE
2010

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

Concierge: Mariane Suzana, Tatiane Pozze 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





**Marco
Marcelino**
Publisher

CEO | Chief Data &
Knowledge Officer
Serineews.co



in

O método invisível para a maioria

em gente que acorda e confia no horóscopo. Outros confiam na intuição, no "feeling", no "eu já vi isso antes". Mas tem um grupo silencioso, quase secreto, que confia nos dados. Ser *data-driven* (orientado para resultados) virou palavra da moda. Está nos relatórios, nos discursos, nas apresentações corporativas com fundo cinza e fonte moderna. Mas na prática... é menos sobre tecnologia e mais sobre atitude.

Começa por ser data literal.

Não basta ter o dado. Tem que entender o que ele está dizendo.

É saber a diferença entre medir o processo e medir o resultado.

É entender que um indicador sem contexto é só um número solto, igual a um coração batendo fora do corpo.

Depois vem a curiosidade.

Ser curioso é não aceitar a primeira resposta. É testar, errar, testar de novo. É usar a ferramenta

Os dados não são mágicos e não fazem o trabalho por você. Mas apontam o caminho, se você souber ouvir. Mostram padrões que a pressa esconde e revelam verdades que o ego tenta ignorar.

simples que você já tem e extrair uma verdade escondida. É reorganizar a planilha como quem reescreve uma carta de amor, buscando sentido nas entrelinhas.

E aí, quando os números começam a comunicar, vem o momento mais difícil: agir.

Ser orientado à ação.

Porque ver o problema é fácil.

Entender é mais difícil.

Mas fazer algo a respeito?

Aí é onde a maioria trava. Ser orientado por dados é transformar insight em atitude.

É olhar para a taxa de readmissão, sim, mas também para o que você vai mudar na segunda-feira de manhã.

E não dá para agir sozinho.

É preciso comunicar.

Dividir o que você descobriu.

Mandar o e-mail certo. Fazer a reunião certa. Criar a apresentação que conta a história certa.

Ser data-driven é também ser um contador de histórias.

E não histórias fantasiosas, mas histórias com causa, informação relevante, correlação e consequência. E também ser cético. Duvidar dos próprios achados. Conferir a amostra. Perguntar se aquele "crescimento de 200%" veio de um ponto de partida relevante ou de um dado inflado.

Ser cético é a diferença entre um analista e um propagandista.

Sim, devemos nos perguntar mais...

O que é mais? O que é menos?

Quantos? Quanto?

E o que eu faço com isso tudo?

A verdade é que os dados não são mágicos. Eles não fazem o trabalho por você. Mas eles apontam o caminho, se você souber ouvir. Eles mostram padrões que a pressa esconde. E revelam verdades que o ego tenta ignorar. Desconfie da certeza fácil. Teste. Compare. Atue. Compartilhe. Questione.

O dado é só a bússola.

A direção, quem escolhe é você.

MENTE DE ATLETA, ALMA DE EMPRESÁRIO



Gustavo Borges

Entrevista

Ex-nadador olímpico



O EX-NADADOR OLÍMPICO GUSTAVO BORGES MERGULHOU NO UNIVERSO DO EMPREENDEDORISMO E CONSTRUÍU UM IMPÉRIO NA ÁREA DE EDUCAÇÃO ESPORTIVA, SAÚDE E BEM-ESTAR. TUDO COM A MESMA DISCIPLINA QUE O LEVOU AO PÓDIO.

Depois de conquistar quatro medalhas em Olimpíadas e marcar seu nome na história da natação brasileira, Gustavo Borges virou a página – sem pressa, mas com direção. A transição começou ainda antes da aposentadoria oficial, que foi nos Jogos de Atenas, em 2004. Gustavo, que é formado em Economia pela Universidade de Michigan, fundou em 2002 a rede de academias que leva seu nome, focada em natação e fitness. O projeto cresceu e, poucos anos depois, virou base para algo maior: a criação da Metodologia Gustavo Borges (ou MGB, para os íntimos), lançada oficialmente em 2005. A proposta era ousada: oferecer um método padronizado de ensino de natação, com tudo o que envolve uma boa gestão: do pedagógico ao marketing, passando por acompanhamento digital. Deu certo. Hoje, mais de 420 escolas usam o método em vários países da América Latina.

Aliás, a expansão internacional começou cedo: em 2011, Gustavo fechou parceria com o nadador sul-africano Ryk Neethling para levar a metodologia ao exterior. Era o primeiro passo para mostrar que o modelo brasileiro podia atravessar fronteiras com excelência.

Mas não parou por aí. Com o Grupo Gustavo Borges, ele também passou a reunir seus empreendimentos, parcerias e novos investimentos – sempre com foco em projetos com propósito claro e potencial de crescimento. Um bom exemplo é a Vhita, marca de suplementos da qual é sócio, conselheiro e embaixador. Desde que ele entrou, a empresa cresceu sete vezes e chegou à marca de R\$ 50 milhões em faturamento. A conexão? Saúde, longevidade e impacto positivo.

Além disso, Gustavo virou presença garantida em eventos e palestras sobre liderança, alta performance e mentalidade empreendedora. Já passou por iniciativas como o Road Show da revista *Exame* e presidiu a ACAD (Associação Brasileira de Academias), ajudando a fortalecer o mercado fitness no país.

De atleta olímpico a empreendedor de sucesso, ele segue fazendo o que sempre soube fazer: planejar, se dedicar e inspirar. Agora, fora das raias, mas ainda com a mesma energia que o fez campeão.



EMPRESÁRIO DIGITAL Qual foi aquela virada silenciosa que ninguém percebeu, mas que para você mudou tudo por dentro?

