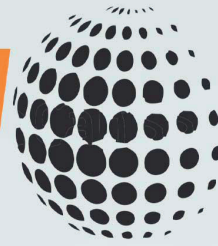


# REVISTA EMPRESÁRIOS



NETWORK É O NOSSO NEGÓCIO!



Publicação Digital Bimestral /ANO 7 / Setembro/ Outubro 2024



Carol Moya, que mora nos EUA há cinco anos e é reconhecida como a maior especialista em rede sociais de negócios, no mês de julho veio ao Brasil e lançou uma metodologia para quem quer construir autoridade, posicionamento e impulsionar os seus negócios com a plataforma no Brasil e no mundo e concedeu uma entrevista exclusiva para a Revista Empresários.

POR QUE AS  
EMPRESAS INTELIGENTES  
ESTÃO INVESTINDO EM

# REFRIGERAÇÃO COMERCIAL DE PONTA

---

LEIA A LEGENDA

 **FRICON®**



# SUMÁRIO



## Capa Entrevista Especial

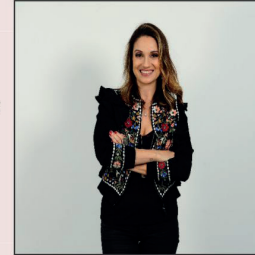
Revista Empresários traz para os seus leitores uma entrevista exclusiva com **Carol Moya** executiva com mais de 20 anos de experiência no setor automotivo

**página 32**



Presidente da ASSERJ recebeu Medalha de Mérito Tecnológico pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro

**página 19**



4 motivos para aplicar pesquisa de mercado no seu negócio

Por: **Carolina Gilberti**, CEO da Mubius WomenTech Ventures

**página 63**

**6**



5 dicas para escolher a IA certa e impulsionar os negócios

Por: **Fernando Moulin**, partner da Sponsorsb, professor e especialista em negócios, transformação digital e experiência do cliente.

**47**



Pesquisa da Geotab: estratégias proativas de segurança reduzem colisões em 40%

**10**



A fé e a transformação pessoal

Por: **Omar Souki**, PhD Palestrante motivacional Autor de mais de 40 livros

**52**



A gente sabe mesmo que é humano?

Por: **Fabricio Oliveira**, CEO da Vockan. Com mais de 15 anos de carreira na QAD

**14**



“Voar no EHang 216-S é como dar um salto para o futuro”, conta CEO da Gohobby

**55**



Relacionamento: diferencial competitivo no varejo

Por: **Stefan Furtado**, Gerente Regional da Manhattan Associates

**16**



De Balsas para o Brasil: A História da Nina Makeup e sua fundadora, a empreendedora Shirley Costa

**59**



Como aumentar o lucro de uma empresa com estratégias de competitividade tributária?

Por: **Tainá Veloso** é Advogada Empresarial e Consultora Tributária há mais de 17 anos

**21**



Healthtechs: 5 dicas para posicionar uma startup de saúde no Brasil

Por: **Rafael Kenji Hamada**, médico e CEO da Health Angels Venture Builder

**24**



Mudança de Carreira: Quatro anos após fisgar “tubarões”, contador que largou carreira de executivo fatura 6 vezes mais

Por: **Cassius Leal** ficou conhecido ao participar do programa “Shark Tank Brasil”

**26**



Três em cada dez profissionais brasileiros acreditam que seu ambiente de trabalho é inclusivo

**38**



R\$ 205,11 bilhões em 2024! Como não cometer erros na Black Friday e vender bem com seu e-commerce

**42**



O cuidado com a saúde mental nas empresas vai aumentar

Por: **Rui Brandão**

**45**



Futuro das transações: como a nova tendência de link de pagamentos está ajudando as PMEs

Por: **Fernando Nunes**, cofundador e CEO da Transfeera. Crédito Max Schwoelk

Diretor Executivo - **Jamir Silva** - Jornalista MTB 55663/SP

Diretora Administrativa - **Elaine Silva**

Diretor de Arte - **Luiz F. da Silveira**

Para envio de matérias e artigos [contato@revistaempresarios.net](mailto:contato@revistaempresarios.net)





REVISTA  
**EMPRESÁRIOS**  
NETWORK É O NOSSO NEGÓCIO

A Revista Empresários nasceu em 2015 com o objetivo de realizar a troca de informações para o público empresarial voltada a incentivar o empreendedorismo através da troca de experiências para que eles possam obter destaque no mundo empresarial composta por uma equipe de colaboradores dos mais diversos seguimentos empresariais com experiências comprovadas no Brasil e exterior.

### ■ **Proposta da Revista Empresários**

É oferecer a todos os setores um espaço editorial de qualidade, agregando mais um valor, o da informação, às empresas, e temos a certeza que estamos colaborando com o desenvolvimento das empresas e de seus colaboradores. O conteúdo elaborado atende tanto as demandas dos empreendedores – sejam pequenos, médios ou grandes – quanto daqueles que buscam sua inserção no mundo dos negócios. Atualmente já chegamos a mais de 50 países

### ■ **Perfil do Público**

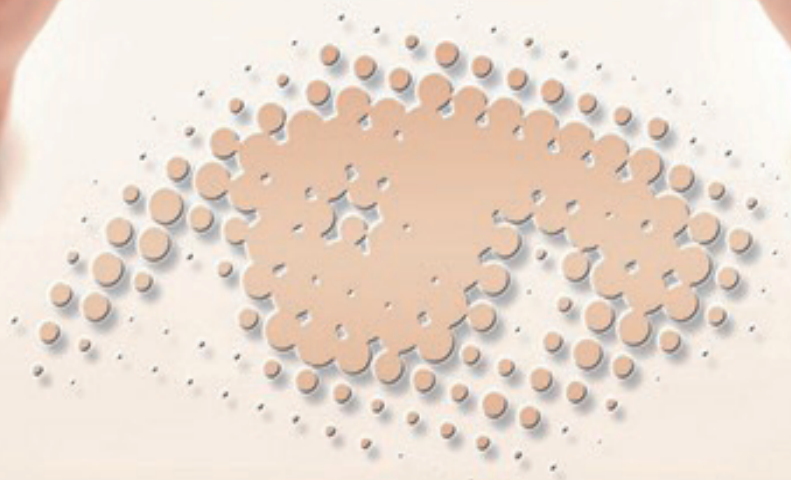
Tem um público exigente e qualificado, sendo que 42% de seus leitores são empresários e diretores ligados às atividades de comércio exterior (Importação e Exportação); 27% são industriais ou empresários atuantes em entidades ligadas à indústria e tecnologia da informação; 16% empresários do setor portuário e 13% são professores e estudantes universitários. Trata-se de um público ligado às classes A e B, sendo 82% com nível superior completo ou pós-graduação.

### ■ **Website**

O Portal de Notícias [www.revistaempresarios.net](http://www.revistaempresarios.net) tem atualização diária. A média de 1.200 mil acessos/dia, sendo que 41% desse público são formados por profissionais ligados ao comércio internacional, logística e transportes; 29% são empresários e industriais e 19% empreendedores, professores e universitários.

# Tecnologia que você vê. Confiança que você sente.

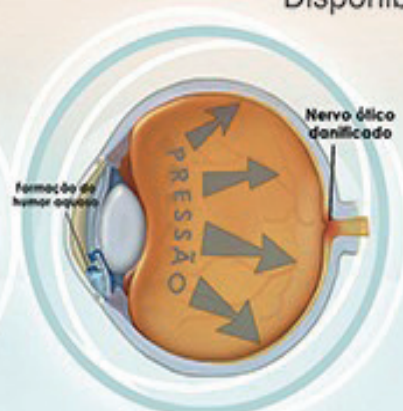
Clínica Schaefer.  
Há 25 anos cuidamos  
bem da sua visão.



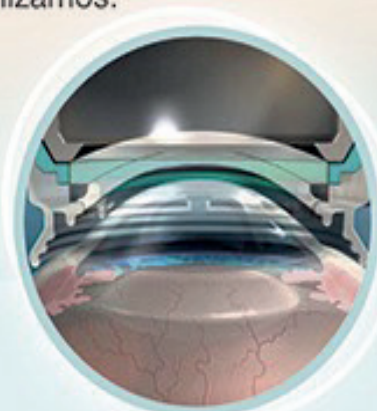
Disponibilizamos:



Cirurgias refrativas a laser  
FEMTOSEGUNDO



Tratamento do  
GLAUCOMA



Cirurgias de Catarata A LASER  
e por FACOEMULSIFICAÇÃO



LENTE DE CONTATO  
de alta performance

## Clínica Schaefer

**NEUROLOGIA**  
41 3343.2391



• Avaliação e  
Tratamento da  
Dor de Cabeça

Av. Getúlio Vargas, 2932  
Térreo Água Verde  
(em frente ao Clube Curitibano)

[www.schaefer.com.br](http://www.schaefer.com.br)  
[contato@schaefer.com.br](mailto:contato@schaefer.com.br)



**OFTALMOLOGIA**  
41 3027.3807

• Exames e LC  
• Cirurgias: Catarata,  
Grau e Glaucoma

## 5 dicas para escolher a IA certa e impulsionar os negócios Por Fernando Moulin, partner da Sponsorb, professor e especialista em negócios, transformação digital e experiência do cliente



**A** inteligência artificial (IA) rapidamente tem se tornado um ponto central nas discussões sobre o futuro dos negócios. À medida que a tecnologia continua a se desenvolver a cada dia, favorecendo aplicações nas mais diversas áreas, seu uso ou não se consolidará como um diferencial competitivo e de longo prazo frente aos cada vez mais agressivos competidores. No entanto, diante de tantas possibilidades existentes, o desafio não é encontrar a ferramenta certa, mas sim saber aplicar a melhor solução para suprir a necessidade de seu negócio, atividade ou área de atuação.

Para compreender ainda melhor esse universo em franca expansão, vamos por partes. O relatório sobre o Futuro do Trabalho 2023, elaborado pelo Fórum Econômico Mundial com o apoio da Fundação Dom Cabral, mostra como as novidades tecnológicas e a 4ª Revolução Industrial vão ao mesmo tempo criar e eliminar milhões de empregos até 2027: sugere-se que quase um quarto dos postos de trabalhos (23%) deverá mudar profundamente ao longo dos próximos anos.

De acordo com as aproximadamente 800 empresas pesquisadas, os empregadores estimam que 69 milhões de novos empregos sejam criados e 83 milhões eliminados, o que corresponde a uma redução líquida de 14 milhões de vagas formais, ou 2% dos empregos atuais. Entre os postos de trabalho que devem desaparecer ou sofrer drásticas, estão: caixas de banco e funcionários relacionados; colaboradores dos Correios; caixas e cobradores; es-

criturários de entrada de dados; secretários administrativos e executivos; assistentes de registro de produtos e estoque; escriturários de contabilidade; legisladores e oficiais judiciários; atendentes estatísticos, financeiros e de seguros; e vendedores de porta em porta, ambulantes e trabalhadores relacionados.

Este famoso estudo dá mais ênfase às transformações nos empregos de menor valor agregado. Porém, o que estamos percebendo ao longo das últimas semanas é o profundo impacto que as inteligências artificiais generativas também terão em profissões de remuneração mais elevada, como programadores, administradores, criativos e muitos outros.

E estes impactos são, segundo o estudo, decorrentes das transformações que os mais variados setores econômicos sofrerão ao adotar massivamente a inteligência artificial.

Ora, diante de mudanças tectônicas como estas, é preciso planejar – e não agir por impulso. Antes de qualquer coisa, é necessário compreender a verdadeira essência do negócio, o valor que a companhia entrega ao cliente e seu posicionamento competitivo para, então, avaliar a melhor solução de IA que ajude a elevar a experiência do cliente ou a eficiência operacional. Afinal, não adianta integrar qualquer tecnologia à empresa para tentar enquadrá-la sem qualquer coerência no core business.

**Quais seriam alguns dos fatores, em minha opinião, a considerar na escolha de uma solução de IA para sua empresa?**

A escolha da melhor ferramenta depende de objetivos específicos dentro de cada organização, segmento de negócios ou departamento.

Procuro, a seguir, listar cinco fatores-chaves a serem levados em conta, de acordo com minha experiência:

1. **Metas a serem atingidas:** quais problemas específicos a IA deve resolver na sua empresa? Identifique metas objetivas (qualitativas ou quantitativas) antes de tomar uma decisão;
2. **Recursos e habilidades internas:** é preciso avaliar se o negócio conta com equipe e recursos necessários para implementar e manter a solução de IA escolhida, quais competências deverão

ser desenvolvidas ou incorporadas, quais parceiros de mercado podem ajudar nesse processo etc.;

3. **Custo-benefício:** importante ainda pesar o custo da melhoria da IA em relação aos benefícios esperados. Às vezes, os custos decorrentes da implementação do projeto e suas implicações poderá ser injustificável para a mudança;

4. **Escalabilidade:** a ferramenta escolhida deve ser capaz de se adaptar ao crescimento e às mudanças nos negócios decorrentes de sua implementação, com estrutura competitiva de custos e bom time-to-market.

5. **Compliance:** questões éticas e de segurança devem ser abordadas para garantir que uma IA seja usada de maneira responsável, ética e socialmente adequada. Além disso, é preciso usar sempre bases de dados proprietárias, para não colocar em risco soluções da empresa.

De chatbots e assistentes virtuais até algoritmos de aprendizado de máquina e redes neurais implantados em todos os processos core de uma organização, opções de IA não faltam por aí.

