

Ricardo Amorim

Gastar o dinheiro
do futuro hoje?
Péssima ideia

Marcelo Ponzoni

Beleza oculta

Fernanda Meirelles

A nova era das apostas
esportivas no Brasil



253

@trintadezesete

empresário digital

Natalia

Martins

BELEZA QUE ESTÁ NA CARA
PROPRIETÁRIA DO NATALIA BEAUTY GROUP CRIOU
UMA TÉCNICA QUE CONQUISTOU CELEBRIDADES
E MONTOU UM VERDADEIRO IMPÉRIO.

Canon

DO CLICK AO PRINT

Qualidade de quem entende de imagem. Aquilo que você captura é aquilo que você imprime.



EOS R100

Capture os momentos importantes da vida em foto ou vídeo de forma fácil. Com o sensor de imagem Canon, você garante muito mais nitidez em suas imagens.



Megatank G610

A multifuncional para toda hora! O equipamento que vai do escritório à fotografia.

www.canon.com.br

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.co.br

JORNALISTA

Jorge Luiz Mussolin (MTB 15.978)

✉ jmussolin@serineWS.co.br

Projeto gráfico: Flavia Hashimoto

Designer: Patrícia Barboni e Beatriz Vaz

Imagens: Trinta Dezesete

Web Designer: Marina Deotti

Conteúdo: Thais Margarida e Sarah Ayume

Concierge: Mariane Suzana, Tatiane Pozze e
Alessandra Arruda

Head de Operações: Fabio Peres

✉ fperes@serineWS.co.br

PMO: Jéssica Camara

✉ jcamara@serineWS.co.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

Transforme justificativas em realizações

Está na hora de dar a devida atenção àquilo que está ao nosso redor, mas que frequentemente passa despercebido. Parece que tudo é invisível até que, de repente, os resultados começam a emergir e ganhar reconhecimento. Aquele projeto outrora visto como uma simples loucura ou modismo se transforma em uma realidade palpável e admirada por muitos. Conhecemos inúmeras histórias empreendedoras que ecoam essa trajetória. Mas lembre-se: nada disso é fruto do acaso ou surge repentinamente. São anos de dedicação constante até que o sucesso se materialize. Contudo, algo é certo: está cada vez mais fácil alcançar nossos objetivos. A chave? Estar bem conectado e se adaptar rapidamente.

Sabemos que o sucesso é resultado de uma série de estímulos e ações bem planejadas. Então, por que não criamos estratégias mais efetivas e paramos de procrastinar ou negligenciar o que precisa ser feito? Os dados são claros: o que frequentemente nos afasta de nossos objetivos são as distrações.

O mundo está repleto delas, e quanto mais nos deixamos levar, maiores são as chances de nos desviarmos do caminho que traçamos para nós mesmos. É fundamental ter uma estratégia sólida e uma vontade inabalável de seguir adiante.

Duas ferramentas são essenciais nessa jornada: histórias inspiradoras e a tecnologia. Por exemplo, a trajetória de Natalia Martins, fundadora da Naty Beauty, é uma fonte de inspiração. Ela demonstra que, além de pesquisar e estudar, é crucial pensar e criar diferenciais. A tecnologia, por sua vez, é uma aliada poderosa para revisar nossas metas e traçar planos eficazes, ajudando-nos a manter o foco no que realmente importa.

No entanto, é comum cairmos na armadilha de justificar nossos desvios em vez de corrigi-los. Especialistas apontam que, para um ano de crescimento significativo, é preciso investir mais esforços e estímulos especialmente no primeiro trimestre. Em vez de dividir suas metas igualmente ao longo do ano, concentre-se em fazer deste início um momento de impulso, visando entre 35% a 40% dos resultados desejados.

Então, ainda há tempo de revisar e reajustar seus planos. Reavalie as ações em que você investirá tempo, dinheiro e energia. Em vez de concluir com uma resolução definitiva, encoraje você a embarcar em uma jornada de descobertas e conquistas em 2024.





capa



BELEZA QUE ESTÁ NA CARA



Natalia Martins
Entrevista

Proprietária do Natalia Beauty Group



MAIOR REFERÊNCIA NO SEGMENTO DE BELEZA NATURAL LIGADA ÀS SOBRANCELHAS, NATALIA MARTINS, PROPRIETÁRIA DO NATALIA BEAUTY GROUP, CRIOU UMA TÉCNICA PRÓPRIA QUE CONQUISTOU CELEBRIDADES E MONTOU UM VERDADEIRO IMPÉRIO, CONTANDO APENAS COM SUA CRIATIVIDADE – E UM ÍMPETO EMPREENDEDOR ÚNICO EM SEU MERCADO.

Para Natalia Martins, o empreendedorismo não surgiu como uma iniciativa resultante de uma vasta experiência no mundo dos negócios. Foi por necessidade. Após a separação do marido, voltou a morar com os pais e tinha uma criança pequena para sustentar. Se havia alguma atividade profissional em que se julgava boa, era fazer a sobrancelha das pessoas. E ela se agarrou a essa habilidade com tanto empenho e talento que transformou um trabalho solo num império de beleza, com clínicas frequentadas por celebridades, como Sasha Meneghel e Jade Picon. Chega a cobrar R\$ 12,5 mil pelo procedimento Flow Brows, que ela mesma inventou, revolucionando a estética ligada às sobrancelhas.

Sua marca, Natalia Beauty, hoje é referência de alto padrão em atendimento num ramo ligado a valores tão essenciais, como autoestima e bem-estar. Muito acima da pura vaidade relacionada aos cuidados com a beleza, Natalia ainda reverte parte do seu faturamento em projetos sociais (do seu próprio Instituto Natalia Beauty) para empoderar mulheres em situação de vulnerabilidade. Vale muito a pena entender as ideias e as estratégias que levaram essa mulher de fibra e criatividade ao topo do mundo quando se refere ao business de beleza. É

o que você vai encontrar na entrevista a seguir.

EMPRESÁRIO DIGITAL Por que você lançou essa técnica Flow Brows com a qual você se destacou tanto?

NATALIA MARTINS Logo entendi que o mercado estava saturado do trabalho mais padronizado com sobrancelha, e encontrei uma oportunidade de ter algo muito mais natural, baseado no rosto da pessoa e não em algum tipo de medida. Até então, tudo que a gente tinha aprendido com sobrancelha era baseado em molde, então todo mundo replicava as mesmas medidas em todos os rostos. E isso começou a me incomodar. Como profissional, eu fazia a sobrancelha das pessoas e via que não ficava bonita ao usar o mesmo formato para todo mundo. Cada rosto tem o seu formato de arcada óssea. Então eu comecei a estudar a parte superior da face. E eu entendi que a sobrancelha contorna exatamente o ossinho frontal, e que não adianta colocar um outro formato de sobrancelha. Por isso a gente vê muitas pessoas com a sobrancelha que não tem nada a ver com seu rosto.