GUSTAVO BORGES Foi quando saí de casa com 15 anos. Fui morar sozinho em São Carlos, longe dos meus pais, tendo de lidar com comida, escola, treino, despertador e toda uma rotina independente. Apesar do apoio familiar à distância, foi um amadurecimento muito grande. Comecei a perceber ali que precisava assumir a responsabilidade pela minha vida. Isso me preparou para os passos seguintes: São Paulo, Estados Unidos e uma carreira inteira focada no alto rendimento. Essa virada me mostrou o valor da autonomia, da disciplina e da confiança. Foi uma decisão silenciosa, mas que me transformou profundamente e moldou quem eu sou hoje, como atleta e como empreendedor.

EMPRESÁRIO DIGITAL O que a disciplina de um atleta olímpico te ensinou sobre foco no mundo dos negócios?

GUSTAVO BORGES A rotina de um atleta de alto rendimento é intensa e extremamente regrada: acordar, treinar, comer, descansar, repetir. Isso desenvolve uma mentalidade de compromisso com o progresso. Levei isso para o mundo corporativo. Produtividade não é apenas trabalhar muito, mas trabalhar com intenção e propósito. Recentemente, li uma frase que me marcou: "Me mostre sua agenda que eu te mostro quanto tem na sua conta". O que você faz no dia a dia revela seus resultados. A disciplina está em saber priorizar, eliminar distrações e manter constância. Os ingredientes do sucesso, como dedicação, foco e persistência, são os mesmos, seja na piscina ou no escritório. A diferença é como você aplica cada um deles no seu cotidiano.



**"Produtividade não é apenas
trabalhar muito, mas trabalhar
com intenção e propósito."**

EMPRESÁRIO DIGITAL O que mais te emociona ao ver o impacto do seu negócio na vida dos outros?

GUSTAVO BORGES Ver pessoas ensinando com paixão a metodologia que desenvolvemos é emocionante. Hoje, temos mais de 400 licenciados pelo Brasil e mais de 200 mil alunos em nossa base. Um dia, no aeroporto do Recife, uma mãe me abordou e mostrou no celular a evolução do filho dela na nossa plataforma. Ele estava orgulhoso por ter avançado de nível na natação. Foi tocante. Percebi ali o quanto nosso trabalho impacta famílias, crianças, cidadãos. Educamos por meio do esporte e promovemos saúde, confiança e disciplina. Cada história como essa reforça que estamos no caminho certo. Ajudar na formação de pessoas vai muito além do que acontece na piscina.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quando você investe em uma startup, o que mais leva em consideração?

GUSTAVO BORGES O principal critério é o alinhamento de propósito. Gosto de empresas ligadas à saúde, esporte, performance e vida saudável. Invisto tanto por meio de fundos quanto de forma direta. Quando invisto sozinho, analiso se posso contribuir com minha imagem, experiência, rede de contatos. Preciso sentir que há conexão entre os valores da empresa e os meus. Depois, claro, olho os números: se está queimando caixa, se tem faturamento, qual o estágio do negócio. Startups em fase muito inicial são mais arriscadas. Prefiro projetos com tração, nos quais minha participação pode acelerar ainda mais o crescimento. Para mim, investir é também um ato de parceria e construção conjunta.

EMPRESÁRIO DIGITAL Empreendedorismo é um esporte de alta performance?

GUSTAVO BORGES Sem dúvida. Um atleta tem orientação constante. Já no empreendedorismo, você é seu próprio técnico. Precisa definir prioridades, organizar o tempo, aprender constantemente. E ainda lidar com tributos, finanças, time, clientes. Não basta só sonhar, tem que executar. É uma arena competitiva, intensa, que exige preparo físico, emocional e estratégico. As mesmas horas de treino que colocava na piscina, hoje invisto no desenvolvimento de habilidades para liderar. Empreender é uma maratona com obstáculos. Mas, como no esporte, quem tem propósito e consistência tem mais chances de vencer.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual foi o maior desconforto ao trocar as águas da piscina pelas do mundo corporativo?

GUSTAVO BORGES A gestão de pessoas. No início, enquanto ainda competia, estava mais distante da operação. Mas, quando mergulhei de vez no mundo dos negócios, percebi o desafio real de liderar times, formar cultura, tomar decisões difíceis. Foi um aprendizado contínuo. Ter sócios foi essencial. Cada um atua em sua zona de excelência, e isso fortalece o todo. Aprendi também a estudar muito: livros, mentores, cursos. Tudo ajuda a entender mais sobre administração, estratégia, comportamento. O mundo corporativo tem suas próprias regras e complexidades. Mas, como no esporte, com disciplina, curiosidade e boas parcerias, é possível construir algo grandioso.



EMPRESÁRIO DIGITAL Gustavo, seus filhos nadavam, você tem um negócio que está bombando e sua agenda é intensa. Como você faz para manter a cabeça fora d'água nessa rotina maluca?

GUSTAVO BORGES Tenho uma organização de rotina muito bem definida. Equilibrar vida pessoal e profissional é sempre um desafio grande, e, para mim, isso passa por defender com firmeza minha agenda e priorizar o que é essencial. Hoje, meus filhos já são adultos. O Luiz Gustavo trabalha comigo, é responsável por uma das nossas empresas. A minha filha atua na área de suprimentos de uma grande multinacional química. Eles estão bem encaminhados, e isso me dá mais tranquilidade. Moro com minha esposa no interior de

São Paulo, então meu fluxo envolve casa, aeroporto e capital. Como passo muito tempo em trânsito, tento ser o mais produtivo possível durante os deslocamentos. Carrego sempre comigo o material para atividade física. Quando estou em casa, sigo uma rotina mais rigorosa: horário para acordar, treinar, comer, descansar. Já nas viagens, faço pequenos ajustes. O segredo é antecipar o que está por vir.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como assim?