Entretanto, escolher a ferramenta certa para cada necessidade é o que vai ditar o sucesso do seu negócio. Além disso, quando usada de maneira responsável e estratégica, privilegiando a ética e a segurança, a tecnologia é capaz de transformar profundamente a forma como as empresas operam e tomam decisões, aumentando a eficiência, melhorando resultados, reduzindo custos e contribuindo para a inovação.

A opção de não adotar IA em sua empresa cada vez mais se torna algo tão anacrônico quanto a hipótese de se evitar a adoção de soluções digitais no dia a dia. Portanto, desejo muita sabedoria, pragmatismo, espírito empreendedor

**Valle Móveis**  
Móveis para escritório

## MÓVEIS DO TAMANHO DA SUA NECESSIDADE

PARA O SEU NEGÓCIO

ACESSO NOSSO SITE



# TRANSPARÊNCIA DOS NOSSOS INGREDIENTES



**LEVE MAIS, PAGUE MENOS\***  
ELIMINA ATÉ 99,9% DOS GERMES QUE CAUSAM MAU HÁLITO, PLACA E GENGIVITE  
DENTOLÓGICAMENTE EMPROVADO

ANTISSEPTICO BUCAL  
**LISTERINE**  
COOL MINT

# Abra sua conta 100% digital



Cartão Internacional sem anuidade



**Cashback:**  
Dinheiro de volta



**Saques grátis**  
no Banco24Horas

Sujeito a análise. Consulte condições.



Acesse  
[original.com.br](https://original.com.br)





**Pix pelo WhatsApp  
com a BIA do  
Bradesco.**

**ISSO  
é FÁCIL**



A fé e a transformação pessoal Por : Omar Souki, PhD Palestrante motivacional Autor de mais de 40 livros. PhD em Comunicação pela Universidade de Ohio, Estados Unidos. Escritor e palestrante, considerado o gênio do otimismo.



**A**o começar a dedilhar o teclado do computador eu acredito que conseguirei desenvolver um determinado assunto. Tenho fé! Em especial, se for algo complexo, peço ao Espírito Santo que me ilumine para que o texto flua e consiga, por sua vez, inspirar àqueles que irão saboreá-lo.

Eu me ofereço como um instrumento ao Senhor para que ele, por meio da minha fé, me forneça as palavras certas. É assim que funciona. Tudo começa com a minha fé no Criador. “Eu asseguro que, se vocês tiverem fé do tamanho de um grão de mostarda, poderão dizer a este monte: ‘Vá daqui para lá’ ele irá.

Nada será impossível para vocês” (Mateus 17, 20).

Minhas realizações dependem da força de minha fé e vice-versa. Quanto melhor for o meu desempenho, maior a minha fé. “Alguém poderia dizer: Você tem a fé, e eu tenho as obras, e eu, com as minhas obras, lhe mostrarei a minha fé. [...] A fé sem as obras não tem valor. [...] De fato, do mesmo modo que o corpo sem o espírito é cadáver, assim também a fé sem as obras é cadáver” (Tiago 2, 18; 26). Existe uma ligação sinérgica entre a fé e as nossas obras. Quanto mais acredito, mais eu me animo a escrever. E quanto mais escrevo, mais fortalecida fica a minha fé. Isso acontece também, e principalmente, com relação às nossas obras de caridade. Quanto mais fé temos em Deus, mais contribuimos para o bem-estar alheio. E, quanto mais ajudamos os outros, mais fortalecida fica a nossa fé.

Obras ações decisivas rumo a realização de nos-

so propósitos são necessárias para tudo nesta vida. Desde que nos levantamos, até o momento de conciliarmos o sono à noite, estamos agindo.

E agimos porque acreditamos que a nossa atividade, seja ela física, mental ou espiritual, irá nos beneficiar e a todos à nossa volta.

Para que a nossa ação gere resultados positivos precisamos sustentá-la por uma fé inabalável no Criador e em nós mesmos. Abílio Diniz, o fundador dos supermercados Pão de Açúcar, afirmava ser a fé do empresário a seiva que mantém o seu negócio. Não importa qual seja a nossa atividade empresarial, intelectual ou espiritual sem fé ela não dará frutos.

Na dimensão espiritual, Jesus nos sugere três procedimentos básicos: a caridade, a oração e o jejum. Obras que devem ser feitas discretamente para serem recompensadas pelo Pai que está nos Céus. Com relação à caridade, ela deve ser tão escondida que a nossa “mão esquerda não saiba o que faz a direita”. Assim também, quando oramos devemos entrar em nosso quarto interior e orar ao Pai em segredo.

E, ao jejuarmos, Jesus nos aconselha a lavar o rosto e a perfumar a cabeça para que os outros não percebam a nossa penitência. Porém, o Pai, que vê o que está escondido nos recompensa por essas obras realizadas em segredo (Mateus 6, 1-6; 16-18).

Enfim, a fé é transformadora. Ela fortalece a nossa vontade de realizar, seja nos negócios, no campo intelectual ou no espiritual. Quando iniciamos nossos projetos não importa em que área e gradualmente atingimos nossos propósitos, a nossa fé aumenta e, por sua vez, nos estimula a seguir adiante com uma crescente confiança em Deus e em nossa capacidade de realização

SE FOR DIRIGIR NÃO BEBA.

*Bodega Chacra Luce* **Vieux Télégraphe**

**ROCHER CALON Caballo LOCO** EGON MÜLLER **Frescobaldi**

*Fairview Montessu* **VEGA SAUCO** *Vidal-Fleury* **A-Mano Sassicaia**

*Quinta de La Rosa*

**Palo Alto Morgante**

**Santa Julia** NICOLAS FEUILLATTE **Zaccagnini**

*Groot Constantia* **Quantum SPICE ROUTE**

**Zuccardi**

**Mongead-Mugneret** **Marichal Enate**

**Lustau Valdivieso** POL CLÉMENT **Viña Maipo**

**BONS VINHOS  
SÃO RECONHECIDOS  
POR UMA MARCA.  
NA RAVIN VOCÊ  
ENCONTRA VÁRIAS.**

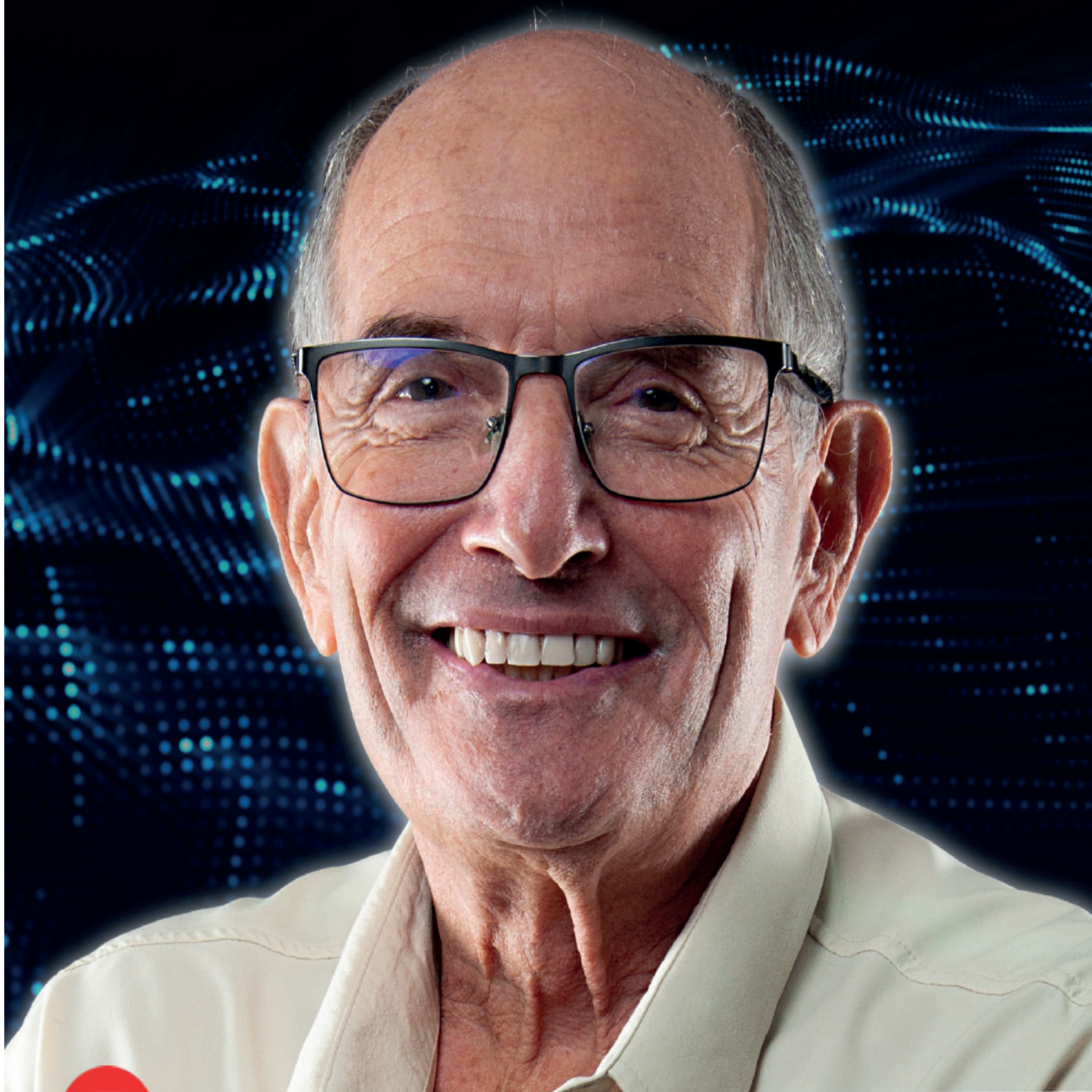
Com tanta variedade e qualidade,  
sua satisfação está garantida.

*Ravin*

[www.ravin.com.br](http://www.ravin.com.br) | (11) 5574-5789

# ERNESTO RESPONDE

GESTÃO EMPRESARIAL - POLÍTICA - ECONOMIA -  
EDUCAÇÃO - TECNOLOGIA - QUALIDADE DE VIDA...



/ERNESTOHABERKORN | TODA QUINTA-FEIRA | 19H



**SEBRAE**

**#AQUI TEM SEBRAE**

PAULA PSILLAKIS  
Amo Orgânico Quitanda  
Cliente Sebrae



**AQUI TEM**

**27% DO PIB DO BRASIL. AQUI TEM PEQUENO NEGÓCIO.**

## “Voar no EHang 216-S é como dar um salto para o futuro”, conta CEO da Gohobby



**G**ohobby voa em carro voador pela primeira vez em visita à sede da EHang, fabricante da aeronave, em Guangzhou, na China

A Gohobby, líder em distribuição de drones na América Latina e primeira empresa a trazer o carro voador ao Brasil, esteve na cidade de Guangzhou, na China, onde voou pela primeira vez com eVTOL 216-S “o carro voador”. O CEO da empresa, Adriano Buzaid e o Gerente Técnico de Vendas de eVTOL, Comte. Jeovan Alencar, visitaram a sede da EHang, fabricante chinesa da aeronave, e aproveitaram para realizar o primeiro voo em um eVTOL.

“Voar um eVTOL pela primeira vez é como dar um salto para o futuro. Já estive voando em inúmeras aeronaves como passageiro e como piloto, entre helicópteros e aviões, e com toda a certeza o EHang 216-S é a aeronave mais estável que já voei. Se você fechar os olhos não irá perceber que a aeronave decolou e está voando, e o pouso segue a mesma premissa. O toque é sutil como uma pena caindo sobre uma superfície de veludo”, conta o CEO da Gohobby, Adriano Buzaid, sobre sua experiência a bordo do carro voador.

Ainda de acordo com Buzaid, a sensação é de flutuar no ar, sem as vibrações e ruídos típicos das aeronaves convencionais. A transição entre as fases do voo – decolagem, cruzeiro e pouso é praticamente imperceptível, criando uma experiência fluida e serena.

Desde dezembro do ano passado, a Gohobby tem apresentado o carro voador para o público brasileiro. O equipamento é o primeiro a desembarcar no país e promete revolucionar a mobilidade aérea urbana no mundo. A empresa já possui mais de 15 encomendas da aeronave, que ainda aguarda autorização das agências públicas de regulação para decolar também no Brasil.

“Em resumo, voar no EHang 216-S é uma experi-

ência transformadora que desafia nossas percepções convencionais sobre o voo. É um testemunho do progresso da engenharia aeronáutica e um prenúncio emocionante do que o futuro nos reserva em termos de transporte aéreo urbano”, finaliza Adriano

De acordo com levantamento do MundoGeo, o Brasil é o terceiro maior mercado de eVTOLs do mundo, atrás apenas de Estados Unidos e China. Desde que trouxe o modelo da EHang para o país, a Gohobby já soma 16 encomendas do equipamento e acredita que o número deve crescer bastante até o fim de 2024.

### **Sobre o carro voador:**

O eVTOL 216-S transporta até duas pessoas e bagagem de mão, com uma carga útil total de 220 kg em um alcance de 30 km. Opera com 12 baterias independentes e 16 motores. O piloto não voa dentro da aeronave, já que o eVTOL é pilotado remotamente e automaticamente, por meio do sistema inteligente de comando e controle da EHang, que permite ao piloto planejar, comandar, validar, executar, monitorar e assumir o controle do voo, em tempo real, a partir do solo.

### **Sobre a Gohobby:**

Atuando no mercado brasileiro desde 2010, a Gohobby é a maior importadora e distribuidora de drones do Brasil e da América Latina. A empresa é uma figura proeminente no mercado brasileiro de VANTs Veículos Aéreos Não Tripulados, especializando-se na importação e distribuição de aeronaves, oferecendo soluções inovadoras para uma ampla variedade de setores e necessidades, como empresas, agronegócio, indústria, transporte de passageiros e outros. A empresa vem crescendo em média 100% ao ano desde sua fundação e pretende atingir R\$500 milhões em receita anual até 2026.