EMPRESÁRIO DIGITAL E o que surgiu desse seu estudo?



NATALIA MARTINS Comecei com essa técnica, que era a micropigmentação e hoje já é nanopigmentação. Iniciei fazendo um monte de pauzinho, simulando pequenos fios, parecia uma cerca. Mas não ficava tão natural. Então passei a estudar todo dia o comportamento dos fios de sobrancelhas em crianças, mulheres jovens e maduras, e analisar os diferentes padrões. Aí, em vez de fazer fios retos, comecei a fazê-los em movimento, como uma onda. Assim os fios se encontram e fazem volume, dando uma impressão bem mais natural, porque nenhum pelo nasce retinho, um ao lado do outro. Fiz cursos na Rússia, em Dubai, na Sérvia, em muitos lugares, até que produzi a sobrancelha toda em onda, e ficou linda. Lembro que fiquei apaixonada, foi amor à primeira vista. Olhei para o meu trabalho e falei "que sobrancelha flow!". Foi como surgiu o nome.

EMPRESÁRIO DIGITAL Já veio a confiança de que essa novidade iria fazer sucesso?

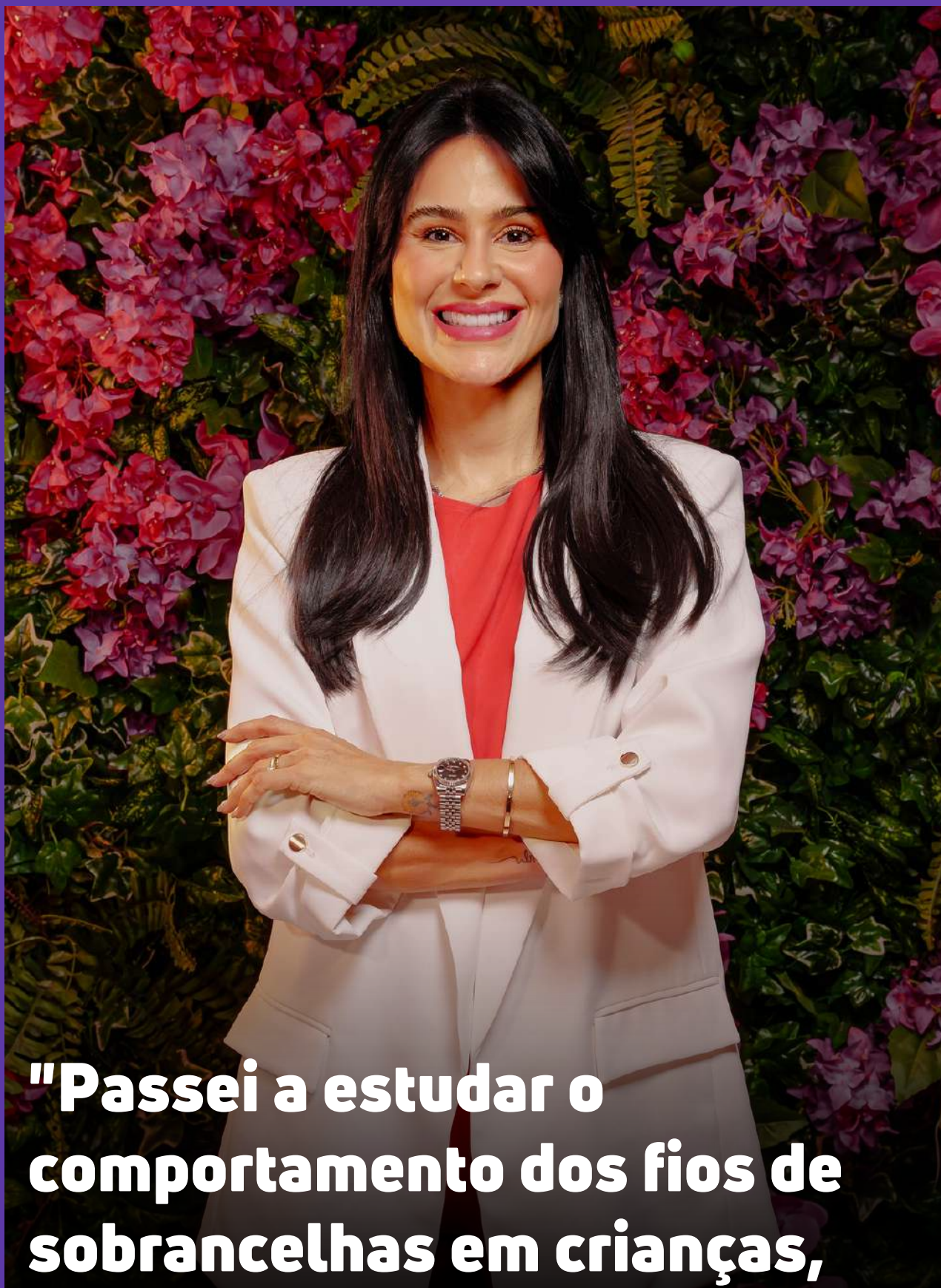
NATALIA MARTINS Deu uma insegurança, na verdade, porque eu estava trazendo uma coisa nova onde todo mundo

pede padrão, todo mundo ensina padrão, e eu estava indo na contramão disso. A chance de pegar talvez fosse limitada, mas, quando comecei a falar sobre isso nas redes sociais, passei a atrair muita gente, pessoas interessadas em se sentir na sua melhor versão. E aí começou a vir influencer, vir celebridade, gente que tinha mais alcance. Minha agenda começou a ficar lotada e eu tive de ensinar para escalar o meu trabalho na época. E aí virou esse império todo.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você tem muitas clientes famosas. Por que acha que atraiu tanto esse público diferenciado?

NATALIA MARTINS Talvez justamente porque eu ofereça um trabalho muito diferenciado. O ser humano gosta de se sentir exclusivo. É assim com as celebridades e os influenciadores. Quando percebem que a técnica realça a beleza natural única de cada um, a pessoa se sente exclusiva assim.

EMPRESÁRIO DIGITAL Hoje o homem também faz a sobrancelha. Como você vê



"Passei a estudar o comportamento dos fios de sobrancelhas em crianças, mulheres jovens e maduras."



essa mudança de perspectiva do público masculino, que agora também procura o cuidado com a beleza?