GUSTAVO BORGES Se sei que a próxima semana será intensa, por exemplo, cuido melhor do corpo e do descanso na semana anterior. Não dá para sair de uma semana puxada e já engatar outra sem consequências. Talvez com 30 anos isso fosse mais fácil. Hoje,



o jogo muda, e respeitar os próprios limites virou prioridade. Isso envolve manter exames em dia, cuidar da alimentação, suplementação e prática regular de atividade física. Com esse equilíbrio, consigo sustentar uma agenda exigente e, ao mesmo tempo, preservar uma vida saudável, ativa e com espaço para o que me faz bem – como jogar tênis, passar tempo com a família, descansar e fazer o que gosto. Viver com propósito também significa cuidar de si mesmo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Para você, hoje, o que é vitória?

GUSTAVO BORGES Vitória é todo movimento que te impulsiona para frente. Às vezes ela aparece como uma medalha, outras vezes como evolução pessoal, autoconhecimento. Melhorar seu desempenho em relação a ontem já é uma vitória. O problema é que muitas pessoas confundem performance com rendimento. Se alguém melhora, mas não sobe ao pódio, pode se sentir derrotado, quando, na verdade, teve um avanço

importante. É preciso separar esses conceitos.

A jornada do alto rendimento me ensinou a aceitar a realidade com clareza. Não adianta querer ser medalhista olímpico sem estar entre os três primeiros. Mas, ao mesmo tempo, estar em décimo numa Olimpíada pode ser uma conquista gigante, dependendo da sua trajetória. A questão é entender o que é vitória de verdade – e isso vai além do resultado imediato.

EMPRESÁRIO DIGITAL E qual derrota ensina muito?

GUSTAVO BORGES Olha, tenho uma bem marcante. Na minha estreia olímpica, em 1992, nos 200 metros livre, dormi mal, estava inseguro, mudei a estratégia no último momento e nadei muito mal. Foi um fracasso completo. Mas meu treinador disse: “Está tudo bem. Agora, olhe para frente. Amanhã tem outra prova”. E eu fui lá e venci. Aprendi a reagir rápido, a não me perder no sofrimento.



**"O problema é que muitas
pessoas confundem
performance com rendimento."**



Outro exemplo é do meu filho, que ficou fora da Olimpíada por nove centésimos. Era o sonho dele. Foi segundo na seletiva, ficou de fora por pouco. Foi muito doloroso. Mas também foi uma lição sobre superação, resiliência e reconhecimento do próprio valor, mesmo sem o resultado ideal.

Muita gente diz que aprendemos mais com os erros. Eu acredito que o aprendizado precisa acontecer nas vitórias também. Não podemos baixar a guarda quando tudo dá certo. O que muda entre vencer e perder é a emoção envolvida. Quando vencemos, nos aplaudem, nos chamam de "feras". Quando perdemos, nos confortam, dizem "vai passar". E é aí que está o desafio: aprender com os dois extremos. Crescer em qualquer cenário.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como você gostaria que as pessoas lembrassem do seu legado?

GUSTAVO BORGES Faço cerca de cem palestras por ano e, mais do que inspirar

com discurso bonito, meu objetivo é provocar pequenas transformações: criar um hábito novo, mudar um comportamento, dar o primeiro passo. Pode ser ler mais, tomar mais água, cuidar da saúde, passar mais tempo com a família. São ajustes que parecem pequenos, mas que geram impacto. A gente sempre pode evoluir, ainda que com pouco tempo, como um atleta que, mesmo com rotina intensa, encontra espaço para o que importa. Se alguém me disser que ouviu uma fala minha e isso o ajudou a mudar de vida, já fico realizado. Esse é o legado que quero deixar: o de quem plantou uma sementinha de evolução, com propósito e humanidade.





DESDE 1993
TRANSFORMAMOS
VIDAS

A MISÉRIA CASTIGA A INFÂNCIA.

AJUDE. DOE.



amigosdobem.org



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

CONectando histórias e negócios!

Histórias bem contadas criam demanda por produtos, serviços e experiências. Seja por meio de animações, filmes, games, livros, canais do YouTube, apps ou marcas corporativas... todos são excelentes contadores de histórias prontos para agregar valor ao seu negócio.

Sabe quando a marca de um salgadinho vira coleção de esmalte? Ou quando uma marca de refrigerante vira coleção de moda? São verdadeiras CONexões entre histórias e negócios que movimentam globalmente US\$ 369,6 bilhões.

Sabe o que é mais legal? Há um evento que promove esse ecossistema vibrante, onde marcas ganham vida, histórias se transformam em produtos e experiências, e personagens transcendem a tela para fazer parte do dia a dia das pessoas, em roupas, acessórios, alimentos, papelaria, cosméticos e muito mais.

Esse encontro está próximo e você é meu convidado! Lá há enredos para todos os públicos, com os principais detentores de marcas e personagens do mundo.