Em 2011, a empresa se consolidou como a primeira importadora de drones no Brasil.

Link dos vídeos: <https://drive.google.com/drive/folders/1si-8DemGGiChnF5QCdYKw0eeZGYVH2tI7>

É GERDAU,  
É COMERCIAL,  
É DE CONFIANÇA.



A MAIS COMPLETA LINHA DE SOLUÇÕES EM AÇO 100% GERDAU,  
COM CONDIÇÕES ESPECIAIS DE PAGAMENTO.

LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO | CONSTRUÇÃO CIVIL | INDÚSTRIA | AGROPECUÁRIA

WWW.GERDAU.COM.BR

## Por que comprar o seu carro com a **Unidas Seminovos**?



Garantia de  
Procedência



Quilometragem  
real comprovada



Variedade  
de modelos



Garantia  
Mais



Negociação  
on-line



Seminovos  
Delivery



Super valorização  
do seu usado



Facilidade no  
pagamento

\* Consulte condições.

## De Balsas para o Brasil: A História da Nina Makeup e sua fundadora, a empreendedora Shirley Costa



**C**riada em 2015 como loja multimarcas, hoje a Nina Makeup fabrica seus próprios produtos e emprega mais de 300 pessoas, direta e indiretamente.

É em Balsas que começa a trajetória da empresária Shirley Costa, que nasceu no município maranhense com menos de 100 mil habitantes, passou pelo internato em Natal (RN), pela faculdade de enfermagem e atuação em saúde da família, franquias de roupas, produção de bijuterias até chegar à frente de sua marca de cosméticos, a **Nina Makeup**.

Sua relação com a beleza como fonte de renda começou em 2011, quando surgiu a oportunidade de abrir uma distribuidora de cosméticos em Grajaú, Maranhão, e seus olhos brilharam. “Eu já era a ‘consultora’ de make das amigas, que me pediam opinião para comprar e usar produtos”, lembra. Incentivada pelo pai comerciante, um ano depois veio sua segunda franquias, agora em Balsas, cidade natal. Não demorou para que ela se tornasse a dona do negócio, que se transformou em uma loja exclusivamente de maquiagens. Para ter maior adesão de cliente aos produtos, ela e sua única funcionária, Débora, saíram em busca de soluções na formação de um mercado consumidor na região.

As duas fizeram cursos de aperfeiçoamento, aprenderam novas técnicas e resolveram reformar uma área inutilizada da loja para montar um camarim, onde passaram a oferecer cursos de automaquiagem. A partir daí, as vendas começaram a voar, já que o valor da inscrição era transformado em produtos. “Ou seja, o curso acabava sendo gratuito”, explica.

A vontade de criar produtos próprios começou a bater quando Shirley viu a necessidade de ter um produto excelente com uma embalagem premium, já que na época essa combinação parecia não existir no mercado brasileiro. A empresária então foi para São Paulo buscar parceiros e começou sua produção de batons próprios, ainda bala, com uma paleta de 12 tons.

Com consultoria de uma agência, tiveram a ideia do nome da marca própria de Shirley, que deveria ser curto, feminino, de impacto e fácil lembrança. Foi assim que surgiu a Nina Makeup, em 2016, não por acaso, o sufixo de femiNINA. Logo em seguida, chega o batom líquido para aumentar o pequeno portfólio da marca e também o rebranding da loja, que mudou de ponto e de nome: “Nina, O Mundo da Maquiagem”, uma loja que vendia multimarcas e também os produtos de Nina.

No mesmo ano, outros cosméticos foram lançados e a esta altura, a Nina Makeup já empregava mais de 300 pessoas, direta e indiretamente, com reven-



dedoras.

Porém, o destino lhe pregaria uma peça, no final de 2019, Shirley teve um episódio grave de estresse. Ela se lembra claramente desse dia, quando estava em Balsas, no escritório da loja onde trabalhava. De repente, começou a sentir uma palpitação intensa e não conseguia se levantar da cadeira. A situação foi tão séria, que ela precisou ser internada em São Paulo.

Durante a internação, o médico responsável decidiu que seria necessário realizar um cateterismo. Shirley lembra de acordar após o procedimento com o braço e a perna imobilizados. Ela havia passado por uma revascularização, um procedimento que incluiu a utilização de um enxerto de veia safena, o que levou à realização de dois cateterismos. O diagnóstico revelou que uma de suas artérias coronárias estava 78% obstruída, o que explicava os sintomas severos que ela estava sentindo.

Após o episódio grave de saúde, Shirley Costa resolveu dar uma nova cara à sua marca, desta vez, seguindo sua intuição e gostos pessoais. Um novo rebranding da Nina (logo rosé gold e embalagens em nude rosa e cinza chumbo), que durou um ano, terminou em 2022, quando a indústria da beleza voltava a ganhar movimento, pós-pandemia, e Shirley voltava a retomar sua vida saudável. Nessa nova fase, o primeiro lançamento significativo foi o batom líquido, que marcou o início de uma nova era para a empresa. Em seguida, produtos de pele como base, corretivo e pó solto. A reestruturação foi essencial para reposicionar a marca no mercado e atrair um novo público-alvo.

Em 2023, Shirley focou na estruturação e expansão da empresa, transformando a Nina em uma marca nacional consolidada. Ela começou a contratar profissionais-chave, incluindo uma equipe de diretores comercial, marketing, financeiro e fiscal, proporcionando uma base sólida para o crescimento sustentável. Nesse mesmo ano, desenvolveu uma política comercial robusta e, ao participar da Beauty Fair (maior evento de beleza das Américas), percebeu que para atingir sua meta de presença nacional precisaria contar com distribuidores. A participação na mesma feira, em setembro daquele ano, foi um sucesso tão grande, que resultou em acordos com distribuidores em quase todos os estados brasileiros.

A Nina sempre foi uma marca multigeracional, capaz de atrair consumidores de diferentes faixas etárias, com foco na qualidade do produto e no cliente. Esses aspectos foram fundamentais para a

expansão e aceitação da marca em todo o território nacional. A visão estratégica de Shirley Costa e a capacidade de adaptação às novas demandas do mercado garantiram que a Nina Makeup se destacasse na indústria da beleza, consolidando-se como uma referência no Brasil.

Hoje, a marca de cosméticos possui mais de 100 produtos em seu portfólio. Além do Maranhão, tem outra loja física em Goiás, um escritório na cidade de São Paulo e fornece produtos para lojistas parceiros com mais de 4 mil pontos de vendas pelo Brasil, que compram os produtos por atacado. Os clientes também podem adquirir os cosméticos pelo e-commerce.



# Trabalhe de mãos dadas com a segurança.

Quem segue todos os cuidados necessários em sua jornada de trabalho, garante mais momentos felizes para viver ao lado de sua família.

Acompanhe e dê as mãos a estas 5 dicas importantes para seu dia a dia:

- Escolha sempre a ferramenta correta e o EPI adequado para cada atividade.
- Certifique-se de que suas ferramentas de trabalho estejam aptas ao uso.
- Esteja atento à posição e à direção corretas do golpe para não acertar seus dedos.
- Desligue os equipamentos da tomada antes de verificar irregularidades.
- Armazene as ferramentas corretamente e em local seguro após as atividades.

Não abra mão  
DA PROTEÇÃO

Segurança e prevenção caem como uma luva em sua rotina de trabalho.



SAÚDE E SEGURANÇA É UM DOS VALORES DA NOSSA EMPRESA.

## Presidente da ASSERJ recebeu Medalha de Mérito Tecnológico pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro



**E**vento com mais de 400 convidados reconheceu a dedicação e o mérito entregues em prol da inovação e tecnologia no Estado

Na manhã do dia 5 de julho, o presidente da Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ) e 1º Vice-Presidente da Associação das Américas de Supermercados (ALAS), Fábio Queiróz, recebeu a Medalha de Mérito Tecnológico outorgada pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro, por meio do Proderj (Centro de Tecnologia da Informação), durante cerimônia realizada no Palácio Guanabara.

A homenagem aconteceu após o reconhecimento entregue ao executivo por sua participação na criação do Rio Innovation Week, o maior evento de inovação e tecnologia do mundo e que terá sua quarta edição em agosto de 2024.

“É uma grande honra receber esse reconhecimento do Governo do Estado. É uma forma de homenagear aqueles que lutam para mudar a realidade das pessoas. Desde sempre, eu defendo que a inclusão digital é uma das saídas mais eficazes para a ascensão dos que mais precisam, e fomentar isso por meio da SRE Trade Show e do Rio Innovation Week vem sendo uma das minhas maiores motivações”, afirmou Fábio Queiróz, presidente da ASSERJ e Cofounder do Rio Innovation Week.

Durante a solenidade, foi apresentado o impacto que o desenvolvimento tecnológico teve no estado, subindo da 23ª posição, há 6 anos, para o 3º lugar entre os estados com mais transformação digital.

“Entregando as medalhas, vieram muitas histórias sobre a nossa luta no Proderj. Formamos um time que trabalha diariamente graças à confiança e à dedicação de vocês. Muito obrigado”, disse Mauro Farias, secretário de Transformação Digital do Es-

tado do Rio de Janeiro, em seu discurso.

“Estamos muito orgulhosos poder mudar a realidade do ambiente tecnológico no Rio de Janeiro. E isso é fruto da confiança e da companhia do servidor do Rio de Janeiro no Proderj”, afirmou o presidente do órgão, Flavio Rodrigues.

### Retail Media

Fábio Queiróz é uma das grandes vozes do retail media no Brasil, e parte do reconhecimento dado ao presidente-executivo da ASSERJ caminha pela dedicação em fomentar a adoção de práticas inovadoras no setor supermercadista e no varejo Fluminense, que podem ser acompanhadas na SRE Trade Show e no Seminário Super Negócios.

No Rio Innovation Week, o varejo Fluminense e brasileiro terão um espaço dedicado no Conecta Varejo, que reunirá inúmeras conferências voltadas para o setor, além da amostra do que o futuro reserva.

### Sobre a ASSERJ

Foi com um pequeno número de associados que nasceu a Associação de Supermercados do Rio de Janeiro – ASSERJ, mais precisamente em 1969, um ano após a atividade supermercadista ser definida e regulamentada no País. Criada com o intuito de fortalecer e defender a cadeia supermercadista do Estado, a ASSERJ atendeu bem ao seu objetivo principal. Há mais de cinco décadas representando e defendendo os interesses do setor, a ASSERJ adquiriu know-how no setor supermercadista, oferecendo aos seus associados cursos de aperfeiçoamento, palestras, consultoria e assessoria na área jurídica, gestão, recursos humanos, prevenção de perdas, alimentos seguros e marketing, além de muitas outras atividades relevantes para o setor.

Mais informações: <https://asserj.com.br/>  
Instagram: @asserjsupermercados

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/asserjsupermercados/>



# FRANCIS *Brasilidades*

Conheça a nova linha  
de sabonetes



Inspire-se e **desfrute**



[francis.com.br](http://francis.com.br)



[francis.br](https://www.instagram.com/francis.br)

# Healthtechs: 5 dicas para posicionar uma startup de saúde no Brasil

Por: Rafael Kenji Hamada, médico e CEO da Health Angels Venture Builder



No Brasil, o atendimento médico é influenciado por uma complexa legislação, diversidade regional e um Sistema Único de Saúde (SUS) robusto.

Neste cenário, para escalar uma healthtech, é fundamental entender o contexto, incluindo tanto o atendimento público quanto o privado, e o comportamento de consumo do usuário na região.

A percepção dos serviços varia conforme a classe econômica e a disponibilidade deles, que é maior em grandes centros urbanos e capitais. Portanto, uma pesquisa detalhada para captar as diversas realidades do público-alvo é essencial antes do lançamento de qualquer solução. Uma estratégia bem definida e um entendimento profundo do setor é fundamental para atrair investidores, que buscam empreendedores experientes e conscientes das necessidades do mercado. Um planejamento estratégico eficaz deve incluir análise profunda dos concorrentes e de empresas internacionais.

O mercado de saúde no Brasil é dividido em três principais cenários distintos: 77% da população dependente do SUS, demandando atendimento público; um mercado privado dominado por poucos e grandes players; e uma população sem plano privado que busca alternativas como clínicas populares, telemedicina e planos de benefícios.

## 1 – Entender bem o mercado e suas variações

Para posicionar uma healthtech no Brasil, é essencial compreender profundamente o segmento de saúde, que é altamente influenciado por fatores regionais, culturais e socioeconômicos.

A diversidade do país significa que as necessidades e expectativas dos usuários podem variar amplamente de uma região para outra. Realizar uma pesquisa detalhada para identificar essas variações ajudará a adaptar produtos e serviços às demandas locais, aumentando a relevância e a aceitação da startup entre diferentes públicos.

## 2 – Conhecer o comportamento do usuário

Entender o comportamento do usuário é o primeiro passo para desenvolver soluções que realmente atendam às suas necessidades. Isso inclui estudar como diferentes grupos utilizam serviços médicos, suas preferências de atendimento e as barreiras que enfrentam no acesso aos cuidados. Investir em pesquisas qualitativas e quantitativas para mapear essas tendências e adaptar a solução às expectativas dos usuários pode ser um diferencial competitivo importante.

## 3 – Realizar análise detalhada da concorrência

Uma análise de concorrência abrangente, tanto nacional quanto internacional, é fundamental para identificar oportunidades, ameaças e desafios.