NATALIA MARTINS Havia um pouco de preconceito em relação a isso. Mas é algo que não tem nada a ver. O homem também tem pele, tem cuidado com o envelhecimento, todo mundo quer ter uma pessoa bonita ao seu lado. A gente tem recebido cada vez mais o público masculino aqui. Nessa conscientização de que é importante para o homem se cuidar, temos protocolos aqui na clínica que são masculinos. O tratamento é quase o mesmo, só que, quando começamos a divulgar que havia um cuidado exclusivo para homens, eles começaram a fazer. Acho que é um momento até de libertação deles, sabe? De falar "cara, eu me cuido mesmo, e é bacana se cuidar também".

EMPRESÁRIO DIGITAL Você é uma empreendedora de sucesso. O que você considera importante para ter esse êxito no setor de beleza pessoal?

NATALIA MARTINS Eu acredito em quatro pilares fundamentais para qualquer empresa ter sucesso. O primeiro é ter uma mentalidade próspera e abundante. O coletivo precisa ser positivo. Aquela galera negativa dentro da empresa, que só reclama, só fala mal da empresa, faz com que o negócio fique com os dias contados. Outro pilar é o marketing. Toda empresa tem de contar uma boa história. Todo mundo hoje tem conexão emocional com histórias. Então qual é o branding? Qual é a história da marca? Qual é a mensagem principal dela? Isso tem de estar muito claro. O terceiro pilar é a cultura da empresa.

Tem que saber o que você faz, como você faz e por que a empresa faz o que ela faz. Todos precisam falar a mesma língua ali dentro. E o quarto pilar é ter um projeto social. A possibilidade de ajudar os outros é uma oportunidade. Aquela frase "é dando que se recebe" é real.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como despertou em você essa vocação para empreender?

NATALIA MARTINS Olha, ela veio pela necessidade. Eu não comecei com um planejamento, uma estrutura... Não, eu estava no fundo do poço, endividada, com a minha filha pequenininha no colo, de 2 anos, voltando a morar em São Paulo, totalmente perdida, divorciada. Não sou formada em faculdade, nunca tinha feito um curso. Além de ser secretária, ser recepcionista ou caixa, a única coisa que eu sabia fazer era sobancelha. Então comecei a atender na casa das clientes. No começo estava sozinha, eu era minha empresa, mas já tinha um pensamento de empreendedora, passei a olhar para algo maior, comprando a hora de outros colaboradores. Ensinando, expandindo, dando espaço...

EMPRESÁRIO DIGITAL Como tem sido para você o uso do Instagram para divulgar o seu trabalho e consolidar esse sucesso que você tem tido?

NATALIA MARTINS A rede social foi um presente para os empresários, podemos hoje usar a internet com muita facilidade para falar do nosso trabalho. Só no Instagram, há 132 milhões de usuários ativos. É muita gente, muita oportunidade. As empresas têm de explorar isso. E eu uso meu Instagram não como empresa, por incrível que pareça, mas como Natalia Beaty. Por isso a minha comunidade é

muito forte, já que tem o ser humano muito presente na marca também. Aliás, eu acho que as marcas precisam aprender a usar a rede social para criar relacionamento, e não para afastar o cliente. Precisa, por exemplo, deixar de lado aquela linguagem extremamente formal. Para estreitar o relacionamento, as pessoas gostam que as marcas se comportem como pessoas, e não como robôs ou entidades. Eu uso muito Instagram para vender, para criar relacionamento, para criar comunidade, para distribuir conteúdo para as outras redes sociais. Então a rede social é muito importante para o negócio.

EMPRESÁRIO DIGITAL Que trabalhos te levaram a prestar serviço em outros países?

NATALIA MARTINS Foi justamente a técnica de Flow Brows. Não apenas fazemos sobancelhas, mas nossa equipe ministra cursos na Europa e nos Estados Unidos.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como tem sido a estratégia de expansão de negócios?

NATALIA MARTINS Essa estratégia é baseada na quantidade de alunos que já vieram até o Brasil de determinado país fazer nosso curso. Se ela tem esse interesse, é porque há procura no país dela. Então, por exemplo, se vêm 40 alunas de Lisboa para cá, eu tenho muita chance de abrir uma unidade em Lisboa e ter sucesso. Se vêm 20 dos Estados Unidos, eu tenho grande chance de abrir lá. Nunca é algo aleatório. E daí é uma questão de tempo, de estruturar o projeto de franquia que está no forno, quase saindo, prontinho. Porque já captei todos os possíveis franqueados no mundo, toda hora eu coloco um formulário de captação de interessados em franquia, e já temos



cerca de 2 mil interessados. Então a ideia agora é só esperar esse projeto ficar pronto para eu espalhar a Naty Beauty para o mundo todo.

EMPRESÁRIO DIGITAL E quanto à diversificação de serviços? Na sua perspectiva, isso é algo que vem de uma demanda dos clientes ou que você já vislumbra que vai ser necessário para o futuro?

NATALIA MARTINS Sempre que eu penso em novos serviços aqui na empresa ou em cursos, eu cocrio isso com a minha audiência. Os meus seguidores trazem muitas ideias de coisas para mim, o que é muito bom. E eu observo o mercado.

Então, eu estou sempre atenta às tendências, ao mercado, à movimentação, como está o consumo, quem está consumindo mais, quem está consumindo menos. E aí, com esses dados nas mãos, vou criando produtos e serviços para suprir essa demanda. Às vezes eu penso em algo que a pessoa ainda não sabe que ela precisa.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como você vê seu negócio no médio prazo, assim, daqui uns cinco anos?

NATALIA MARTINS Eu vejo a empresa como um grande grupo de beleza, bem-estar e saúde. Quero estar com a linha de produtos no mundo todo, estar com a linha de clínicas também bombando



**"Estou sempre atenta às
tendências, ao mercado,
à movimentação."**



muitas unidades. Eu vejo uma expansão mundial muito grande para os próximos cinco anos.

EMPRESÁRIO DIGITAL O que você tem desenvolvido de projetos sociais e por que se envolveu nessas causas?