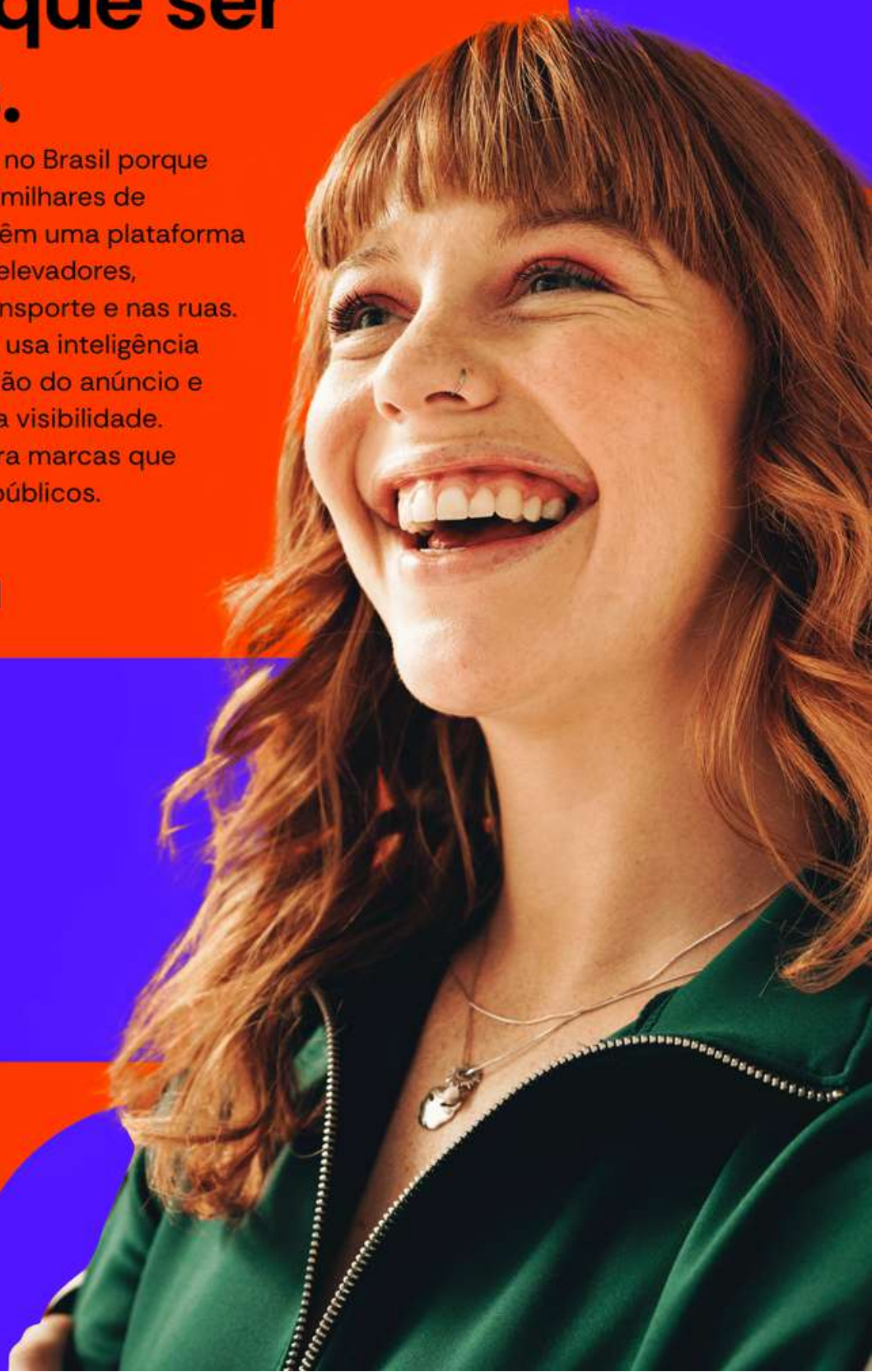
Te espero no LicensingCon Latam!
27 e 28 de agosto | Vila dos Ipês – São Paulo
Inscreva-se gratuitamente: licensingcon.com.br

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





**Andrea
Dietrich**

Transformação
Digital

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



in

Carreiras não lineares e os nossos múltiplos "EUs"

urante muito tempo, nos ensinaram a seguir uma carreira como quem sobe uma escada: um degrau de cada vez, rumo a um topo que supostamente traria estabilidade, status e realização. Não foi nada disso que vivi, assim como tanta gente ultimamente. Em vez de subir uma escada corporativa previsível, navego entre múltiplos papéis, habilidades e projetos, ao mesmo tempo. E essa é a nova realidade de um mercado movido por tecnologia, propósito e autonomia. Chamamos de "carreira não linear" esse movimento no qual o profissional navega em diferentes ciclos, papéis e personas profissionais ao longo da vida.

Em pleno 2025, estamos vivendo uma revolução silenciosa no mundo do trabalho: a ascensão da carreira fluida, múltipla e fragmentada. O colapso do modelo de carreira como escadinha previsível revela uma nova realidade: a de reconhecer que somos, sim, uma coleção de "eus". E isso, ao contrário do que ensinaram, não é falta de foco, é expansão de potência.

"O que poucos percebem é que esses profissionais plurais estão entre os mais preparados para lidar com a instabilidade do mundo."

O mundo em que vivemos hoje não comporta mais linearidade. O tempo já não é cronológico, o conhecimento tem tempo de vida cada vez mais curto e o trabalho não é mais sobre uma função, cargo ou sala com mesa, e sim uma sequência contínua de experiências que ativam nossas capacidades humanas e nos convidam à transformação.

Já parou para pensar que não faz mais sentido perguntar "qual é a sua profissão?". Talvez a pergunta mais real fosse: "quais são as formas que você encontrou de gerar valor com quem você é?".

Essa nova configuração mais líquida, mais viva e profundamente conectada com o tempo que estamos vivendo fica clara quando vemos, por exemplo, que a economia freelancer (que muitos ainda insistem em tratar como alternativa ou informalidade) já representa quase metade da força de trabalho em países como os EUA. No Brasil, os números seguem a mesma curva.

Quando vemos cada vez mais profissionais deixando de ser "recursos" das empresas para se tornarem marcas individuais, conectadas a negócios,

projetos e comunidades em constante mutação. E, claro, a inteligência artificial e as plataformas digitais aceleram a fragmentação das tarefas e ampliam a possibilidade dessas múltiplas frentes de atuação.