Conhecer os principais players, suas estratégias e suas inovações podem fornecer pistas relevantes para diferenciar uma startup. Além disso, estudar cases de sucesso de outros países pode inspirar adaptações criativas que se alinhem ao contexto brasileiro, ajudando a empresa a se posicionar de maneira mais eficaz.

## 4 – Fazer testes antes do lançamento do produto final

Antes de lançar o produto final, é importante conduzir testes rigorosos para garantir que ele atenda aos padrões de qualidade e segurança esperados. Pilotos controlados e avaliações de usuário podem fornecer feedback crítico que permite ajustes e melhorias. Esse processo não só aumenta a chance de sucesso no lançamento, mas também ajuda a construir confiança com os consumidores e parceiros desde o início.

## 5 – Validar o produto primeiro em um grupo específico

Inicialmente, é preciso validar o projeto em um grupo específico, para depois expandir para outros setores. Na saúde, atuar simultaneamente nos setores público e privado pode ser desafiador devido às diferenças de acesso e de comportamento dos consumidores. Focar em um grupo específico permite aprimorar a solução com base em feedbacks reais e ajustar a estratégia conforme necessário, antes de uma expansão mais ampla, aumentando as chances de sucesso e aceitação no mercado.

Atuar no mercado de saúde brasileiro é desafiador, apesar do tamanho da população e da grande demanda por serviços de qualidade. A burocracia e ausência de normas mais modernas criam dificuldades para o empreendedor que pretende atuar na

saúde. Contudo, com um bom direcionamento, e um entendimento adequado das regras do sistema de saúde brasileiro, uma healthtech criada no país tem grande chance de ganhar escala e melhorar o setor, carente de soluções que impactem diferentes realidades.

Sobre a Health Angels Venture Builder  
A Health Angels Venture Builder é uma venture builder que investe em startups de saúde pública e odontologia. Para mais informações, acesse: <https://www.healthangelsventurebuilder.com/>



Leonidas  
The Preferred Belgian Chocolate

MAITRE CHOCOLATIER  
b13

*Chocolates para  
Quem tem bom gosto.*

LEONIDAS CAMPO PEQUENO  
FRESH BELGIAN CHOCOLATES.  
EM SETEMBRO.

**DIMINUA**  
o valor da sua  
conta de luz

instale  
**ENERGIA  
SOLAR**  
em sua residência



# IMPALA

a **cor** da  
sua **moda**



**B80**  
BAND80ANOS



Fluência  
em Inglês,  
Espanhol,  
Matemática  
e Convivência.

É mais que  
bilíngue.  
É Band.



## Mudança de Carreira: Quatro anos após fisgar “tubarões”, contador que largou carreira de executivo fatura 6 vezes mais



**C**assius Leal ficou conhecido ao participar do programa “Shark Tank Brasil” onde apresentou a Advys, seu sonho de empreendimento realizado aos 45 anos

Cassius Leal ganhou notoriedade na edição de 2021 do programa Shark Tank Brasil. Sua participação registra mais de 846 mil visualizações no canal do youtube. O reality show é conhecido por trazer ideias inovadoras de empreendedorismo, mas a história de Cassius com o mundo dos negócios começa bem antes. Com uma carreira impressionante no setor financeiro, ele deixou sua marca em grandes empresas, atuando como Vice-Presidente na Merrill Lynch, como Head de Global Markets para a região da Ibéria no banco HSBC, onde conquistou um crescimento exponencial do lucro líquido da empresa, que saltou de \$8 milhões para \$140 milhões anualmente. No Goldman Sachs, como Managing Director e Head of Structured Equity Group Latam, Cassius fomentou a geração de aproximadamente USD 20 milhões em receita em 2012.

Aos 45 anos, Cassius foi estudar direito e com 47 anos, contabilidade, inspirado em sua vontade de simplificar a burocracia que afeta principalmente pequenos e médios empreendedores no Brasil. A Advys nasceu para facilitar a vida dos empreendedores, criando uma solução que permite escalabilidade, de alto valor agregado e de baixo custo. Uma plataforma de serviços que inclui contabilidade online, informação jurídica com inteligência artificial e consultoria empresarial.

“O banco me deu muito dinheiro, mas eu não via um propósito realmente profundo, exceto o acú-

mulo do dinheiro. Sempre quis fazer a diferença na vida das pessoas e promover a educação como agente transformador, e o empreendedorismo foi a forma que pude colocar o verdadeiro propósito que sempre busquei”, explica Cassius Leal, o fundador da Advys, destaque do “Shark Tank Brasil”.

Antes do programa, ao longo dos anos de 2017 a 2020, a Advys demonstrou um crescimento impressionante. Iniciando com um faturamento de 15 mil reais em 2015, a empresa atingiu 64 mil reais em 2018, 140 mil reais em 2019 e 550 mil reais em 2020, com cerca de 120 clientes.

Em 2023, três anos após o programa, a empresa conta com 800 clientes, um crescimento expressivo de mais de 550%. O ticket médio da empresa antes do programa era em torno de 200 reais por mês, enquanto hoje figura por volta de 400 reais, o que sugere um aumento de 100% no valor médio que cada cliente está pagando mensalmente pelos serviços da Advys e um faturamento de cerca de 3 milhões de reais.

Além disso, com sua evolução, a Advys diversificou sua base de clientes, atendendo a uma variedade de nichos, incluindo infoprodutores, educação, saúde, serviços, tecnologia, e-commerce, farmácias, profissionais PJ e liberais, alimentação e startups.

“Busquei entender o que de fato faria sentido para os clientes e descobri uma série de coisas que não precisavam de muito talento ou expertise para sobressair no mercado contábil. Então, melhorei o processo, elevei o nível de tecnologia e foquei em atendimento personalizado. O meu negócio não é contabilidade, o meu negócio é confiança, e quando entendi isso, a Advys decolou”, acrescenta Cassius.

Com sua premissa inicial de facilitação empresarial, a Advys adota hoje uma abordagem diferenciada em relação à cobrança, optando por não cobrar a 13ª parcela, como uma estratégia de valorização do cliente e exceção no mercado contábil, enquanto oferece uma contabilidade consultiva de forma simples e didática para os empreendedores.

A empresa apresenta hoje diversos planos padrões com diferentes benefícios, atendendo a empresas do Simples, Presumido e Real, além de segmentos específicos como serviços ou comércio/indústria, buscando sempre uma maior especialização e adaptação aos diferentes perfis de clientes e ne-



cessidades do mercado por meio de automação e agilidade. Atua em todos os estados brasileiros e auxilia empresas com todo o tipo de faturamento.

Para Cassius, ver seu trabalho crescer é gratificante, mas seu sonho de “simplificar” a vida dos empreendedores está apenas começando. “Meu objetivo é ajudar 1 milhão de empresas com a Advys. Além disso, estou num projeto onde estamos construindo um grande grupo educacional, e em outra iniciativa de realizar o sonho de várias empresas através da boutique de M&A que sou sócio. Meu objetivo maior é ajudar pessoas a prosperarem e atingirem seu potencial humano e financeiro”, termina.

### Sobre Cassius Leal

Cassius é um empreendedor e profissional multifacetado com mais de duas décadas de experiência em diversos setores, incluindo finanças, empreendedorismo, advocacia e contabilidade. Ao longo de sua carreira, Cassius acumulou experiência valiosa em grandes bancos de investimento internacionais, onde atuou como CEO e CFO em bancos como Merrill Lynch, HSBC e Goldman Sachs.

Fundador da Advys, uma plataforma inovadora que oferece serviços integrados de contabilidade online, informação jurídica e consultoria empresarial. Graduado em Administração de Empresas pela Universidade de São Paulo e com diplomas em Finanças pela University of California, Berkeley, Cassius também possui um MBA em Finanças Quantitativas pela The University of Chicago – Booth School of Business. Sua busca incansável por conhecimento o levou a obter bacharelados em Contabilidade e Direito pela Universidade Anhembi Morumbi.

Cassius também é palestrante, mentor e consultor, compartilhando sua experiência e conhecimento em áreas como empreendedorismo, finanças, inovação e motivação. Sua participação no programa Shark Tank Brasil (2020) é um testemunho de sua capacidade de transformar negócios e torná-los atrativos para investidores.

Além disso, Cassius é um dos fundadores da ong Primeira Chance, que dá oportunidades para crianças carentes, que obtiveram êxito acadêmico comprovado com premiações de Olimpíadas de conhecimento, a ingressarem nos melhores colégios privados do país para cursar o ensino médio com toda a infraestrutura necessária.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/cassius-leal/>

Instagram: <https://www.instagram.com/cassiusleal/>

Empresa: [advys.com.br](http://advys.com.br)

**itacolor**  
Tintas e Texturas

**itacolor**  
Tintas e Texturas

Renovamos nossa marca  
e estamos continuamente  
melhorando nossos produtos,  
venha conhecer e comprove!

## Três em cada dez profissionais brasileiros acreditam que seu ambiente de trabalho é inclusivo, revela pesquisa global Michael Page



### Correspondentes do Brasil sentem que podem ser autênticos nas organizações

Três em cada dez profissionais brasileiros consideram inclusivo o ambiente de trabalho em que estão inseridos. É o que aponta o estudo global Talent Trends, da Michael Page, uma das maiores consultorias especializadas em recrutamento de executivos, parte do PageGroup. Segundo a pesquisa, 32% dos respondentes do Brasil enxergam a inclusão em suas organizações atuais, ficando à frente das médias global (26%) e da América Latina (28%). Os entrevistados brasileiros lideram o ranking dos profissionais que sentem que podem ser autênticos no trabalho (42%), à frente dos indicadores globais (35%) e da América Latina (40%).

“As recentes mudanças no mercado de trabalho, como a adesão ao modelo híbrido e a participação de até cinco gerações diferentes em uma mesma empresa, tornaram ainda mais complexa a tarefa das organizações de implementarem diversidade e inclusão em suas rotinas. Tanto os profissionais como os empregadores têm de lidar diariamente com expectativas cada vez mais variadas para evitarem conflitos entre grupos que necessitam e esperam um olhar mais atento das companhias. Sabemos que o número de profissionais que se sentem incluídos ainda é baixo, então ainda temos um grande caminho para percorrer não só no Brasil, mas regionalmente e globalmente”, explica Isabel Pires, gerente executiva da Michael Page.

Os respondentes do Brasil também estão à frente no número de profissionais que já sofreram etarismo. Segundo o levantamento, 46% dos entrevistados foram discriminados pela idade, mesmo percentual identificado na América Latina. Já no cenário global o índice é de 44%.

Os dados fazem parte da pesquisa global Talent Trends 2024, um dos estudos mais abrangentes so-

bre profissionais e o mercado de trabalho, realizado em novembro e dezembro de 2023, em 37 países. Ele conta com a participação de aproximadamente 50 mil profissionais em todo o mundo, que atuam em empresas de diferentes segmentos e portes. O objetivo desse levantamento é alinhar as diferentes expectativas de profissionais (salários competitivos, flexibilidade e aspectos da cultura organizacional) e empresas (que sofrem pressões externas de um mercado de trabalho dinâmico).

A pesquisa apontou que 7% dos respondentes brasileiros já foram discriminados ou marginalizados em seu cargo atual, atrás das médias global (9%) e da América Latina (10%). O levantamento também procurou entender o cenário de denúncias de discriminações no ambiente de trabalho. Quem mais denuncia os casos são os profissionais do México (28%), seguidos por Chile (23%), Brasil (20%) e Peru (12%). A média na América Latina ficou em 23%.

“As empresas devem priorizar a criação de um ambiente inclusivo, em que todos os colaboradores se sintam valorizados e possam ser autênticos no trabalho. Implementar políticas claras e eficazes de diversidade, equidade e inclusão é o primeiro passo para promover uma cultura aberta, com confiança e respeito, deixando os profissionais seguros para opinarem sobre o tema e denunciarem qualquer forma de discriminação”, conclui Isabel, da Michael Page.

### Sobre a Michael Page

A Michael Page, parte do PageGroup, é a escolha ideal para empresas em busca de contratação de executivos de alta e média gerência.

Com uma expertise sólida nesse segmento, a empresa oferece soluções abrangentes e personalizadas para atender às necessidades específicas de cada cliente. Por meio de uma abordagem consultiva e especializada, a Michael Page identifica os profissionais mais qualificados e compatíveis com as demandas das posições de liderança. Com um amplo networking e uma equipe de consultores experientes, a empresa está preparada para auxiliar nas contratações estratégicas que impulsionarão o crescimento e sucesso das organizações.

Com uma gama de soluções para Recursos Humanos, o PageGroup é um grupo inglês listado na bolsa de valores de Londres e está presente em 37 países. Atualmente, seus mais de 9 mil colaboradores atuam em diferentes culturas e mercados, o que con-

tribui para seu conhecimento em 3 esferas: global, regional e local. Os consultores, distribuídos por todo o país em nossos cinco escritórios (São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Curitiba e Recife), já foram responsáveis pela contratação de mais de 40 mil profissionais no Brasil desde 2001.

O cartão convênio BankOne é ideal para você que é empresário.



## SOLUÇÕES COMPLETAS Segurança e Serviços





# MEGATRON

FIOS E CABOS ESPECIAIS



## FILTROS DE LINHA MEGATRON

Ideais para proteger equipamentos eletrônicos de curtos e sobrecargas.  
Os Filtros de linha Megatron podem ser utilizados nas redes 127V e 220V (bivolt).



### 5 E 6 TOMADAS

- Filtros de linha com cabo PP
- Disponíveis na cor preta e em embalagens de saco plástico e blister.