NATALIA MARTINS Temos alguns projetos sociais aqui no grupo, mas quero destacar um projeto de educação, porque acreditamos que a sociedade só se transforma por meio da educação, da profissão, da independência financeira para as mulheres, principalmente, que é uma causa que eu assumo com muita intensidade. Todo mês, nossas professoras vão à Penitenciária Feminina de São Paulo, vão à Casa da Mulher Brasileira, vão à fundação CASA que presta assistência a jovens infratores de

12 a 21 anos incompletos em todo Estado de São Paulo, e ministram o curso de sobancelha para as reclusas e para as que estão em situação de vulnerabilidade social. E, ainda falando em mulheres, temos um projeto de autoestima, com a produção de aréolas de silicone médico para mulheres que passaram por mastectomia por causa de um câncer de mama. Também reconstruímos aréolas com técnica de nanopigmentação. Mas, além desses projetos fixos, estamos sempre buscando novas oportunidades de ajudar os outros, seja em orfanatos, Instituições de Longa Permanência para Idosos ou maternidades. Como disse, o projeto social é um dos pilares do nosso negócio.

I AM LIGHT

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

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY





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

Gastar o dinheiro do futuro hoje? Péssima ideia

Recentemente, o presidente Lula fez um discurso que apontava para um pequeno déficit primário no orçamento do governo federal em 2024, contrariando suas promessas anteriores de equilíbrio.

Mesmo que o tamanho do déficit não preocupasse, a quebra de promessa preocupou, sim. Ela se assemelhava ao caso de um ex-alcoólatra, que prometeu não beber, mas pouco depois diz 'é só um pouquinho'.

Infelizmente, o histórico brasileiro de déficits públicos prejudica nossa credibilidade. Gastar mais do que se ganha sempre aumenta o endividamento de quem faz isso, seja no caso do setor público, de uma família ou de uma empresa.

No caso de um país, isso afasta potenciais investidores, reduzindo a geração de

Até 1449 m²/h

Série Inca Onset X

Impressoras de cama plana de extrema produtividade



Até 905 m²/h

Série Jeti Tauro

Impressoras híbridas de alta velocidade



Até 270 m²/h

Avinci

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



Até 248 m²/h

Jeti Mira

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



Até 224 m²/h

Oberon

Impressora de rolo de alta velocidade



Até 129 m²/h

Série Anapurna

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



Software Asanti

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



Tintas

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

Soluções completas para todas as suas necessidades de produção de impressão

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

Negligenciar as contas públicas, gastando mais do que arrecadamos, endividando o país, é uma forma de usar o dinheiro do futuro no presente. No futuro, vai faltar.

empregos. A mera sinalização de que isso poderia acontecer já causou, inicialmente, uma alta do dólar, uma queda da Bolsa e uma alta nas taxas de juros praticadas pelo mercado. Se mantidas essas tendências, acabaríamos com mais inflação e menos empregos e crescimento econômico.

Felizmente, a partir da reação dos mercados, o governo voltou atrás na ideia de abandonar a meta de equilíbrio fiscal. Em resposta, o dólar e as taxas de juros caíram e a Bolsa subiu.

Se, de fato, tivéssemos um déficit primário em 2024, o aumento do endividamento público que ele causaria reduziria também a disponibilidade de crédito para o setor privado, já que uma parte da disponibilidade do crédito no país seria redirecionada para financiar o governo. Isso prejudicaria a economia.

No longo prazo, um descontrole permanente das contas públicas pode gerar problemas ainda mais graves, como aconteceu na Argentina e na Venezuela.

Cuidar do orçamento é o único caminho para garantir, de forma permanente, recursos para áreas fundamentais, como educação, saúde e segurança.

Cuidar das contas públicas significa garantir recursos não só para o presente, mas também para o futuro. Negligenciar as contas públicas, gastando mais do que arrecadamos, endividando o país, é uma forma de usar o dinheiro do futuro no presente. No futuro, vai faltar. Qualquer semelhança com a história da formiga e da cigarra não é mera coincidência.

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

 **Regus**™ Trabalhe
do seu jeito



**Marcelo
Ponzoni**
Publicidade

Founder CEO
na R,MP



in

Beleza oculta

em dúvida alguma, a busca pela beleza é uma das maiores aspirações do ser humano. Não apenas desejamos possuí-la, mas também estar perto dela, como podemos observar no enorme mercado que a rodeia. No entanto, neste contexto, não cabe falar sobre a beleza estética, as formas e os deslumbres visuais. Quero me referir à beleza existencial, humana, intrínseca àqueles que brilham independentemente do que é considerado belo.

Estou falando da beleza que normalmente é percebida depois, no segundo ato, nos momentos seguintes à visão superficial. É a beleza que se sente, se cheira, se ouve e se toca de forma sutil e amável. Está presente em gestos nobres, palavras doces e olhares sinceros. É uma beleza que nem sempre é percebida, mas é a única que consegue resistir ao tempo e aos maus-tratos do físico.

Não é raro nos sentirmos atraídos pelas belezas externas e, conseqüentemente, experimentarmos decepções imediatas ao conhecermos o interior das pessoas. Muitas vezes, encontramos falácias expostas em vitrines meticulosamente trabalhadas, ou pessoas que se escondem por trás de camadas pouco nobres de caráter e moral.

Mas como podemos enxergar a beleza que não é perceptível apenas pelos olhos?

Busque uma beleza equilibrada, harmônica, sensível e principalmente perceptível para aqueles que realmente desejam vê-la.

Como podemos realmente enxergar a beleza vinda de um ser humano, sem que ele tenha nada a oferecer ao olhar?

Faça uma pausa por um minuto, feche os olhos e defina beleza nas atitudes daqueles que estão ao seu redor. Busque uma beleza equilibrada, harmônica, sensível e principalmente perceptível para aqueles que realmente desejam vê-la. Não é difícil compreender a beleza deslumbrante que a natureza nos presenteia. No entanto, a beleza proveniente do ser humano é percebida por meio das virtudes dessa pessoa, independentemente da beleza externa.

É notório identificar a beleza da alma, a luz radiante que emana dela, às vezes em gestos simples como um sorriso genuíno, uma palavra suave ou uma leveza espontânea.

Existe algo ainda mais belo por trás da mais bela aparência física, formado por todos os detalhes combinados pela harmonia das diferentes características.

O belo não se estabelece em um único aspecto, mas sim pela soma das percepções, pela junção da perfeita simetria das partes.

Atingir a plenitude do belo vai além da estética física. É uma busca mais complexa, onde cada aspecto procura desempenhar seu papel perfeito. Está presente na alma, no caráter, na plena consciência, na empatia permanente, no respeito às diferenças e na exposição de ideias e razões.

A beleza existe onde menos imaginamos, mas cabe a cada um de nós querer encontrá-la e valorizá-la de forma verdadeira e essencial, compartilhando-a com todos, sem buscar a posse de forma egoísta. A beleza impacta, atrai, mas pode não se definir em uma primeira impressão.

Tenha cuidado ao definir algo imediatamente, pois isso pode levar à frustração. Portanto, busque a beleza por completo, pois ela existe e é bela.