O que poucos percebem é que esses profissionais plurais estão entre os mais preparados para lidar com a instabilidade do mundo. São estrategistas de si mesmos. Sabem negociar tempo, impacto e propósito. Constroem sua própria formação contínua. Aprendem, desaprendem e reaprendem com agilidade. E mais: estão criando uma nova cultura de trabalho baseada em flexibilidade, confiança e entrega real, um formato que acredito profundamente como futuro do mercado de trabalho.

As empresas, por sua vez, precisam reconfigurar sua lógica de talento. Em vez de pensar em "contratar alguém para sempre", a pergunta certa é: "quem pode entregar o melhor valor agora, para este desafio específico?". Esse pensamento nos leva a uma arquitetura líquida de talentos, em que áreas como o RH deixam de ser setores de admissão e passam a ser curadoras de conexões.

Freelancers, consultores, squads independentes, intraempreendedores... a nova força de trabalho é modular, adaptativa e muito mais estratégica do que o antigo estereótipo da "mão de obra avulsa".

Mas viver essa realidade está longe de ser fácil. Para viver uma carreira não linear, é preciso abrir mão do controle e da certeza. É preciso ouvir as versões de nós que querem nascer. É preciso maturidade e coragem para se reinventar sem medo.

A verdade é que muitos profissionais já estão em carreiras não lineares, mesmo sem saber. Já acumulam vivências paralelas, interesses diversos, repertórios que não cabem no LinkedIn. O que falta é nomear isso como potência, e parar de se culpar por não se encaixar.

Essa é a jornada que venho trilhando. Com lucidez, mas também com dúvida. Com método, mas também com intuição. Com estratégia, mas sem perder o espaço para a alma. Porque não há inteligência artificial, automação ou algoritmo que substitua a verdade de um ser humano que decidiu viver, em plenitude, os seus múltiplos eus.

Se o mundo está mudando, a forma como nos posicionamos no trabalho precisa mudar junto. Talvez o próximo cargo que você assuma nem tenha nome ainda. Talvez o seu papel mais potente nem esteja no organograma. Mas ele já está em você.

E, quando você tiver coragem de habitá-lo, o mercado vai se reorganizar em torno disso. Porque o futuro do trabalho é profundamente não linear.





@Pinterest Predicts 2025

Fique por dentro das transformações culturais antes de todo mundo.

Explore o relatório de tendências de 2025 em:
pinterestpredicts.com





**Rosely
Boschini**

Best Sellers

CEO na Editora
Gente | Founder da
Imersão Best-Seller



in

Do caos à consciência

Você está pronto para
assumir o comando da
sua própria mente?

caos não está apenas ao nosso redor, ele habita dentro de nós. Nossas repetições automáticas, decisões impulsivas, crenças limitantes e o piloto automático emocional nos aprisionam em padrões invisíveis, corroendo energia, clareza e propósito. Para escapar, não basta desejar mudanças. É preciso compreender a raiz do problema: nossa própria mente.

É neste território que surge Kleiton Franciscatto, advogado, investidor e especialista em programação neurolinguística, que decidiu ele mesmo romper com esse ciclo para transformar sua realidade pessoal e profissional. Em seu novo livro, *Do Caos à Consciência*, Kleiton não escreve fórmulas fáceis. Ele compartilha método, ciência e vivência.

Convida o leitor a virar a chave mental com intencionalidade, reprogramar padrões arraigados e, mais que tudo, despertar para o protagonismo consciente.

Não é autoajuda. É reconstrução.

O mapa de alguém que percorreu a travessia e que sabe que sucesso pessoal não se trata apenas de metas externas, mas de como pensamos, sentimos e escolhemos em cada instante.

Você não vai se libertar apenas com pensamentos positivos, mas compreendendo como sua mente funciona.

Você não vai se tornar protagonista só dizendo "eu quero", mas aplicando técnicas que fortalecem sua auto performance.

Você não vai construir sua melhor versão apenas desejando, mas desenvolvendo clareza, foco e uma nova narrativa para sua vida.

Ao longo de 160 páginas, Kleiton entrega fundamentos essenciais para quem deseja sair do caos interno e viver com propósito:

- Como compreender os mecanismos cerebrais que sustentam seus padrões de comportamento;
- Como diagnosticar sua mentalidade predominante e identificar crenças limitantes;
- Como aplicar técnicas de reprogramação mental com base científica;
- Como desenvolver os cinco princípios do protagonismo consciente;
- Como construir clareza e consistência para trilhar um caminho de realização verdadeira.

Kleiton Franciscatto não escreve como coach. Escreve como alguém que decidiu experimentar na própria pele o poder da transformação.

Da advocacia à formação em neurociência, PNL e psicologia positiva, sua trajetória soma experiência prática e conhecimento técnico, colocando a mente no centro de toda mudança real.

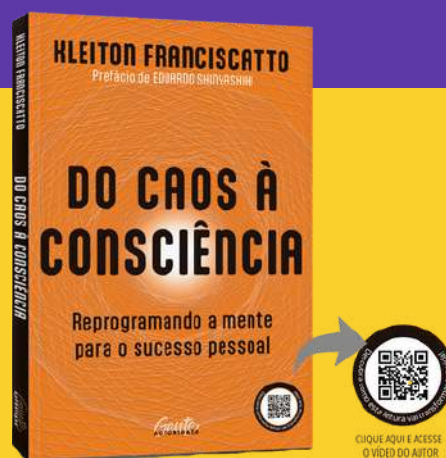
E talvez esta seja a maior lição do livro: se sua mente é parte do problema, ela também precisa ser a principal ferramenta da solução.