[www.megatron.com.br](http://www.megatron.com.br)

# POTENCIALIZE SUAS VENDAS COM MARKETING DIGITAL



SOMOS ESPECIALISTA  
EM FAZER SUA EMPRESA  
APARECER TRAZENDO SUCESSO  
PARA A SUA EMPRESA E VALOR  
PARA SUA MARCA.



FALE COM UM ESPECIALISTA

(16) 98149-5853    contato@azallon.com.br    azallon.com.br



Vigilância Eletrônica de Mercadorias

# CONCENTRE-SE NO CRESCIMENTO DA SUA EMPRESA. QUANTO À SEGURANÇA, DEIXE POR CONTA DA **PLASTROM SENSORMATIC.**

A Plastrom Sensormatic tem produtos e serviços que contribuem para a segurança e a redução de perdas, com soluções que auxiliam no aumento das vendas do varejista através da livre exposição de produtos e na melhor experiência de compra para os consumidores. Experimente nossas soluções de segurança, foque esforços no faturamento e deixe o resto com a gente.



- CFTV • VEM • Cadeado eletrônico • Meios de pagamento • Alarmes
- Checkout expert • Contagem de fluxo • Vídeo analytics • RFID
- Serviços de prevenção de perdas • Etiquetagem na origem

Para saber mais, ligue 0800 892 0003  
Alameda Araguaia, 3.718 • Tamboré • Barueri / SP

  
**Plastrom  
Sensormatic**

SOLUÇÕES EM RENTABILIDADE  
PARA QUEM ENTENDE DE VAREJO.



Já esta disponível para a compra a 9ª Edição do Livro Sonhar alto, pensar grande: Lições de um brasileiro Theunis Marinho que enfrentou os obstáculos e tornou-se presidente de uma multinacional

## Revista Empresários - Entrevista Especial com com Carol Moya

Nesta edição a Revista Empresários traz para os seus leitores uma entrevista exclusiva com Carol Moya executiva com mais de 20 anos de experiência no setor automotivo, sempre usou o LinkedIn para todas as suas conexões. Fez negócios em mais de 30 países e sempre a plataforma teve um papel crucial nesta jornada. Desejamos a todos uma ótima experiência e leitura!



Revista Empresários - Quem é Carol Moya?

**Carol Moya** - Sou Casada com o Igor Moya, estamos juntos a 24 anos. Mãe do Lucca e da Lara.

Revista Empresários - Qual a sua formação profissional?

**Carol Moya** - Sou formada na Columbia City High School, Administração na PUC ,MBA em Marketing na FGV

Revista Empresários - Fale sobre a sua atuação profissional.

**Carol Moya** - Sou executiva com mais de 20 anos

de experiência em grandes corporações, Fundadora do Método Link, Especialista em Redes Sociais de negócios e autora do livro : Como ampliar seus negócios através das conexões.

Revista Empresários - Você sempre quis empreender?

**Carol Moya** - Não, comecei quando eu vi que eu poderia mudar vidas com meu conhecimento.

Revista Empresários - O que você aprendeu com a experiência de mudar de área?

**Carol Moya** - Que a busca pelo conhecimento é infinita e que se você tiver uma visão global, você terá um nicho excepcional.

Revista Empresários - Quais foram as dificuldades que você encontrou no começo?

**Carol Moya** - Definição de prioridades e um propósito claro.

Revista Empresários - Como surgiu o Método Link?

**Carol Moya** - Estou ativa no LinkedIn desde 2009 e confesso que 90% do meu network e negócios vem de lá. Quando percebi eu estava dedicando a maior parte do meu tempo em ensinar pessoas a se posicionarem na maior plataforma de negócios do mundo e mudarem a vida completamente sendo intencionais nos negócios, daí surgiu o Método Link, com um propósito de vida para mim em literalmente levar pessoas/empresas para outro nível profissional.

Revista Empresários - Como você classificaria o atual momento do LinkedIn no mundo dos negócios?

**Carol Moya** - Uma plataforma essencial para pessoas e empresas estarem bem posicionadas e “voarem” muito mais alto. Com toda certeza quem ainda não virou esta chave está perdendo.



Revista Empresários - Como encontrar as melhores estratégias para usar a plataforma?

**Carol Moya** - Sendo intencional e sabendo atuar de forma assertiva. O último módulo do método Link é o Funil de Intenção, onde eu te ensino a chegar em quem você quiser chegar.

Revista Empresários Existe algum projeto em andamento? Fale um pouco sobre ele.

**Carol Moya** - Imersão empresarial nos EUA. Trazer cada vez mais empresas para a maior economia do mundo que é os EUA. Escalonar o método link para ajudar cada vez mais pessoas a irem para outro nível profissional.

Revista Empresários Quais são os planos profissionais para 2025?

**Carol Moya** - Rodar o mundo com o nosso evento e ajudando as pessoas a irem para um outro nível profissional. Trazer cada vez mais empresas para a maior economia do mundo, USA.

Revista Empresários Para você qual é o ideal de um bom empreendedor?

**Carol Moya** - Quem quer fazer a diferença no mundo por um motivo maior ajudar pessoas a evoluírem junto, isso sim faz sentido para mim. Servir de coração e receber em dobro, dinheiro não pode nunca estar acima de tudo.

Revista Empresários - O que faz nos momentos de folga?

**Carol Moya** - Aproveito cada minuto com a minha família. Adoramos viajar e curtir a vida juntos!

Revista Empresários Por fim, mas não menos importante: qual conselho você daria para alguém que está pensando em se mudar e consolidar negócios nos EUA?

**Carol Moya** - Planejamento e conhecer o mercado americano são as peças chaves é exatamente onde entramos na nossa empresa 160R Solutions, ajudando as empresas a iniciarem ou escalonarem os seus negócios na maior economia do mundo.

Revista Empresários - Que lição você deixaria para alguém que sonha em empreender

**Carol Moya** - Empreender não é fácil então busque um país com segurança financeira que o seu sonho fluirá mais leve podendo se tornar em um grande propósito.





# ÁGUA KANGEN®

Mude sua Água.  
Mude sua Vida.



# Chess



CONSULTORIA EM GESTÃO

Consultoria, auditoria de sistemas de gestão e treinamentos em gestão empresarial.

cicero@chessconsultoria.com  
www.chessconsultoria.com



dream

SEJA LIVRE PARA VENCER.  
NÃO SE PRENDA A NADA.

PRODUTOS CONFECCIONADOS COM TECNOLOGIA SEMAMLESS DRY E VENTILAÇÃO ESTRATÉGICA.

**SEM COSTURAS, SEM BARREIRAS, VOCÊ LIVRE**

**LUPO**  
SPORT

[www.luposport.com.br](http://www.luposport.com.br)

# Schindler PORT

Menos paradas para o elevador, mais agilidade para você



We Elevate

Atlas Schindler

**Vamos de  
mãos dadas para  
você comprar seu  
imóvel novo.**

Conquiste seu imóvel  
próprio com quem  
**já entregou mais  
de 550 mil bens.**

Consórcio   
**Embracon**

PORQUE SONHAR NÃO TEM LIMITES



# VALE AUTO PEÇAS DE GUARÁ LTDA.

QUALIDADE QUE GERA CONFIANÇA

## ANTES DE COMPRAR, FAÇA SEU ORÇAMENTO CONOSCO!

- ✓ Temos o melhor preço da região
- ✓ Entregas em todo Vale do Paraíba
- ✓ Loja virtual para sua comodidade
- ✓ Cartão Fidelidade
- ✓ Vendas no Cartão de Crédito por telefone em até 12x\*

\*Compras efetuadas em loja por valor a ser informado de R\$ 50,00 por parcela.



VISITE NOSSA LOJA VIRTUAL

[www.valeautopecas.com.br](http://www.valeautopecas.com.br)

Avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, 1170 - Guaratinguetá/SP - Fone: (12) 3128-2266



# R\$ 205,11 bilhões em 2024! Como não cometer erros na Black Friday e vender bem com seu e-commerce



A Black Friday de 2024 promete ser uma das maiores da história. De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCComm) o faturamento neste ano deve chegar aos R\$ 205,11 bilhões, índice, cerca de 10% superior em relação ao ano passado.

Entretanto, o que se revela hoje como uma oportunidade incrível para crescimento do seu negócio pode acabar se tornando uma grande dor de cabeça caso seu site não esteja preparado para um aumento na demanda de tráfego.

Entre os principais erros que um e-commerce deve evitar, os aspectos técnicos de uma página não devem ser deixados em segundo plano. Um site com ótimo conteúdo e ofertas imperdíveis será um fracasso caso o servidor não aguente a demanda ou as páginas carreguem de forma lenta.

Quais são os principais erros que um e-commerce deve evitar durante a Black Friday?

Não só durante a Black Friday, mas em todo o ano, um e-commerce deve evitar os seguintes erros para garantir uma experiência positiva para os clientes e aumentar as vendas.

## 1 - Falta de preparação de estoque

Um dos erros mais graves é não ter estoque suficiente dos produtos promovidos. Isso pode levar a frustração dos clientes quando descobrem que os produtos estão esgotados ou não estão disponíveis nas quantidades prometidas.

## 2 - Problemas de performance do site

A Black Friday geralmente gera um aumento significativo no tráfego do site. Se o e-commerce não estiver preparado para lidar com esse aumento de visitantes, pode resultar em lentidão no carrega-

mento das páginas, tempo de espera longo e até mesmo quedas no sistema, o que afasta potenciais compradores. Esse, inclusive, é um dos maiores pontos de atenção entre os erros que você nunca deve cometer ao criar seu e-commerce.

## 3 - Informações enganosas ou confusas

É importante que todas as informações promocionais sejam claras e precisas. Isso inclui preços, descontos, condições de entrega e políticas de devolução. Qualquer informação enganosa pode levar a problemas de confiança com os clientes e a reclamações.

## 4 - Não otimizar para dispositivos móveis

Muitos consumidores acessam sites de e-commerce através de dispositivos móveis durante a Black Friday. Se o site não estiver otimizado para esses dispositivos, a experiência do usuário pode ser prejudicada, o que resulta em menor conversão de vendas.

## 5 - Não planejar estratégias de marketing

A Black Friday é altamente competitiva, e não planejar adequadamente suas estratégias de marketing pode resultar em baixa visibilidade e menor impacto das promoções. É fundamental ter campanhas bem planejadas de antemão, incluindo e-mail marketing, mídias sociais, anúncios pagos e parcerias estratégicas.

## 6 - Atendimento ao cliente inadequado

Durante períodos de alta demanda como a Black Friday, é preciso garantir que o atendimento ao cliente esteja preparado para lidar com um volume maior de consultas, reclamações e solicitações. Falhar em oferecer um suporte eficiente e ágil pode resultar em insatisfação dos clientes e até mesmo em perda de vendas.

## 7 - Não monitorar e responder às críticas

É comum que os clientes deixem feedbacks e críticas sobre suas experiências de compra. Não monitorar ativamente essas opiniões nas mídias sociais, em sites de avaliação e em outras plataformas pode ser um erro grave. É importante identificar problemas rapidamente e responder de forma adequada.

## 8 - Não realizar testes prévios de promoções

É essencial testar todas as promoções, códigos de desconto e funcionalidades do site antes do início da Black Friday. Erros técnicos ou promoções que não funcionam corretamente podem frustrar os clientes e prejudicar a reputação da marca.

#### 9 - Ignorar a segurança dos dados

Com o aumento das transações online durante a Black Friday, a segurança dos dados dos clientes se torna ainda mais importante. Ignorar práticas de segurança como criptografia de dados e conformidade com normas de proteção de informações pessoais pode resultar em violações de segurança e perda de confiança dos clientes.

#### 10 - Não acompanhar métricas de desempenho

Acompanhe de perto as métricas de desempenho do e-commerce, como taxas de conversão, número de visitantes, valor médio do pedido, entre outras. Não monitorar essas métricas de forma adequada pode resultar em oportunidades perdidas para ajustar estratégias de vendas e marketing em tempo real.

#### 11 - Não ter um plano de continuidade pós-Black Friday:

A Black Friday não se resume apenas ao dia do evento. É importante ter um plano de continuidade para aproveitar o impulso das vendas, manter o engajamento dos clientes e continuar promovendo ofertas após o evento. Ignorar esse planejamento pode resultar em uma queda significativa nas vendas após a Black Friday.

Evitar esses erros pode ajudar um e-commerce a aproveitar ao máximo a Black Friday, proporcionando uma experiência positiva aos clientes e aumentando as vendas de forma eficaz. Não basta ter boas ofertas e produtos de qualidade, é preciso oferecer uma plataforma que tecnicamente seja capaz de suprir o aumento da demanda sem sustos.

É importante lembrar que deixar esses detalhes para a última hora não é uma opção. Quanto antes você deixar tudo funcionando corretamente, melhor.



Não é só  
um cartão  
com muitas  
facilidades.  
É ter com  
quem contar.

Léo Santana, cantor



**ESCOLHA O FUTURO!**  
TROQUE SEU VEÍCULO POR UM GWM!





O cuidado com a saúde mental nas empresas vai aumentar Por: Rui Brandão é vice-presidente de Saúde Mental da Conexa. Médico, com mais de dez anos de experiência na área de Saúde, tem MBA em Business and Management pela Fundação Getúlio Vargas (FGV)



Cuidar da saúde mental dos colaboradores sempre foi necessário, mas, de uns tempos para cá, tornou-se essencial para a sustentabilidade dos negócios das empresas e para o bem-estar das pessoas que nelas trabalham. Mudanças legislativas têm pressionado as organizações a buscarem caminhos que levem ao equilíbrio da saúde da mente.