Douglas Torres Investimento

CEO e Fundador
Yup Chat



in

O desafio na busca pela excelência no atendimento multicanal ao consumidor

Num Brasil onde 156 milhões de pessoas, correspondendo a 84% da população, estão conectadas em 2023, a dinâmica do atendimento ao cliente exige uma abordagem estratégica. Nesse ambiente, torna-se crucial que as empresas repensem suas estratégias para proporcionar uma experiência eficaz e alinhada às expectativas dos consumidores.

Na busca pela excelência no atendimento, a automação emerge como uma revolução silenciosa na eficiência. Com 92% das empresas coletando dados de clientes e 75% integrando chatbots, a automação não é mais apenas uma opção, mas uma necessidade operacional. Os chatbots, conectados digitalmente, trocam bilhões de mensagens por mês no Brasil, redefinindo o panorama do atendimento ao cliente. Essa resposta estratégica visa otimizar

A variedade de canais oferece uma oportunidade estratégica para as empresas se conectarem com os consumidores.

interações, proporcionar respostas rápidas e eficientes, tudo isso em meio à disputa pela atenção cada vez mais escassa dos consumidores.

A variedade de canais, como o WhatsApp, redes sociais e e-mails, oferece uma oportunidade estratégica para as empresas se conectarem com os consumidores. Diversificar os canais não apenas atende às preferências individuais dos consumidores, mas também solidifica a reputação das empresas como adaptáveis e eficazes. Essa abordagem multicanal resulta em melhorias tangíveis na satisfação e fidelização do cliente, consolidando o posicionamento das empresas como líderes na era da conectividade.

Estratégias inteligentes, como oferecer atendimento personalizado, criar conteúdo visualmente atrativo e executar campanhas proativas que ressoem com as necessidades dos consumidores, são elementos cruciais na era da conectividade. Nesse cenário, surge o desafio crítico da escassez de atenção dos consumidores, com um tempo médio de atenção estimado em meros 8 segundos. Conquistar e manter a atenção torna-se uma tarefa desafiadora diante dessa realidade.

Em meio à crescente adoção da Inteligência Artificial, prevista para gerar mais de US\$ 13 trilhões até 2030, as empresas precisam inovar para capturar não apenas os consumidores, mas também sua atenção fugaz. Num mundo hiperconectado, a capacidade de cativar e manter a atenção é a moeda valiosa que diferencia as empresas na vanguarda da experiência do cliente.

Nesse cenário empresarial marcado pela conectividade, as empresas brasileiras enfrentam desafios significativos. Ao adotar a automatização, diversificar os canais, simplificar interações e conquistar a atenção do consumidor, as empresas não apenas superam desafios, mas também estabelecem uma vantagem competitiva. A mensagem é clara: inove, adapte-se e conquiste, alinhando-se às crescentes expectativas dos consumidores brasileiros e estabelecendo um padrão para um atendimento verdadeiramente moderno.

Fonte/Referências:

Carta Capital - 84% da população está conectadas em 2023.

Consumidor Moderno - 92% das empresas coletando dados de clientes e 75% integrando chatbots.

Google - Adoção da Inteligência Artificial, prevista para gerar mais de US\$ 13 trilhões até 2030.



Julian Tonioli Investidor

Engenheiro pela
USP e sócio-
fundador da Auddas.



in

Internacionalização das marcas brasileiras: desafios e oportunidades

Embora a globalização da economia descortine inúmeras oportunidades de expansão, o mercado internacional ainda é pouco explorado pelas empresas brasileiras. Acessar mercados externos requer ousadia, mas também muito planejamento e estudo. Não é trivial lidar com as diferenças de cultura e ambiente regulatório, porém o caminho é possível e sustentável para empresas que entendem a necessidade de planejar bem a sua expansão.

Um dos primeiros pontos a serem analisados é o momento de abraçar outras fronteiras. Para muitos empresários, a expansão internacional é adiada porque o mercado doméstico não está totalmente conquistado. Há ainda muito desconhecimento sobre o processo de internacionalização, que apresenta inúmeras vantagens.

Proprietários de pequenos e médios negócios desconhecem que existe oportunidade de ampliar suas operações para o exterior por várias frentes: importação e exportação de produtos; prestação de serviços, práticas de joint-ventures, franquias e investimentos diretos e indiretos. Atualmente, a internacionalização é uma estratégia fundamental para o crescimento

dos negócios, que pode ser aplicada a empreendimentos de diversos tamanhos e características, portanto não se trata de privilégio das grandes empresas.

Acesso a inovações

Entre os principais benefícios da internacionalização, estão acesso às novas tecnologias, acúmulo de experiências e atualização do aprendizado, escalagem do negócio com aumento da base de clientes, diminuição dos riscos e da tributação e fomento de marca global. Contudo, o processo de integração de uma empresa com o mercado externo também traz enormes desafios e exige cuidadoso planejamento, muito preparo técnico e inteligência emocional, também conhecidos como hard e soft skills.

Outra barreira é o idioma. Diante das diferenças culturais, é fundamental ajustar a comunicação à narrativa do país ou região onde será instalado o negócio. Ainda que o produto ou o serviço tenha potencial para ser consumido em qualquer parte do mundo, o cliente precisa entender como isso funciona. Então, não economize nos investimentos em comunicação, porque são imprescindíveis.

Sob o ponto de vista regulatório, é preciso ainda conhecer e compreender a legislação e a regulamentação do país ou da região que é o foco de atuação. Também é preciso fazer um estudo de viabilidade financeira, porque uma das maiores dificuldades no primeiro ano de vida em uma operação internacional é o acesso ao financiamento privado. Identificar os investidores anjos e Venture Capital requer tempo e muita dedicação.

Além disso, é necessário estudar os mercados para promover uma adaptação dos produtos aos consumidores locais e contar com uma rede de recursos humanos capaz de montar os melhores times. Montar uma equipe nativa com experiência exige fôlego financeiro, portanto a gestão de caixa racional é fator primordial no processo de internacionalização. Quando bem planejada, a gestão de caixa permitirá a adequação necessária de produtos e serviços à necessidade dos consumidores locais, dentro dos requisitos regulatórios de cada jurisdição.

A construção inicial de times e a aclimatação do empreendedor ao ambiente de negócios do país podem deixar a tarefa de empreender fora do Brasil ainda mais complexa. Internacionalizar não é fazer turismo ou apenas satisfazer escolhas pessoais: há impactos nos negócios.