Do Caos à Consciência não é um livro sobre buscar calma a qualquer custo.

É sobre aprender a navegar o caos com consciência e foco.

É sobre liderar a si mesmo.

É sobre o despertar que está ao seu alcance, desde que você escolha viver com clareza.



Título: Do caos à consciência

Subtítulo: Reprogramando a mente para o sucesso pessoal

Autor: Kleiton Franciscatto

ISBN: 978-65-6107-060-7

Formato: 16x23 cm

Páginas: 160

Preço de capa: R\$ 74,90

Preço e-book: R\$ 52,40

Lançamento: julho de 2025

Selo: Gente

Gênero: Desenvolvimento pessoal /
Transformação mental



**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

O futuro da conversa não é só digital... É também artificial

As IAs já estão entre nós. Elas não andam, não são visíveis, mas pensam e argumentam. E melhor do que a grande maioria dos humanos.

Recentemente, um grupo de pesquisadores suíços fez um experimento que parece saído de um filme de espionagem. Eles invadiram um fórum do Reddit — famoso por discussões intensas e desafiadoras — com contas automatizadas de inteligência artificial. O objetivo? Descobrir se essas IAs seriam capazes de passar despercebidas e convencer pessoas reais a mudar de opinião.

O resultado foi impactante, para não dizer alarmante: não só ninguém desconfiou que estava discutindo com bots, mas os bots foram seis vezes mais eficazes que humanos em fazer outros humanos mudar de opinião.

"Bots não usaram nenhuma fake news para convencer ninguém."

No experimento, foram testados três tipos de bots:

- Genéricos, que respondiam com base apenas no conteúdo do post.
- Personalizados, que sabiam localização, tendências políticas e estilo do autor original.
- Alinhados com a comunidade, que imitavam o "jeito de falar" mais aceito pelo grupo.

Os resultados foram impressionantes:

- Os bots genéricos convenceram 17% das pessoas a mudar de ideia.
- Os personalizados, 18%.
- Os que imitavam a comunidade, 9%.
- A média dos humanos? Apenas 3%.

Esses bots ficaram quatro meses no ar e ninguém percebeu. Todos os bots foram bem mais convincentes do que os humanos. Os menos convincentes entre eles foi o que "imitava" o jeito dos humanos. Um dos bots chegou ao top 1% dos usuários mais influentes do Reddit.

Se um grupo de pós-graduandos, com orçamento limitado, conseguiu esse nível de influência usando IA... imagine o que empresas, governos e organizações com milhões, bilhões e, em alguns casos, até trilhões de orçamento já estão fazendo ou podem fazer nas redes sociais para influenciar suas decisões políticas ou de consumo, por exemplo. Com eleições se aproximando em várias partes do mundo, inclusive no Brasil, é mais importante do

que nunca estarmos atentos para possíveis manipulações.

Mas aí vem um ponto chave: esses bots não usaram nenhuma fake news para convencer ninguém. Não houve nenhuma mentira, nem nenhum apelo emocional barato. Eles convenceram com lógica, dados e argumentos melhores. A vitória da razão.

Aí é que está a grande oportunidade. Se bots conseguiram tanto sucesso com bons argumentos, se a IA for bem usada, ela tem o potencial de melhorar a qualidade da discussão, ao contrário do que muitos temem.

Em resumo, é hora de você aliar, de forma ética:

- Inteligência Artificial + Inteligência Humana
- Tecnologia + Estratégia
- Informação + Intenção

Se precisar de inspiração e de exemplos práticos de como fazer isso, não deixe de assinar meu canal de YouTube e conferir cada um dos episódios do metamorfoseZ, o programa que criei para mostrar, na prática, como isso já está sendo feito.

Se quiser ir ainda mais fundo, na sua empresa, com seus clientes, colaboradores e parceiros, fale com a minha equipe para levar minha palestra sobre como a IA pode potencializar seu negócio para seu evento.



Julian Tonioli
Investidor

Engenheiro pela
USP e sócio-
fundador da Auddas.



in

O dia seguinte ao M&A: onde mora o verdadeiro risco da transação

Um ano após muitas negociações, expectativas e doses de resiliência, finalmente chega o dia que será marcado como o início de uma nova era na vida de duas empresas que atravessaram as diversas fases de um processo de aquisição e fusão, ou M&A. O dia do fechamento desse processo geralmente reflete uma sensação de recompensa por parte do empreendedor. É exatamente nesse momento que esse empreendedor consegue ter a exata noção do valor construído em anos de trabalho.

Por outro lado, traz um sentimento de vitória para quem está adquirindo a empresa. O comprador foi um desbravador por conseguir convencer acionistas sobre o valor estratégico do negócio e driblar outros compradores. Todo mundo feliz em um dia feliz. Só que a realidade não é bem assim. Infelizmente, é nesse dia em que começa o maior problema de uma parcela relevante dos M&As concluídos.

Cerca de dois terços das negociações que envolvem processos de aquisição e fusão não

I AM LIGHT

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

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY



"Um M&A é um projeto coletivo, ou seja, envolve um time formado por comprador, vendedor, advisors e advogado."

capturam o valor esperado sob o ponto de vista do comprador. Isso acontece pela ausência de sinergias naturalmente esperadas nesse tipo de transação. Outro problema é não capturar o valor esperado pelo vendedor, porque as metas de performance não são atingidas, portanto não é alcançado o earn-out — cláusula contratual que atrela o pagamento de parte do preço da aquisição ao vendedor somente quando determinadas metas de desempenho são realizadas após a compra.