Uma das mais recentes e importantes é a Portaria 1.999, de 27 de novembro de 2023, que atualiza a lista de doenças do trabalho de 182 para 347.

Ela põe o burnout e abuso de drogas, por exemplo, ao lado da ansiedade e depressão como enfermidades que podem ser adquiridas em ambiente corporativo.

Outro exemplo para incentivar boas práticas corporativas é a criação de estímulos para instituições que incentivam o zelo à saúde mental dos colaboradores, por meio da Lei nº 14.831, sancionada em março deste ano. Ela prevê a concessão do Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental às organizações que geram mais bem-estar a seus funcionários. O reconhecimento a quem implementa ações para este fim torna o ambiente de trabalho mais saudável. Além disso, é o primeiro passo para colocar em xeque empresários que não se importam com isso.

Apesar de o pontapé inicial para a disseminação desta cultura de cuidar da mente das pessoas ter sido dado pelo poder legislativo, a preocupação com a saúde dos colaboradores ainda não é tão

evidenciada como política corporativa quanto poderia.

Por isso, é possível afirmar que o ambiente dentro das organizações é, nos dias de hoje, pouco saudável. Este fato pode ser comprovado por meio de pesquisa da Conexa, ecossistema digital de saúde integral, realizada com gestores e profissionais de recursos humanos de 767 empresas do País no segundo semestre de 2023. Das 1.589 pessoas que participaram do levantamento, 83% afirmaram ter ocorrido afastamento em sua corporação por doenças mentais dos colaboradores naquele ano.

Segundo estudo feito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), também em 2023, elaborado para identificar como as empresas cuidam da saúde mental dos funcionários, 54% dos entrevistados admitiram ter sofrido com transtorno mental e 63% disseram que não receberam apoio da liderança para lidar com a doença.

Apesar de o cuidado com a saúde da mente dos trabalhadores não ser uma política adotada pela maioria no mundo corporativo, há uma boa notícia para ser contada. Já dá para dizer que há algumas poucas organizações olhando para o futuro. Isso, além de ser um avanço, diz quem está à frente neste processo.

Até há pouco tempo, os RHs recebiam muitos atestados, pedidos de licenças ou afastamentos por problemas físicos, como ortopédicos, cardíacos e oncológicos. Atualmente, boa parte dos afastamentos é por transtornos mentais. E não é pouca coisa. Em 2023, foram 288.865, alta de 38%, conforme dados do Ministério da Previdência Social.

O que fazer com um colaborador que está afastado por depressão, por exemplo: entrar em contato, não entrar em contato? E na volta deste colaborador ao trabalho, como recebê-lo? Como tratá-lo? Ele poderá estar com receio de ser demitido após algum tempo?

O melhor caminho nessas situações é o RH atuar com transparência e respeito. Ao saber que um funcionário está ou será afastado, por exemplo, o ideal é combinar o que ele prefere que se faça: perguntar como ele gostaria que sejam feitos os contatos: receber ligações ou mensagens; verificar que tipo de ajuda ele precisa, como a empresa poderá ajudá-lo. Enfim, mostrar empatia e que a empresa se

importa com ele.

As organizações passaram a pedir consultorias especializadas e orientações sobre programas de saúde mental para colaboradores, o que mostra preocupação genuína em relação ao assunto.

O processo de conscientização em relação à importância do bem-estar dos funcionários está em fase inicial. Mas esta cultura já começa a ser vista nas empresas. O avanço para a implementação de políticas que promovam a saúde mental no ambiente corporativo é necessário. Quem não se mexer agora, vai ficar para trás. O espaço será preenchido por empresas que querem cuidar de gente.

Afinal, quem não prefere trabalhar em um ambiente saudável e agradável?



AGORA O NOSSO  
DELICIOSO E JÁ  
CONHECIDO CAFÉ  
FUNCIONAL MARITA  
BURN E CONTROL  
CONTA COM

**PSYLLIUM**





# Design estratégico para marcas autênticas.

Criação de Logomarcas  
Projetos de Identidade Visual  
Design de Embalagens  
Comunicação Visual

**agency5** STRATEGIC  
BRANDS



13 99783.8208



[www.agency5.com.br](http://www.agency5.com.br)



[agency5.mkt](https://www.instagram.com/agency5.mkt)



Ranieri Brasil

VAMOS CRIAR  
UM PROJETO  
INCRÍVEL  
PARA O SEU  
NEGÓCIO?



VAMOS SER BEM CLAROS:  
DECORAR BEM É ILUMINAR BEM.  
LÂMPADAS ALUMBRA.



FLUORESCENTES • ALTA PRESSÃO • HALÓGENAS

Um bom projeto de iluminação é indispensável. Ele valoriza os ambientes da sua casa e também garante o conforto e a segurança da sua família. Além disso, alia a luminosidade ideal a uma grande economia de energia elétrica. Porque todas as lâmpadas halógenas e de descarga de alta pressão da Alumbra têm alto rendimento de luminosidade - as fluorescentes chegam a economizar 80% de energia e a durar 6 vezes mais que as lâmpadas convencionais. Lâmpadas Alumbra. Decorar bem é iluminar bem. Com economia.

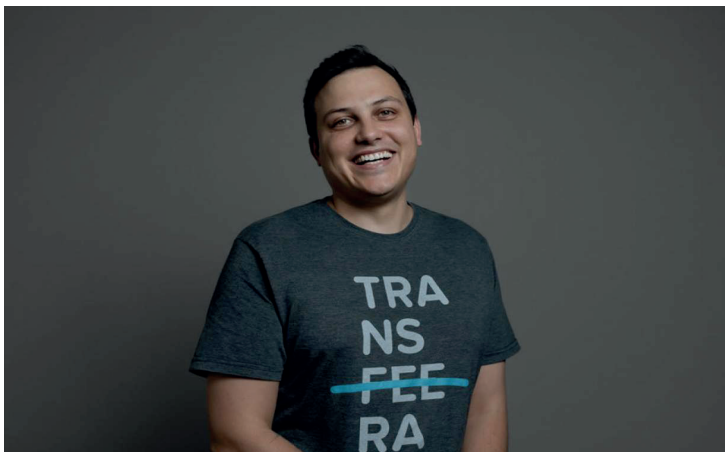


www.alumbra.com.br  
SAC: 0800-193130

**ALUMBRA**  
ILUMINAÇÃO

Mais claro que isso, impossível.

## Futuro das transações: como a nova tendência de link de pagamentos está ajudando as PMEs Por: Fernando Nunes, cofundador e CEO da Transfeera. Crédito Max Schwoelk



**F**acilidade de uso, pagamentos de forma rápida e segura e redução de custos operacionais são alguns dos benefícios da tecnologia

Segundo o Sebrae, em 2023, o Brasil possuía 24,5 milhões de empresas ativas, sendo 99,2% PMEs. Sendo o tipo de empresa mais presente no mercado, as PMEs precisam se adaptar rapidamente às novas tecnologias e tendências para se manterem competitivas. Dentro disso, uma das áreas que mais impactam o dia a dia dos negócios são os meios de pagamento, que estão sendo revolucionados pelos links de pagamento, tecnologia que impacta principalmente os pequenos empreendimentos.

“Essa ferramenta simplifica significativamente o processo de recebimento de pagamentos e elimina a necessidade de uma infraestrutura complexa, como as tradicionais maquininhas de cartão, facilitando as transações tanto para o vendedor quanto para o cliente”, explica Fernando Nunes, cofundador e CEO da Transfeera, fintech de soluções de pagamentos para empresas.

Dentre os benefícios estão a facilidade de uso, a possibilidade de receber pagamentos de forma rápida e segura, a redução de custos operacionais e a capacidade de acompanhar e gerenciar os pagamentos de forma mais eficiente. Além disso, o executivo pontua que os links oferecem diversas opções de pagamento, incluindo Pix, boleto e cartão de crédito, proporcionando mais conveniência e flexibilidade.

Embora essa facilidade traga muitos benefícios, as PMEs enfrentam desafios na integração desta tecnologia com outras formas de pagamento já existentes no negócio. Com isso, a escolha do provedor de serviços adequado é crucial, pois ele deve estar preparado para entender e resolver esses desafios, proporcionando uma transição suave e eficiente

para o novo sistema.

“O provedor de serviço certo é fundamental para assegurar que essa integração com esses outros métodos de pagamento seja realizada sem problemas, permitindo que as PMEs aproveitem dos diversos recursos e benefícios dessa tecnologia”, finaliza Nunes.

### Sobre a Transfeera

Fundada em 2017, em Joinville (SC), a Transfeera fornece soluções de pagamentos para empresas, oferecendo aos clientes meios como boleto com QR Code, pagamentos e recebimentos via Pix, e centralizando todas as entradas e saídas de dinheiro. Recentemente, a fintech foi autorizada pelo Banco Central a operar como Instituição de Pagamento, passando a atuar com ainda mais autonomia e agilidade. Eleita em 2023 uma das 100 Startups To Watch por Pequenas Empresas & Grandes Negócios e Época NEGÓCIOS, a empresa já recebeu mais de R\$10 milhões em investimentos dos fundos Goodz Capital, Bossanova Investimentos, Honey Island, 4UM Investimentos e Curitiba Angels. Acesse o site da Transfeera e saiba mais.

*Você já conquistou tanto, que é preciso olhar do alto pra conseguir enxergar tudo.*

Uberlândia agora tem Cappini. Somos uma incorporadora paulista pra pessoas como você, que não param de chegar longe. **Cappini. Um andar acima.**

**CAPPINI**  
INCORPORAÇÕES E NEGÓCIOS INTELIGENTES

# PORTFÓLIO COMPLETO PARA TRANSFORMAR A CATEGORIA

Com marcas fortes e um portfólio completo, a Suzano promove o trade up do segmento no Brasil.



CUIDADO PESSOAL

CUIDADO DA CASA



MAIOR  
FATURAMENTO



MAIOR  
RENTABILIDADE



MAIOR  
TICKET MÉDIO



suzano

nós plantamos o futuro

Fonte: Nielsen Retail\*

## Pesquisa da Geotab: estratégias proativas de segurança reduzem colisões em 40%



**R**elatório "Liderando a jornada: acelerando o ROI por meio de insights de dados confiáveis" traz uma visão abrangente do cenário de transporte comercial no Brasil e no mundo

A Geotab Inc, ("Geotab"), líder global em soluções de transporte conectado, anuncia o lançamento do "Liderando a jornada: acelerando o ROI por meio de insights orientados por dados", seu segundo relatório sobre transporte comercial. Ampliada para uma análise global, essa edição abrange, tendências e insights valiosos sobre o cenário em evolução e fornece informações essenciais para enfrentar os desafios e aproveitar o potencial do setor.

A edição de 2024 destaca o papel fundamental da telemática avançada na otimização das operações da frota. Ao aproveitar a inteligência de dados e os modelos de IA, grandes frotas comerciais podem aprimorar as medidas de segurança, melhorar a produtividade e reduzir os custos, em meio ao aumento dos preços dos combustíveis, às mudanças regulatórias e às incertezas econômicas.

Os achados do relatório também reforçam que as iniciativas de sustentabilidade que visam reduzir o consumo de combustível são fundamentais, uma vez que os custos de combustível atingem cerca de 60% dos custos operacionais totais das frotas. Veja a seguir os principais insights e tendências.

### **Segurança:**

- Em 2023, as frotas que usam os recursos de segurança da Geotab apresentaram uma redução de 40% nas taxas de colisão em relação às que não usam.

\* Com base nessa diferença, estima-se que mais de 3.500 colisões poderiam ter sido evitadas em 2023 se mais veículos tivessem adotado funcionalidades de segurança.

- Neste período, os veículos das frotas no Brasil conectados à Geotab aumentaram em 4% o total de quilômetros percorridos antes de uma colisão. Isso sugere uma melhoria na segurança das frotas, já que os veículos estão conseguindo percorrer uma distância maior antes de se envolverem em um acidente.

\* Entre os países pesquisados, Brasil (4%), Itália (5,3%) e Espanha (5,7%) tiveram os aumentos mais significativos de quilômetros rodados antes de uma colisão. Já Alemanha (-27%), Portugal (-30%), Reino Unido (-19%) e Estados Unidos (-12,6%) registraram uma redução nessa distância, o que indica a necessidade de maior foco em ações de segurança.

### **Sustentabilidade e uso de combustível:**

- Analisando globalmente os clientes da Geotab, os dados sugerem que as frotas devem se concentrar na redução do tempo parado com motor ligado, pois ele contribui significativamente para o desperdício de combustível e para as emissões de CO2.

\* Canadá e Estados Unidos reduziram com sucesso o tempo dos veículos parados com motores ligados de 2022 para 2023, com diminuições de 5,73% e 3,75%, respectivamente.

\* Já a Alemanha, o Reino Unido e o México registraram um aumento no tempo dos veículos parados com o motores ligados no mesmo período, indicando uma oportunidade de otimizar ainda mais essa área.

- Em relação aos veículos elétricos (VEs), a Geotab oferece suporte de dados para uma variedade de fabricantes (OEMs) e mais de 300 modelos. a Geotab identificou em seu relatório que, de 2022 para 2023, a adoção aumentou globalmente:

\* Crescimento mais forte na África do Sul (796%); Peru (289%); México (248%) e Brasil (173%), indicando um forte estímulo para a adoção de VEs nessas regiões.

- A pesquisa também revela que, em 2023, houve uma redução de 8,5% na intensidade das emissões (kg CO2/quilômetro) em todos os veículos de carga pesada.