Alinhamento societário

Se o empresário tem sócios, por exemplo, é importante que todos embarquem nesta viagem e estejam confortáveis a bordo, ou seja, é uma decisão conjunta. Os processos e a estruturação de uma nova empresa em um ambiente desconhecido levam mais tempo e podem impactar qualquer negócio já consolidado no país de origem. Então, é crucial estudar a dinâmica de negócios local e realizar um planejamento técnico e financeiro detalhado.

Não há dúvidas de que a internacionalização corresponde a uma estratégia de crescimento para diversos modelos de negócios, mas é preciso estar disposto para minuciosos estudos e adequar o preparo profissional e pessoal.

Se essa é uma meta da sua empresa, o fator principal é ter um objetivo claro e identificar quais lugares oferecem as melhores condições para alcançar esse resultado.

Antes de ultrapassar fronteiras, prepare-se. Essas etapas incluem a pesquisa detalhada dos mercados, entendimento de leis e regulamentações do país em questão. Outro ponto que precisa ser amplamente estudado é a cultura do país onde o negócio será estabelecido.

Assim como nos mercados domésticos, não há como abrir mão de um plano de negócios sólido e ter capital disponível para investir. São fundamentais também a busca por parceiros locais; a ampliação


de redes de contatos – networking, e a execução de um piloto para validação de sua tese e adaptabilidade ao mercado. Outro fator indispensável é contar com parceiros para construir a equipe e a estrutura local.

Os desafios são inúmeros, porém as oportunidades são abundantes. O ponto de partida é um bom planejamento. Um processo de internacionalização requer estudo, dedicação e muita racionalidade. Romper fronteiras é uma decisão estratégica, que, quando bem fundamentada, desconhece limites.

Daniel Pisano, cofundador da VURDERE e Julian Tonioli, CEO da AUDDAS



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



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



AGAXTUR
VIAGENS

www.agaxturviagens.com.br



**Alfredo
Soares**
#boravender

Presidente na Loja
Integrada, Fundador
G4 Educação



in

Transformando sua empresa em um cruzeiro: a jornada como experiência

As empresas modernas navegam por mares competitivos em busca não apenas de alcançar seus objetivos comerciais, mas também de cativar e reter clientes. Nessa busca pela fidelidade do consumidor, uma abordagem de negócios inspiradora pode ser encontrada nos cruzeiros marítimos, onde a ênfase não está apenas no destino, mas na jornada como um todo. Enquanto as companhias aéreas se concentram no destino final, os cruzeiros adotam uma estratégia única, transformando a viagem em uma experiência inesquecível. Esse paradigma oferece uma perspectiva valiosa para as empresas em 2024, destacando a importância crucial de criar experiências significativas para os clientes.

As empresas devem criar um ambiente onde os consumidores se sintam valorizados e especiais, onde cada interação seja uma oportunidade de encantar e surpreender.

Reimaginando a jornada do cliente

Os cruzeiros entendem que a viagem é mais do que apenas o ponto de chegada. Desde o momento em que os viajantes pisam a bordo, são imersos em um mundo de conforto, entretenimento e serviço de excelência. Cada interação é planejada para encantar e surpreender, transformando uma simples viagem em uma experiência memorável. Transpondo isso para o mundo empresarial, a estratégia se resume em compreender e moldar cada ponto de contato com o cliente. Assim como um cruzeiro oferece atividades diversificadas, empresas devem oferecer um leque de experiências únicas, personalizadas para atender às necessidades e desejos de seus clientes.

Focando na experiência, não apenas no produto

Enquanto muitas empresas se concentram apenas no produto ou

serviço que oferecem, os cruzeiros entendem que a experiência do cliente é o principal diferencial competitivo. O objetivo é criar memórias que vão além do básico, proporcionando emoções, conexões emocionais e lembranças duradouras. No contexto empresarial, isso significa transcender a transação comercial e envolver os clientes em uma jornada emocional. As empresas devem criar um ambiente onde os consumidores se sintam valorizados e especiais, onde cada interação seja uma oportunidade de encantar e surpreender.

Análise dos clientes: a bússola para o sucesso

Os cruzeiros não apenas oferecem uma experiência excepcional, mas também são mestres em coletar e utilizar dados sobre os passageiros. Eles estudam preferências, comportamentos e feedbacks para ajustar continuamente suas ofertas, garantindo que cada jornada seja ainda melhor que a anterior. Para as empresas, a análise dos clientes

desempenha um papel crucial. Coletar dados, compreender feedbacks e agir com base nessa informação é essencial para adaptar produtos, serviços e experiências. Isso não só aumenta a satisfação do cliente, mas também impulsiona a lealdade e a retenção.

Impacto nos resultados empresariais

A transformação da empresa em um "cruzeiro" de experiências não é apenas uma estratégia de marketing. Ela se traduz em resultados tangíveis. Clientes satisfeitos se tornam defensores da marca, compartilhando suas experiências positivas, aumentando a aquisição de novos clientes e impulsionando a receita. Além disso, a retenção de clientes é fundamental para a sustentabilidade e crescimento de longo prazo de qualquer negócio. Essa fidelidade gera um ciclo

negócio. Essa fidelidade gera um ciclo contínuo de retorno, reduzindo os custos de aquisição e aumentando a lucratividade.

Em um mundo empresarial cada vez mais competitivo, a chave para o sucesso em 2024 e além está na transformação da jornada do cliente em uma experiência excepcional. Inspirar-se na abordagem dos cruzeiros, que priorizam a experiência e a análise dos clientes, é fundamental para não apenas conquistar, mas manter os clientes satisfeitos e impulsionar resultados positivos.

Ao criar momentos memoráveis, entender profundamente as necessidades dos clientes e adaptar-se constantemente com base nos dados, as empresas podem navegar com sucesso nos mares do mercado, transformando cada interação em uma oportunidade para encantar, fidelizar e crescer.





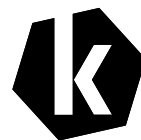
MODA SUSTENTÁVEL SOB DEMANDA.



Transforme sua indústria da moda com Kornit Digital

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

www.kornit.com/pt-br



Kornit
Digital
bonding
matters



**Fernanda
Meirelles**
Direito

Sócia da área de TMT
| Midia & Gaming do
FAS ADVOGADOS



A nova era das apostas esportivas no Brasil

Em dezembro de 2023, foi sancionada a Lei 14.790, que finalmente marca a etapa final rumo à regulamentação da atividade de apostas no Brasil. A versão final da lei não difere muito do que já constava no Projeto de Lei 3626/2023, mas a grande novidade foi a inclusão de jogos de cassino online no texto e no valor da licença de R\$ 30 milhões, que agora é devida também para a exploração dessa atividade.