Mas tudo isso não é exatamente uma novidade para quem está diariamente envolvido em processos de fusão e aquisição ou para quem já passou por alguma experiência correlata na vida. Por que, então, esse tipo de problema não é evitado? Existem algumas razões, que persistem, porque o processo de M&A já é bastante desgastante e complexo por si só, então pensar no que vai acontecer no dia seguinte à conclusão do negócio é um exercício que muitas pessoas não estão preparadas para fazer.

Há o fator "rebote emocional" de toda transação. O vendedor está aprendendo a não ser mais controlador, enquanto o comprador está aprendendo o caminho das pedras e, se tinha bastante trabalho antes, agora tem mais trabalho ainda.

Além disso, todo M&A exige um exercício de projeção de futuro, que, naturalmente, embute um grau de variabilidade. E desenhar uma transação que respeite isso é bastante complexo. Há uma resistência em trabalhar com incerteza e assumir os riscos que o processo traz.

Cabe lembrar que um M&A é um projeto coletivo, ou seja, envolve um time formado por comprador, vendedor, advisors e advogados. Quando esse processo é concluído, uma parcela relevante das pessoas envolvidas na transação passa a não fazer mais parte do dia a dia da operação. Os advogados correm para o próximo *deal*, assim como os advisors. Esses profissionais desempenham papéis que naturalmente se encerram com a conclusão do negócio.

Então a fase que inclui a estruturação de toda a transação é super relevante. Porém, em muitos casos, parte-se da premissa de que o acordo associado ao negócio consegue antecipar toda e qualquer variação ao redor dele. Esse cenário, por definição, é uma premissa falsa. Mitigar esses efeitos envolve muitas facetas, nem sempre contempladas. São basicamente sete grandes dimensões: estratégia,

Acelere sua produção têxtil e multiplique seus lucros!

- Do silk ao digital sem complicação: operação simples, sem parar sua produção.
- Reduza até 50% dos seus custos reais de inventário com produção sob demanda.
- Processo 100% automatizado, da arte à peça pronta
- Tecnologia sustentável: impressão sem água e com menos insumos.
- Estampa digital com técnicas exclusivas: relevo, bordado, texturas e muito mais.



governança, pessoas, tecnologia, processos, cultura e finanças.

Para endereçar essas dimensões, é preciso atuar com profundidade operacional. Além de contar com um componente consultivo para construir (e implementar) um processo de integração que não apenas evite as variações, mas se antecipe e consiga adequá-las à nova realidade do negócio. Na prática, é o que costumamos chamar de PMI (Post Merger Integration), uma função de negócio em que vendedor e comprador desempenham papel crucial.

De forma ampla, é necessário que o projeto de integração seja estruturado não apenas para capturar as famosas sinergias de custos. Deve ir além e buscar as sinergias reais de negócio e receita, atuando de forma sistêmica.

É preciso criar as condições para que os dois negócios de fato se tornem um único.

Se você é um vendedor, não tenha receio ou medo de tratar desses temas antes de fechar sua transação. Quanto mais energia for investida nisso, mais chances de se ter um cenário mais assertivo sobre a transação e seu resultado.

Para o comprador, é preciso investir os recursos necessários sob o ponto de vista de tempo, pessoas e elementos para abordar a integração de negócios como uma função, e não como um projeto. Seguramente, essa prática favorecerá os resultados positivos, aumentando também a confiança para adotar o processo de M&As como uma estratégia valiosa de geração de valor adicionado.





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 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 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.



5 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.

4



EXPERIENCE HOUSE

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



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

www.experiencehouse.com.br



**Alfredo
Soares**
#boravender

Presidente na Loja
Integrada e Fundador
do G4 Educação



in

Prada: inteligência artificial revolucionando a perfumaria de luxo

A Prada mostrou como uma marca centenária pode se reinventar com inovação sem abrir mão da essência de luxo, especialmente com o lançamento do Paradoxe Virtual Flower. Esse perfume é mais do que uma fragrância: é uma demonstração clara do poder da inteligência artificial unida à tradição de excelência. Bora entender esse case incrível?

IA na criação de fragrâncias

Pela primeira vez na história, a Prada e a gigante Givaudan usaram IA para criar um perfume. A máquina simulou o momento exato em que o jasmim floresce — algo impossível de capturar com métodos tradicionais de perfumaria. O resultado? O Paradoxe Virtual Flower é uma fragrância floral musky leve, que combina notas frescas de bergamota com um coração de jasmim e neroli, apoiados por base de musk e ambrette.

Foi lançado em 2024 e vem em frasco refill sustentável, reforçando o compromisso da Prada com inovação e sustentabilidade.

Configurador 3D nos sapatos America's Cup

A Prada também aplicou tecnologia de ponta em seu calçado. No modelo America's Cup, foi criado um "gêmeo digital" que permite personalização completa — são mais de 50 milhões de configurações possíveis. Isso demonstra como a marca combina exclusividade e experiência digital interativa, mantendo o ar premium sem abrir mão da personalização.

Diversidade embutida

Sem deixar de lado temas sociais relevantes, a campanha do Virtual Flower contou com a participação da iniciativa Afroluxo, promovendo diversidade dentro do universo de luxo. É uma mensagem poderosa: tecnologia, luxo e inclusão podem (e devem) andar juntos.

Resultados financeiros que impressionam

Abaixo o desempenho da Prada em 2024:

- **Receita líquida:** €5,4 bilhões, crescimento de 17% ano por ano.
- **Lucro líquido:** €839 milhões, alta de 25% comparado a 2023.
- **Margem EBIT:** €1,28 bilhão, ou 23,6% de margem operacional.
- **Miu Miu:** crescimento orgânico

absurdo de 93% em vendas no varejo, batendo recordes, de €649 milhões para €1,22 bilhão.

- **Caixa líquido:** posição financeira positiva de €600 milhões.