- E, de acordo com o relatório, a manutenção adequada do veículo, reforçada pela análise preditiva, não só garante a operação segura e eficiente de uma frota, mas também pode melhorar a economia de combustível em 5% a 10% para caminhões de Classe 8 - o que também contribui para a confiabilidade do veículo e aumenta a segurança e a satisfação do motorista.

"O potencial transformador dos veículos conectados e o poder dos dados confiáveis são claros", disse Mike Branch, vice-presidente de dados e análises da Geotab. "Nosso estudo fornece insights valiosos sobre o cenário dinâmico do setor de transportes. À medida que as empresas se esforçam para se adaptar às condições de mercado em evolução e adotar práticas sustentáveis, a Geotab continua comprometida em capacitá-las com ferramentas orientadas por dados e as recomendações necessárias para prosperar em um ambiente cada vez mais complexo."

O setor global de telemática é forte e continua crescendo. Espera-se que atinja US\$ 172,4 bilhões até 2032, demonstrando um incrível crescimento de 17% entre 2023 e 2032. O relatório destaca as tendências que demonstram o papel fundamental que os dados e a IA exercerão para impulsionar o desempenho, a eficiência, a lucratividade e a sustentabilidade no setor de transportes nos próximos meses. Em meio a transformações econômicas, ambientais e tecnológicas complexas, a Geotab tem o compromisso de fornecer insights que capacitam as empresas a tomar decisões informadas.


O relatório completo da pesquisa está disponível em: <https://www.geotab.com/pt-br/relatorio-sobre-transporte-comercial2024/>.

### **Sobre a Geotab**

A Geotab é líder global em soluções de transporte conectado. A empresa fornece soluções de telemática para mais de 50 mil clientes em 160 países. Há mais de 20 anos, investe em pesquisas pioneiras de dados e inovação para que parceiros e clientes, incluindo organizações da Fortune 500 e do setor público, transformem suas frotas e operações. Com mais de 4 milhões de assinaturas e processando mais de 75 bilhões de pontos de dados por dia, a Geotab ajuda os clientes a tomarem melhores decisões, alcançarem mais produtividade com frotas mais seguras, e atingirem metas de sustentabilidade.

A plataforma aberta e o Marketplace da Geotab oferecem centenas de opções de soluções de terceiros. Com o apoio de uma equipe de cientistas de dados e especialistas em IA líderes do setor, a companhia utiliza o poder dos dados para entender a análise preditiva e em tempo real, resolvendo desafios do presente e do futuro. Para saber mais, acesse [www.geotab.com.br](http://www.geotab.com.br) e siga-nos no @GeotabBrasil e no LinkedIn ou visite o Blog da Geotab.





## Empreenda no mercado do luxo: Abra sua própria joalheria.

Seja um franqueado Lis e venda lindíssimas joias e alianças em ouro 18k.

Modalidades:

- Loja shopping
- Quiosque shopping
- Franquia digital



**ADEMICON**

| Unidade Carboni |

**Vem realizar com a gente!**



consórcio, mas pode chamar de investimento.

**CATEGORIA:**  
**Segurança**  
**Patrimonial**



★ ★ ★ ★ ★  
**TOP5**

27°  
**TOP**  
**OF MIND**  
DERH

 **GRUPO**  
**SOUZA LIMA**

**PARA,**  
**PENSA E PAN**



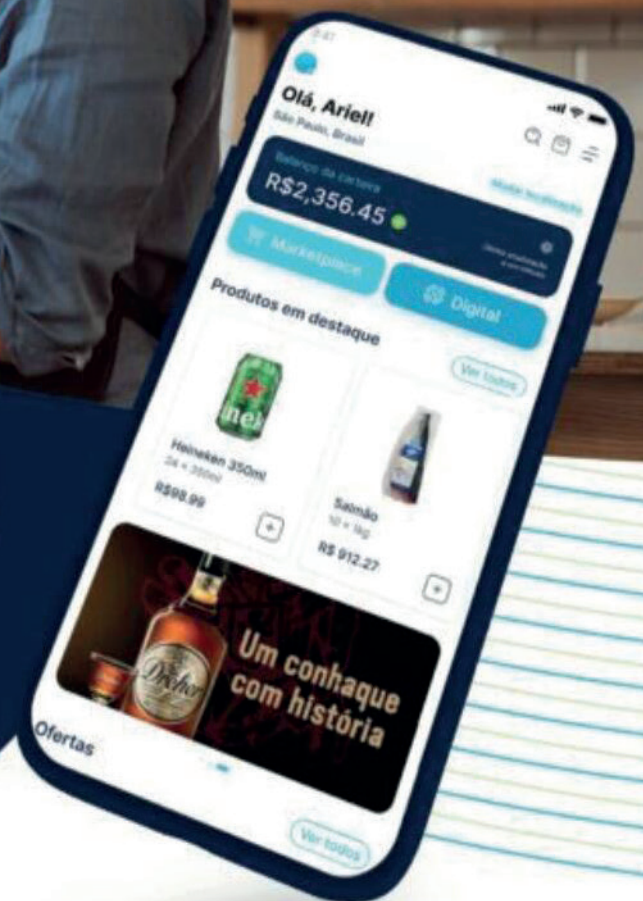
Com o **Market Place B2B** da **RedCloud**, **indústrias, distribuidores e varejistas** **alavancam** suas vendas e **reduzem** custos de **forma inteligente**.

### Indústrias e distribuidores

Com um canal de vendas digital, você pode alavancar seus resultados, ampliar sua base de clientes e ainda ter acesso a dados e controles fundamentais para tornar sua operação comercial mais eficiente.

Entre em contato com a nossa equipe e descubra como a **marketplace B2B** da **RedCloud** pode contribuir para o crescimento dos seus negócios.

**Contato** | [comercial@redcloudtechnology.com](mailto:comercial@redcloudtechnology.com)  
**Instagram e Facebook** | [@Red101MarketBrasil](https://www.instagram.com/Red101MarketBrasil)  
[www.redcloudtechnology.com](http://www.redcloudtechnology.com)



### Varejistas

Economize tempo e dinheiro comprando melhor. Simplifique a reposição de estoque e tenha acesso milhares de produtos e ofertas exclusivas em um só lugar, quando e onde quiser.



A gente sabe mesmo que é humano? Por: Por Fabrício Oliveira, CEO da Vockan. Com mais de 15 anos de carreira na QAD, o executivo foi responsável pela implementação de diversos projetos de ERP, contribuindo na reestruturação da área de serviços e na ut



**E**m recente viagem para os Estados Unidos, acompanhando uma missão de empresários brasileiros que têm planos de expansão para o mercado americano, realizada pela Amcham, tive a oportunidade de me deparar com conteúdos riquíssimos e que me fizeram refletir sobre vários aspectos. Porém, todas as conversas se relacionam – direta ou indiretamente – com o papel da liderança na condução dos processos corporativos.

Esse é um ponto particularmente precioso para mim. Há tempos, questiono as formas de liderar e tenho valorizado cada vez mais a gestão humanizada. Pode ser clichê, mas é verdadeiro: para mim, nada é mais importante do que as pessoas. E para fazer isso valer na prática dentro das empresas, é preciso olhar profundamente para a gestão.

Uma das palestras a que assisti foi do professor da New York University, Claudio Garcia. Para ele, o tempo do chefe que controla tudo sentado em sua cadeira de couro, da produção à venda de um produto, já passou ou está bem perto de acabar. Segundo o professor, o líder do futuro é aquele que é capaz de gerir diversos ecossistemas, dentro e fora de suas companhias, de maneira a conectar esses microuniversos ao objetivo estratégico do negócio. E quanto mais complexo o negócio, mais faz sentido.

Pense numa cadeia automotiva. Como o próprio nome diz, a montadora “só” monta os automóveis. De forma simplista, para que isso aconteça, uma série de fornecedores produzem uma infinidade de componentes e uma cadeia enorme de concessionárias revende o produto de uma companhia. São

vários ecossistemas atuando juntos e que precisam estar afinados na mesma sintonia para que todos os envolvidos alcancem o sucesso desejado.

Por isso, o líder que dita regras e se faz ser “seguido” deve se transformar em fóssil logo mais. Cada vez mais, serão valorizados aqueles que são capazes de montar times competentes e, ao mesmo tempo, fomentar ecossistemas de qualidade dentro e fora das companhias. O líder do futuro é aquele que consegue flutuar entre esses círculos de influência, valorizando, inclusive, a gestão por competência. Isso vale da média à alta gestão.

Lembrando Steve Jobs, de que adianta nos cercarmos dos melhores profissionais se queremos continuar dizendo para eles o que fazer? Ser líder é também saber a hora de ser liderado. Vivemos o tempo de estimular que as pessoas sejam o seu melhor e de entendermos que a liderança deve estar comprometida, acima de tudo, em conduzir todos esses ecossistemas para a mesma direção, cuidando para que os valores da corporação sejam respeitados e colocados em prática.

Só é possível estabelecer parcerias, conectar indivíduos e alinhar todos dentro de um mesmo objetivo se houver um ambiente de confiança, construído sobre os alicerces da empatia e da escuta ativa. A beleza disso tudo é que ecossistemas de sucesso estão ligados inegavelmente à valorização das pessoas, de seus anseios e saberes. E, no fim do dia, tudo é sobre pessoas.



**Uma nova ideia de  
se morar bem**

**PORTANOVA**  
NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS  
CRED. 4629-J



# **COMO ESCOLHER A MELHOR EMPRESA de Limpeza Terceirizada para o Seu Negócio**



[www.tgservices.com.br](http://www.tgservices.com.br)

**É GERDAU,  
É COMERCIAL,  
É DE CONFIANÇA.**



A MAIS COMPLETA LINHA DE SOLUÇÕES EM AÇO 100% GERDAU,  
COM CONDIÇÕES ESPECIAIS DE PAGAMENTO.

LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO | CONSTRUÇÃO CIVIL | INDÚSTRIA | AGROPECUÁRIA

[WWW.GERDAU.COM.BR](http://WWW.GERDAU.COM.BR)

## **VENHA REALIZAR O SEU FRETE INTERNACIONAL CONOSCO**

Entre em contato:

Telefone e Whatsapp: 11 4114-9276

Email: [slxcargo@slxcargo.com](mailto:slxcargo@slxcargo.com)



## Relacionamento: diferencial competitivo no varejo Por Stefan Furtado, Gerente Regional da Manhattan Associates.



**R**elacionamento como um diferencial competitivo: a importância da experiência no varejo. Quantas vezes já decidimos ficar com uma compra que não serviu ou não gostamos só pela frustração de iniciar o processo de devolução? Essa é uma das situações mais desagradáveis que podemos passar como consumidores.

Uma colega compartilhou uma experiência comigo recentemente que me deixou horrorizado. Ela realizou uma compra online de um produto em spray para os cabelos, que foi entregue no prazo correto. Até aí, perfeito. Quando ela abriu para testar, o spray não funcionava. Ela entrou em contato com a loja pelo chat no site e pediu a troca. A comunicação foi bem até que ela recebeu uma resposta enfurecedora: não tinha prazo para que essa troca fosse efetivada e nenhuma forma de acompanhar o status da troca.

Ela já ficou indignada com esse fato. Quando o produto foi coletado e, uma semana depois, a troca efetivada, o spray continuava não funcionando. Adivinhe se ela começou o processo novamente. Claro, que não. Quais as chances de uma nova compra nesta loja? Zero.

Uma atitude como essa vinda de uma gigante da cosmética nacional é inaceitável. Isso porque não é nenhuma novidade que o serviço e suporte é parte essencial para o sucesso de um varejista. O consumidor não está somente comprando um produto – ele precisa saber que será bem atendido durante a jornada de compra.

De acordo com o primeiro Unified Commerce Benchmark para o Varejo Especializado na América Latina, 62% dos compradores acreditam que os processos de retorno e reembolso são muito demorados. E somente 18% reconhecem que os varejistas oferecem a eles uma experiência personalizada de compra.

O estudo avaliou o quesito Serviço e Suporte a partir de três pilares: transparência, serviço 360 e conhecimento consultivo. Os varejistas que foram reconhecidos como líderes na região são empresas que oferecem a experiência de comércio unificado mais completa dentre os segmentos de varejo.

A liderança no quesito transparência envolve o tratamento do cliente em diversos vetores de relacionamento – desde pedidos e solicitações de serviço, do uso de dados às práticas na cadeia de suprimentos. Os compradores esperam atualizações praticamente em tempo real nos principais pontos de compra e no processo de devolução. 85% deles comprariam novamente de uma marca que oferece uma experiência de devolução tranquila.

A transparência nos pedidos e devoluções reduz a perda de clientes e ajuda a melhorar a fidelidade à marca.

64% dos compradores preferem enviar mensagens a uma marca em vez de ligar para obter suporte. Por isso, a liderança também envolve a capacidade de oferecer uma ampla variedade de opções de serviço – desde assistência em lojas físicas até centrais de atendimento, suporte em mídias sociais até agentes ao vivo em seus sites e aplicativos móveis.

É importante garantir que os compradores possam resolver a maioria de suas necessidades por conta própria e, no caso de precisar falar com um atendente humano, que a espera não seja longa.

Por fim, agregar valor ao seu produto é um diferencial para encantar o consumidor.

74% dos compradores têm mais inclinação para fazer compras em um varejista que proporciona uma experiência envolvente tanto na loja física quanto online.

Personalizações, orientações sobre estilo, tamanhos e hospitalidade na loja, tem o potencial de transformar as interações de serviço em um ingrediente secreto para fortalecer a fidelidade à marca.

Veja, os consumidores modernos precisam de opções de serviço que não interrompam o fluxo natural dos seus dias, mas não dispensam que o vare-

jista o faça sentir especial por meio de um serviço pessoal e de alta qualidade.