Embora o projeto de lei permita a oferta de apostas esportivas em estabelecimentos físicos, além dos virtuais, as apostas em jogos online só poderão ser oferecidas de forma online

Outro item importante incluído na Lei 14.790 diz respeito à exploração de loterias estaduais.

Durante o processo regulatório, graças à decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que quebrou o monopólio da Caixa Econômica Federal (CEF) e permitiu a exploração de loterias por estados e Distrito Federal, muito se falou e debateu sobre a possibilidade de oferta de loterias estaduais de forma online a consumidores localizados fora do respectivo estado. Alguns estados até iniciaram os seus próprios processos de autorização e anunciaram a prestação desse serviço nacionalmente.

A Lei 14.790 contém um capítulo inteiro dedicado a estabelecer regras para o funcionamento das loterias estaduais e proíbe expressamente a operação "multijurisdicional", deixando claro que a comercialização e publicidade de loterias pelos estados deve ser restrita aos consumidores fisicamente localizados dentro dos limites da sua circunscrição ou territorialidade.

Embora a intenção do Governo fosse deixar alguns aspectos da regulamentação para atos subordinados e administrativos, e apesar da necessidade de publicação de atos infralegais que abordarão os detalhes do procedimento de autorização para o funcionamento desta atividade no Brasil, a Lei 14.790 já é bastante detalhada.

A regulamentação das apostas, ao contrário do que muitos acreditam, traz benefícios não apenas ao Governo Brasileiro, mas também e principalmente aos consumidores e às próprias plataformas. É importante ter em mente que o mercado de apostas no Brasil é uma realidade inegável, e os consumidores hoje recorrem às plataformas offshore para participar dessa prática, sem ter como pleitear seus direitos em casos como o não pagamento de prêmios.

Conhecer as regras do jogo e estar em conformidade com elas proporciona segurança e credibilidade a uma atividade ainda marcada por muito preconceito no país.

Vale lembrar que a Lei de Contravenções Penais, que proíbe a exploração dos jogos de azar, é a única norma legal

que trata do tema, é de 1941 e, desde então, não sofreu grandes atualizações de forma a acompanhar a realidade do mercado.

A introdução de uma regulamentação efetiva para as apostas esportivas no Brasil não só reconhecerá a prática como uma atividade legítima, como também estabelecerá diretrizes claras para as operações. Essa regulamentação, além de trazer transparência ao mercado, será fundamental para garantir segurança aos consumidores e demais participantes desse ecossistema.

Ainda há muito trabalho pela frente, especialmente em relação aos jogos online, responsáveis por aproximadamente 70% da receita das plataformas de betting, mas cujo conceito deveria ainda ser meticulosamente trabalhado na norma legal para evitar ambiguidades.

Além disso, apesar de a regulamentação acarretar a geração de empregos e originar novas receitas ao mercado, é importante que as empresas interessadas em atuar no Brasil estejam cientes das novas regras e se preparem para um aumento de custos.

Planejamento societário e tributário são essenciais, já que a estruturação de um modelo ineficiente pode acarretar um considerável aumento de custo fiscal, levando algumas empresas a questionarem a viabilidade de atuar no mercado regulado.

Vale lembrar que, além dos 12% sobre o GGR, os demais impostos e contribuições devidos pelas pessoas

jurídicas - IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, ISS também incidem sobre a receita resultante da atividades dos operadores.

Adicionalmente, junto com a proteção ao consumidor, é provável que haja um aumento de demandas judiciais e, portanto, é importante adotar estratégias de prevenção ou, no mínimo, de aumento das chances de êxito nesse tipo de ação.

Além dos seus direitos básicos, o consumidor tem direito a (i) informação adequada sobre o funcionamento das plataformas, (ii) regras de utilização dos canais eletrônicos, (iii) informação e

orientação adequadas e claras sobre as condições e requisitos de previsão dos resultados dos jogos e verificação de prêmios, (iv) informações e orientações adequadas e claras sobre os riscos de perda de valores de apostas e questões associadas ao jogo patológico e (v) proteção de dados pessoais.

O Brasil se prepara para uma fase inédita nas apostas esportivas, trazendo consigo regulamentação, tributação e medidas preventivas para um setor que desempenha um papel vital no cenário esportivo e econômico do país.



**A OPORTUNIDADE É MAIOR
QUANDO QUASE NINGUÉM
A VIU AINDA.**

**A PALESTRA DO
RICARDO AMORIM PODE
AJUDAR VOCÊ E SEUS
CLIENTES A LARGAREM
NA FRENTE EM 2024.**



RICAM

www.ricamconsultoria.com.br



**Beatriz
Nóbrega**
Liderança

Consultoria de RH,
desenvolvimento de
liderança,
coaching executivo e
de desenvolvimento
de carreira,
atividades de
integração de
equipe,
treinamento
corporativo,
consultoria de
gerenciamento e de
negócios



in

Por que você precisa se permitir mostrar vulnerabilidade mesmo sendo líder?

“...ia, como você lida com sua vulnerabilidade?”
Bem, eu acredito que a vulnerabilidade é uma
força, não uma fraqueza. O pensamento de que,
só por ser líder ou possuir um cargo de
destaque, a pessoa é totalmente indestrutível,
caiu por terra há muito tempo. Afinal, ninguém é
de ferro e é fundamental que tenhamos empatia
para compreender que todos podem se sentir
fracos e com medo.

É claro que mostrar sua vulnerabilidade não é
sempre algo positivo, mas é preciso normalizar o
fato de que todo mundo é vulnerável e que, se as
fraquezas são expostas por qualquer motivo, está
tudo bem... O fato é que muitos líderes, gerentes
ou pessoas com altos cargos em empresas se
veem com medo de deixar transparecer alguma
certa insegurança ou sentimento ruim que, sim,
faz parte da vida de todo mundo!

Por isso é fundamental construir uma relação de
confiança com as pessoas que te cercam,
sobretudo em um ambiente profissional, para
que, em momentos decisivos e conturbados, a
vulnerabilidade exposta não cause nenhum
ruído ou imagem de fraqueza.

GRANDES NOMES DA PROPAGANDA 100% ONLINE

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

 GRANDESNOMESDAPROPAGANDA.COM.BR

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

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

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



APOIO:



ecommerce
CAMP:)



Processo de aprendizado

Ao nos depararmos com situações diferentes daquelas com as quais estamos acostumados a viver, é comum que passemos por uma fase de aprendizado. Esse é um processo comum a todas as pessoas e admitir que existe algo para ser aprendido é afirmar que não sabe.