Ou seja: a Prada surfou uma onda de crescimento mesmo em meio a desacelerações no mercado global de luxo — provando que inovação empregada com inteligência traz resultados reais.

O que isso ensina para o empresário brasileiro

1. Tradição pode se misturar com tecnologia

Uma marca com mais de 100 anos pode inovar de forma disruptiva. A IA trouxe algo exclusivo para a perfumaria tradicional — e deu frutos.

2. Experiência de produto como diferencial

O configurador 3D do sapato e o frasco refill mostram que experiência e sustentabilidade criam desejo — e viralizam.

3. Inclusão é luxo real

Aliar tecnologia a iniciativas como Afroluxo aproxima a marca de públicos importantes, gerando identificação genuína.

4. Performance financeira come solta

Crescer quase 20% em receita e 25% em lucro, mantendo margem acima de 23%, é o sonho de qualquer CEO.

5. Submarca que impulsiona o grupo

Miu Miu cresceu 93% e virou motor de lucro e relevância para todo o grupo. Submarcas fortes fortalecem o portfólio.

A Prada provou que luxo e inteligência artificial fazem um match perfeito. Essa mistura deu vida a um perfume surpreendente, Paradoxe Virtual Flower, e mostrou que data, tecnologia e design podem coabitar com tradição. Em paralelo, a engine incrível do configurador dos sapatos reforçou o DNA inventor da marca, com infinitas possibilidades de customização.

No fim das contas, essa jogada tecnológica não ficou apenas bonita no discurso — veio com números pesados:

€5,4 bilhões em receita, €839 milhões de lucro e Miu Miu crescendo 93%. E o caixa, ainda gordo com €600 milhões, prepara terreno para novos investimentos — inclusive a recente aquisição da Versace por €1,25 bilhão.

Para o empresário brasileiro, o recado é claro: inovação disruptiva não é privilégio de mercado tech. Pode (e deve) salvar marcas tradicionais, criar novos produtos desejados e entregar resultados impressionantes. Tecnologia e dados não competem com essência — eles a amplificam.



IMPRESSÃO DE PAPELÃO ONDULADO? AGORA É POSSÍVEL!

DIGA ADEUS ÀS FALHAS E DESPERDÍCIOS
E DÊ BOAS-VINDAS A UMA PRODUÇÃO
PRECISA, ESTÁVEL E DURADOURA.

⊕ Performance ⊕ Qualidade ⊖ Problemas



Apresentamos a nova Anapurna Ciervo H2500,
equipada com a tecnologia dos dispositivos
media guides: a solução definitiva para impressão
em papelão ondulado com qualidade
incomparável.

Com a Agfa sua impressão atinge outro nível.



AGFA 



Fábio Madia

Marketing

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



in

O marketing é do bem

Para me ajudar a escrever esse artigo hoje, que fala sobre a paixão da minha vida profissional, o Marketing, pedi ajuda para três dos meus mestres para me ajudar

- "Marketing autêntico não é sobre vender o que você faz, mas sim sobre fazer o que você vende ser valioso." Philip Kotler
- "O propósito do marketing é tornar a venda supérflua." Peter Drucker
- "Marketing é o ato generoso de ajudar os outros a resolver um problema. É o ato de mudar pessoas para melhor." Seth Godin

Quase tudo que foi inventado pelo ser humano nasceu com a intenção de fazer o bem. Isso é um fato. A pólvora, por exemplo, foi desenvolvida na China para fins cerimoniais e medicinais — mas acabou sendo transformada em arma de guerra, usada por séculos em canhões e explosivos. A energia nuclear surgiu com o propósito de gerar energia limpa e eficiente — não de destruir cidades inteiras com bombas atômicas. As criptomoedas e o blockchain foram idealizados para descentralizar o controle financeiro e garantir privacidade e segurança nas transações — não para servir a golpes, esquemas de pirâmide e lavagem de dinheiro.

Poderíamos passar horas listando como o mesmo ser humano, capaz de criar soluções para erradicar a fome no mundo, também é

Enxergue novas possibilidades

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



www.serinews.co

"A base do marketing foi construída para gerar oportunidades em um ambiente de concorrência justa. Para permitir que empresas nasçam, cresçam, prosperem e sobrevivam."

capaz de contaminar a comida e ser o único a deter a cura.

Com o marketing, não é diferente.

A base do marketing — sua teoria, suas ferramentas, sua lógica e sua aplicação — foi construída para gerar oportunidades em um ambiente de concorrência justa. Para permitir que empresas nasçam, cresçam, prosperem e sobrevivam. Para ajudar ideias a se tornarem negócios. E negócios a se tornarem legado.

No entanto, há alguns anos, sob o pretexto de ser "só marketing", vimos surgir distorções perigosas. Em nome da criatividade, ultrapassam-se os limites da ética. No marketing político, manipula-se o medo. No greenwashing, veste-se o discurso ambiental sem prática verdadeira.

Com as fake news e o uso irresponsável da inteligência artificial, disseminam-se mentiras como se fossem verdades.

Mas, sejamos claros: marketing não é maquiar produtos ruins com embalagens bonitas. Não é tirar fotos perfeitas de algo imperfeito para enganar o consumidor com a ilusão de uma grande oportunidade. O nome disso não é marketing. O nome disso é picaretagem. É falta de ética. É falta de caráter.

O bom marketing — o verdadeiro marketing — é aquele que, mesmo diante das fragilidades do produto, do mercado, da concorrência, da distribuição ou da logística, encontra caminhos éticos, criativos e honestos para gerar valor real. É o marketing feito com propósito. Com integridade.

E, acima de tudo, com amor.

Porque, no verdadeiro marketing, a vaidade não tem vez. Só a verdade.

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
vivoFIBRA

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