É possível equilibrar as duas funções usando ferramentas digitais para aprimorar a eficiência do serviço e a empatia humana de seus colaboradores nas lojas e centrais de atendimento para proporcionar autenticidade.

**Arão Sapiro**

— “ —

"A empresa pode ser muito mais inteligente agora.

**Quando eu digo a empresa, são as pessoas".**

**PREPARE-SE  
PARA LIDERAR  
NA ERA DIGITAL**

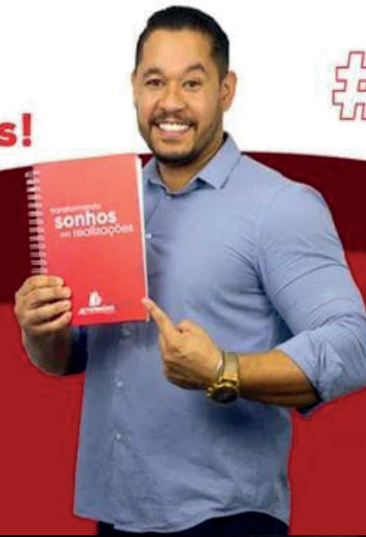


Transformando  
sonhos em **realizações!**

 **SOMOSAE**

**Descubra o segredo  
do sucesso com a AE**


[www.aepatrimonio.com.br](http://www.aepatrimonio.com.br)





**AE PATRIMÔNIO**  
ESPECIALIZADO EM IMÓVEIS

# Cris P Joias

Semijoias e Prata 925 de Luxo

 (11) 94540 1245

 Crisparra450@gmail.com

 @crispjoias



Me siga no instagram

A **LIBERDADE**  
DO SEU **SORRISO** É AQUI!

SORRISO  
SORRISO  
SORRISO



AGENCIADUETO.COM.BR  
© 2022 todos os direitos reservados



ODONTO  
company

Procurando  
apartamento  
do seu jeito?

Já olhou no  
QuintoAndar?



[quintoandar.com.br](https://quintoandar.com.br)



QUINTOANDAR

CRECI-RJ J7575

Como aumentar o lucro de uma empresa com estratégias de competitividade tributária? Por : Tainá Veloso é Advogada Empresarial e Consultora Tributária há mais de 17 anos, Pós Graduada em Direito Empresarial Internacional, Pós Graduada em Direito Tributário, Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional, Professora de Graduação, Pós Graduação e preparatório para concursos públicos, autora de artigos e do Livro Gestão Estratégica e Competitividade Tributária para “pequenos” grandes negócios.



Você já ouviu a expressão “o Brasil não é para amadores”, inspirada em uma frase de Tom Jobim? Quando eu ouvi pela primeira vez tal expressão refleti sobre o significado dessa frase na minha vida profissional e principalmente, no contexto da área tributária em nosso país. Nosso sistema é denso, complexo, confuso e dinâmico.

Até agora um conceito pouco explorado, a competitividade tributária é referida em estudos sobre a questão principalmente como a carga tributária de determinado produto ou setor. No entanto, a competitividade tributária vai além da carga tributária propriamente dita, abarcando a forma de gestão tributária da entidade.

Em outras palavras, a competitividade tributária representa fatores relacionados à própria gestão do negócio e tomada de decisões, além da carga tributária que recai sobre a entidade e seus produtos. Assim, se por exemplo uma determinada empresa possui diversos benefícios fiscais, mas não gerencia bem suas obrigações tributárias ou planeja a implementação de melhorias, possivelmente sua competitividade tributária será inferior a de um concorrente que não tenha tantos benefícios, mas que investe (sejam esforços ou recursos) e implementa medidas com foco na estratégia tributária e gerenciamento das obrigações tributárias.

No Brasil, o estudo da competitividade tributária demanda especial atenção, em razão da alta carga tri-

butária, cumulatividade dos tributos, complexidade da legislação (além da infinidade de normas tributárias publicadas periodicamente) e deficiência dos mecanismos de desoneração.

Não podemos nos esquecer também que em nosso país trabalhamos com cenários normalmente incertos do ponto de vista tributário/fiscal, seja no âmbito judicial ou no âmbito legislativo (exemplos: projetos sobre a Reforma Tributária e constante mudança de posicionamento de nossos tribunais sobre assuntos tributários).

Nesse contexto, como você pode dar os primeiros passos na implementação de estratégias que envolvam os aspectos tributários da empresa, que aumentem os lucros? Vejamos algumas medidas:

- Simulação periódica de cenários para os regimes de tributação – a primeira medida de planejamento, que deve ser analisada antes mesmo do nascimento da empresa propriamente dito ou antes do início de uma nova fase operacional, refere-se à definição do regime de tributação: Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real.

- Atuação integrada com o departamento logístico – quando falamos de “forma integrada” não queremos nos referir tão somente para fins de avaliação de grandes projetos, mas também para maximizar o fluxo operacional logístico.

Isso porque muitos projetos para minimização de custos logísticos, na maior parte das vezes, são realizados sem qualquer participação da área tributária da empresa. Ao final do projeto, depois de muito tempo e investimento, verifica-se que se por um lado há ganho de custo logístico, por outro há um impacto muito negativo no que diz respeito ao aspecto tributário (principalmente por conta da incidência do ICMS na movimentação das mercadorias).

- Implementação de Revisões Fiscais periódicas – diferentemente dos projetos das famosas “recuperações tributárias”, a revisão fiscal não tem por fim (exclusivamente) a identificação de oportunidades de recuperação de tributos. O maior objetivo de uma revisão fiscal é a identificação de potenciais inconsistências/“temas” passíveis de autuações

fiscais. A empresa contrata “revisores” externos (firmas de consultoria, auditoria ou escritórios de advocacia especializados), que após a realização do levantamento de dados/informações elaboram um relatório contemplando os pontos identificados. Mas, e depois?

Até que ponto o trabalho de revisão fiscal é efetivo se não é dado o tratamento necessário para as informações e pontos de atenção apontados? Até que ponto o trabalho é efetivo se a empresa não criar planos de ação, criar regularidade e definir a periodicidade para a realização deste procedimento e não definir os critérios para determinação da relevância dos temas apontados?

É bem verdade que o Fisco dispõe de 5 anos (e dependendo do tipo de tributo o início desta contagem irá variar) para “revisar” suas apurações de tributos. No entanto, quanto antes você detectar as inconsistências, melhor.

Melhor porque poderá utilizar o instituto da denúncia espontânea (se aplicável e viável), melhor porque se você deixar para revisar de uma vez só cinco anos, não terá tempo para analisar, tratar os dados e implementar as ações necessárias.

Sendo assim, sugerimos uma periodicidade de 2-3 anos para realização do procedimento. E, durante o período de realização entre uma revisão e outra, entendemos que a empresa deve elaborar e imple-

mentar seu plano de ação de acordo com o grau de relevância das inconsistências e viabilidade das ações a serem tomadas.

Por exemplo, o grau de relevância pode ser determinado de acordo com o impacto no fluxo de caixa, resultado, fluxo operacional etc.

As medidas acima sugeridas não acarretam altos custos para fins de implementação e certamente diminuem riscos e potencializam resultados, sem que a empresa dependa diretamente de pedidos administrativos ou judiciais de economia tributária.





# bergo


LOCAÇÃO DE MÁQUINAS

*Locação de máquinas para movimentação de bagaço de cana.  
Locação de escavadeiras hidráulicas.*

 **Segunda a sexta 8h às 18h**  
**Sábado 8h às 12h**

 **(17) 99775-7702**

 **bergolocacao@gmail.com**

 **Av. José Cardassi, 440 - Bebedouro - SP**





## 4 motivos para aplicar pesquisa de mercado no seu negócio Por : Carolina Gilberti, CEO da Mubius WomenTech Ventures



**P**esquisar é o primeiro passo para o sucesso de um negócio. O que antigamente era privilégio de apenas grandes empresas, hoje se tornou simples e acessível para qualquer empreendimento. Com o avanço da tecnologia e a entrada da mentalidade de startups e da inovação, é possível levantar dados importantes para que uma ideia saia do papel e conquiste um mercado cada vez mais concorrido.

Uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostra que um terço dos negócios no Brasil fecham em um período de até dois anos. Um dos principais motivos é a falta de informações sólidas sobre público-alvo e concorrência. Diante disso, a pesquisa mercadológica é uma ferramenta indispensável a todos os empreendedores nas etapas de desenvolvimento do negócio. Abaixo, conheça quatro motivos para realizar pesquisas de mercado no seu negócio:

### 1. **Identificação de oportunidades**

A pesquisa de mercado ajuda a identificar lacunas no mercado que podem ser exploradas.

Ao entender as necessidades e desejos dos consumidores, os empreendedores podem desenvolver produtos ou serviços que atendam a essas demandas, criando uma vantagem competitiva. Ainda, a pesquisa de mercado fornece informações que ajudam nas decisões sobre desenvolvimento de produtos, estratégias de marketing, preços, localização, entre outros aspectos do negócio.

### 2. **Público-alvo e concorrência**

Compreender quem são os potenciais clientes, suas preferências, comportamentos de compra e padrões de consumo permite que os empreendedores personalizem suas ofertas e estratégias de marketing. A pesquisa de mercado permite também a análise de concorrentes, auxiliando na formulação de estratégias que possam diferenciar o negó-

cio no mercado.

### 3. **Gerenciamento de riscos**

Investir ou lançar um novo produto envolve riscos. A pesquisa de mercado pode ajudar a identificar tendências e antecipar mudanças para futuros desafios. Além disso, ela auxilia a definir metas, identificar oportunidades de crescimento e desenvolver estratégias para alcançar objetivos.

### 4. **Satisfação**

Após o lançamento de um produto ou serviço, a pesquisa de mercado pode ser usada para avaliar o desempenho e a satisfação do cliente. Isso permite ajustes e melhorias no negócio. Uma pesquisa contínua pode inspirar inovações, além de identificar tendências e necessidades dos consumidores.

A pesquisa de mercado é uma aliada para qualquer tipo de empreendimento. Ao fornecer uma base sólida para a tomada de decisões, a pesquisa pode ajudar a manter o crescimento do negócio no longo prazo.

### **Sobre a Mubius WomenTech Ventures**

Parte da FCJ Venture Builder, a maior venture builder da América Latina em expansão, a Mubius WomenTech Ventures é a primeira WomenTech do Brasil. Com metodologia própria e validada no mercado de startups, a marca busca investir em lideranças femininas por acreditar que se trata de um novo olhar e de uma nova forma de se relacionar e de fazer negócios. Para mais informações, acesse: <https://mubius.ventures/>



**Mais de  
30 anos  
cuidando  
da sua  
visão em  
Salvador.**

**Consultas • Exames • Cirurgias**

**Unidade Itaigara**

Rua Altino Serbeto de Barros, 241, Ed. Memorial Itaigara -11º Andar

**Unidade Iguatemi**

AV. Tancredo Neves, 805, Ed. Centro Médico Iguatemi - Sala 414

**Unidade Liberdade**

Largo da Lapinha, 13, Liberdade



**alclin**  
hospital de olhos

[alclin.com.br](http://alclin.com.br)



AlclinHospitaldeOlhos

Diretor Técnico: Dr. André Lavigne CRM 6645 | Dr. Roberto Muniz CRM 9196



**Central de marcação (71) 2107-7888**

Segunda a sexta (08h às 18h). Sábado (08h às 12h)






Já experimentou nossas  
**Cápsulas?**



VISITE NOSSO SITE  
e conheça toda a nossa  
linha de produtos



[www.lojacafecimo.com.br](http://www.lojacafecimo.com.br)

A woman with long dark hair, wearing a light-colored sleeveless dress, stands in a jewelry store. She is smiling and has her hands clasped in front of her. The store has display cases filled with jewelry.

**Emprenda no mercado do luxo: Abra sua própria joalheria.**

Seja um franqueado Lis e venda lindíssimas joias e alianças em ouro 18k.

Modalidades:

- Loja shopping
- Quiosque shopping
- Franquia digital

# TOCA SEU FUTURO

A woman with long dark hair, wearing a white t-shirt and blue denim overalls, is smiling. The image is framed with a red border that has a window-like appearance with a minus sign, a square, and an 'x' in the top right corner.

COM A



faculdade  
— sebrae

**5** ★★★★★  
NOTA MÁXIMA  
MEC & ENADE

# CLIENTE ICM CONNECT

## RASTREAMENTO VEICULAR AGORA COM ASSISTÊNCIA 24H

A ICM Connect agregou em seu serviço de rastreamento a assistência 24 horas que permite auxiliá-lo em várias situações em serviços técnicos mecânicos. Agora, além de toda a segurança oferecida pela solução ICM, você contará com mais tranquilidade em suas viagens, seu trabalho e também com sua família! Confira os serviços oferecidos:



Recarga de Bateria



Reboque



Troca de Pneu



Chaveiro



Táxi ou Motorista de App



Hospedagem



### CENTRAL 24 HORAS DE RASTREAMENTO

As vantagens de estar 100% conectado com seu veículo

O rastreamento 24 horas é realizado de modo estratégico permite que seu veículo seja monitorado constantemente, oferecendo máxima segurança e possibilitando que você seja alertado a qualquer momento, auxiliando também na pronta resposta quando necessário.

A Central 24 horas de rastreamento da ICM conta com:



Estrutura completa para atendimento



Atendimento personalizado



Atendimento 24x7 365 dias no ano



Telefonia com redundância



Profissionais qualificados



Pronta resposta para ações emergenciais



+55 14 98157.0008  
 +55 14 99662.0161