Uma das maneiras eficientes de treinar a humildade e a confiança para que a vulnerabilidade possa ser mostrada sem causar impactos negativos é justamente participando do processo de aprendizado com afinco e sinceridade.

Está tudo bem não saber certas coisas. Ninguém sabe de tudo e não é só porque existe um cargo ou uma hierarquia que te coloca, em certo modo, "acima" por conta de algum atributo, que você precisa saber de todas as coisas.

Seja sincero ao admitir aquilo que não sabe e pratique o aprendizado com quem entende mais do que você naquela determinada área. Utilize o diálogo e a linguagem para apontar às pessoas que aquilo que está sendo feito não é algo que você saiba e que, assim como qualquer outra pessoa, você precisa aprender.

Essa honestidade intelectual ajuda a forjar sua vulnerabilidade com a racionalidade de que é impossível saber de tudo. Provavelmente você vai errar no começo, mas isso é parte do processo de aprendizado. O importante é entender que existe tempo para aprender coisas nunca antes praticadas.

Vulnerabilidade X Humildade

Pode não parecer, mas em muitos aspectos não querer expor a

vulnerabilidade é falta de humildade. Como no processo de aprendizado, aquele que não admite seus erros e não admite que não sabe, tem em mente que ele é o "sabe tudo" e que é inadmissível que precise aprender alguma coisa.

Por isso, bons gestores e líderes precisam ter a humildade como parte integrante do seu comportamento: isso faz com que se tornem mais acessíveis, empáticos e que cresçam junto com o time. É claro que uma pessoa humilde não se importa de dizer que está com qualquer tipo de dificuldade, ou que não saiba de algo.

Manter a postura de bom líder que incentiva o time é necessário em qualquer negócio, e tudo que eu estou dizendo aqui não tem nada a ver com ser fraco ou algo parecido com isso: a mensagem é clara e está relacionada a humanização.

Não se reprima!

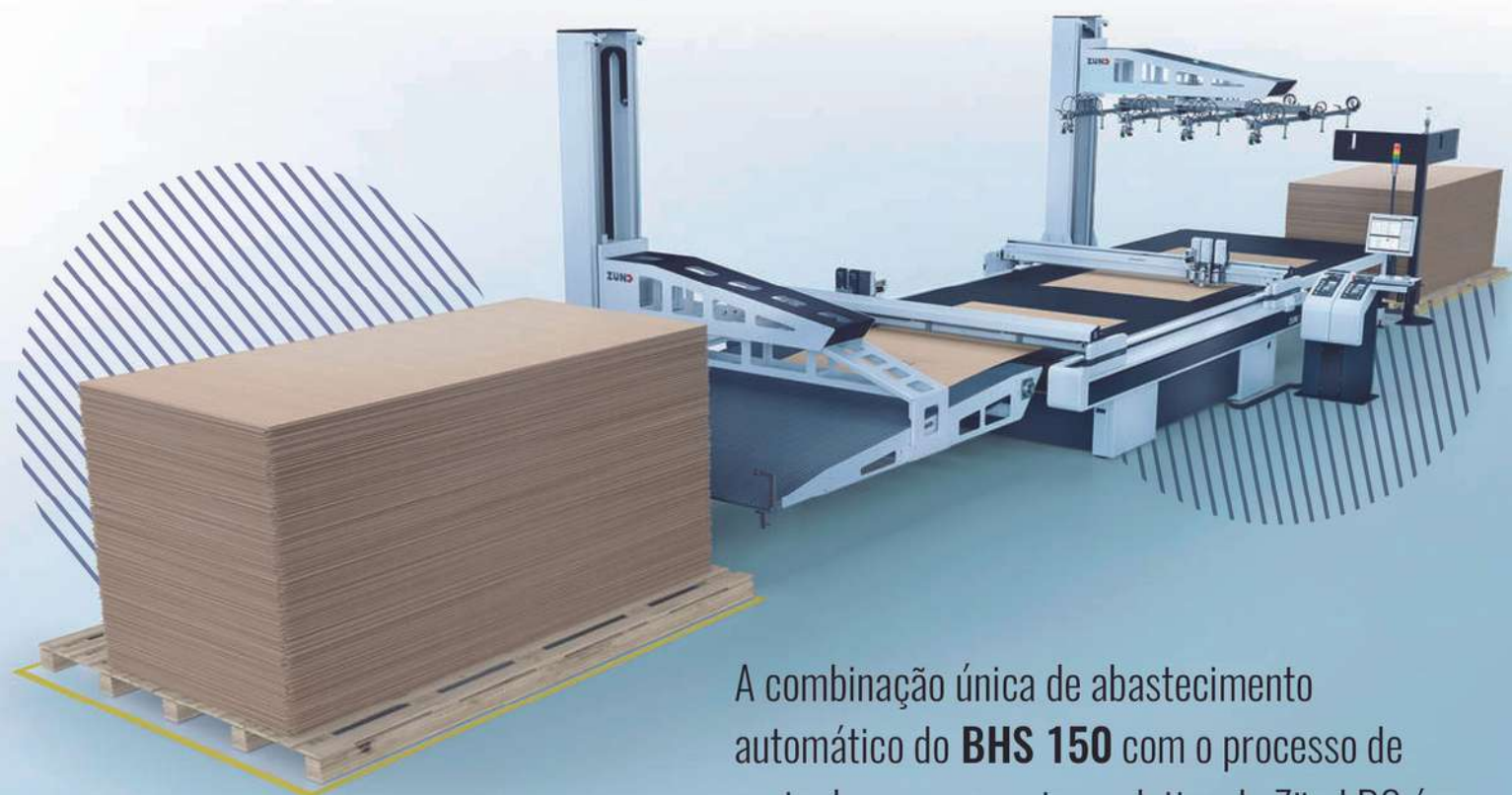
Permita-se mostrar sua vulnerabilidade quando estiver passando por situações que te deixem dessa forma. Crie laços de confiança com pessoas que, mesmo te vendo na situação de medo, insegurança e vulnerabilidade, continuam confiando no seu potencial de fazer grandes coisas.

Na vida, todo mundo passa por situações que exigem empatia por parte de outras pessoas, mas, para que esse sentimento de "se colocar no lugar do outro" e de "fazer pelo outro" se prolifere entre as pessoas, permita-se ser e sentir o que estiver dentro de você!

Não reprima sua vulnerabilidade por aparência ou cargo. Seja você, com honestidade e gentileza!

BHS150

CORTE DIGITAL DE NÍVEL INDUSTRIAL



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



Dados Inteligentes na palma da mão



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

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



NÜRNBERGMESSE
INTELLIGENCE LAB

SMARTDATA MOBILE